

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ  
«ГОРЛОВСКИЙ ИНСТИТУТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ»

# ВОСТОЧНОСЛАВЯНСКАЯ ФИЛОЛОГИЯ

**East Slavic Philology**

*Сборник научных трудов*

*Языкознание*

*Выпуск 9(35)*



Горловка  
2019

УДК 81+801+882+82

ББК Ш81.0+82.0

В76

**Редакционная коллегия:**

д. филол. н., проф. Кочетова С. А. (гл. редактор), д. филол. н., доц. Александрова И. В., д. филол. н., проф. Борисова Л. М., к. филол. н., доц. Бревнова С. В., д. филол. н., проф. Ворожбитова А. А., д. филол. н., проф. Герасименко И. А., д. филол. н., проф. Дербенёва Л. В., д. филол. н., проф. Дяговец И. И., д. филол. н., доц. Иванова Н. П., д. филол. н., проф. Калинин В. М., д. филол. н., проф. Кораблёв А. А., д. филол. н., доц. Курьянов С. О., д. филол. н., проф. Синельникова Л. Н., д. филол. н., проф. Теркулов В. И., д. филол. н., проф. Фёдоров В. В., к. филол. н., доц. Волосевич С. П., к. филол. н., доц. Жихарева Н. А., к. филол. н., доц. Фефелова В. В., к. филол. н., доц. Любимцева-Наталуха Л. Н.

*Рекомендовано к изданию на заседании Учёного совета  
ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»  
(протокол № 5 от 26.12.2019)*

Учредитель: Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Горловский институт иностранных языков» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ДНР ААА № 000059 от 28.10.2016.

Сборник внесён в рекомендованный ВАК Минобрнауки ДНР перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание учёной степени кандидата наук, на соискание учёной степени доктора наук (Приказ № 1134 Минобрнауки ДНР от 01.11.2016).

Основан в 2002 году.

Периодичность: 4 раза в год.

Включён в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ): лицензионный договор № 231-04/2016 от 19.04.2016.

**Восточнославянская филология** : сб. науч. тр. / ГОУ ВПО «Горловский ин-т иностр. языков» ; Редкол. : С. А. Кочетова и др. – Вып. 9(35). Языкознание. – Горловка : Изд-во ГОУ ВПО «ГИИЯ», 2019. – 168 с.

**ISSN 1992-9196**

Сборник посвящён исследованию актуальных проблем отечественной и зарубежной филологии.

Для научных работников, специалистов-филологов, докторантов, аспирантов, магистрантов, студентов-филологов, преподавателей языка и литературы образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования, учителей филологических дисциплин в школе.

**УДК 81+801+882+82**

**ББК Ш81.0+82.0**

**ISSN 1992-9196**

© Оформление. Изд-во ГОУ ВПО «ГИИЯ», 2019

УДК 811.112(05)

## ТЕНДЕНЦИЯ К ЗАВУАЛИРОВАННОМУ ВЫРАЖЕНИЮ ЖЁСТКИХ ПОНЯТИЙ КАК МЕТОД ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ (на материале немецкого языка)

Язык является зеркалом, отражающим существенные изменения в общественном развитии. В. фон Гумбольдт писал по этому поводу: «Язык всегда воплощает в себе своеобразие целого народа .... дух народа» (*den Geist des Volkes*) [Гумбольдт 1985].

К одной из важнейших тенденций развития современного немецкого языка можно отнести завуалированное описание «жестких» понятий, т.е. тенденцию к смягчению высказывания. Таким образом немецкий язык реагирует на движение западного общества в направлении либерализации в различных областях общественной жизни. Часто в жертву приносится точность дефиниции, конкретность выражения понятия, чтобы избежать категоричного и жесткого высказывания.

Либерализация западноевропейского общества (и немецкого в частности) вызывает эвфемизацию определенных понятий, что логически приводит к описательному выражению соответствующих понятий. Так возникает столкновение между «прямолинейной точностью» (*grobe Präzision*), собственно говоря, правдой, и завуалированным, «приятно-описательным выражением» (*nette Umschreibung*), в принципе ложью.

Следовательно, завуалированное (эвфемизированное) выражение можно рассматривать как:

а) лицемерие; б) (сниходительную) вежливость.

Во многих случаях правда располагается посередине, хотя в политике (и соответственно политической публицистике) речь чаще может идти о целенаправленном лицемерии.

В языке рекламы слово «ложь» давно уже заменило выражение «чрезмерное преувеличение» (übermäßige Übertreibung).

К самым известным тенденциям либерализации можно отнести следующие:

1. Отмену смертной казни, ликвидацию «традиционных» тюрем и попытку замены наказания «ресоциализацией» (Resozialisierung) преступников.

2. Антиавторитарное воспитание (antiautoritäre Erziehung) молодёжи: „Das so benannte Programm zielte auf eine Entfaltung des Kindes ohne jeden Zwang...pervertierte jedoch vielfach zum Verzicht auf jegliche Wertbindung und auf Vorbilder, wodurch der Begriff Erziehung zur Leerformel wurde“ (Schlosser 2000, S.60).

В некоторых школах ученики обращаются к учителям на «ты», а дети могут жаловаться на своих родителей в ведомство по делам молодёжи (Jugendamt) по любому поводу, которое они трактуют как насилие (в частности повышение голоса и т.п.).

3. Особо следует выделить «тенденцию к «(квази)-пацифизму».

В результате многочисленных бесед с самыми разными людьми в ФРГ, автор данной статьи пришёл к выводу, что европейцы (в этом случае немцы) не понимают русскую ментальность.

Приходилось слышать такой вопрос: «Почему сепаратисты не хотят просто остаться в составе Украины? А если нет, почему они тогда не уходят в Россию? Зачем вообще они сражаются?»

При этом западная публика плохо понимает ответ на этот вопрос: «А почему эти люди должны покинуть землю, в которой лежат их предки, где они выросли и всегда жили?»

Основная черта современной западной (в частности немецкой) ментальности – выжить любой ценой и при этом ни в коем случае не подвергать опасности ни себя, ни своё материальное благополучие.

Русская ментальность – бороться до последнего за своё достоинство и справедливость, за свою Родину –

противоречит современным западным представлениям. Западный обыватель не понимает, почему русские готовы ради этого терпеть падение уровня жизни и даже лишения. Перед лицом внешней угрозы россияне сплачиваются и начинают интенсивно поддерживать власть, которой далеко не все из них были до этого довольны.

Это с трудом доходит до объединённого Запада как на уровне элит, так и обычного обывателя. В этом отношении между российским и западным менталитетом «дистанция огромного размера».

Кроме того, для русских крайне важны такие основополагающие ценности, как справедливость и сочувствие своим соотечественникам, к которым они относят жителей Донбасса. Поэтому многие из них не готовы даже ради благосостояния и хороших отношений с Западом пойти на предательство. Примирение с Западом любой ценой и на любых условиях – это не для большинства русских.

Готовность пойти на жертвы ради справедливости всегда была существенной чертой русской ментальности. Это отличало их от многих других наций и позволяло выжить и победить в тяжелейших ситуациях. Именно поэтому среднестатистический европеец плохо понимает Россию.

Во время Великой Отечественной войны (1941-45 гг.) руководство нацистской Германии, которую поддержала почти вся «цивилизованная Европа» (Австрия, Италия, Венгрия, Румыния, Болгария, Чехословакия и т.п.), также не могло понять русский характер – биться до последнего.

Не произойдёт реального урегулирования конфликта и нормализации отношений России и Запада до тех пор, пока там не поймут и не признают наличие различных менталитетов. А для этого может понадобиться довольно много времени.

О гипертрофированном либерализме современного немецкого общества свидетельствуют следующие примеры:

1) В США (девяностые годы) были арестованы два брата – немцы, которые зверски убили американского адвоката (несколько десятков ножевых ранений). Братьев

приговорили к смертной казни. В немецкой прессе (особенно бульварной) началась настоящая «либеральная вакханалия» – многочисленные призывы к правительству и парламенту ФРГ потребовать от США отмены «негуманного наказания», т.е. смертной казни. Несмотря на весь этот шум и вой, оба брата были в Америке казнены.

2) В Китае (также девяностые годы) два китайских бандита зверски убили (множество ножевых ранений) немецкого инженера и его семью (жену и двоих детей), работавших от фирмы «Сименс» в Китае. Их, естественно, приговорили к смертной казни. Родственники убиенных выступили в немецкой прессе с призывом к китайскому правительству об отмене «негуманной смертной казни» для преступников. Как и США, Китай эти призывы проигнорировал.

3) Занимающихся карате старых людей учат предупреждать нападающего на них преступника о том, что они занимаются карате, прежде чем его ударить. Этим самым полностью нейтрализуется элемент неожиданности, который даёт пожилому человеку применение приёма без такого предупреждения.

О смысле и результативности перечисленных мер можно спорить, но далее речь пойдёт только о вербальных последствиях этих общественных тенденций.

В Германии было время, когда завуалированные описания понятий создавались и распространялись государственной пропагандой, например, во времена нацистской диктатуры. Наибольшую известность получило антисемитское нацистское изобретение *Endlösung* (дословный перевод: *окончательное решение*), которое было призвано заменить прямое обозначение массового уничтожения еврейского населения как в самой Германии, так и на оккупированных территориях, т.е. Holocaust. Это завуалированное описание было введено в оборот имперским министром Г. Герингом (H. Göring) в 1942 году во время конференции в Берлин (в замке *Wannsee*).

В качестве другого примера языка Третьего рейха можно также упомянуть и описательное сложное существительное

**Einsatzkommando** (das für einen bestimmte Einsatz bereitgestellte Kommando), русский вариант «команда, сформированная для выполнения специальных заданий». Это военно-политический эвфемизм был призван заменить жёсткий композитум **Erschießungskommando** (дословный перевод – *расстрельная команда*).

В этой связи уместно упомянуть диалог между немецким предпринимателем Оскаром Шиндлером и евреем – управляющим его фабрикой Исааком Штерном из знаменитого фильма «Список Шиндлера» (Schindlers Liste). Разговор состоялся после того, как И. Штерн узнал о предстоящей отправке евреев в лагерь смерти Освенцим (Auschwitz):

- O. Schindler: „Ich habemit Görth (SS-Hauptsturmführer, der Lagerkommandant) geredet. Man wird Ihnen in Auschwitz eine Sonderbehandlung gewähren“.
- Stern: „Darunter verstehe ich etwas anderes“.
- O. Schindler: „Dannennen wir das *Vorzugsbehandlung*“ (Der Spielfilm 1994).

Еврей И. Штерн правильно понимал изобретённый нацисткой пропагандой композитум *Sonderbehandlung* (= дословный перевод – *особое обхождение*). На самом деле так в языке Третьего рейха обозначалось понятие «*Vernichtung durch das Gas Zyklon B*» (уничтожение газом «Циклон Б»), хотя немец Оскар Шиндлер, употребляя это сложное образование, имел в виду совсем другое, а именно – «предпочтительное обращение».

Поэтому для устранения неправильного толкования уже в следующем предложении ему пришлось применить более однозначное и не обременённое нацистами сложное существительное – *Vorzugsbehandlung* (предпочтительное обращение).

Описательными словами, типа *Endlösung* и *Sonderbehandlung*, была переполнена лексика языка Третьего рейха (des Dritten Reiches), что нашло своё отражение в книге узника фашизма Виктора Клемперера „LTI (Lingua Tertii Imperii)“.

Но и в современном демократическом (скорее «квазидемократическом») обществе описательное выражение понятий получает развитие. При этом речь может идти как о смягчении «жёстких» понятий, которые призваны завуалировать преступные военно-политические действия, так и о «неприятных» явлениях в общественной и повседневной жизни.

В своих исследованиях автор данной статьи подразделяет все описательные выражения на три группы:

1. *Дезориентирующие описания жёстких военно-политических понятий (Irreführungen).*

2. *Завуалированное описание жёстких повседневных понятий (Verschleierung).*

3. *Смягчение (Milderung).*

В рамках небольшой статьи не представляется возможным провести подробный анализ всех трёх групп, поэтому кратко остановимся на первых двух, которые объединяют *жёсткие* понятия, подвергшиеся описанию.

Как уже было отмечено выше, к первой группе (*Irreführungen*) относятся политические и военно-политические выражения, которые служат для дезинформации и маскировки конкретных военно-политических действий и соответствующих целей.

В 1991 году в ФРГ впервые была проведена акция «негативное слово (антислово) года» (*Unwort des Jahres*). Цель акции – показать случаи употребления языка для дезориентации населения. В изданном лексиконе негативных слов (*Lexikon der Unwörter*) среди прочих были выделены следующие признаки негативного слова:

1. Намерение ввести в заблуждение, используя при этом понятия, которые были полностью нормальными в «своих» отраслях. Однако за счёт применения в абсолютно неподходящем контексте полностью искажают подлинный смысл [Schlosser 2000, S. 9].

2. Намерение приукрасить неприятные вещи или, по крайней мере, несколько их смягчить [Schlosser 2000, S. 9].

Характерно, что негативным словом 1999 года в Германии было признано часто цитируемое типичное

дезориентирующее описание *der Kollateralschaden* (также *kollateraler Schaden*) – полукалька американского collateral damage (= «побочный ущерб»; российское телевидение предложило вариант «сопутствующий урон»), изобретённое стратегами НАТО во время бомбардировок Югославии.

Это сложное существительное было призвано скрыть преступную сущность незаконной военной акции НАТО. Что обозначает это слово на самом деле, показывает цитата из иллюстрированного журнала „der Spiegel“: „Die NATO feuert Raketen und wirft Bomben, ohne das die serbische Armee nur den Raketen und wirft Bomben, ohne das die serbische Armee nur den Raketen und wirft Bomben, ohne das die serbische Armee nur den Versuch der Verteidigung macht. Sie treffen Öldepots, Sendeanlagen, Waffenfabriken, kaum Panzer – aber unschuldige Menschen. Kollateraler Schaden heißt das in der Newspeak der Militärs; womöglich sind es schon Hunderte von Toten“ [Der Spiegel 17.1999, S. 33].

Из предлагаемой журналом дефиниции, включающей такие слова и словосочетания, как «невинные люди, сотни убитых», становится понятной вся степень лицемерия, которое содержится в значении сложного существительного *Kollateralschaden*, который призван придать обозначаемому понятию оттенок второстепенности и незначительности. Учитывая ментальность немецкого «потребителя информации», можно с большой степенью уверенности предположить, что их шокирует употребление для обозначения гражданских лиц, погибших во время натовских бомбардировок, «слишком конкретных» наименований.

Заимствованное из английского и вследствие этого малоизвестное в Германии прилагательное collateral придаёт всему словосочетанию оттенок безобидности и нейтральности, т.е. делает его «приемлемым» для либеральной аудитории. Наполовину калькированный англо-американизм существенно «затуманивает» обозначаемое понятие, поскольку он импонирует (как англо-американизм) и отвлекает от сути своей мало понятной среднестатистическому слушателю формой от

жестокого содержания и заставляет воспринимать военные преступления в необъявленной войне как малозначительный «побочный урон (ущерб)».

Из забытых, как казалось, времён холодной войны было заимствовано в язык современной немецкой политической публицистики словосочетание *gerechte Kriege* (справедливые войны). Руководство СССР употребляло это словосочетание для обозначения всех войн против «капиталистической эксплуатации» в Азии, Африке и Латинской Америке, которые велись с целью установления «справедливого общественного строя», т.е. социализма.

И вдруг в 1999 году это идеологическое клише появляется вновь, но уже в «новоязе НАТО»: „Die Umstände zeigten, so ein Berater des Außenministers, dass die Definition für „gerechte Kriege“ bei den USA liege. Europa als eigenständige Militärmacht ist – zumindest auf mittlere Sicht – nicht vorstellbar“ [Der Spiegel 17.1999, S. 34]. Определение *gerecht* (справедливый) нейтрализует в этом словосочетании жестокое понятие *Krieg* (война).

Одновременно словосочетание *der gerechte Krieg* получает «либеральную дефиницию» – *humanitäre Intervention* (гуманная интервенция, вмешательство): „Dieses Recht zur *humanitären Intervention* auf eigene Faust und ohne UNO-Mandat ist eine Erfindung amerikanischer Völkerrechtler“ [Der Spiegel 17.1999, S. 34]. В рамках словосочетания *humanitäre Intervention* определение *humanitär* нейтрализует агрессивность, которая содержится в значении существительного *Intervention*.

В ещё большей степени выражена завуалированность в сложном образовании *Kosovo-Unternehmen*. Безобидный экономический термин *Unternehmen* (операция, предприятие) в сочетании с вызывающим негативные эмоции топонимом *Kosovo* служит для описательно-смягчающего обозначения военной интервенции: „Bomben oder Besuche, Diplomatie oder Dauerbeschuss – in der Spannung zwischen diesen beiden Polen entwickelte sich das Kosovo-Unternehmen“ [Der Spiegel 23.1999, S. 24].

Заимствованное из латыни прилагательное *diffus* (нечёткий, расплывчатый) соответствует немецким синонимам „unklar, zerstreut, konturlos, verschwommen...“ (DUW 1996). Но эти словарные дефиниции известны далеко не каждому, и поэтому *diffus* употребляется в репортажах с целью маскировки (*Verhüllung*). Если бы в репортаже цели были обозначены как *verschwommen* (расплывчатый) и *unklar* (нечёткий) – тогда каждый бы быстро понял, что бомбили всё подряд, без разбора. Именно такого толкования помогает избежать расплывчатое латинское заимствование *diffus*.

Не очень подходит к сочетанию *diffuse Ziele* (нечёткие цели) другое сочетание, также служащее маскировке и приукрашиванию – *chirurgisch genaue Schläge* (удары с хирургической точностью). „Die Bomben mit dem Hochschulabschluss“ (бомбы с высшим образованием) – ехидно заметила газета «Die Frankfurter Allgemeine Zeitung».

Жёсткое понятие *Schläge* нейтрализуется здесь определением, выраженным медицинским терминологическим словосочетанием *chirurgisch genaue* (с хирургической точностью).

При этом военный термин *Schläge* (множественное число от *Schlag*) соотносится с уничтожением (*Vernichtung*), а медицинский термин в качестве определения *chirurgisch* – с лечением (*Heilung*), т.е. они совершенно не сочетаемы.

Более безобидный вид описания понятия (по сравнению с дезинформирующе-маскирующими военно-политическими описаниями) представляет собой вторая группа, которую образуют *завуалированные описания жёстких повседневных понятий* (*Verschleierung von harten alltäglichen Begriffen*), т.е. сами понятия менее жёсткие, чем входящие в состав первой группы.

Здесь речь идёт об описательном выражении повседневных, социально жёстких понятий, которые не служат целенаправленной политико-идеологической пропаганде:

– Композитум *Kunstfehler* (дословный перевод – *мастерство, умение + ошибка*) является заменой терминологического словосочетания *ärztlicher Fehlgriff* (дословный перевод – *врачебная ошибка*).

С помощью положительно окрашенного абстрактного существительного *Kunst* (мастерство, умение) ошибка врача, которая часто приводит к трагическим последствиям, воспринимается как нечто безобидное и несколько абстрактное, теряя сильную негативную коннотацию, которую выражало бы сложное существительное *Fehlgriff*.

– *Mit Kopfschuss überwinden* (дословный перевод – *преодолеть с помощью выстрела*): „Man hat den Entführer mit zwei Kopfschüssen überwunden“ (Die ARD-Nachrichten 5.06.2002).

Это выражение встречается в сообщении, в котором речь идёт о взятии детей в качестве заложников в Люксембурге. При их освобождении преступник был застрелен полицией, и в средствах массовой информации эту акцию назвали *der Täter wurde mit einem Kopfschuss überwunden* = «преступник был преодолен выстрелом в голову».

Глагол *überwinden* (преодолеть) стоит в одном ряду с глаголами *besiegen* = *bezwingen* (победить), но никак не ассоциируется с глаголами *töten* (убивать) или *erschießen* (застрелить). Понятие «убить, уничтожить» рассматриваемый глагол может выражать только в сочетании с композитом *Kopfschuss* (выстрел в голову), который делает из безобидного *überwinden* мягкий синоним к *töten* = *erschießen* = *ermorden*.

Употребление завуалированного глагола *überwinden* вместо точных, но жёстких обозначений *töten* или *erschießen* представляет собой типичный пример выражения страха современного западного (в частности немецкого) общества даже перед вполне оправданной жёсткостью по отношению к преступникам.

– *die horizontale Branche* (дословный перевод – *горизонтальная отрасль*): „Was seine Freundin an der horizontalen Branche gut findet, versteht er nicht“ (Das RTL-Programm, 28.10.2002). Это словосочетание служит

для завуалированного обозначения профессиональной проституции. Заимствованное существительное *Branche* (отрасль) само по себе выражает солидное и вполне приличное понятие, чего никак нельзя сказать о значении, которое *Branche* приобретает в составе словосочетания с определением *horizontal*.

За счёт употребления в функции завуалированного обозначения употребительного в политике, экономике и науке существительного *Branche* пользующаяся дурной славой профессия получает социально-вербальное благозвучие.

– *altersspezifische Entwicklung* (дословный перевод – *возрастное специфическое развитие*): „Der FDP-Ehrenvorsitzende Walter Scheel leidet unter „*altersspezifischer Entwicklung*“, wie es im Freundeskreis heißt. Seine Nachbarn sagen es deutlicher, sie sprechen von Demenz“ [BILD, 30.9.2013].

В приведённой цитате говорится о том, что бывший председатель партии Свободных демократов и экс-президент ФРГ Вальтер Шеель страдает деменцией, т.е. тяжелейшим психическим заболеванием, характерным для пожилых людей.

– *Tiere einschläfern*: „Aggressive Hunde müssen eingeschläfert werden.“ (Die RTL-Nachrichten 26.06.2000). В данной ситуации речь идёт о том, что в Гамбурге две бойцовские собаки насмерть загрызли шестилетнего мальчика и за это должны были быть «усыплены». Здесь завуалированное описание *einschläfern* заменяет глагол *töten*.

Основное значение глагола *einschläfern* = *bewusstlos machen* (усыпить), *betäuben* (анестезировать). При этом речь идёт о состоянии, пребывание в котором ограничено временем. Для точности обозначения следовало бы сказать – *für immer einschläfern* (усыпить навсегда). Это типичный пример ухода от конкретных жёстких обозначений. Завуалированность достигается в этом случае за счёт того, что *einschläfern* связывается с ограниченным во времени действием и таким образом нейтрализует семантический

компонент «окончателъность действия, необратимость его результата».

*В заключение следует отметить следующее:*

Популярная на Западе либерализация стала причиной дальнейшего развития тенденции к описательному выражению жёстких или неприятных для западного либерального восприятия понятий как в военно-политической лексике, так и в разговорно-повседневной.

При этом образования, входящие в состав первой группы (Irtreführungen), можно считать средством ведения информационной войны. Их главная цель – замаскировать реальные преступные военно-политические действия «своих» и таким образом ввести в заблуждения не очень склонного к аналитике среднестатистического (в данном случае немецкого) потребителя СМИ.

Однако подвергшиеся описательному выражению предметы и явления в результате этого лучше не становятся: погибшие как «побочный эффект или сопутствующие потери» люди не оживают; результат от «ошибки в мастерстве» (*Kunstfehler*) такой же, как от «врачебной ошибки» (*ärztlicher Fehlgriff*).

Таким образом происходит своего рода конфронтация между «прямолинейной точностью» (*harte Präzision*), собственно говоря, правдой, и завуалированным, «приятно-описательным выражением» (*nette Umschreibung*), в принципе ложью. Следовательно, завуалированное выражение можно рассматривать как: а) лицемерие; б) (снисходительную) вежливость.

Во многих случаях правда располагается посередине, хотя в политике (и соответственно политической публицистике) речь чаще может идти о целенаправленном лицемерии.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Голодов А.Г. Информационная война против России в немецкой массовой прессе: монография. – Рязань 2019. – 195 с.

2. Голодов А.Г. Некоторые особенности немецкой ментальности и их вербальное выражение // Вестник Рязанского университета им. С. А. Есенина. – Вып. 2 (21). – Рязань 2012. – С. 16-26.
3. Гумбольдт В. Язык и философия культуры. – М.: Прогресс, 1985. – 450 с.
4. Deutsches Universal Wörterbuch. Dudenverlag. Mannheim-Leipzig-Wien-Zürich. – 1996. – 1816 S. (DUW)
5. Die Deutsche Sprache. Erster Band. Herausgegeben von Erhard Agricola, Wolfgang Fleischer und Helmut Protze unter Mitwirkung von Wolfgang Ebert. VEB Bibliographisches Institut Leipzig. – 1969. – 613 S.
6. Golodov A. Die Tendenz zur Umschreibung von Begriffen. Nette Täuschung anstatt verhüllender Wahrheit? – Sprachspiegel. – Basel, 2001. – № 4. – S. 123-126.
7. Klemperer V. „LTI (Lingua Tertii Imperii)“. – Philipp Reclam jun. Stuttgart. – 2007. – 385 S.
8. Schlosser H.D. Lexikon der Unwörter. – Bertelsmann Lexikon Verlag. 2000. – 125 S.

## **СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА**

1. Der Spielfilm: „Schindlersliste“ (1994).  
Der Spiegel (Hamburg).  
BILD-Zeitung (Hamburg, Deutschland).

## **АННОТАЦИЯ**

**Голодов А. Г. Тенденция к завуалированному выражению жёстких понятий как метод информационной войны (на материале немецкого языка)**

В статье анализируется вербальное выражение популярной на Западе либерализации, что стало причиной развития тенденции к описательному выражению жёстких или неприятных для западного либерального восприятия понятий как в военно-политической лексике, так и в разговорно-повседневной. На конкретных примерах показана конфронтация между прямолинейной точностью (часто неприятной правдой) и завуалированным,

описательным выражением (фактически ложью). Главная цель таких описательных оборотов – замаскировать реальные преступные военно-политические действия. Поэтому их можно считать средством ведения информационной войны, которое должно ввести в заблуждения среднестатистического потребителя СМИ.

**Ключевые слова:** либерализация западноевропейского общества, тенденция к описательному выражению жёстких понятий, средство ведения информационной войны.

### SUMMARY

**Golodov A. G. Tendency to veil the expression of tough notions (on the material of the German language)**

The article analyses verbal expression of liberalization that is popular in the West at present. It has given rise to the descriptive expression of tough or unpleasant notions in military political vocabulary as well as in colloquial speech to western liberal perception. Some peculiar examples expose confrontation between straight accuracy (representing unpleasant truth) and veiled descriptive expression (that is actually false). The main aim of such descriptive means is to disguise actual criminal military political actions. Thus they may be considered to be means of information war to deceive common consumers of mass media.

**Key words:** liberalization, west European society, tendency to descriptive expression of tough notions, political vocabulary, colloquial language.

УДК 811.161.1

**ФУНКЦИИ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В МЕМУАРАХ  
СОВРЕМЕННОКОВ ЛЮДМИЛЫ УЛИЦКОЙ «ДЕТ-  
СТВО 45 – 53»**

Несмотря на обилие в современной ономастической науке работ, связанных с функциями имен собственных в разных типах дискурса, жанр мемуаров не так часто подвергается исследованиям в данном ракурсе. Немногочисленные работы посвящены, например, рассмотрению имен в жанре семейных родословных [1]. Поэтому актуальным представляется анализ ономастики книги воспоминаний современников Людмилы Улицкой «Детство 45 – 53» [2].

Изучая имена собственные в жанре семейных родословных, Е.М. Черникова отмечает, что «развернутых топонимических экскурсов» в них «немного: носители языка ограничиваются скудным указанием места, где жила семья, города, куда переехали родственники, и т.п.». Тот же вывод можно отнести и к исследуемому нами материалу. Однако все онимы, функционирующие в текстах воспоминаний, образуют некую систему, отражающую ономастический фрагмент языковой картины мира представителей поколения «45 – 53».

Основная часть анализируемых топонимов выполняет функцию реально-исторической достоверности, вписывая повествование в определенную систему пространственно-временных координат: «С одной стороны, мы были окружены заводами: «Красный богатырь», «Изолит», «Карбюратор», парочка авиационных заводов находились в пределах двух-трех километров от нашего дома и нашей улицы» (Татьяна Жданова, Трамплины и витамины, с. 175).

Ту же функцию выполняют антропонимы исторических личностей той эпохи: «Кода к власти пришел Хрущев, прошел слух, что могут дать квартиру, если написать ему личное письмо» (Наталья, Они спали под роялем, с. 183);

«На школьных уроках имя *Сталина* всплывало часто, и было непохвально написать сочинение, не упомянув его» (Борис Иофьев, Соответствует линии партии, с. 232).

Прагматонимы, встречающиеся в тексте, также создают колорит эпохи, отсылают к бытовым реалиям описываемого периода, напоминая читателям о вещах, ушедших в прошлое: «Помню *приемник «Рекорд»*, который принес домой сияющий папа. Мама ахнула: «Мы же тебе брюки собирались купить» (Людмила Фрейдлин, Толкучка как зеркало жизни, с. 277).

Своими онимообразовательными возможностями выделяется антропоним Сталин, лежащий в основе:

– названий заводов: «Моя мама работала на Кировском заводе, а отец – на *заводе имени Сталина*» (Владимир Смирнов, На подножке трамвая, с. 148);

– названий городов: «Мой отец, вернувшийся в 1941 с фронта после тяжелейшего ранения, мама, дядя Толя, оставивший в *Сталинграде* левую руку, и его жена-украинка» (Марк Птичников, Тум-бабалайка, с. 199); «Небольшой шахтерский городок Моспино, по железной дороге недалеко, где-то не больше двадцати километров, от столицы Донбасса *города Сталино*» (Аркадий Мильковицкий, Независимый пацан, с. 238); «Это теперь он – Новокузнецк с его металлургическим комбинатом, с химическими заводами и угольными шахтами. А тогда... Хоть и назывался он *Сталинск*, а вот салютов ему, как я теперь догадываюсь, по штату не полагалось» (Юрий Белаковский, Подкова, с. 26);

– названий станций: «Торговля на Преображенском рынке начиналась прямо от *станции метро «Сталинская»* (ныне «Семеновская»)» (Елена Шор, Один сапог, с. 123).

Номинативную функцию выполняют не только официальные топонимы, но и неофициальная топонимия, разговорные формы названий: «До отъезда в лагерь или после мы всей гурьбой ходили купаться на *Воробьёвку* – так мы называли наше пляжное место на высоких склонах берегов Москвы-реки на Воробьёвых (потом Ленинских) горах» (Ирина Безуглая, Пароль «Победа», с. 139).

Оценочная функция является ведущей при использовании в тексте имен собственных в сочетании с эпитетами. Это могут быть:

– топонимы: «Мама прихватила нас с братишкой и увезла не в «хлебный» *Ташкент* или *Куйбышев*, а подальше от войны – в далекую Сибирь, в Алтайский край» (Геннадий Шульгин, Я тоже ничего не забыл из прошлого, с. 61);

– антропонимы: «Эти передачи предварил «Футбольный марш» Блантера, а вел их знаменитый *Вадим Синявский*» (Вячеслав Ищенко, Игра в выборы, с. 158).

Эмоционально-оценочные онимы представлены не только в основном контексте, но и в качестве вводных или вставных конструкций, при этом оценка передается средствами пунктуации: «Я с Юрочкой и с двумя моими подругами присоединились к многочисленной демонстрации, которая возникла стихийно, как только по радио (голос Левитана!) сообщили о капитуляции Германии» (Нина Тайц. День Победы с сыном Юрой, с. 18).

Функцию сравнения выполняют прецедентные онимы, позволяющие показать сходство описываемого с героями русской литературы, киноперсонажами: «Со временем она усохла, скукожилась, рыжие волосы поседели, и стала похожа на траченную молью *лису Алису* из «*Буратино*» (Татьяна Жданова, Соседи, с. 192); «Забегая вперед, скажу, что когда выйдет фильм с Высоцким «Место встречи изменить нельзя», отца моего, Тимофея Александровича Сивака, будут сравнивать с *Жегловым*» (Римма Сивак, Писали на обрывках газет, с. 226); «Если кто-то видел в телевизоре английского *Шерлока Холмса*, то могут себе представить Валентина Панкратьевича. Только лицо у него было еще резче, асимметричнее и дьяволоподобней» (Вячеслав Панкратьевич, Необыкновенный директор, с. 250); «Но среди нас троих был один десятилетний парень по прозвищу Царь, прошедший колонию и вызволенный оттуда родной теткой. Это была колоритнейшая фигура, этаким *Мишкой Крякин* из повести А. Гайдара «Тимур и его команда» (Владимир Розанцев, Две истории о смерти вещей, с. 129).

Идеонимы, используемые авторами, отражают культурный фон описываемой эпохи. К ним можно отнести:

– названия кинофильмов: «В кино я иду с друзьями... Смотрим *«Тарзана»*, *«Тарзан находит сына»*, *«Приключения Тарзана в Нью-Йорке»* (Яков Хотомлянский, Дед, с. 285);

– названия музыкальных произведений: «А потом они заиграли *«Тум-балалайку»*. Тоску и надежду. Нежность и тревогу. И я с изумлением увидел слезы на глазах этих прошедших все круги ада людей» (Марк Птичников, Тум-балалайка, с. 201); «Музыканты чинно выпили по гранёной стопке и, не дожидаясь ничьих пожеланий, заиграли *«Катюшу»* (Марк Птичников, Тум-балалайка, с. 200).

– названия художественных произведений: «Но среди нас троих был один десятилетний парень по прозвищу Царь, прошедший колонию и вызволенный оттуда родной теткой. Это была колоритнейшая фигура, этаким Мишка Крякин из повести А. Гайдара *«Тимур и его команда»* (Владимир Розанцев, Две истории о смерти вещей, с. 129);

– названия средств массовой информации и конкретных теле- и радиопрограмм: «Не могу забыть, с каким рвением мы с братом выучили помещенные в *«Правде»* слова гимна Советского Союза» (Людмила Лукашенко, В первый класс, с. 223); «По радио передавали *«Пионерскую зорьку»* (Анна Левина, Следующая!, с. 292).

Повторение в разных текстах одних и тех же тем и мотивов позволяет говорить о существовании определенных концептов в сознании жителей той эпохи. Одним из них является, например, концепт «Баня»: «Надо себе представить трех восьмилетних мальчишек с огромными эмалированными тазами, в которых лежат свертки с чистым бельем, полотенцами, мочалками и мылом, идущих в *Ямские бани*, располагавшиеся на нашей улице» (Леонид Добровольский, В баню в мужской компании, с. 104); «Старшие дети раз в неделю шли с родителями в *Усачевские бани*, недалеко от рынка того же названия» (Ирина Безуглая, Дочка, потри спинку, с. 113).

Таким образом, ономастикон мемуарных текстов создает образ России периода 1945 – 1953 годов, в котором репрезентируются не только конкретные пространственные реалии и прецедентные имена, но и отражается мироощущение представителей послевоенного поколения, восприятие ими бытовых явлений и исторических фактов, отношение к себе и окружающим, своей семье и своей стране.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Черникова, Е.М. Имена собственные в жанре семейных родословных: Дисс. ... канд. филол. наук / Е.М. Черникова. – Белгород, 2008.
2. Детство 45 – 53: а завтра будет счастье / авт.-сост. Людмила Улицкая. – М.: Изд-во АСТ: Редакция Елены Шубиной, 2017. – 538 с.

### АННОТАЦИЯ

**Сироткина Т. А. Функции имён собственных в мемуарах современников Людмилы Улицкой «Детство 45 – 53»**

В статье на материале книги воспоминаний современников Людмилы Улицкой «Детство 45 – 53: а завтра будет счастье» рассматриваются функции имен собственных в мемуарных текстах. Делается вывод о том, что ономастикон мемуарных текстов создает образ России периода 1945 – 1953 годов, в котором репрезентируются не только конкретные пространственные реалии и прецедентные имена, но и отражается мироощущение представителей послевоенного поколения, восприятие ими бытовых явлений и исторических фактов, отношение к себе и окружающим, своей семье и своей стране.

**Ключевые слова:** мемуарные тексты, ономастикон, прецедентные имена, имена собственные.

### SUMMARY

**Sirotkina T. A. Functions of proper names in the memoirs of Lyudmila Ulitskaya's contemporaries «Childhood 45 – 53»**

The article on the material of the book of memoirs of Lyudmila Ulitskaya's contemporaries «Childhood 45 – 53: There Will Be Happiness Tomorrow» discusses the functions of proper names in memoirs. It is concluded that the onomasticon of memoirs creates the image of Russia from 1945 to 1953, in which not only specific spatial realities and precedent names are represented, but also the attitude of the representatives of the post-war generation is reflected, along with their perception of everyday phenomena and historical facts, their attitude to themselves and others, their family and their country.

**Key words:** memoirs, onomasticon, precedent names, proper names.

*И. А. Герасименко  
(г. Горловка, ДНР),  
А. М. Решетарова  
(г. Горловка, ДНР)*

УДК 81'42

## ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ ЮМОРИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ В ЖАНРЕ СТЕНДАП-КОМЕДИИ

Целью данной статьи является попытка проанализировать структуру комедийных произведений в жанре стендап-комедии. Актуальность данной проблемы заключается в том, что, несмотря на большое количество публикаций, интерес исследователей к юмористическому дискурсу сохраняется в силу появления новых жанров и подходов.

Со времён Аристотеля и Платона учёные пытались дать определение юмору. Чаще всего юмор связывали со смехом, полагая, что юмор есть то, что заставляет людей смеяться. Более поздние исследования позволили отделить юмор от смеха, рассматривая последний как отдельную область изучения. Сегодня определений юмора почти столько же, сколько и теорий. Некоторые исследователи, например, С. Аттардо (S. Attardo), отмечают, что универсального и всеобъемлющего определения данного явления нет и

быть не может, в силу того, что так называемое «чувство юмора» у всех людей разное [1]. Один и тот же объект или явление сегодня может казаться человеку смешным, а завтра уже не вызвать подобной реакции в силу разных обстоятельств и изменения настроения.

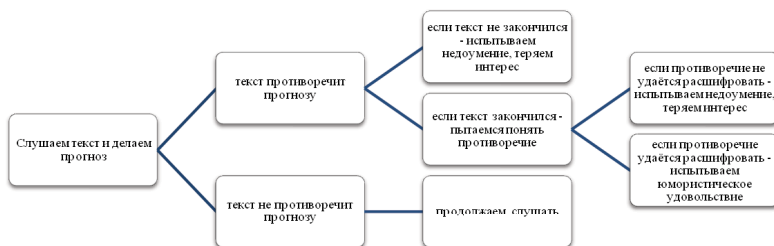
Стендап-комедия зародилась в англоязычной среде, вследствие чего зарубежных исследований, посвященных данному явлению, существует гораздо больше, чем исследований отечественных авторов. В условиях русскоязычной культуры стендап проник лишь во второй половине XX-го века, сразу же вызвав интерес учёных из разных областей знания – лингвистики, психологии, журналистики, культурологии и др. Тем не менее, анализ научной литературы, описывающей русскоязычный стендап, свидетельствует о том, что на сегодняшний день проведено ещё недостаточно лингвистических исследований, позволивших бы выработать универсальное определение данного явления и создать единую классификацию. Данный факт объясняет, почему в нашей работе мы, большей частью, опираемся на результаты зарубежных авторов.

Ричард Зоглин (Richard Zoglin), американский журналист и писатель, определяет стендап как комедию, исполняемую обычно одним актёром, который говорит с аудиторией напрямую, имитируя неподготовленную речь [4].

Как известно, одной из форм юмора является словесный или устный юмор, который предполагает чтение и понимание текстов. Именно эту разновидность юмора продуцирует стендап-комедия. В. Раскин (Victor Raskin) [2] в своей книге *Семантическая теория словесного юмора* (The Semantic Mechanisms of Humour) разработал теорию, значительно повлиявшую на дальнейшее изучение словесно выраженного юмора. Теория была основана на предположении, что каждая шутка состоит из двух частей, и эти две части противопоставляются друг другу в тексте (обычно в развязке), создавая юмористический эффект. Позднее идеи двухэтапной модели словесного

юмора, основанной на эффекте обманутого ожидания, разрабатывал Дж. Салс (Jerry Suls) [3]. Учёный предложил алгоритм функционирования шутки в процессе чтения.

Поскольку в стендап-комедии зритель юмористический текст слушает, а не читает, мы доработали и адаптировали алгоритм Дж. Салса для описания схемы функционирования устного словесного юмора. Так, на приведенном ниже рисунке (Рис. 1) представлен алгоритм порождения юмористического эффекта в стендап-комедии. Комик начинает рассказывать историю – аудитория внимательно слушает и строит догадки о том, чем она может закончиться. Далее возможны два варианта развития событий – либо догадки оказываются верными, либо нет. Если предположение оказалось верным, аудитория продолжает слушать выступающего, но уже менее внимательно, постепенно теряя интерес к происходящему. Шутка проваливается. В случае, когда прогноз оказывается неверным, слушатель либо испытывает недоумение – что называется «не понял юмора» (шутка снова проваливается), либо, проследив за мыслью и поняв правила «игры разума» говорящего, испытывает юмористическое удовольствие, и в зале звучит смех.



**Рис. 1. Возникновение юмористического эффекта в стендап-комедии**

Стендап – это словесная форма самовыражения комика, его когнитивная интерпретация происходящего. Шутки стендап-комиков строятся на основе мировосприятия

автора, выполняя функцию социальной критики. Целью стендап-комика зачастую является не просто рассмешить аудиторию, но как «хирург со скальпелем для ложных ценностей» (термин Ленни Брюса), вскрыть опухоль этих самых ложных ценностей и проблем общества.

Подводя итоги, отметим, что огромное количество форм, которые приобретает шутка в стендап-комедии, её тематическое многообразие и коммуникативная личность комика делают юмор стендап-комедии уникальным жанром юмористического дискурса. Композиционные и структурные особенности данных текстов будут нами в дальнейшей предметно рассмотрены.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Attardo S. Linguistic Theories of Humor / Salvatore Attardo // Humor Research 1 [editors: Victor Raskin, Mahadev Apte]. – Berlin-N.Y. : Mouton de Gruyter, 1994. – 426 p.
2. Raskin V. The Semantic Mechanisms of Humour / Victor Raskin. – Dordrecht; Boston; Lancaster: D. Reidel Publishing Company, 1985. – 285 p.
3. Suls J. A Two-Stage Model for the Appreciation of Jokes and Cartoons: An Information-Processing Analysis / Jerry Suls // The Psychology of Humor [Eds.: J. H. Goldstein and P. E. McGhee]. – N.Y. : Academic Press, 1972. – P. 81-100.
4. Zoglin R. Stand-upcomedy [Электронный ресурс] / R. Zoglin. – Режим доступа : <https://www.britannica.com/art/stand-up-comedy> (дата обращения : 05.05.2020).

### АННОТАЦИЯ

**Герасименко И. А., Решетарова А. М. Особенности структуры юмористических текстов в жанре стендап-комедии**

В статье предпринята попытка обобщить существующие точки зрения на историю становления стендапа как юмористического жанра, также анализируется структура комедийных произведений в жанре стендап-комедии.

**Ключевые слова:** юмористический дискурс, стендап-комедия, жанр, шутка.

## SUMMARY

**Gerasimenko I. A., Reshetarova A. M. Structure features of the humorous texts in the genre of stand-up**

The article attempts to summarize the existing points of view on the history of stand-up as humorous genre. It also analyzes the structure of the of comedy pieces in the genre of stand-up comedy.

**Key words:** humorous discourse, stand-up comedy, genre, joke.

*И. А. Герасименко  
(г. Горловка, ДНР),  
А. М. Авксентьева  
(г. Горловка, ДНР)*

УДК 811'22(045)

**ЗАГОЛОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС  
КАК СЕМИОТИЧЕСКИ НЕОДНОРОДНЫЙ ТЕКСТ**

Важным аспектом изучения современного медиатекста как основной единицы медиадискурса является его рассмотрение как мультимодального (Н. В. Чичерина), креолизованного (Н. С. Валгина, Л. Г. Кайда) или поликодового текста (В. Е. Чернявская).

Под поликодовыми понимаются «тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [1, с. 180]. Соединение в тексте элементов разных языковых систем отражает тенденцию к смешению кодов. При этом семиотически разнородные элементы, включенные в текст, «образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, направленное на комплексное воздействие на адресата» [7, с. 82]. Е. А. Елина определяет поликодовые тексты как «сложные семиотические образования, построенные на основе, с одной стороны, знаковой системы естественного человеческого языка

(включая устную, письменную, печатную формы ее реализации, каждая из которых будет характеризоваться своими специфическими чертами) и, с другой стороны, любой другой знаковой системы (рисунков, фотографий, музыки, танцев, запахов и т. д.)» [4, с. 66].

В нашей работе мы придерживаемся точки зрения Е. Е. Анисимовой, которая утверждает, что поликодовый текст «предстает сложным текстовым образованием, в котором вербальные и иконические (имеющие другую природу) элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное прагматическое воздействие на адресата» [1, с. 15].

В современной медиасфере поликодовость проявляется за счет добавления к тексту мультимедийных элементов, изображений, графического оформления текста, что позволяет привлечь внимание реципиента, передать максимум информации в пределах небольшого по объему высказывания, показать дополнительные оценочные суждения и смыслы.

На сегодняшний день масс-медиа становятся одной из основных сфер распространения поликодовых сообщений. Цель нашего исследования заключается в рассмотрении заголовочного комплекса современных масс-медийных интернет-изданий как семиотически неоднородного (поликодового) текста. Необходимо отметить, что под заголовочным комплексом нами понимается сам заголовок, а также его компоненты: надзаголовок, рубрика, подзаголовок, вводки (лиды). Материалом исследования послужили заголовочные комплексы интернет-версий ежедневных изданий «Российская газета» и «The Guardian». Выбор данных типов текстов связан прежде всего с тем, что «уровень интегрированности всех изобразительных средств, равно как и других знаковых образований, в единое текстуальное пространство печатных и электронных изданий весьма высок» [2, с. 76]. Хотя заголовочный комплекс и его компоненты структурно находятся вне текста, однако представляют

единое смысловое пространство вместе с текстом самой публикации и являются ее полноправными компонентами. Заголовочный комплекс тесно связан с текстом публикации, однако ключом к его пониманию он становится лишь при полной семантизации, которая будет возможна с учетом интерпретации всех изобразительных средств и других знаковых образований в составе заголовочного комплекса. Объектом исследования выступила невербальная и вербальная информация, представленная в структуре заголовочного комплекса.

К вопросу о взаимодействии и характере отношений между разнородными элементами в составе поликодовых текстов обращались многие исследователи (Е. Е. Анисимова, Е. А. Елина, С. Д. Зауэрбир, В. С. Мужев). Так, Е. Е. Анисимова отмечает, что вербальная составляющая может играть как главную, так и второстепенную роль в тексте. В первом случае вербальный компонент снимает возможную неопределенность в интерпретации смысла иконического компонента, во втором случае он только описывает и дублирует его информацию [1, с. 12]. При этом исследователь выделяет следующие функции иконических средств: аттрактивную (привлечение адресата), информативную (передача определенной информации), экспрессивную (воздействие на эмоции адресата) и эстетическую (воздействие на эстетические чувства адресата) [1, с. 17]. Однако мы разделяем мнение В. С. Мужева [6] и считаем целесообразным отметить пять основных функций заголовочного комплекса и его составляющих: номинативную, которая сложилась исторически, поскольку заголовки появились, чтобы обозначить, назвать текст; информативную (коммуникативную), так как любой заголовок информирует читателя о тексте; разделительную – заголовок выделяет текст из окружающего информационного пространства; экспрессивно-апеллятивную, благодаря которой заголовок может проявлять авторскую позицию, а также психологически готовить читателя к восприятию текста; рекламную, направленную на привлечение внимание читателя.

Ученые выделяют частичную и полную креолизацию масс-медийных текстов. Так, Е. А. Елина говорит о том, что в текстах с частичной креолизацией вербальная часть относительно автономна, независима от изображения, а изобразительные элементы текста оказываются факультативными, то есть могут быть удалены без значительного ущерба для понимания смысла языкового сообщения. Тогда как в текстах с полной креолизацией вербальная часть не может существовать отдельно, независимо от изобразительной части [8, с. 131]. В отличие от Е. А. Елиной другой лингвист – Е. Е. Анисимова – подразделяет масс-медийные тексты на три группы: тексты с нулевой, частичной и полной креолизацией. При этом под нулевой креолизацией автор понимает тексты, в которых невербальный компонент отсутствует. Считаем, что выделять тексты с нулевой креолизацией спорно: в современных масс-медиа не существует «чистых текстов» [3, с. 75].

Важно отметить, что немецкий лингвист С. Д. Зауэрбир, характеризуя отношения между невербальной и вербальной составляющими креолизованного текста, называет следующие соотнесенности: параллельная корреляция (содержание рисунка и вербальной части полностью совпадают); комплиментарная (содержание невербальной и вербальной частей частично перекрывают друг друга; субститутивная (невербальная информация замещает вербальную); интерпретативная (между содержанием вербальной и невербальной частей нет прямых точек соприкосновения и эта связь устанавливается на ассоциативной основе) [3, с. 76].

Невербальная (иконическая) составляющая современных медиатекстов может быть представлена схемами, таблицами, формулами, символами, иллюстрациями (фотографии и рисунки). Считаем, что изобразительный ряд эффективно влияет на восприятие, так как воспринимается и запоминается легче, чем вербальный текст. Не менее важным элементом медиатекста «выступает визуальная составляющая, его графическое, шрифтовое, цветовое

оформление, шрифт, цвет, фон текста (цветной или иллюстрированный), иконические печатные символы (пиктограммы, идеограммы и т.п.)» [1, с. 98].

В заголовочном комплексе к невербальным (иконическим) составляющим относятся цвет, размер, гарнитура шрифта, которые направлены на реализацию заявленных выше функций данного компонента текста.

Цвет является одним из важнейших элементов поликодового текста: он привлекает внимание адресата и воздействует на эмоции (экспрессивно-апеллятивная функция), позволяет выделить наиболее важные, значимые в смысловом отношении элементы вербального компонента (разделительная функция). Если мы обратимся к интернет-версии газеты «The Guardian», то увидим, что элементы заголовочного комплекса подаются разным цветом шрифта. Например, рубрика – красный цвет; заголовок и подзаголовок – черный цвет. Данный выбор обусловлен тем, что красный цвет настраивает на решительность, способен быстро привлечь внимание читателя, в то время как черный помогает сконцентрироваться и углубиться в изучение интересующей информации. В интернет-версии «Российской газеты» мы также видим использование нескольких цветов в составе заголовочного комплекса: оранжевого цвета для обозначения рубрики, и черного для заголовка. При этом оранжевый характеризуется способностью к активности, стимуляции к действию, энергичности в принятии решения открыть ту или иную публикацию. Однако встречаются заголовочные комплексы, компонент которых оформлен одним – исключительно красным цветом, акцентирующим внимание на определенной острой социальной проблеме. Так, рубрика, собственно заголовок и лид публикации «Cocaine used as washing powder: police struggle with Pacific drug influx» («The Guardian», June 24, 2019) имеют красный цвет, сигнализирующий о проблеме наркоторговли и новом способе транспортировки и распространения наркотиков.

Кроме того, выбор цветового оформления связан с содержанием самой публикации, что подтверждает взаимосвязь между вербальной и невербальной

(иконической) составляющей текста. Так, например, в заголовочном комплексе статьи «‘White supremacy’: popular knitting website Ravelry bans support for Trump» названия рубрики и надзаголовок оформлены розовым цветом, так как в публикации речь идет о женщинах в розовых головных уборах, которые вышли на протест против Д. Трампа.

Кроме цвета важное значение для заголовочного комплекса как поликодового текста имеет выбор определённого размера и гарнитуры шрифта. Использование различных типов шрифтов связано с реализацией ряда функций креолизованного текста, в числе которых номинативная, разделительная, экспрессивно-апеллятивная. Так, в газете «The Guardian» рубрика подается 15 кеглем; заголовок – 24 кеглем полужирным шрифтом; подзаголовок – 13 кеглем. В «Российской газете» рубрика подаётся 11 кеглем, заголовок – 20 кеглем, полужирным шрифтом.

Также в заголовочных комплексах используются такие невербальные элементы, как цифры, процентное соотношение, буквы и символы других алфавитов. Такие негомогенные компоненты направлены на информирование адресата, привлечение внимания, манипулирование его сознанием. Кроме этого, они добавляют образность и эмоциональность сообщению. Эта особенность отражена в следующих примерах «Российской газеты»: «Землетрясение магнитудой 3,7 произошло в Риме» («Российская Газета», 24 Июня 2019), «В Праге проходит крупнейшая за 30 лет акция протеста» («Российская Газета», 23 Июня 2019), «Крушение Boeing под Донецком» («Российская Газета», 17 Июня 2019).

Таким образом, в ходе нашего исследования мы рассмотрели заголовочный комплекс современных масс-медийных интернет-изданий как семантически неоднородный (поликодовый) текст и проследили использование элементов разных языковых систем в его составе. Мы выявили, что вербальные и невербальные (иконические) составляющие направлены на реализацию основных функций заголовочного комплекса, в числе

которых номинативная, информативная, рекламная, экспрессивно-апеллятивная, разделительная, и способствуют более эффективному воздействию на адресата.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие / Е. Е. Анисимова. – М.: Academia, 2003. – 128 с.
2. Березин М. В. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / М. В. Березин. – М., 2003. – 174 с.
3. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст в политическом дискурсе / М. Б. Ворошилова // Политическая лингвистика. – 2007. – № 3(23). – С. 73–78.
4. Елина Е. А. Семиотика рекламы: учеб. пособие / Е. А. Елина. – М. : Дашков и Ко, 2009. – 136 с.
5. Казак М. Ю. Специфика современного медиатекста / М. Ю. Казак // Лингвистика речи. Медиастилистика : кол. моногр., посвящ. 80-летию проф. Г. Я. Солганика. – М., 2012. – С. 320–334.
6. Мужев В. С. О функциях заголовков / В. С. Мужев // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореца. – Вопросы романо-германской филологии. – М., 1970. – Вып. 55. – С. 86–94.
7. Щурина Ю. В. Прецедентные элементы в структуре малых речевых жанров комического / Ю. В. Щурина // Российский лингвистический ежегодник. – 2006. – Вып. 1(8) : научное издание. – Красноярск, 2006. – С. 77–84.
8. Юрьева Е. В. Слоган социальной рекламы: коммуникативно-прагматические и когнитивно-концептуальные функции: дисс. ... канд. филол. наук / Е. В. Юрьева. – Горловка, 2017. – 228 с.
9. <https://www.theguardian.com>.
10. <https://rg.ru/>

## АННОТАЦИЯ

**Герасименко И. А., Авксентьева А. М. Заголовочный комплекс как семиотически неоднородный текст**

В статье предпринята попытка анализа заголовочного комплекса современных масс-медийных ресурсов как семиотически неоднородного текста, содержащего элементы разных языковых систем. На материале интернет-версий современных информационно-новостных изданий рассматриваются вербальные и невербальные средства, использованные в заголовках.

**Ключевые слова:** заголовок, заголовочный комплекс, масс-медийный дискурс, медиатекст, поликодовость.

## SUMMARY

**Gerasimenko I. A., Avksenteva A. M. Headline complex as a semiotical heterogeneous text**

The article presents an attempt to determine the headline complex of modern mass-media as a semiotical heterogeneous text that contains elements of different language systems. It regards verbal and nonverbal means used in the headlines of the Internet versions of the modern information newspapers.

**Key words:** headline, headline complex, media discourse, mediatext, polycode text.

*А. В. Воеводина**(г. Донецк, ДНР)*

УДК 81.44

**ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С КОЛОРАТИВ-  
ВОМ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

Одним из значимых элементов представления человека о мире является знание о цвете предметов, которые окружают его и влияют на настроение, эмоции и даже физическое самочувствие. Исследованием цвета занимаются ученые разных отраслей знания. Для лингвистов представляется интересным изучение цвета в языковой картине мира. Язык отображает ментальность народа, и фразеологизмы играют в этом не последнюю роль. Ученые нередко подчеркивали национальную уникальность фразеологических единиц (ФЕ), которая объясняется различиями в географических и климатических условиях, истории, традициях, обычаях, религии и системе ценностей конкретной нации.

Объект исследования – ФЕ с колоративами в русском и английском языках.

Предмет исследования – структура и семантика русских и английских фразеологических оборотов с колоративами.

Цель статьи – выявить универсальное и специфическое во фразеологических единицах с колоративом в русском и английском языках.

Одной из актуальных и вызывающих дискуссии тем современной лингвистики является сущность и категориальные признаки фразеологических единиц. Исследованием фразеологической системы занимались В.В. Виноградов, М.М. Копыленко, А.В. Кунин, В.М. Мокиенко, А.И. Молотков, А.Г. Назарян, В.Н. Телия, И.И. Чернышева и др.

А.В. Кунин придерживается широкого взгляда на фразеологические обороты и относит к ним все устойчивые сочетания слов с полностью либо частично переосмысленным и осложненным значением и раздельнооформленностью [4, с. 35]. В.Н. Телия отмечает,

что: 1) слова во ФЕ указывают на объект наименования только при общей реализации с ключевым словом; 2) знаковая полновесность ключевых и синсемантических слов теряется; 3) в слове, которое переосмысливается, образуются «добавочные», экспрессивные семы за счет актуализации микрокомпонентов «предшествующего» значения [7, с. 68].

Н. А. Завьялова определяет ФЕ как сочетания минимум двух словесных знаков, которые существуют в лексике языка на конкретном этапе ее эволюции и характеризуются номинативностью, раздельнооформленностью, коннотативностью, устойчивостью и идиоматичностью [3, с. 29].

На рубеже XIX–XX вв. в рамках физики появляется термин «картина мира», а в конце XX в. возникает лингвокультурология – наука на стыке лингвистики и культурологии, которая исследует проявление культуры, миропонимания и ментальности народа в языке. В ее основе лежит понятие «языковая картина мира» (ЯКМ). Изучением ЯКМ занимались В. Гумбольдт и его последователи, этнолингвисты Э. Сепир и Б. Уорф, отечественные лингвисты Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова, И.Б. Левот. Языковая картина мира – разновидность картины мира, отображение исторически сложившихся представлений о мире определенного языкового коллектива, «система интуитивных представлений о реальности» [6, с. 127].

Лингвокультурология рассматривает фразеологию с точки зрения отражения в ней ЯКМ. Слова, обозначающие цвет, – важная часть ЯКМ. Цветовой знак характерен для любой культуры, но в зависимости от этнического контекста, может иметь разный смысл. Традициями обусловлено и различие подходов к анализу психологического и символического значения цвета. Роль и место цвета в конкретной культуре влияет на эволюцию названий оттенков этого цвета. Все цветовые знаки формируют лингвоцветовую картину мира.

Культурантропологи П. Кэй и Б. Берлин в своей работе «Базовые термины для обозначения цветов: их универсальность и эволюция» вывели понятие фокусных,

первичных цветов. Их наименование не должно быть предметного происхождения (изумрудный, розовый) и должно обладать широкой сочетаемостью. Авторы пришли к заключению, что цвета кодируются в любом языке в определенном порядке, и стадии возникновения колоративов отображают ступени развития языков [1, с. 39]. Интересно предложение А. Вежицкой отыскать во внешней среде природные прототипы фокусных цветов: *белый – день, черный – ночь, синий – небо, красный – огонь, желтый – солнце, зеленый – флора, коричневый – земля* [2, с. 203].

Сравнивая колоративы в составе ФЕ, Н.А. Завьялова отмечает количественное сходство между английским и русским языками – 12 и 10 колоративов соответственно. По морфологическим признакам также прослеживается подобие: цветообозначениями являются качественные прилагательные.

Лингвоструктурная организация языков влияет на структурно-грамматическую организацию ФЕ. В английском языке это:

- наличие артиклей (определенного (the), неопределенного (a) либо нулевого): *to see the red light – предчувствовать опасность, a red light district – квартал публичных домов, blue blood – голубая кровь;*

- наличие только общего и притяжательного падежей в английских ФЕ: *king's blue – яркая кобальтовая синь;*

- отсутствие категории рода у имен существительных.

Во фразеологических оборотах русского языка можно отметить:

- выраженную падежную систему: *пустить красного петуха, зеленая скука, гореть синим пламенем;*

- частое использование краткой формы имен прилагательных: *на миру и смерть красна, черен мак, да бояре едят;*

- препозицию субстантива: *тоска зеленая.*

По структуре ФЕ с колоративом подразделяются на:

1. Фразеологизмы-словосочетания:

- субстантивные ФЕ, главный компонент которых – имя существительное: *голубая мечта, blue law;*

– адъективные ФЕ, где главным словом является имя прилагательное: *почерневший от злости, green with envy – позеленевший от зависти*;

– вербальные ФЕ, где стержневым словом выступает глагол: *света белого не видеть, to drink till all's blue – очень сильно напиться*;

## 2. Фразеологизмы-предложения.

В обоих сравниваемых языках имеются ФЕ со структурой простого предложения. Обычно они организованы по модели двусоставного предложения: *а черная коровка дает белое молочко, bride in green is ashamed to be seen – о девушке, которая много времени проводит с молодыми людьми на зеленых лугах*.

В сопоставляемых языках возможно выделить центр и периферию цветовосприятия. На основании численного критерия, и в русском, и в английском к центру возможно отнести пару черный-белый/ black-white, затем следует красный цвет. Эта цветовая триада была доминирующей у первобытных племен: они как бы составляют «цветовой архетип» человека. Учитывая ее архаичность, неудивительно, что белый, красный и черный все еще занимают центральную зону. После в русском языке идут зеленый, голубой, синий и желтый, а за ними, на дальней периферии, – серый, коричневый, розовый. В английском за red (красный) следуют green (зеленый) и blue (синий, голубой), а к дальней периферии относятся yellow (желтый), violet/purple (фиолетовый), pink (розовый), grey (серый), brown (коричневый), orange (оранжевый).

Черный цвет подавляюще действует на психику человека. Он вызывает следующие ассоциации: тьма, зло, тоска, потеря, грешность, смерть. ФЕ с колоративом «черный» в обоих языках называют:

– негативные характеристики явлений и предметов: *черная клевета, черный список, black despair – безысходное отчаяние*;

– положительные человеческие качества: *not as/so black as one/ it is painted – не так страшен черт, как его малюют*;

– отрицательные человеческие качества: *черное сердце*, *черная меланхолия*, *a black heart* – злой, *a black leg* – предатель;

– тяжелое время, полное лишений и испытаний: *на (про) черный день*, *black season* – тяжелый период, *black Tuesday (19.10.1987)* – Черный понедельник, день падения цен на Нью-Йоркской бирже;

– преступную, незаконную деятельность: *черный рынок*, *черный нал*, *black market* – нелегальная торговля, *black hole* – карцер;

– профессии: *черная работа*, *a black coat* – пренебр. *черная сутана*, *священник*;

– культура: *a black comedy, humour* – черная комедия, *черный юмор*;

– медицина: *черная смерть*, *the Black Death* – чума;

– природа: *черная дыра*, *черное золото* – нефть, *черная буря* – сильный сухой ветер, поднимающий пыль, *black ice* – непрочный лед, *black frost* – сильный мороз.

Белый цвет имеет более обширное ассоциативное поле, чем черный цвет: жизнь, свет, мир, духовность, чистота, болезнь, смерть.

– негативные характеристики явлений и предметов: *шито белыми нитками* – неловко, грубо;

– положительные человеческие качества: *белая душа* – чистая душа, *white-handed* – с хорошей репутацией, *a white knight* – неожиданный помощник;

– отрицательные человеческие качества: *белая ворона*, *white crow* – человек который выделяется из общества странным, необычным поведением, *the white feather* – трусливый, малодушный;

– благоприятное, счастливое время: *белая полоса* (в жизни) – счастливый этап в жизни, *white day*;

– профессии: *white meat* – сл. актриса;

– медицина: *белая горячка* – алкогольный психоз, *бредовое состояние и галлюцинации*, появляющиеся из-за длительного злоупотребления спиртными напитками; *надеть белые тапочки* – умереть, *white plague* (или *scourge*) – туберкулез;

– природа: *белые мухи – снег, white horses – барашки на воде*;

– политика и военное дело: *достать белый флаг, капитулировать – to hang out the white flag*.

Красный/ red. Этот цвет активно воздействует на сознание и подсознание человека. Он ассоциируется с кровью, огнем, радостью, любовью, войной, революцией, мужественностью, коммунизмом. В русском языке красный цвет также традиционно имеет значение «красивый», символизирует красоту, юность, чего в английском не наблюдается. Преимущественно красный цвет несет положительную символику.

– негативные характеристики явлений и предметов: *красный петух – пожар, to see the red light – предчувствовать опасность*;

– положительные человеческие качества: *красное словцо, красна девица, red blood – физическая сила, отвага*;

– отрицательные человеческие качества: *красна девица – ирон. в случае, если речь идет о застенчивом неловком молодом человеке, красный как рак (от стыда), как красная тряпка на быка, like a red rag to a bull – что-то раздражающее*.

– выходные дни и праздники: *красная суббота (день перед Пасхой), красный день календаря, a red letter day – праздник, выходной*;

– профессии: *красно-белые – футболисты и фанаты ФК «Спартак», red hat – кардинал*;

– природа: *красное солнышко*,

– политика и военное дело: *Красная армия – название Советской армии с 1918 по 1946 гг.*

Фразеологическим единицам с колоративом отводится видное место в русской и английской фразеосистемах. Специфика их структурно-грамматической организации обусловлена лингвоструктурной организацией языка, в котором они функционируют. В анализируемых языках возможно выделить центр и периферию цветовосприятия. Центральную зону занимает пара черный/ белый – black/white, далее располагается красный цвет / red.

Активное функционирование этой триады объясняется ее архаичностью. Прослеживаются и универсальные ассоциации и значения (черный – отрицательное, белый и красный – положительное), и такие, что обусловлены спецификой менталитета и историей нации.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Berlin, B., Kay, P. Basic Color Terms Text. / B. Berlin, P. Kay Berkley and Los Angeles: University of California Press, 1969. – 587 p.
2. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М. : Русские словари, 1997. – 450 с.
3. Завьялова Н. А. Фразеологические единицы с колоративным компонентом как составляющая дискурса повседневности Японии, Великобритании и России / Н. А. Завьялова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2011. – 320 с.
4. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка : учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – 2-е изд., перераб. – М. : Высш. шк. ; Дубна : Изд. центр «Феникс», 1996. – 381 с.
5. Маслова, В. А. Лингвокультурология : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – Москва : Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.
6. Руднев В. П. Словарь культуры XX в. М. : Аграф, 1999. – 298 с
7. Телия В. Н. Типы языковых значений: Связанное значение слова в языке. – М. : Наука, 1981. – 298 с.

### АННОТАЦИЯ

**Воеводина А. В. Фразеологические единицы с колоративом в русском и английском языках**

В статье рассматриваются фразеологические единицы с колоративом в русско-и-английском языках. Анализируются структурно-грамматические и семантические особенности фразеологических единиц с цветообозначением (на примере триады «черный – белый – красный»). Автор приходит к

выводу, что фразеологическим единицам с колоративом отводится значительное место в русской и английской фразеосистемах. Прослеживаются и универсальные ассоциации и значения (черный – отрицательное, белый и красный – положительное), и такие, что обусловлены спецификой менталитета и историей нации.

**Ключевые слова:** фразеологизм, колоратив, языковая картина мира, цветовая картина мира.

### **SUMMARY**

#### **Voyevodina A. V. Phraseological units with colour component in the Russian and English languages**

The article discusses phraseological units with colour component in the Russian and English languages. The structural-grammatical and semantic features of phraseological units with colour designation (for the triad “black – white – red”) are analysed. The author concludes that phraseological units with colour component have a significant place in the Russian and English phraseological systems. Both universal associations and meanings (black – negative, white and red – positive) and such meanings that are caused by the specificity of the mentality and history of the nation have also been investigated,

**Key words:** phraseological unit, colour, linguistic view of the world, colour view of the world.

Ю. Л. Дмитриева  
(г. Горловка, ДНР)

УДК 811.161.1

## СРЕДСТВА ОБЪЕКТИВАЦИИ КАТЕГОРИЙ ТЕМПОРАЛЬНОСТИ И ЛОКАТИВНОСТИ В ЦИКЛЕ «ОСЕННИЙ ВИХРЬ» С. ГОРОДЕЦКОГО

Термины *темпоральность* и *локативность* функционируют в научном аппарате исследований различных областей гуманитарных и естественных наук. Это обусловлено их универсальностью: человек воспринимает окружающий мир как ассимилированное и неосвоенное пространство, которое он занимает. А сам процесс жизнедеятельности тесно связан с представлением о времени и подчинён его законам.

В лингвистике анализируемые единицы метаязыка употребляются для номинирования как грамматических (см. работы В. В. Виноградова, Н. Ю. Шведовой, В. Н. Ярцевой, Е. В. Падучевой и др.), так и текстовых (см. исследования Н. С. Болотовой, Н. С. Валгиной, Н. А. Николиной, Л. Н. Федосеевой и др.), а также понятийных (см. труды А. В. Бондарко, Н. Н. Болдырева и т.д.) категорий. Однако в рамках лингвистики текста нет единой точки зрения как на определение терминосочетания *текстовая категория*, так и на трактование категорий темпоральности и локативности, что обуславливает актуальность нашего исследования.

*Целью работы* является описание средств экспликации категорий темпоральности и локативности в произведениях цикла «Осенний вихрь» С. Городецкого.

В исследованиях, посвящённых рассматриваемой проблеме, для обозначения анализируемых категорий используют также терминосочетания *категория времени* и *категория пространства*. Однако *категория времени* чаще указывает на грамматическую категорию, присущую глаголам и гибридным атрибутивным формам, а *категория пространства* соотносится с падежной

системой (в частности с предложным падежом, основным значением которого является обозначение места). В терминологических лингвистических словарях знаки *темпоральность* и *локативность* не зафиксированы. Это подтверждается поисковым запросом по словарям, расположенным на сайте <https://dic.academic.ru>: лексема *темпоральность* зафиксирована в стилистических энциклопедических словарях русского языка, а также в философском словаре; слово *локативность* в словарях сайта не найдено.

Рассматриваемые термины используются в работах по стилистике и лингвистике текста для обозначения текстовых категорий. Н. С. Болотнова под темпоральностью понимает категорию, отображающую соотношение содержания текста с временной осью, т.е. «реальной исторической перспективой действительности или ее преломлением» [1, с. 173]. По замечанию Н. С. Валгиной человек воспринимает время субъективно: оно может растягиваться или сжиматься. В художественном произведении мгновение изображается писателями как нечто длительное и наоборот. Поэтому исследователь считает целесообразным трактовать темпоральность, или художественное время, как «последовательность в описании событий, субъективно воспринимаемых» [2, с. 83]. Е. Н. Широкова, вслед за Д. С. Лихачевым, определяет рассматриваемую категорию как «само время, как оно воспроизводится и изображается в художественном произведении» [7, с. 6]. Таким образом, категория темпоральности отображает соотношение содержания текста с временной осью и специфику восприятия времени автором произведения.

В современных исследованиях в основу типологии категории темпоральности кладут представление о реальном (физическом) и перцептуальном (субъективном) времени, поэтому в тексте принято выделять диктумное, или объективное, и модусное, или субъективное, время [1, с. 173]. Кроме того, при анализе художественного текста говорят о художественном времени, которое, согласно Н. С. Валгиной, «осложнено еще и двуплановостью – это время повествования

и время события» [2, с. 84]. Так, в текстовом фрагменте *Вон береза золотится, / Зеленела не она ль? / В жёлтом золоте гнездится / Жизни тающей печаль. / Вон осина розовеет. / Не была ли зелена? / Каждый лист тоской хмелеет / Ветка каждая хмельна* [1] формы прошедшего времени постоянно чередуются с формами настоящего. Отдалённое событие описывается с помощью форм прошедшего времени (*зеленела, была*), а актуальное для автора и его лирического героя эксплицировано формами настоящего времени (*золотится, гнездится, розовеет, хмелеет*). Наряду с художественным временем исследователи выделяют сюжетное и фабульное время, время автора и время персонажей, бытовое и историческое время, личное и социальное время [5, с. 130].

Исследователи отмечают, что в целом при описании категории темпоральности важны два критерия. Во-первых, точка отсчёта, объективированная в анализируемом цикле с помощью личного местоимения *я*, употребляемого «при обозначении говорящим самого себя» [4] в момент речи. Во-вторых, языковые средства репрезентации времени. Так, в названии цикла «Осенний вихрь» адъективосенний указывает на пору года, описываемую в произведениях и во время которой происходят события цикла. Имя существительное *вихрь* также выражает представление о длительности. В языковом опыте этноса заимствовано значение «порывистое, стремительное круговое движение воздуха» [4]. Сема «стремительное движение» квалифицируется нами как указание на длительность обозначаемого действия, процесса. Также в названиях стихотворений цикла прослеживается построение временной оси, на которую нанизываются описываемые автором события: написание стихов, описание испытываемых чувств, встреча с любимой и т.д. Это «Вступление», «Вихрь», «Осень», «Пожар», «Горящий лес», «Огонь», «Обручение», «Закат», «Плен», «Поздняя осень». Во всех перечисленных названиях актуализировано представление о времени протекания действия, процесса. Необходимо отметить, что категория темпоральности в перечисленных названиях стихотворений цикла объективирована преимущественно именами существительными.

Однако данная категория может быть выражена с глагольных временных форм и предложно-падежных

конструкций. Так, глаголы *возникла, замедлила, утихла* в предложении *Вихрем огненным **возникла**, / Миг замедлила, утихла ...* [1] эксплицируют представление о времени совершения действий. Суффикс *-л-* является маркером форм прошедшего времени, т.е. указанием на то, что действие происходило до момента речи. В значении рассматриваемых слов зафиксирована сема «длительность, продолжительность во времени» называемого действия, процесса. Ср.: «Возникнуть – становиться видимым, появляться, показываться (обычно неожиданно, внезапно)» [4]; «Замедлить – делать более медленным» [4]; «Утихать – ослабевать в силе, в действии; прекращаться» [4]. Кроме того, в рассматриваемом предложении время объективировано и лексемой *миг*, называющей «очень короткий промежуток времени; мгновение» [4].

Следовательно, категория темпоральности объективируется в текстах цикла «Огненный вихрь» С. Городецкого с помощью лексических и грамматических средств.

На тесную связь данной категории с категорией локативности указывают Н. С. Болотнова, Н. С. Валгина, А. Н. Николина, И. Р. Гальперин и др. Вслед за Н. А. Николиной и Л. Н. Федосеевой под локативностью понимаем «пространственную организацию событий, неразрывно связанную с временной организацией произведения и системой пространственных образов текста» [5, с. 102]. Локативность квалифицируют как отражательную категорию: автор при моделировании мира произведения переносит в него хорошо известные параметры описания пространства.

Учёные выделяют объективное и субъективное, концептуальное и художественное пространство. Н. С. Болотнова приводит несколько типологий текстового пространства, разработанных исследователями. В их числе типология И. Я. Чернухиной, которая выделяет конкретное, трансформированное, абстрактное и обобщённое пространство [1, с. 179].

Н. А. Николина дифференцирует локативность на пространство автора и персонажа, открытое и закрытое,

расширяющееся и сужающееся, конкретное и абстрактное, реально видимое и воображаемое [5, с. 103–104].

Отметим, что категория темпоральности тесно связана с пространственным кодом культуры, поскольку авторами текстов пространство организуется в опоре на существующие культурные оппозиции «верх – низ», «право – лево», «север – юг», «запад – восток», «вперед – назад» и т.п. Ср.: *Как взлетают эти листья / К небесам пустым; / Как себя роняют листья / Вихрем золотым, – / Так стихи к тебе взлетают / Из моей глуши...* [1]; *Стрелы, сыплемые вихрем, / В небе светятся – не мне; / Листья, сорванные вихрем, / Вихрем падают ко мне* [1]; *Выше, выше, выше в синь, / В синеву своих пустынь!* [1]; *Мимо. Вдаль* [1]; *Только ветер тихокрылый / Вихри малые с земли / Подымает* [1]. В глаголах *взлетать*, *подымать* и *ронять*, *падать* объективировано направление движения «вверх» и «вниз». Ср.: «Взлетать – с силой, стремительно лететь вверх» [4]; «Подымать – придавать чему-либо более высокое положение» [4]; «Ронять – давать упасть» [4]; «Падать – перемещаться, лететь сверху вниз под действием собственной тяжести» [4]. Направление движения эксплицировано и словами *мимо*, т. е. «не останавливаясь, не задерживаясь» [4], и *вдаль*, т. е. «на далекое расстояние, далеко вперед, в отдалённое место» [4], а также формой сравнительной степени *выше*. Однако категория локативности в данных примерах объективирована и предположно-падежными конструкциями *к небесам*, *в небе*, *из глуши*. Они называют как место действия, так и репрезентируют культурную оппозицию «свой – чужой». Так, как «своя» идентифицируется лирическим героем глушь (использование падежной формы местоимения *моей*), а как «чужое», недостижимое, воспринимается пространство небес. Отметим, что на это указывает и использование формы множественного числа *небеса*, функционирующей также для указания на «пространство или – по религиозным представлениям – место пребывания Бога» [4].

С. Городецкий вводит в произведения имя собственное *Смугляна*, которое мы квалифицируем как маркер «чужого». Сам автор отмечает, что *Смугляна* является

дочерью фольклорной девы Зари: *Вот летит душа Смугляны, / Дочь последняя Зари* [1]. На принадлежность этого персонажа к миру «чужого» указывает употребление онима с лексемой *лик*, обозначающей «изображение лица святого» [4], и его описание. Ср.: *И Смугляны между терний / Лик скорбящий созерцал* [1]; *Лик Смугляны – это женский, / Это вечный женский лик, / В ком сокрыт огонь вселенский* [1]; *Лик Смугляны, лик Смугляны / Затемнит свои черты; / Закатится за туманы / Поднебесной высоты* [1]. Выделенные в примерах лексемы актуализируют представление о возвышенном, неземном.

Кроме того, локативность объективируется и с помощью имён существительных со значением «место». В предложении *Ты прошла по этим странам, / Ты зажгла моилеса; / Ты окутала туманом / Золотые небеса* [1] локативами выступают лексемы *страны, леса, небеса*, которые также эксплицируют представление литературного героя о культурном членении пространства на «свое» и «чужое». Однако если в славянской лингвокультуре лексема *лес* вербализует представление о зоне «чужого» (о чем мы говорили, см. [2]), то в произведении наоборот: местоимение *мой* указывает на отнесение пространства к «своему» для лирического героя, а форма *эти* выражает представление о «чужом». Лес воспринимается главным героем цикла как нечто близкое, родное. Это то пространство, которое позволяет достичь желанной воли. Ср.: *Вот порыв – и я на воле, / На сырой земле лежу. / Мчится вихрь в осеннем поле. / Вижу. Сердца не бужу. / Листья грудь мне осыпают...* [1]. Отметим, что за словом *воля* в языковом опыте этноса закреплено несколько значений: это и «свобода, независимость» [4], и «простор, раздолье» [4]. Соответственно, локативы *на земле, в поле* эксплицируют представление как о свободе, так и о ничем неограниченном пространстве.

Следовательно, категории темпоральности и локативности рассматриваются как текстовые категории. Существует несколько типологий темпоральности и локативности. Анализируемые категории объективируются

как лексическими, так и грамматическими средствами. В произведениях цикла «Осенний вихрь» С. Городецкого они тесно связаны и выражены с помощью имён существительных со значением времени и места, имени собственного *Смугляна*, а также финитных глагольных форм. Однако приведённое описание не является исчерпывающим, что обуславливает перспективу дальнейших исследований.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Болотова Н. С. Филологический анализ текста : учеб. пособие / Н. С. Болотова. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Флинта : Наука, 2007. – 520 с.
2. Валгина Н. С. Теория текста / Н. С. Валгина. – М. : Логос, 2003. – 173 с.
3. Дмитриева Ю. Л. Средства объективации черты «свой – чужой» в стихотворении «Смеретушка» С. Городецкого / Ю. Л. Дмитриева // Донецкие чтения 2018 : образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: Мат-лы III Междунар. науч. конф. (Донецк, 25 октября 2018 г.). – Том 4 : Филологические науки. Культура и искусство. Библиотечное дело / под общ. ред. проф. С. В. Беспаловой. – Донецк : Изд-во ДонНУ, 2018. – С. 21 – 23.
4. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный [Электронный ресурс] / Т. Ф. Ефремова. – М. : Русский язык, 2000. – Режим доступа : <https://www.efremova.info> (дата обращения: 20.11.2019).
5. Николина Н. А. Филологический анализ текста : учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Н. А. Николина. – М. : Академия, 2003. – 256 с.
6. Федосеева Л. Н. Локативность как одна из важнейших категорий русской лингвокультуры / Л. Н. Федосеева // Вестник РУДН, серия Лингвистика. – 2012. – № 2. – С. 43 – 51.
7. Широкова Е. Н. Текстовая категория «художественное время»: монография / Е. Н. Широкова. – Н. Новгород : НГПУ, 2012. – 97 с.

## ИЛЛЮСТРАТИВНЫЙ МАТЕРИАЛ

1. Городецкий С. М. Осенний вихрь // Избранные сочинения. Т. 1. Стихотворения [Электронный ресурс] / С.М. Городецкий. – М. : Художественная литература, 1987. – Режим доступа : <https://profilib.org/chtenie/26359/sergey-gorodetskiy-izbrannye-proizvedeniya-tom-1-lib-29.php> (дата обращения: 20.11.2019).

## АННОТАЦИЯ

**Дмитриева Ю. Л. Средства объективации категорий темпоральности и локативности в цикле «Осенний вихрь» С. Городецкого**

В статье рассматриваются две основные категории текста – темпоральность и локативность. Дается определение данных категорий, приводятся их типологии. Автором описываются средства объективации рассматриваемых категорий в текстах цикла «Осенний вихрь» С. Городецкого. Кроме того, в статье акцентируется внимание на связи анализируемых категорий с кодами культуры.

**Ключевые слова:** темпоральность, локативность, код культуры, грамматическое время, художественное время, текстовое пространство.

## SUMMARY

**Dmitrieva Ju. L. Means of objectification of categories of temporality and locativity in the cycle «Autumn vortex» by S. Gorodetsky**

The article considers two main categories of text – temporality and locativity. The definition of these categories is given, their typologies are introduced. The author describes the means of objectification of the categories in question in the texts of the cycle «Autumn vortex» by S. Gorodetsky. In addition, the article focuses on the relationship of the analysed categories with cultural codes.

**Key words:** temporality, locativity, cultural code, grammatical time, artistic time, text space.

*А. В. Емельяненко**(г. Донецк, ДНР)*

УДК 81-221

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РУССКИХ КОМИКСОВ

Те схемы анализа, которые мы находим в современных трудах по лингвистике текста (например, [3; 5; 6; 8 и т. д.]), безусловно, представляют большинство критериев, необходимых для получения исчерпывающей лингвистической характеристики исследуемых феноменов. Классические алгоритмы текстового анализа в полной мере отвечают запросам теоретиков лингвистики, однако практические потребности современного общества учтены не в полной мере: 1) не достаточно чётко определен арсенал невербальных средств текста, которые необходимо рассматривать во время лингвистического анализа; 2) в традиционных схемах анализа отсутствует характеристика оригинальности исследуемого текста (а проблема плагиата и борьбы с ним на сегодня все еще не находит окончательного решения).

В последнее время комикс как новый тип текста всё чаще обращает на себя внимание филологов [2; 4; 7; 9; 10 и проч.]. Однако в современном русском языкознании всё ещё не существует достаточно глубоких работ, посвященных именно русскому комиксу как объекту лингвистического анализа. Сказанное обуславливает **актуальность** исследуемой темы.

**Объектом** исследования является современный русский комикс, а **предметом** – параметры лингвистического анализа современного русского комикса. **Цель** работы – определить параметры лингвистического анализа комикса и создать оптимальный алгоритм исследования данного явления. Соответственно, необходимо решить такие задачи: 1) проанализировать квалификационные признаки комикса, которые могут быть заложены в основу схемы лингвистического анализа исследуемого явления;

2) определить последовательность этапов лингвистического анализа комикса; 3) провести анализ фактического материала для апробации предложенной схемы.

Классическая схема анализа учитывает разнообразные текстовые параметры. Например, Т. А. Ещенко в схеме целостного лингвистического анализа текста рассматривает такие характеристики: 1) тип текста (структурный, функционально-смысловое назначение, жанровая специфика и т. п.); 2) языковые средства выражения целостности текста; 3) средства выражения дискретности; 4) характеристика интеграции текста графическими средствами; 5) характеристика интеграции текста фонетическими средствами; 6) своеобразие интеграции текста лексическими средствами; 7) характеристика морфологических средств; 8) характеристика синтаксических средств; 9) характеристика категории связности текста; 10) реализация категории информативности в тексте; 11) выражение категорий адресантности / адресатности; 12) репрезентация категории референции; 13) специфика текстового континуума; 14) роль интертекстуальности анализируемого текста; 15) идея (концепт) текста; 16) логическая и языковая доминанты текста; 17) индивидуально-авторские языковые средства; 18) вывод про уместность языковых средств, несущих смысловую и экспрессивную нагрузку [5, с. 235–238].

Взяв за основу алгоритм Т. А. Ещенко, дополним его собственными модификациями. Во-первых, необходимостью является учёт функциональных характеристик невербального текстового кортежа. Это обусловлено возрастающей потребностью в генерации текстов с мощным аттрактивным потенциалом. Например, при подборе наполнения для сайтов контент-менеджеры стараются сопровождать тексты иллюстрациями, а также подбирать соответствующее шрифтовое оформление, т. к. именно визуальный компонент делает сайт более привлекательным при первичном ознакомлении. Т. А. Ещенко предлагает в четвертом пункте своей схемы

такой параметр как «характеристика интеграции текста графическими средствами», к которому она относит: а) пунктуационные средства (точка, знак вопроса, скобки и под.); б) печатные средства (фигурное расположение строк, разные шрифты и т. п.) [5, с. 235]. Мы же считаем необходимым расширить арсенал анализируемых невербальных средств: в) для устных текстов необходимо добавить такой параметр, как кинемы (мимика и жесты); г) для текстов, генерированных в Интернете, – аудиальные средства (сопровождающие вербальный компонент звуковые вложения, которые не являются его воспроизведением, но дополняют его – музыка, звуки природы и т. п.); д) гиперссылки как невербальный компонент креолизованного текста; е) пиктографические компоненты. Гиперссылки при необходимости могут быть проанализированы в девятом пункте – «характеристика категории связности текста» [5, с. 237]. Что касается иконических компонентов, то их анализ особенно важен при исследовании комиксов как текстов с полной креолизацией. Во-вторых, предлагаем расширить схему целостного лингвистического анализа таким параметром, как оригинальность текста. Ещё актуальнее, чем в XX в., перед нами стоит проблема защиты авторских прав. Учёт такого параметра, как оригинальность текста, помогает точнее определять художественную и научную ценность анализируемых лингвистических объектов. Отчасти этот параметр коррелирует с четырнадцатым пунктом алгоритма Т. А. Ещенко («роль интертекстуальности анализируемого текста»). Однако в данном случае автор больше сосредоточен на тех аспектах, которые являются синкретичными для лингвистического и литературоведческого анализа (цитаты, аллюзии, пародирование, жанровая связь текстов и т. п. [5, с. 237]). Но поскольку речь идет именно о лингвистическом анализе текста, то уместным будет наряду с параметром интертекстуальности анализировать и собственно оригинальность текста – тот аспект, который часто является ключевым при определении качества работы рерайтеров /

копирайтеров. Этот параметр влияет на оценку разных типов научных работ. Так, на специальном сайте «Антиплагиат», загрузив анализируемый файл, можно узнать процент оригинальности, заимствований, цитат [1]. Существует ряд аналогичных систем онлайн-проверки: <http://text.ru>, <http://www.content-watch.ru> и под. В-третьих, предлагаем убрать из схемы лингвистического анализа параметры, которые могут быть включены в схему литературоведческого анализа, а именно тринадцатый («специфика текстового континуума») и пятнадцатый («идея текста») пункты. В-четвертых, считаем необходимым анализировать логическую и языковую доминанты не отдельным пунктом, а в рамках других этапов анализа (анализ лексических, морфологических, синтаксических и прочих средств), т. е. предлагаем также убрать из схемы шестнадцатый пункт.

Попытаемся разработать отдельную схему анализа для комиксов. Помимо пунктов, которые включает предложенный выше алгоритм анализа текста, считаем целесообразным добавить такие параметры для анализа комикса, как реализация *языковой рефлексии* и *реализация категории интерактивности*. В зону языковой рефлексии можно отнести осознанный процесс отбора языковых единиц, который сам говорящий сопровождает толкованием мотивации включения тех или иных коммуникативных средств в генерируемый текст. Итак, уместным представляется рассмотрение таких параметров лингвистического анализа комикса: 1) тип текста: а) структурный тип (однокадровый или многокадровый комикс), б) стилистическая принадлежность; в) функционально-смысловое назначение текста (повествование / описание / рассуждение); 2) специфика реализации целостности текста; 3) средства выражения дискретности; 4) характеристика интеграции текста графическими средствами: а) пунктуационные средства; б) печатные средства; в) пиктографические знаки и символы; 5) характеристика интеграции текста фонетическими средствами; 6) своеобразие интеграции

текста лексическими средствами; 7) характеристика морфологических средств; 8) характеристика синтаксических средств; 9) специфика реализации категории связности текста; 10) специфика реализации категории информативности в тексте; 11) выражение категорий адресантности / адресатности; 12) специфика реализации категории референции; 13) специфика реализации интертекстуальности в анализируемом тексте; 14) оригинальность текста (оригинальный текст / адаптация / ремейк); 15) индивидуально-авторские языковые средства; 16) реализация языковой рефлексии; 17) реализация категории интерактивности; 18) вывод про уместность языковых средств, несущих смысловую и экспрессивную нагрузку. Данную схему лингвистического анализа мы применили для исследования собранного фактического материала.

В процессе исследования были проанализированы произведения И. Горюча, А. Гудима, А. Лемовой, Н. Машрумовой, О. Тищенко. Обработаны 653 креолизованных текста, в том числе 21 карикатура и 632 комикса. Карикатуры исследовались с целью найти параметры разграничения однокадровых комиксов с другими типами текстов. Весь фактический материал собран в сообществах соцсети «ВКонтакте», которые ведут сами авторы.

Прежде, чем перейдём непосредственно к анализу языкового материала, кратко опишем специфику творчества И. Горюча, А. Гудима, А. Лемовой, Н. Машрумовой и О. Тищенко. Творчеству И. Горюча свойственна особая интерактивность, поскольку художник в основном выполняет заказы поклонников, рисуя комиксы в обмен на взносы читателей в благотворительные фонды. Темы комиксов заранее предлагают участники сообщества «Уточка и Вселенная», что является своеобразной головоломкой для художника (работы сопровождаются пометками о том, по чьему заказу они создавались). Поклонники творчества И. Горюча заказывают как можно более эксцентричные темы, например: «Комикс

про поющего кита», «Про квадрат Малевича», «Что-нибудь с котами и драконами» и т. д. Художник выполняет подобные заказы, используя не только графические и пиктографические средства, но и обращаясь к разнообразным формам языковой игры.

А. Гудим – художник-иллюстратор из Москвы. Занимается созданием юмористических рисунков (сообщество «Gudim.»). Его ироничные работы довольно разнообразны по смыслу и концепции. Стиль этого автора узнаваем (векторная графика, лаконичность вербального компонента, характерные персонажи и т. д.).

А. Лемова – художница из Санкт-Петербурга (окончила Университет культуры и искусств, специальность «Компьютерный дизайн»). Свои работы размещает в сообществе «Настенькины комиксы». Темы комиксов – жизненные ситуации, с которыми часто сталкиваются молодые люди.

Н. Машрумова – художница-любительница, ведёт сообщество «Mushroomova». Главная героиня комиксов – антропоморфная кошка по имени Котечка, которая даёт читателям забавные советы о том, как справляться с разными жизненными задачами.

Творчество О. Тищенко, одного из ведущих дизайнеров Студии Артемия Лебедева, представлено не только в формате веб-комиксов: графические новеллы о коте, ведущем философские разговоры со своим хозяином, публиковались в 2008 г. Работы О. Тищенко относятся к жанру альтернативного комикса.

Проведенный нами анализ фактического материала позволяет сделать несколько выводов о специфике интеграции русских комиксов разнообразными языковыми средствами и об особенностях реализации основных текстово-дискурсивных категорий на уровне изучаемого типа текста.

1. Несмотря на преодоление функционально-стилистических ограничений в середине XX века, русские комиксы по большей части всё ещё представлены в художественном дискурсе. На втором месте по количеству

находятся комиксы публицистического стиля. Уникальным примером комикса-интервью является работа А. Лемовой, созданная специально для сайта «Логомашина». Этот комикс состоит из 8 кадров и иллюстрирует беседу художницы с интервьюером.

К публицистическим комиксам можно отнести не только комиксы-объявления, но и некоторую часть комиксов-афиш и навигационных постов или рисунков. Например, Н. Машурмова использует собственные комиксы, чтобы обратить внимание подписчиков на положительную динамику роста количества подписчиков сообщества (рисунок 1).



Рисунок 1. Н. Машурмова «20 тысяч»

У этой же художницы находим единственный во всем обработанном фактическом материале пример научно-популярных комиксов – серию рисунков «Немного весёлых фактов».

2. Современные русские комиксисты предпочитают создавать многокадровые комиксы: данный структурный тип составляет 90,7 % анализируемого материала, в то время, как однокадровых комиксов значительно меньше – 9,3 %. Примечательно, что у О. Тищенко встречаем такой авторский неологизм, как *монокомикс*. Сам автор интерпретирует его так: «Прежде чем мои сюжеты превратятся в графические истории, они некоторое время живут внутри головного мозга в виде своего рода облака слов. И в этот момент, когда эти слова конденсируются в конкретные фразы, их надо немедленно зафиксировать,

иначе они снова рассыпятся и соберутся в другом порядке или, что случается чаще, вытеснятся новой идеей. Иногда эти фразы превращаются в комиксы из одной картинки. Такие сюжеты я называю монокомиксами» (рисунок 2). Таким образом, понятие *монокомикс* не тождественно понятию *однокадровый комикс*: первый является особой разновидностью второго, а значит можно говорить об эволюционной цепочке *однокадровый комикс* – *монокомикс* – *многокадровый комикс*. Второй элемент цепочки отличается от первого тем, что сам автор осознает концептуальный потенциал определенного кадра для дальнейшего генерирования некоторой последовательности кадров, т. е. для создания многокадрового комикса.

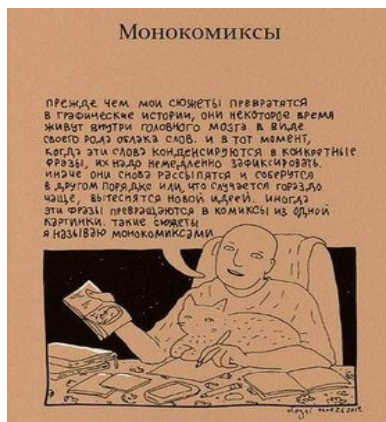


Рисунок 2. О. Тищенко «Монокомиксы»

Важно подчеркнуть отличие однокадрового комикса от карикатуры. Во-первых, комикс, как правило, воспроизводит не одну ситуацию, а несколько, пусть и в рамках одного рисунка. Во-вторых, персонажи и / или тема однокадрового комикса часто воспроизводятся и в других произведениях автора, т. е. комиксу в большинстве случаев свойственна серийность. В-третьих, как вспомогательный критерий разграничения комикса и карикатуры может выступать авторская идентификация типа текста.

3. Русским комиксам не характерны нарушения целостности и связности: в большинстве случаев изложение является полным и последовательным. Нарушения единичны и в основном мотивированы стремлением художника создать комический эффект либо актуализировать определенный смысл сообщения. Например, несколько комиксов И. Горюча, в которых визуальная и референционная целостность нарушены не случайно: в комиксе «Про путешествие носорога, пингвина и енота в Прибалтике» художник намеренно меняет манеру изображения для создания юмористического эффекта. В работе обыграна тема ухудшения качества контента (рисунок 3).



Рисунок 3. И. Горюч «Про путешествие носорога, пингвина и енота в Прибалтике»

Примечательно, что автор, нарушая визуальную и референционную целостность текста, сохраняет целостными вербальные и сюжетные составляющие.

4. Предпочтения комиксистов в использовании разнообразных вербальных и пиктографических средств не всегда совпадают: это обусловлено тем, что каждый автор создаёт собственный стиль повествования. К актуализации

смысла вербального компонента при помощи шрифтовых средств чаще прибегают И. Горюча, А. Гудим и О. Тищенко. Авторы используют курсив, жирный шрифт, цветовое выделение шрифта и т. п. В то же время А. Лемова и Н. Машурмова чаще обращаются к фигурному расположению строк.

5. Для русских комиксов не характерна интеграция текста разнообразными фонетическими средствами, что объясняется, скорее всего, тем, что рассматриваемый тип текста до сих пор сохраняет связь с низовым искусством.

6. Самый богатый арсенал индивидуально-авторских средств характерен не столько для однокадровых комиксов, сколько для многокадровых. Например, очень высок процент комиксов с окказионализмами в творчестве О. Тищенко (14 % от общего числа проанализированных работ автора): *непрокосмос*, *мельпоменовое*, *метропоездки*, *звездочётоток*, *«антивырастайка»*, *японистическое*, *кото-фоты*, *звёздосмотр* и т. д.

7. Вероятно, самым оригинальным и нестандартным форматом создания комиксов является интерактив – такая форма взаимодействия комиксиста и его читателей, когда последние принимают непосредственное участие в создании комикса (предлагают темы, заполняют лакуны в кадрах, дорисовывают определенные детали в рисунках и т. д.). Наибольшее количество интерактивных комиксов в исследуемом материале – это работы И. Горюча, однако ввиду того, что интерактивность его комиксов – следствие специфики организации творческого процесса, все проявления взаимодействия автора и читателя здесь сводятся к одному типу: читатель заказывает тему, над которой потом работает комиксист. Подобным образом работал и А. Гудим над серией комиксов «Подарки»: художник выполнял новогодние пожелания читателей, рисуя все то, о чем просили поклонники его творчества. Правда, среди работ А. Гудима, в отличие от И. Горюча, есть и комиксы с другим типом проявления интерактивности: в одном из постов своего сообщества автор предлагал читателям заполнить лакуну в комиксе из двух

кадров. Иначе проявляется категория интерактивности в работах остальных авторов: Н. Машрумова отвечает на вопросы читателей новыми комиксами, также создаёт серию комиксов-объявлений. В работах А. Лемовой единственным примером реализации интерактивности является презентация интервью в формате комикса (в таком случае художница творчески взаимодействует уже не с читателями, а с интервьюером). О. Тищенко не использует интерактивные комиксы в своём творчестве: жанр философской графической новеллы не предусматривает такой формы подачи материала.

Всё сказанное выше свидетельствует о высоком лингвокреативном, суггестивном и аттрактивном потенциале русских комиксов. Их происхождение, генетическая связь с лубком и карикатурой, нынешняя интеграция в интерактивную коммуникативную среду и прочие особенности делают этот тип текста уникальным. Потенциал анализируемого типа текста необычайно велик: комиксы могут выступать не только средством развлечения, но и внедряться в сферу рекламы, использоваться для образовательных целей, служить удобным форматом подачи информации для педагогов, писателей, художников, публицистов.

Введение новых параметров в классические схемы лингвистического анализа текста расширит филологический кругозор аспирантов и преподавателей, позволит углубить знания студентов в области прикладной лингвистики, а также поможет в будущем стать квалифицированными специалистами, способными отличить оригинальный текст от неоригинального, а при необходимости – защитить авторские права. Кроме того, расширение стандартной схемы лингвистического анализа позволяет разработать отдельный алгоритм для анализа такого нового типа креолизованного текста, как комикс.

Перспективу дальнейшего исследования мы видим в изучении нового фактического материала: традиции и специфика отечественного комикса всё еще продолжают

формироваться. Кроме анализа различных функций невербальных компонентов рассматриваемого типа текста, предметом дальнейших научных исследований могут стать классификации комиксов по различным признакам, типологии функций их вербальных и невербальных элементов, разные проявления текстово-дискурсивной категории интерактивности на уровне комикса и тому подобное.

### ЛИТЕРАТУРА

1. О системе «Антиплагиат» / АНТИПЛАГИАТ // – Режим доступа : <https://www.antiplagiat.ru/Page/About> (дата обращения : 01.05.2017).
2. Белова Т. М. Комиксы как средство выражения этнокультурных стереотипов / Т. М. Белова // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – Выпуск № 2–3 (62). – С. 132–136.
3. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : Наука, 1981. – 140 с.
4. Ейкалис Ю. А. Паралингвистические средства коммуникации в текстах современных немецкоязычных комиксов / Ю. А. Ейкалис // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2015. – Выпуск № 11 (186). – С. 135–141.
5. Єщенко Т. А. Лінгвістичний аналіз тексту : навчальний посібник / Т. А. Єщенко. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – 264 с.
6. Загнітко А. П. Лінгвістика тексту / А. П. Загнітко. – Донецьк : ДонНУ, 2006. – 289 с.
7. Криницына Е. С. Прагматика междометий в креолизованном тексте / Е. С. Криницына // *Lingua mobilis*. – 2014. – Выпуск № 3 (49). – С. 151–155.
8. Радзієвська Т. В. Текст як засіб комунікації / Т. В. Радзієвська. – К. : Наук. думка, 1993. – 192 с.
9. Саудов Р. Т. Прецедентные вербальные, визуальные и вербально-визуальные феномены в креолизованном тексте (на материале современного русского)

политического комикса) / Р. Т. Саудов // Политическая лингвистика. – 2013. – Выпуск № 4. – С. 221–229.

10. Семьян Т. Ф. Поэтика комикса-адаптации «Мастер и Маргарита» Р. Б. Танаева: визуальное vs. Вербальное / Т. Ф. Семьян, Л. А. Юдин // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия : Лингвистика. – 2014. – Вып. 4. – Т. 11. – С. 40–44.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Горюч Илья. Уточка и Вселенная [Электронный ресурс] / Илья Горюч // – Режим доступа : [https : // vk.com/duckanduniverse](https://vk.com/duckanduniverse) (дата обращения : 03.01.2017).
2. Гудим Антон. Gudim. [Электронный ресурс] / Антон Гудим // – Режим доступа : [https : //vk.com/gudim\\_public](https://vk.com/gudim_public) (дата обращения : 02.01.2017).
3. Лемова Анастасия. Настенькины Комиксы [Электронный ресурс] / Анастасия Лемова // – Режим доступа : [https : //vk.com/komks](https://vk.com/komks) (дата обращения : 03.01.2017).
4. Машрумова Анастасия. Mushroomova [Электронный ресурс] // – Режим доступа : [https : //vk.com/mushroomova](https://vk.com/mushroomova) (дата обращения : 02.01.2017).
5. Тищенко Олег. Кот и человек [Электронный ресурс] / Олег Тищенко // – Режим доступа : [https : //vk.com/kotichelovek](https://vk.com/kotichelovek) (дата обращения : 05.01.2017).

### АННОТАЦИЯ

**Емельяненко А. В. Лингвистический анализ русских комиксов**

Цель работы – определить параметры лингвистического анализа комикса и создать оптимальный алгоритм анализа данного явления. Автор анализирует квалификационные признаки комикса и определяет последовательность этапов лингвистического анализа этого типа текста. Для апробации предложенной схемы анализа проведен анализ фактического материала.

**Ключевые слова:** паралингвистика, текст, креолизация, лингвистический анализ текста, комикс.

## SUMMARY

### **Yemelyanenko A. V. Linguistic analysis of Russian comic strips**

The purpose of the work is to determine the parameters of the linguistic analysis of the comics and to create an optimal algorithm for analysing of this phenomenon. The author considers the qualifying features of the comics and determines the sequence of stages in the linguistic analysis of this type of text. To test the proposed analysis scheme an analysis of the actual material was carried out.

**Key words:** paralinguistics, text, creolization, linguistic analysis of the text, comics.

*М. Н. Ивахненко  
(г. Горловка, ДНР),  
К. С. Ковалевская  
(г. Горловка, ДНР)*

УДК 81'25:81'373.2:821(045)

**ПЕРЕВОД АНТРОПОЭТОНИМОВ  
В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ  
(НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА КЕНА ФОЛЛЕТТА  
«МИР БЕЗ КОНЦА»)**

Начало активному изучению литературной ономастики было положено сравнительно недавно – в шестидесятые годы XX века, а в первые десятилетия XXI века наблюдается повышение интереса к исследованию как функционирования антропонимов в художественном тексте, так и к их переводу. Стоит отметить, что довольно часто при переводе литературного произведения с одного языка на другой возникают существенные трудности в передаче поэтонимов. Эти проблемы нашли решение в лингвистических исследованиях как по теории перевода, так и по ономастике. Однако вопрос перевода англоязычных антропоэтонимов на русский язык остается актуальным для научного рассмотрения. Ввиду этого целью данной статьи выступает описание способов перевода имен собственных на материале романа современного валлийского писателя Кена Фоллетта «Мир без конца».

Проблема представления имени собственного в переводе рассматривается с точки зрения явления прецедентного, а также с позиций проблемы переводимости. Перевод, направленный прежде всего на понимание текста, призван учитывать культурный фон, стоящий за текстом, с одной стороны, и сформированный в сознании предполагаемого читателя, с другой. Текст как более или менее прецедентное для определенной культуры явление делает собственное имя узнаваемым, добавляет к его общеязыковым коннотациям частные, связанные с конкретным литературным произведением и его системой образов.

Выбор стратегии использования того или иного способа представления онима в значительной степени является решением конкретного переводчика. Закономерности выбора переводческих решений связаны с особенностями существующей в принимающем языке традиции литературного перевода, с состоянием и вектором ее развития. Транскрипция и транслитерация в настоящее время являются количественно преобладающими способами при передаче онимов в художественном тексте на русский язык. Возможный отказ переводчика от транскрипции может быть связан, кроме влияния сложившейся традиции написания имени собственного, также со стремлением к воспроизведению внутренней формы онима в принимающем языке или круга ассоциаций для принимающей культуры (в этом случае переводчики прибегают к способам калькирования или эквивалентной замены имен собственных) [4, с. 8-9].

На протяжении длительного времени при анализе собственных имен в художественной литературе и персонификации художественного образа исследователи употребляли термины «имя» или «собственное имя». Применительно к художественным текстам они конкретизировались: имя действующего лица, имя литературного персонажа, имя персонажа. Продолжительное время доминирующим термином для обозначения собственных имен в художественном тексте был термин «литературный антропоним», указывающий на «все без исключения личные собственные имена, именующие персонажей» [8, с. 152]. Термин «поэтоним», введенный В. М. Калинкиным, обозначает имя собственное в художественном произведении, а также отражает и другие существенные моменты, такие как (вторичность), отнесенность к речи, подвижность семантики и т.д. Узкое толкование термина «поэтика онима» или «поэтонима» позволяет ограничить пределы этого понятия материалом художественных текстов, наиболее концентрированно и разносторонне представляющих исследуемое явление [5, с. 73, 121].

В свое время М. В. Карпенко под литературными антропонимами понимала только собственные имена, созданные самим автором. Исследователь исключала собственные имена реальных исторических лиц, используемых в художественных произведениях в качестве личных имен персонажей [6, с. 24]. Вскоре это ограничение было снято. Литературными антропонимами стали называть все имена собственные при номинации персонифицированных художественных образов. Соответственно при анализе в художественном тексте топонимов, зоонимов стали употреблять термины «литературный топоним», «литературный зооним» и т.д. В этом случае необходим был универсальный термин, соотносимый со всеми разрядами имен собственных в художественном тексте. Для поэтической ономастики таким термином стал «поэтоним». Этот термин литературоведы уже использовали для обозначения условных экзотических, мифологических, а именно наделенных определенным поэтическим смыслом собственных имен [9, с. 30].

Собственные имена, в особенности антропонимы, «в подавляющем большинстве случаев обладают национально-языковой принадлежностью» [3, с. 20], являются «носителями национального колорита» [2, с. 269].

В переводоведении выработаны общие принципы передачи слов различных ономастических классов, однако нет единого подхода к классификации разных случаев трансляции имен собственных. Так, Л. С. Бархударов отмечает, что семантические соответствия двух языков можно свести к трем основным типам: 1) полное соответствие, 2) частичное соответствие и 3) отсутствие соответствия [1, с. 74].

Особенность имен, в отличие от многих заимствованных иностранных слов, состоит в том, что при передаче их на другом языке они в основном сохраняют свой первоначальный звуковой облик. Причина этого заключается в специфике семантической структуры собственного имени. При передаче имен собственных первостепенную

важность принимает звуковая оболочка. Это происходит потому, что они обозначают индивидуальные объекты непосредственно, минуя ступень представления или общего понятия (референта). На сегодняшний день существуют следующие методы перевода имен собственных: транслитерация, транскрипция, калькирование.

Транслитерация представляет собой точную передачу знаков одной письменности знаками другой письменности, при которой каждый знак (или последовательность знаков) одной системы письма передается одним и тем же знаком (или последовательностью знаков) другой системы письма [8, с. 176].

В случае если транслитерация невозможна или если целью является не передача написания слова, а его звучание, приходится использовать частичную или практическую транскрипцию. Словарь Брокгауза и Ефрона толкует транскрипцию как письменное изображение звуков и форм известного языка, обладающего или не обладающего собственной системой письма, при помощи письменной системы, обычно данному языку не свойственной и принадлежащей какому-нибудь другому языку или же вполне искусственной [11].

Еще одним способом перевода является калькирование – способ перевода лексической единицы оригинала путем замены ее составных частей – морфем или слов (в случае устойчивых словосочетаний) их лексическими соответствиями в языке перевода [7, с. 253]. Зачастую калькирование сопровождается различными трансформациями (грамматическими, морфологическими и т. д.). В первую очередь это касается изменения количества слов в словосочетании, порядка слов и т. д. Безусловно, этот способ перевода сочетается с другими – транслитерацией и транскрипцией. Этот метод используют в тех случаях, когда транслитерация или транскрипция невозможны в чистом виде.

Рассмотрим различные способы перевода антропонимов на материале романа Кена Фоллетта «Мир без конца». При переводе имени персонажа

*Gwenda* – Гвенда переводчик использует прием транслитерации, таким образом не искажая поэтоним: «*Her mother lay next to her, and Gwenda could tell, by the warm milky smell, that Ma was feeding the new baby, who did not yet have a name*» [12, с. 5]. – «Рядом на полу длинного каменного здания – госпиталя Кингсбриджского аббатства, – на соломенном тюфяке лежит мать, и по теплomu молочному запаху Гвенда поняла, что она кормит младенца, у которого еще даже нет имени» [10, с. 6]. Еще одно имя персонажа романа *Philemon* – Филемон передано с помощью транскрибирования: «*Beside Ma was Pa, and next to him Gwenda's older brother, Philemon, who was twelve*» [12, с. 5]. – «Рядом с матерью улегся отец, а около него – двенадцатилетний брат Филемон» [10, с. 6]. В данном примере «*She studied his face in the shifting light of the flame and recognized him as Brother Godwyn*» [12, с. 6]. – «Девочка присмотрелась и в мерцающем свете узнала молодого красивого брата Годвина, который ночью ласково беседовал с Филемоном» [10, с. 7] переводчик снова использует прием транслитерации для передачи имени одного из персонажей *Godwyn* – Годвин. В романе мы снова встречаем использование приема транскрибирования (при переводе имени *Samuel* – Сэмюэл) и приема транслитерации (при переводе имени *Wulfric* – Вулффрик): «*Beside Gwenda was another family from her village: Samuel, a prosperous peasant with a large landholding, and his wife and two sons, the younger of whom, Wulfric, was an annoying six-year-old who thought that throwing a corns at girls then running away was the funniest thing in the world*» [12, с. 6]. – «Рядом с Гвендой расположились односельчане: державший большой участок земли зажиточный крестьянин Сэмюэл с женой и двумя сыновьями. Младший, шестилетний Вулффрик, изводил соседку, как мог, считая, что веселее всего на свете кидаться в девчонок желудями и удирать» [10, с. 7]. При переводе имен *Sir Gerald* – сэр Джеральд и *Lady Maud* – леди Мод использовал прием калькирования и транскрибирования: «*As Gwenda scrutinized them, Brother Godwyn nodded respectfully and said: «Good morning, Sir*

*Gerald, Lady Maud»* [12, с. 7]. – «*Девочка во все глаза рассматривала их, когда брат Годвин учтиво поклонился благородному семейству: – Доброе утро, сэр Джеральд, леди Мод»* [10, с. 8]. При переводе настоящего имени сына главных героев романа *Holger* – *Хольгер* переводчик воспользовался приемом транслитерации: «*Philemon's name was really Holger»* [12, с. 8]. – «*Вообще-то Филемона звали Хольгер»* [10, с. 9]. В данном примере: «*Gwenda half expected to see Hop waiting outside, but he was not there»* [12, с. 8]. – «*Гвенда почти не сомневалась, что на улице ее ждет Хоп, но его не было»* [10, с. 9] при переводе имени *Hop* – *Хоп* переводчик использовал прием транслитерации. При переводе антропонима *Anthony* – *Антоний* переводчик использовал прием транскрибирования, для того чтобы адаптировать поэтоним для русскоязычной аудитории: «*A tall, good-looking monk stepped up to the altar, and Gwenda recognized him as Anthony, the prior of Kingsbridge»* [12, с. 10]. – «*Высокий красивый монах подошел к алтарю, и Гвенда узнала аббата Кингсбриджа Антония»* [10, с. 10].

Имя персонажа – одно из средств, создающих художественный образ, оно может характеризовать социальную принадлежность, передавать культурные особенности персонажа. В художественном произведении имена собственные – это неотъемлемый элемент стиля, без сопоставления с которым нельзя их использовать. Исследовав ономастическое пространство романа Кена Фоллетта «Мир без конца» и его перевод на русский язык, можно сделать вывод, что переводчик чаще всего использует прием транслитерации, возможно, для того чтобы максимально точно передать антропонимы различного происхождения.

Несомненно, на способ передачи ономастических единиц средствами другого языка значительное влияние оказывает «фактор задачи переводчика», и в зависимости от конечной цели, переводное произведение может представлять собой как точный перевод вплоть до подстрочника, так и вольный, авторизованный, граничащий с пересказами и переработками. Имя персонажа неразрывно связано с произведением в целом, равно как и с языком и с национальной культурой. При

передаче собственных имен, особенно антропонимов, переводчику нужно обязательно учитывать их национальный колорит и пытаться по возможности сохранить его.

Таким образом, выбор способа передачи ономастической единицы при переводе с одного языка на другой зависит от характера переводческой традиции в той или иной культуре. В целом он представляется обусловленным целым рядом факторов, наиболее важными из которых являются жанр переводимого произведения и его место в культуре оригинала и культуре перевода, индивидуальное творческое решение переводчика, а также характер переводческой традиции и степень ее оформленности в той или иной культуре.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода / Л. С. Бархударов. – 2-е изд. – Москва : Изд-во ЛКИ, 2008. – 235 с.
2. Виноградов В. С. Введение в переводоведение [общие и лексические вопросы] / В. С. Виноградов. – М. : Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
3. Ермолович Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур / Д. И. Ермолович. – М. : Р. Валент, 2001. – 200 с.
4. Заболотная С. А. Особенности передачи имен собственных при переводе русских художественных текстов на южнославянские и западнославянские языки [Электронный ресурс]: Автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.03. – М., 2017. – 19 с. – Режим доступа : <https://www.dissercat.com/content/osobennosti-peredachi-imen-sobstvennykh-pri-perevode-russkikh-khudozhestvennykh-tekstov-na-y>
5. Калинин В. М. Поэтика онима / В. М. Калинин. – М. : Донецкий гос. ун-т. – Донецк : Юго-Восток, 1999. – 408 с.
6. Карпенко М. В. Русская антропонимика. Конспект лекций спецкурса / М. В. Карпенко. – Одесса, 1970. – 43 с.
7. Комиссаров В. Н. Теория перевода [лингвистические аспекты]: Учебник для институтов и факультетов иностранных языков / В. Н. Комиссаров – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.

8. Силаева Г. А. О содержании понятия «литературный антропоним» / Г. А. Силаева. – М. : Русская ономастика, 1977. – 200 с.
9. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – М. : Наука, 1973. – 366 с.
10. Фоллетт Кен. Мир без конца: [роман] / Кен Фоллетт. – Москва : Издательство АСТ, 1989. – 924 с.
11. Энциклопедический словарь / Под ред. И. Е. Андреевского, К. К. Арсеньева, Ф. Ф. Петрушевского; Изд. Ф. А. Брокгауз [Лейпциг], И. А. Ефрон [Санкт-Петербург]. – СПб. : Семеновская Типо-Литография И. А. Ефрона, 1890-1907. – Т. 1-41А [1-82], доп. 1-2А [1-4].
12. Follett K. World Without End [Электронный ресурс] / K. Follett. – Режим доступа : [http://royallib.ru/book/follett\\_ken/World\\_Without\\_End.html](http://royallib.ru/book/follett_ken/World_Without_End.html)

### АННОТАЦИЯ

**Ивахненко М. Н., Ковалевская К. С. Перевод антропоэтонимов в художественной литературе (на материале романа Кена Фоллетта «Мир без конца»)**

Статья посвящена актуальной теме изучения имен собственных в художественном произведении и проблеме их перевода. Авторы систематизируют и обобщают способы передачи антропоэтонимов в художественном тексте. Исследование проводится на материале романа Кена Фоллетта «Мир без конца» и его перевода с английского языка на русский.

**Ключевые слова:** имя собственное, поэтоним, антропоэтоним, способы перевода, ономастика.

### SUMMARY

**Ivakhnenko M. N., Kovalevskaya K. S. Translation of anthropoetonyms in fiction (based on the novel «World without End» by Ken Follett)**

The research paper is devoted to the topical issue of proper names investigation in literary texts and their translation. The ways are systematized to render anthropoetonyms in a literary

text. The research is based on the novel «World without End» by Ken Follett and its translation from English into Russian.

**Key words:** proper name, poetonym, anthropoetonym, ways of translation, onomatology.

*М. Н. Ивахненко  
(г. Горловка, ДНР),  
М. В. Котлярова  
(г. Горловка, ДНР)*

УДК 81'25:821.111(045)

### **ЯЗЫКОВОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОСТИ И СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ЭМОТИВНЫХ ЕДИНИЦ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ДЖ. К. РОУЛИНГ «ГАРРИ ПОТТЕР И ФИЛОСОФСКИЙ КАМЕНЬ»)**

Эмоции – неотъемлемая часть человеческой жизни. Они отражают субъективное отношение личности к объективной реальности: к людям, окружающим ее, к событиям, происходящим с ней, и к ее собственным действиям. Природа эмоций необъяснима, разные люди могут различным образом реагировать на одно и то же событие и воспринимать одно и то же явление. Соответственно, эмоции приобретают социальную реальность и социальную значимость лишь в том случае, если они выражаются в той или иной форме: проявляются в жестах и мимике, прослеживаются в поведении или манифестируются в речи. Именно вербализация эмоций считается универсальным способом их актуализации.

За последние десятилетия изучение эмоций как одной из форм отражения действительности стало представлять собой интерес как для зарубежных, так и для отечественных лингвистов. Это прежде всего связано с антропоцентрической лингвистической парадигмой, диктующей необходимость изучения языковых средств эмотивной составляющей в связи с неотделимостью

эмоциональных и психических процессов, обеспечивающих полноценную жизнедеятельность человека. В наши дни тенденция исследования эмоционально окрашенной лексики в контексте художественного произведения и его перевода приобретает большую актуальность. Это связано с ее функционально-эстетической ценностью в художественном тексте, что многократно в своих работах отмечали ученые Арутюнова Н. Д., Арутюнян, А. Р. Виноградов В. В., Катермина В. В., Ярцева В. Н. и многие другие. Именно благодаря актуальности изучаемой проблемы в XX веке сформировалась наука, получившая название «лингвистика эмоций» или «эмотиология».

Эмотиология проводит разграничение между понятиями «эмоциональность» и «эмотивность»: первое принадлежит к терминологическому аппарату психологии, последнее – к терминологическому аппарату лингвистики. Однако в рамках эмотиологии на сегодняшний день не существует единого определения эмотивности.

Шаховский В. И. описывает эмотивность как «имманентно присущее языку семантическое свойство выражать системой своих средств эмоциональность как факт психики» [10, с. 24]. Пиотровская Л. А., в свою очередь, под эмотивностью понимает «своего рода функцию языковых единиц выражать эмоциональное отношение говорящего к объективной действительности» [5, с. 42]. На наш взгляд, определение Пиотровской Л. А. точнее отражает особенности эмотивности, и именно эта дефиниция используется нами в рамках настоящей работы.

Ввиду того, что эмоционально-оценочный компонент может передаваться любым словом, проблема его перевода имеет лексический характер, а ее решением является использование специальных переводческих преобразований, т.н. трансформаций. На сегодняшний день существует большое количество типологий переводческих трансформаций, предложенных различными лингвистами, к числу которых относятся Бархударов Л. С., Виноградов В. В., Комиссаров В. Н., Латышев Л. К., Федоров А. В. и другие.

Родоначальником переводческих трансформаций считается Рецкер Я. И., который в 1950 году в своей работе «О закономерных соответствиях при переводе на родной язык» изложил теорию закономерных соответствий, где объясняются основные приемы работы переводчика. Эта теория легла в основу исследований Бархударова Л. С., Латышева Л. К. и Федорова А. В. Некоторые элементы теории Рецкера Я. И. использовал в своей теории эквивалентности Комиссаров В. Н.

Рецкер Я. И. делит весь пласт переводческих трансформаций на грамматические и лексические. К первой группе он относит замену частей речи и замену членов предложений; к категории лексических трансформаций автор относит: дифференциацию, конкретизацию, генерализацию, смысловое развитие, антонимический перевод и компенсацию [6, с. 72-84].

Позднее Федоров А. В. в своем «Введении в переводоведение» несколько видоизменит типологию, предложенную Рецкером Я. И. Так, к грамматическим трансформациям помимо замены частей речи и членов предложения Федоров А. В. относит антонимический перевод, компенсацию и описательный перевод, а в категорию лексико-семантических трансформаций, по его мнению, входят модуляция, генерализация и конкретизация [9, с. 24-27].

Еще одной общеизвестной классификацией переводческих трансформаций является типология Комиссарова В. Н., в которой ученый выделяет группу лексических, грамматических и комплексных трансформаций. К первым он относит транслитерацию, транскрипцию, кальку, модуляцию, конкретизацию и генерализацию. Грамматическими преобразованиями ученый считает дословный перевод, грамматические замены и членение предложений, а комплексными – экспликацию, антонимический перевод и компенсацию [4, с. 171-186].

В своей теории переводческих трансформаций, обоснованной в исследовании «Язык и перевод»,

Бархударов Л. С. выделяет 4 вида трансформаций: перестановки, замены, добавления, опущения [9, с. 190].

Под перестановкой Бархударов Л. С. понимает «изменение расположения (порядка следования) языковых элементов в тексте перевода по сравнению с текстом подлинника» [2, с. 190]. Зачастую перестановки используются вместе с различными лексическими и грамматическими заменами, реже – самостоятельно. Необходимо отметить, что перестановка является обязательной в переводе, как в паре языков английский/русский, так и в паре русский/английский. Эта необходимость прежде всего обусловлена различной структурой языков, в частности, разным порядком слов и расположением темы и ремы.

Для изучения эмоционально-окрашенной лексики на материале произведений британских авторов нами было принято решение использовать именно классификацию Бархударова Л. С., поскольку именно она, на наш взгляд, позволяет в полной мере проанализировать исследуемый материал. Так, оригинальное английское предложение “*He found it a lot harder to concentrate on drills that afternoon*” [11, с. 2], в переводе Оранского И. В. на русский язык звучит как «*После похода за пончиком мистеру Дурслю было куда сложнее сосредоточиться на дрелях*» [7, с. 8]. Здесь наряду с перестановкой мы можем наблюдать один из видов лексической замены – модуляцию, предполагающую замену слова или словосочетания исходного языка единицей языка перевода, значение которой логически выводится из значения исходной единицы.

Замены по Бархударову Л. С. могут быть грамматическими и лексическими.

К грамматическим он относит:

а) замены форм слова: “*Lights clicked on upstairs and to his horror Harry realized that the big, squashy something had been his uncle’s face*” [11, с. 15] – «*Наверху зажегся свет, и Гарри с ужасом увидел, что этим большим и мягким было лицо дяди Вернона*» [7, с. 53]. Так, английское существительное множественного числа «lights» было

переведено на русский как «свет». Замена множественного числа единственным или наоборот наряду с заменами временной формы глагола являются самыми частыми примерами данной грамматической трансформации.

б) замена членов предложения: *“Mr. Dursley might have been drifting into an uneasy sleep, but the cat on the wall outside was showing no sign of sleepiness”* [11, с. 3] – «Долгожданный и беспокойный сон уже принял в свои объятия мистера Дурсля, а сидевшая на его заборе кошка спать совершенно не собиралась» [7, с. 13]. Подлежащее в оригинальном английском предложении “Mr. Dursley” в переводе было передано в качестве прямого дополнения, а оригинальное дополнение “sleep” в переводе на русский стало играть роль подлежащего: «сон принял в объятия мистера Дурсля».

К грамматическим трансформациям также относятся различные синтаксические замены в сложном предложении. Одним из видов этой трансформации является так называемая интеграция – объединение двух и больше предложений в одно: *“Shooting stars all over Britain? Owls flying by daylight? Mysterious people in cloaks all over the place? And a whisper, a whisper about the Potters...?”* [11, с. 3] – «Падающие звезды, совы среди бела дня, странные люди в мантиях и еще непонятное перешептывание по поводу этих Поттеров...» [7, с. 11]. Часто данную трансформацию используют во избежание повторения схожих конструкций при переводе, в случаях, когда это стилистически не обусловлено.

К лексическим заменам Бархударов Л. С. относит уже рассмотренную нами ранее модуляцию, а также генерализацию и конкретизацию. «Конкретизацией называется замена слова или словосочетания исходного языка с более широким референциальным значением словом или словосочетанием переводящего языка с более узким значением» [9, с. 209]. Ярким примером конкретизации в исследуемом романе может послужить перевод следующего предложения: *“«Get the mail, Dudley,» said Uncle Vernon from behind his paper”* [11, с. 12] –

«Принеси почту, Дадли, – буркнул дядя Вернон из-за газеты» [7, с. 44]. Здесь английский глагол “say” с более широким значением был передан на русский язык глаголом «буркнуть» с более узким значением «невнятно говорить, ворчать».

Очень часто при переводе художественных произведений переводчиками используются антонимический перевод: “*The Dursleys had a small son called Dudley and in their opinion there was no finer boy anywhere*” [11, с. 1] – «У мистера и миссис Дурсль был маленький сын по имени Дадли, и, по их мнению, он был самым чудесным ребенком на свете» [7, с. 3], различные добавления: “*People are being downright careless, out on the streets in broad daylight, not even dressed in Muggle clothes, swapping rumors*” [11, с. 6] – «Наши люди ведут себя абсолютно безрассудно, они появляются на улицах среди бела дня, собираются в толпы, обмениваются слухами. И при этом им даже не приходится в голову одеться, как маглы» [7, с. 15] и опущения: “*Only because you’re too – well – noble to use them*” [11, с. 4] – «Только потому, что вы слишком... слишком благородны для того, чтобы использовать эти силы» [7, с. 12]. Последние являются наиболее используемыми при переводе эмоционально окрашенной лексики. Связано это, прежде всего, с расхождениями прагматических значений в разных языках. Сталкиваясь с такой проблемой, переводчик зачастую заменяет эмоционально окрашенную лексику нейтральной, в результате чего теряется коннотативный оттенок значения.

Таким образом, так как эмотивная лексика зачастую используется автором в качестве художественного метода воздействия на реципиента, задачей переводчика при выполнении адекватного художественного перевода литературного произведения является наиболее полно передать оценочную коннотацию и воссоздать в переводе достаточный коммуникативный эффект оригинала. Для этого в его распоряжении имеются различные переводческие трансформации, с помощью которых возможно добиться необходимой степени реализации эмотивных единиц при переводе.

---

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Арутюнян А. Р. Экспрессия в художественном тексте [Электронный ресурс] / А. Р. Арутюнян // Пятигорский государственный университет. Университетские чтения : [сайт]. – 2008. – Режим доступа : [https://www.pglu.ru/upload/iblock/899/uch\\_2008\\_v\\_00028.pdf](https://www.pglu.ru/upload/iblock/899/uch_2008_v_00028.pdf).
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории перевода / Л. С. Бархударов. – М., 1975. – 239 с.
3. Катермина В. В. Эмоции в художественном тексте / В. В. Катермина // Иностранные языки: лингвистические и методические аспекты: Сборник научных трудов. – Вып. 32. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2015. – С. 134-140.
4. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.
5. Пиотровская Л. А. Эмотивность как языковая категория / Л. А. Пиотровская // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 1993. – Серия 2. Вып. 2. – С. 42.
6. Пospelов Н. С. Учение о частях речи в русской грамматической традиции / Н. С. Пospelов. – М., 1954. – 36 с.
7. Роулинг Дж. К. Гарри Поттер и Философский камень: Роман / Пер. с англ. И. В. Оранского. – М. : ЗАО «РОСМЭН-ПРЕСС», 2006. – 399 с.
8. Сдобников В. В. Теория перевода : [учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков] / В. В. Сдобников, О. В. Петрова. – М. : АСТ : Восток-Запад, 2007. – 448 с. – (Лингвистика и межкультурная коммуникация: золотая серия).
9. Ученова В. В. Гносеологические проблемы публицистики / В. В. Ученова. – М. : Изд-во МГУ, 1971. – 147 с.
10. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В. И. Шаховский. – Воронеж, 1987. – 181 с.
11. Rowling J. K. Harry Potter and the Sorcerer's Stone / Joanne Kathleen Rowling. – London : Bloomsbury, 1997. – 223 p.

## АННОТАЦИЯ

**Ивахненко М. Н., Котлярова М. В. Языковое воплощение эмоциональности и способы перевода эмотивных единиц (на материале произведения Дж. К. Роулинг «Гарри Поттер и Философский камень»)**

В статье рассматривается вопрос языкового воплощения эмоциональности в художественном тексте и способы перевода эмотивных единиц на материале произведения Дж. К. Роулинг «Гарри Поттер и Философский камень». Авторы доказывают, что задача переводчика при выполнении адекватного художественного перевода литературного произведения – наиболее полно передать оценочную коннотацию и воссоздать в переводе достаточный коммуникативный эффект оригинала.

**Ключевые слова:** оценочная лексика, эмоциональная лексика, переводческие трансформации, литературный перевод, художественный текст.

## SUMMARY

**Ivakhnenko M. N., Kotlyarova M. V. Linguistic expression of emotionality and methods of emotive units translation (on a practical example of the novel «Harry Potter and the Philosopher's Stone» by J. K. Rowling)**

The article explores the linguistic expression of emotionality and ways of emotive units translating on the practical example of J. K. Rowling's novel «Harry Potter and the Philosopher's Stone». The authors prove that the task of any translator while performing an adequate literary translation of a literary work is to fully convey an estimated connotation and recreate a sufficient communicative effect of the original in the translation.

**Key words:** evaluative vocabulary, emotional vocabulary, translation transformations, literary translation, literary text.

*Н. В. Лешикова*  
(г. Горловка, ДНР)

УДК 811.161.1

## КОММУНИКАТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРАВОСЛАВНОЙ ПРОПОВЕДИ

Коммуникативная цель православной проповеди – это утверждение в вере всех участников коммуникации, она достигается путем публичной демонстрации священником церковных взглядов, призывом к исполнению заповедей Евангелия. Реализация специальных целей православной проповеди зависит от степени конфессиологизации аудитории и конкретных установок священника. Если аудитория неоднородна по степени религиозной образованности, веры и непредсказуемая, достижение этих целей является не результатом комплексного целеполагания священника, а следствием дифференцированного восприятия прихожан. Коммуникативное пространство проповеди обусловлено православной теологической картиной мира, включающей представление о вечной жизни и о единстве земной и небесной Церкви. Особое внимание исследователи обращают на такую коммуникативную особенность проповеди, как ее устный характер. По замечанию А. Юрьевского: «С прекращением проповедником устной речи прекращается и проповедь. Записанному же проповедническому слову, как уже литературному произведению, название «Проповедь» предоставляется только в смысле синонимическом» [4, с. 30]. Е.Н. Гончарова в ходе анализа проповедей Игнатия Брянчанинова, святителя Луки (Войно-Ясенецкого), митрополита Крутицкого и Коломенского Николая выделяет такие характерные черты проповедей:

1. Диалогичность, которая достигается с помощью многочисленных обращений к слушателям, постановкой ряда вопросов, использованием местоимений «вы», «вам», «ваши» и т.п. Диалогичность реализуется в привлечении слушателей к сопереживанию, созерцанию, опознанию.

По мнению А. К. Михальской, в монологической по форме речи проповеди «звучат несколько голосов, сливающихся в полифоническую гармонию» [2, с. 145]. Это голоса духовных авторитетов, голос самого священника и голоса его слушателей. Говоря о внешней диалогичности проповеди и ее признаках, отметим некоторые ее лингвистические характеристики:

а) глагольные и местоименные словоформы 2 лица множественного числа, используя которые проповедник делает слушателя своим собеседником, не вступая в открытый диалог, например, употребляются клише «вы знаете», «вы видите», «вы помните», которые апеллируют к опыту или логике реципиента;

б) вопросительные предложения, которые вызывают вербальную или невербальную реакцию слушателя. Вопросы священника всегда обращены к конкретному адресату и являются явными маркерами внешней диалогичности монологического слова при условии их адекватного интонационного оформления;

в) обращения в проповеди эксплицирует статус адресата и адресанта, поскольку номинация последнего сочетается с указанием на его позицию в церковной иерархии, социальный статус и т.п. Обращения чаще всего начинаются со слов «дорогие», «братья и сестры», «достопочтенный», «друзья» и др. Что касается внутренней диалогичности православной проповеди, то нельзя не отметить, что она всегда включает ссылку на другой авторитетный источник, это явление называется «чужой речью». Следует различать конфликтную и унисонную мировоззренческие позиции между автором и чужим вещанием, в случаях, когда проповедник разделяет или критикует определенную точку зрения на вопрос, являющийся базисом дискуссии;

г) цитирование в православной проповеди используют в случае ссылки на канонические и богослужебные тексты, высказывания Отцов Церкви и иерархов, при назывании известных пословиц, афоризмов, во время молитвы, при передаче рассказа или притчи и гипотетического внутреннего вещания мирян.

2. Иллюстративность, которая помогает понять религиозно-нравственные установки, достигается часто с помощью аналогии (сравнения) или даже иносказательности.

3. Внушение, которое достигается как логическим, то есть рациональным дискурсом, так и использованием имплицатуры и аффективов.

4. Обращения с риторическими вопросами к прихожанам.

5. Умозаключения по аналогии.

6. Сочетание публичности звучания с интимностью (камерностью) содержания.

Проповеди также значительно варьируются в зависимости от аудитории. Проповеди для монахов, клира, особенно в прошлые века, отличались значительно выше интеллектуальным уровнем, большей сдержанностью в отношении языковых средств выразительности, специфической тематикой. Проповеди для прихожан были более упрощенными, имели соответствующую тематику для мирян, содержали выразительные жизненные примеры. Это можно объяснить тем, что подавляющее большинство педагогов заканчивала духовные заведения, среди паствы женская половина была необразованной, поэтому интеллигенцию, в современном понимании этого слова, составляли монахи и духовенство. Сейчас нормой считается проповедь, доступная для адресата, независимо от его уровня образования, без усложненной терминологии и мистического богословия. В православной проповеди актуализируется сразу несколько видов коммуникации: 1) коллективная, поскольку слово священника обращено к коллективному адресату; 2) массовая, которая становится возможной, когда современные проповедники обращаются к слушателям с помощью средств массовой коммуникации; 3) личная, поскольку языковая организация литургической проповеди позволяет создать эффект обращенности слова проповедника к каждому слушателю; 4) гиперкоммуникация, обязательным компонентом духовной проповеди является вкрапление сакральных

текстов-молитвословий и фрагментов Священного Писания, воспринимаемых верующими как откровение Божие, воплощенное в слове [3, с. 120].

Кроме того, в дискурсивный круг привлекаются также все православные христиане, которые были крещены, независимо от того, живы ли они на момент речи, или нет, – это одна из особенностей именно православной коммуникации. Существуют и другие классификации, согласно которым выделяются коммуникативные модели православной проповеди на четырех коммуникативных уровнях: 1) нарративный или внутритекстовый уровень, который имеет концептуальную систему, отражающую отношения человека с Богом, человека с человеком, человека со своими мыслями; 2) уровень, присущий неканонической языковой ситуации, отражающий диалогические отношения на внешнетекстовом уровне между автором и адресатом проповеди, между проповедником и носителями чужой точки зрения; 3) автокоммуникативный уровень представляет диалог автора проповеди с самим собой; 4) гиперкоммуникация – уровень, который обычно представлен в молитвенном блоке [1, с. 24].

В процессе анализа коммуникативно-дискурсивных характеристик православной проповеди, необходимо обратиться к использованию понятия *категория*, которое представляет собой один из способов структурирования знаний и к тому же отражает сущностные характеристики исследуемого объекта. Описание категорий текста и дискурса направлено, прежде всего, на то, чтобы охарактеризовать каждую выявленную единичную связь элементов системы отдельно, а затем составить обобщенную картину всей системы как единого целого путем сочетания знаний об этих элементах. К текстовым категориям православной проповеди можно отнести тематическую связанность – содержание речевого фрагмента концентрируется вокруг обсуждения определенной темы религиозного сообщения; ситуативную обусловленность – речевые действия в определенной коммуникативной сфере

(церковь, собор, собрание верующих); динамичность – видоизмененные темы религиозного повествования в условиях коммуникативной ситуации; социальную ориентацию – категориальный статус участников коммуникации; неоднородную структурированность – актуализация языковых и неязыковых факторов коммуникации; недискретность – неопределенность границ религиозного дискурса, выраженного невербальными знаками завершения разговора (сведение рук в молитве, наклон головы у верующих) и т. п. Среди дискурсивных категорий православной проповеди выделяют следующие:

– системообразующие, которые формируют некий абстрактный дискурс, дискурс в общем виде и задают направление его дальнейшего развития; к их числу относятся: 1) категория адресованности (автор, адресант и адресат) – относительно православной проповеди под автором следует понимать Бога, а также в некоторой степени пророка, который сообщает, вербализирует слова Бога. Тогда в роли адресанта выступает лицо, которое непосредственно доносит до тех, кто слушает слово Бога, вступает с человеком в непосредственный контакт (вербальный и невербальный), формируя живое общение, реальный дискурс, служитель культа. Известно, что коммуникация – это процесс, в котором участвуют как минимум два действующих лица – адресант и адресат. Однако религиозная коммуникация осуществляется не только между отправителем информации (священником) и получателем (прихожанином), но и незримо присутствующим и мыслимым Богом, который является и адресатом (при обращении к Нему во время молитвы, исповеди) и адресантом (являя Откровение о Себе, эксплицированное не только в сакральных текстах, прежде всего в Священном Писании, но и в знаках, которые он посылает верующим).

Итак, проповедь, в частности ее богослужебная разновидность, отличается двойной адресованностью: кроме референции к явному, конкретному адресату-группе мирян, проповедь имеет и «наадресата» Бога,

находящего отражение в языке проповеди. В проповеди же содержание и форма изложения определяются прежде всего иллюкутивной целью-намерением говорящего влиять на сознание реципиентов, апеллируя к сакральному видению мира. Для достижения коммуникативных намерений на всех уровнях языковой системы осуществляется отбор и организация языковых средств воздействия. Реализация функции воздействия в проповеди напрямую зависит от адресности текста. Успех воздействия на аудиторию зависит не только от личных качеств проповедника, но и от состава и особенностей восприятия аудитории, а также от того, какой образ реципиента предстает в сознании проповедника при создании текста, и соответственно этому выстраивает композицию и осуществляет отбор средств аргументации – языковых элементов всех уровней. Проповедник учитывает то, чтобы разные категории паствы получали информацию согласно своей духовной зрелости. Различные информационные запросы аудитории определяют композиционно-тематические особенности жанров, коммуникативные запросы задают стилистические параметры этих моделей. Ролевые отношения всех членов Церкви можно оценить как равные, т.к. по Священному Писанию главой Церкви является сам Иисус Христос. Поэтому для жанра проповеди характерным является использование местоимения «мы», выполняющего функцию социальной унификации: *Притча, которую мы сегодня слышали, именно об этом – о цели и ценности человеческого бытия* (патриарх Кирилл) [6]. Также типичным является использование условного и побудительного способа глаголов, например: *Будем благодарны Господу за то, что Он дал спасительный дар веры и с ней многочисленные блага* (митрополит Владимир (Сабодан) [5].

Все же видное место в процессе церковно-религиозной коммуникации занимает Бог, который является объектом предельной (ультимативной) заинтересованности верующего человека, т.к. в Священном Писании об этом прямо говорится: *Ибо, где двое или трое собраны во Имя Мое, там Я среди них* (от Матфея 18:20). Проповедник и

слушатель являются оба соавторами текста проповеди, проповедник выступает как активный творец, а реципиент – пассивный. Слушатель невольно побуждает автора выбрать стратегии и тактики, тему проповеди, средство ее подачи, речевые приёмы оформления текста;

2) категория информативности – в современной лингвистике существует точка зрения, согласно которой информация существует независимо от того, воспринимается она или нет, однако информативность любого фрагмента текста или дискурса определяется не только адресантом, но и адресатом. Поэтому здесь важна правильная оценка пресуппозиции адресата проповеди. Также считается, что, неоднократно повторяясь, информация теряет свою ценность, но в отношении религиозного дискурса и жанра проповеди в частности, можно утверждать, что информация «обрастает» новыми эмоциональными и вторичными оттенками значения, потому что Библия относится к текстам, которые имеют вечную ценность, навсегда вошла в сокровищницу человеческой культуры.

Итак, текстовые образцы религиозного дискурса и жанра проповеди всегда информативны. Категория информативности в проповеди включает универсальную (общие законы возникновения, существования и функционирования мира и вопросы мироздания), общую (общечеловеческие категории и ценности: «добро» и «зло», «жизнь» и «смерть», «правда» и «ложь») и специфическую (отдельные факты, события действительности, люди и их взаимоотношения; сюда относятся информационные кванты, фрагменты Священного Писания, составляют единое религиозное учение) информацию; 3) категория интертекстуальности – выделяют внешнюю, внутреннюю и гипертекстуальную.

Внешняя интертекстуальность выступает как связь отдельных жанровых образцов религиозного дискурса со всей совокупностью существующих языковых произведений – по линии содержания, жанрово-стилистических особенностей, структуры, формально-знакового выражения. Внутренняя интертекстуальность –

если представить Священное Писание как базис религиозного дискурса, то все другие жанровые разновидности, в частности проповедь, строятся и существуют на его основе. Гипертекстуальность – в культурном пространстве есть тексты, которые имеют абсолютный авторитет, тексты, которые являются источником безусловных и неоспоримых аксиом, – Библия, Священное Писание и другие фрагменты религиозного дискурса; следовательно, существует некий универсум текстов, который выступает как постоянный интертекст.

– системоперенимающие категории, к которым относятся: 1) содержательность – содержательные пределы православной проповеди чрезвычайно широкие, но они четко очерчены ее задачами – приобщение и укреплением в вере, необходимости найти душевный покой, поддержку (в этом случае со стороны Всевышнего) и т.п. В тематическом плане проповедь строится как своеобразное тематическое нанизывание, при котором одна тема плавно переходит в другую. Выделить главную, центральную тематику в каждом конкретном случае оказывается чрезвычайно сложно, поскольку нарушаются аспекты, актуальные для человека, значимые в той или иной жизненной ситуации. Лингвисты отмечают смысловую прогрессию, в которой каждый новый тематический блок тесно связан с предыдущим и, в свою очередь, подготавливает основу для внедрения и развития новой подтемы, которая в конкретной ситуации выступит на первое место, занимая приоритетную позицию; 2) целостность (когерентность) и связность – свойство, которое объединяет текст и дискурс с другими сложными системами независимо от их природы. В проповеди каждое следующее событие связано с предыдущим, с общей идеей и центральной интенцией проповеди. Еще до восприятия адресат не сомневается в наличии в проповеди темы и идеи. В процессе создания проповеди автор ориентирован, прежде всего, на целостность, адресат же при восприятии текста опирается на его связность. В проповеди целостность достигается за счет лексических и синтаксических повторов, использование

библейских имен собственных, которые выступают константами того особого мира, который создается автором текста; 3) структурированность – адресат всегда воспринимает текст или дискурс в виде последовательности символов; 4) жанрово-стилистическая принадлежность – относительно религиозного православного дискурса выделяют первичные и вторичные речевые жанры. Жанр проповеди относится к вторичным и представляет собой интерпретацию и модификацию первичных религиозных образцов; 5) участники и обстоятельства общения – говоря о непосредственных участниках и обстоятельствах общения в рамках проповеди, выделяют два типа обстоятельств общения, каждый из которых подразумевает определенный набор участников:

– общение в пределах храма – как правило, общение такого рода отличается определенной тематикой, подчиненное конкретной ситуации: традиционная служба – священник: паства; паства в свою очередь включает собственно верующих, лиц, которых относят к группе «сочувствующих», тех, которые пришли в храм или из любопытства, или подчиняясь моде (например, в день какого-нибудь большого религиозного праздника), и лиц, которые имеют искреннее желание приобщиться к основам веры и ищут в стенах храма поддержки и объяснение «с чего начать»;

– общение вне храма. Этот тип также характеризуется неоднородностью и предусматривает ряд подтипов, но проповедь может быть по случаю памятной даты, праздника или миссионерская проповедь, которая предусматривает выступление преимущественно перед светской аудиторией, но в нашем случае это не представляет значительного интереса, поскольку задачи исследования предполагают анализ литургической проповеди.

Итак, видим, что, несмотря на то, что проповедь представляет собой монолог, ей присуща диалогичность, т.к. проповедь невозможна без наличия паствы. Кроме того, в речи самого проповедника привлечены еще голоса авторитетных источников православного вероучения в

форме цитирования, косвенной речи или в виде перевода. Все указанные коммуникативные особенности, текстовые, системообразующие и системно-приобретенные дискурсивные категории образуют своеобразное и неповторимое пространство православной проповеди.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Ипатова С. Н. Церковно-проповеднический стиль русского языка XIX века (на материале творчества Святителя Игнатия) : дис. ... канд. филол. наук / С. Н. Ипатова. – Вологда, 2004. – 234 с.
2. Михальская А. К. Пути развития отечественной риторики: утрата и поиски речевого идеала / А. К. Михальская // Филол. науки : сб. науч. ст. – М., 1992. – Вып. 3. – С. 55–67.
3. Прохватилова О. А. Речевая организация звучащей православной проповеди и молитвы : дис. ... д-ра филол. наук / О. А. Прохватилова. – Волгоград, 2000. – 495 с.
4. Юрьевский А. Гомилетика, или Наука о пастырском проповедании слова Божия / А. Юрьевский. – К. : Киев. тип. ун-та св. Владимира, 1903. – 495 с.
5. Владимир (Сабодан), митр. Проповеди Предстоятеля [Электронный ресурс] / митр. Владимир (Сабодан) // Официальн. сайт Укр. правосл. церкви. – Режим доступа : <http://archiv.orthodox.org.ua/pagetopic-46.html>.
6. Проповеди Патриарха Московского и Всея Руси Кирилла [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.patriarchia.ru/patriarch /38019/>.

### АННОТАЦИЯ

**Лешкова Н. В. Коммуникативно-дискурсивные особенности православной проповеди**

В статье рассматриваются коммуникативно-дискурсивные особенности православной проповеди, выделяются характерные черты проповеди, а именно лингвистические характеристики. Акцентируется внимание

на различных видах коммуникации, а также ее уровнях, выделяемых в православной проповеди.

**Ключевые слова:** дискурс, православная проповедь, категория, коммуникация, священник, прихожане.

### SUMMARY

#### **Leshkova N. V. Communicative and discursive features of Orthodox preaching**

The article discusses the communicative and discursive features of the Orthodox sermon, highlights the characteristic features of the sermon, namely its linguistic characteristics. Attention is focused on various types of communication, as well as its levels, highlighted in the Orthodox sermon.

**Key words:** discourse, Orthodox preaching, category, communication, priest, parishioners.

*Ж. В. Марфина*  
(г. Луганск, ЛНР)

УДК [811.161.1+811.161.2]’42:398.8

#### **КОНЦЕПТОСФЕРА «ЧЕЛОВЕК СЕМЕЙНЫЙ» В РУССКОМУКРАИНСКОМНАРОДНО-ПЕСЕННОМСУБПРОСТРАНСТВЕ: ВЕРБАЛИЗАЦИЯМИКРОКОНЦЕПТОВ «СЫН», «ДОЧЬ»**

В фольклорном наследии восточных славян особое место занимают народные песни. Они не только являются источником познания окружающей действительности, доносят вековые традиции, опыт народа, но и через систему устоявшихся и художественно осмысленных образов и идеалов формируют духовные, морально-этические ценности человека.

Народно-песенные тексты неоднократно становились объектом исследования этнографов, фольклористов, лингвистов, литературоведов, лингвокультурологов. Научные основы данных исследований были заложены в работах Н. И. Костомарова, А. А. Потебни, Ф. И. Буслаева,

А. Н. Афанасьева, А. Л. Метлинского, П. А. Кулиша, Н. В. Сумцова, И. Я. Франко, А. Н. Веселовского, Т. А. Акимовой, В. М. Сидельникова, Н. П. Колпаковой, В. Я. Проппа, С. Г. Лазутина, С. Я. Ермоленко и др. В многочисленных исследованиях отмечалось, что значительное влияние на народные песни, в т. ч. и лирические, имели исторические события, бытовой и социальный уклад жизни народа, в них нашли воплощение человеческие чувства, эмоции, настроения. Поэтому народно-поэтические тексты являются одной из важных основ моделирования ценностно-аксиологического наполнения языкового мышления русских и украинцев, т. е. мировосприятия простого человека и связанных с ним концептуальных, стержневых, наиболее важных понятий [2, с. 22; 6, с. 12].

И хотя известно множество исследований славянского народно-песенного фольклора, вне поля зрения ученых оставались вопросы систематизации знаний о концептосфере «человек семейный» в различных национальных культурах, об особенностях проецирования семейно-бытовой повседневности на мифологическое восприятие мира, культуру социальных отношений, историю народов, историю внутренней семантики соответствующих номинаций, на ее обусловленность сценарными акциями, стереотипами ментального отражения мира семьи в народно-песенных текстах – лирических, обрядовых, исторических. Это и обусловило актуальность нашей работы, основу методологии которой составило лингвокогнитивное моделирование микроконтекстов с номинациями родства. Последним, как знакам культуры семейно-бытовых отношений человека, приписаны качества концептов (макро-, микроконцептов в соответствии с иерархией в парадигме названий родства), поскольку они отражают в своей структуре всю историю семейных отношений, соотношений, соподчинений, ролей, сформированных с момента осознания человеком своего отношения к роду, поколению. Поэтому каждый из концептов является носителем и мифологического, и

мифопоэтического, и народно-поэтического, разговорно-бытового качества, сформированного на определенном этапе развития семьи как формы существования рода.

Согласно нашим наблюдениям, одно из центральных мест в народно-песенном субпространстве восточных славян, в частности русских и украинцев, занимает макроконцепт «род // семья», представляющий собой сложную интегральную систему, в которую входят семантически переплетающиеся микроконцепты («мать», «отец», «сын», «дочь», «брат», «сестра», «невестка», «зять» и др.).

Цель нашего исследования – на материале русских и украинских народных лирических и обрядовых песен проанализировать структуру микроконцептов «сын», «дочь», а также определить их взаимосвязь с микроконцептами других концептосфер.

Методика анализа основывается на моделировании концептуальных цепочек ( $\{\}$ ), между компонентами которых устанавливаются стойкие семантические отношения (корреляция, отождествление, следствие, наложение и т. под. (передаются знаками  $\leftrightarrow$ ,  $\leftarrow$ ,  $\rightarrow$ ,  $:$ ,  $+$ ) и которые отражают определенные сценарии (мотивы) жизни человека в семье.

Прежде всего, следует отметить, что в народно-песенном субпространстве воплощены представления о патриархальной семье, ее традициях, устоях, которые наиболее ярко выражены в отношениях между супругами, а также родителей с детьми. У восточнославянских народов дети, независимо от сословной принадлежности, находились в родительской власти, должны были почитать своих родителей, были обязаны подчиняться им. Так, естественным было выданье дочери / женитьба сына по воле родителей [1, с. 53; 7, с. 59]. Эти традиционные представления о роли сына и дочери в жизни семьи, их восприятия родителями нашли отражение в микроконцептах народно-песенного субпространства.

**Микроконцепт «СЫН»** в лирической народной поэзии воплощен в контекстах с мотивом о неженатом

сыне, который у матери ассоциирован с молодостью и красотой (символ – *барвинок* [5, с. 164; 3, с. 27]) ({[мать] ↔ [красота: барвинок] ↔ [сын]}): *Рости, барвіночку, / Широко стелися, / Ай гуляй ми, синочку, / Восени женися*), а также с продолжателем рода ({[мать] → [женитьба: семья] → [сын]}): *«Оженися, мій синочку, / Возьми собі любку, / Цілуй її, милуй її / Як голуб голубку; Он бел лицом, кудреватый / Ему матушка говорила: / «Василий-свет, ты женися! / Возьми себе хозяюшку. / Тебе с нею веселее, / А мне перемена». / – «На что, матушка, жениться? И так меня девки любят, / Молодушки похваляют...»*.

Лирические песенные микроконтексты обобщают стремление сыновей к любви и счастью ({[сын] ↔ [любовь, женитьба : семья] ↔ [девица]}): *Вдоль было по травоньке, вдоль по муравке, / Лели-лели-лелюшки, вдоль по муравке, / Тут ходит-гуляет тут удаленький молодчик, / Ходит выбирает красавицу девочку (...) Меня красна девица невзлюбила». / – «А я тебя, миленький, не узнала». / (...) «Пресчастливая матушка зародила, / Пресчастливой долюшкой наделила, / Меня красна девица возлюбила».*

Женитьба сына в украинской песенной лирике сравнима со счастьем и спокойствием матери ({[мать] ↔ [спокойствие] → [сын женат]}): *Ой вдарилась бідна вдова об поли руками: / «Сини ж мої коханій, пропала я з вами!» / «Сама-сь, мати, винна, сама провинила, / Що нас молодими та не **поженила!**»*. При этом народ обобщил то, что невестка, жена должна быть любима: *Ой туман яром та налягає, / Та батько сина лає, проганяє, / Ой а матінка лає, проклінає: / «Та й іди, сину, ступай пріч від мене: / **Не возлюблена та жінка у тебе!**»; Засвітила мати свічку, / Щоб ясно горіла, / Най погляне **родина**, / Чи **мила дружина**.*

В русской же песенной культуре отмечаем переживание страха матери (ассоциат – *пташка* ('символическое обращение к женщине', 'символизирует душу' [3, с. 519])) в связи с женитьбой сына на молодой и, очевидно, малоопытной девушке ({[мать] ↔ [беспокойство] → [сын

женат]]): *Невелика птичка-пташечка / Много знала, много ведала, / На сине море летала. / Говорила птичка-пташечка / Человеческим голосом, / Говорила любезному своему: / «Не женися, мой любезный друг! / Когда женишься – спокаешься, / С молодой женой намаешься!».*

Традиционно в украинской лирике сын ассоциируется с соколом, орлом, готовым к воинской повинности (*Породила мати сина сокола, / Та не знала, де його діти, та в військо дала. (...) Я до тебе, моя мати, орлом прилечу, / – Побачиш, моя мати, якого я тобі жалю нароблю; Ой мала вдова сина сокола, / Вигодувала, військо отдала.* В данном контексте сокол символизирует храбрость сына, его молодость, шире – это ‘посланец’ [5, с. 307; 3, с. 593-594].

В народной песенной культуре осуждается сын-пьяница: *В Одарочки був, / В Одарочки напився, / Ой прийшов я додомоньку, / З батьком я додомоньку, / Мати лає, батько лає, / Дуже й розмахався, / Ой два бог – якось хутко / Нагай увірвався.*

Сопоставляют песенные контексты отношения родного сына и зятя к матери. Если *сын* – это опора, помощь, радость (концептуальная цепочка {[сын] ↔ [помощь] → [род: мать]}), то *зятья* – это те, кто имеет только материальную заинтересованность в семье, с которой они связаны, не имеет родственных чувств к теще (концептуальная цепочка {[зять] ↔ [деньги / чужость] → [род: мать]}), ср. отрывки из украинских текстов: *«Сини мої, соколи мої, / Дочки-голубочки! / Як я буду та й умирати, / Сходітеся та й до купочки». / Сини ходять, радоньку радять – / Як би матір сховати; / А зяті ходять, другу радять – / Як би нам що взяти?; Ой зятю мій, зятю хороший! / Законала-м під вишню гроші. / Як хто буде дочку любити, / То той буде гроші лічити; Пила теща із зятями, / Из сивими соколами, / Пила вона, ой упилася / Да й на бочку схилилася. / Єден каже: «Возьмім маму!» / Другий каже: «Ще й помалу!» / Третій каже: «Над водою / Вкиньте тещу с головою, / Нех не стоє за дочкою!».*

Микроконцепт «ДОЧЬ» вербализируется в лирических песенных текстах через следующие акциональные,

пространственно-временные, обрядовые, мифопоэтические мотивы:

расставание с дочерью, отчуждения родного существа ({[мать] ↔ [беспокойство] → [дочь идет замуж]): *Рости, рости та й укронися, / Ти, матінько, не плач, не журися. / Кохай дочку, як ту панночку, / Та oddай людям та за наймичку, / Людям поміч ще й невісточка, / А до ньеньки тільки звісточка; Як oddала мене мати заміж, / Здивувався рід увесь;*

просьба-молитва о Доле для дочери ({[мать] → [Доля / Судьба] → [дочь]): *Не пуцу я, доню, / Щоб не заблудила – / Нема тобі долі, / Бо не заслужила; Що породила ньенька єдную, / Уділила долю нещасливу. / В кого дочок сім, то є доля всім, / Я в батька єдна, та й долі нема; Породила мене мати / На святу неділю, / Дала мені щастя-долю, / Нічого не вдію;*

уважение красоты дочери, ее стремления к любви. В микроконтекстах символами этого мотива являются стереотипные сценарии – *ломать калину* ('жениться на девушке', 'познавать телесную любовь' [5, с. 200-202; 3, с. 287]); *выгуливать коня* ('искать свою судьбу' [3, с. 305]) ({[молодец] ← [любовь: калину ламать, коня выгуливать] ← [дочь]): *Пусти ж мене, мати, у сад погуляти, / Я не буду, мати, нічого займати, / Тільки буду, мати, калину ламати; Ненько моя, ньенько моя мила. / Не дай мене за нелюба, бо я чорнобрива.* В русской же народной лирике этот мотив дополняет пространственный словесный образ зеленого луга ({[молодец] ← [любовь: идти по зеленому лугу, коня выгуливать] ← [дочь]): *Во лузях, во лузях, / Еще во лузях, зеленых, / Выросла, выросла, / Вырастала трава шелковая, (...) Я с той травы выкормлю коня, / Выкормлю, выкормлю, / И я выкормлю, выглажу его, / Поведу, поведу, / Поведу коня я к батюшке. / «Батюшка, батюшка, / Ах ты батюшка родной мой! / Ты прими, ты прими, / Ты прими слово ласковое, / Полюби слово приветливое: / Не отдай, не отдай, / Не отдай меня за старого замуж!» / (..) «Ты отдай меня за ровню замуж!».* В отличие от украинской народно-песенной символики,

в русских лирических песнях луг – символ не печали [3, с. 366], а ассоциация с судьбой;

стремление дочери к воле и любви ({[забота родителей] → [дочь] → [замужество] → [тоска по роду]}): *Кабы мне волюшка от батюшки была дана, / Кабы нега мне от родной матушки была, / Не сидела б у окошка я одна, / Не лежала б белой грудью на окне, / (..) Не ждала бы друга милого мово; Родимая мамонька, / Дай понежиться, поспать, / Дай поспать, понежиться, приотважиться, / Покуда в красных девушках. / Во чужие люди отдадут – / Поспать мне не дадут. / Еще свекор да свекровушка / Все журят да бранят; / Еще деверья да золовушки / Работать велят; – «Нет, сударь, не твоя, не твоя! / Воля, воля, воля – батюшки, / Нега, нега, нега – матушки!»; – «Мне не надо, мне не надо твоего ничего, / Только надо: поди замуж за меня!» / – «В этом воля не моя, воля батюшкина, / Воля батюшки, воля матушки моей»;*

оплакивание дочерью неудачного замужества ({[замужество] → [дочь] ← [тоска по роду, слезы]}): *Завивши кудри, сама задумалась: / «Как бы я знала, млада, ведала / Про своё горе, про несчастье, / Про замужье про бездельное, / Я бы сидела век во девушках / У родимого своего батюшки, / У родимой своей матушки; Знать, меня матушка в горе носила. / В горе носила, несчастну родила. / Отдала матушка не за милого, / Не за милого, за постылого.*

Последний из отмеченных мотивов вербализирован и в аксиологических функциях эпитетов, которые характеризуют мать и отца соответственно как *грозная / грозный* ({[забота родителей] → /грозные/ → [дочь]}): *Как пойду я, молоденька, / Как пойду я, веселенька, / Вдоль долиною, / Вширь шириною.(встречает там зайца) Не заглядывай, зайнька, / Не заглядывай, серенький: / У меня мать грозна, / Не пускает гулять поздно; / И врозь распроститься, / Велит разойтись; Выпускала сокола из правого рукава: / Полети ты, мой сокол, высоко и далеко, / И высоко, и далеко, на родиму сторону! / На*

*родимой стороне грозен батюшка живет; / Он грозен, сударь, грозен да немилостивый: / Не велит поздно гулять, с холостыми мне играть!*

Также в лирическом народно-песенном пространстве актуализирован концепт «Чужой», вербализация которого связана с переживаниями матери и дочери в связи с предстоящим длительным расставанием ({[мать] ↔ / печаль, скорбь/ ↔ [чужой край] ↔ /печаль, скорбь/ ↔ [дочь]}), символами которого являются ветер и гнущиеся лозы: *Вітер повіває, / Лози розхилає, / Мати дочку має / Та гулять посилає: / «Гуляй, гуляй, доню, / Поки й молодою, / Бо як стара будеш, / Й гуляти забудеш». / Та зсушила, зв'ялила / Чужая країна. / Чужая країна / А мала дитина. / Мала дитина / Й невірна дружина.*

Как показал проанализированный материал, концепт «Любовь» – это один из ценностно-аксиологических центров народно-песенной лирики. С ним связана вербализация следующих мотивов:

признания дочери в своих чувствах, преодоление страха перед матерью, отцом (как правило, в ритуале сватовства), их запретов ({[дочь] → [страх: признание в любви] → [родители] → [запрет] → [дочь]}): *Ах ты матушка, не бей, / Сударыня, не жури! / Я за эту за вину / Всю покорность принесу / И всю тайность объявлю: / Я молодчика люблю; Шила моя Катюшенька / Тонки белы рукава; / Вышивши рукавчики, / В терем к батюшке пошла: / «Родимый мой батюшка, / Ты подумай обо мне!» / (...) Сыта ль не сыта / – Всегда буду весела / ... Честь мне будет, похвала, / Музыкантова жена!; Вздумаю про милого – не мил белый свет, / Не мил, только не милешенек, ни мать, ни отец, / Ни мать, ни мать, ни отец и т. под.;*

признание девушки в нежных чувствах к молодому человеку, которому она близка, как родная сестра ({[дочь] = [сестра] → [любовь]}): *«Ты куда, мой свет, снаряжаешься, / Во которую дальну сторону, / Во которую незнакомую / – Во Казань-город, или в Астрахань, / Или в Новгород, или в Петербург, / Или во матушку каменну*

*Москву? /Ты возьми меня, возьми меня с собой, / Назови меня родной сестрой / Или душечкой молодой женой!» / – «Ах ты глупая краса девица, / Неразумная твоя головушка! / И рад бы тебя взять с собой: / Про меня там люди ведают, / Да что нет у меня родной сестры, / Нет ни душечки молодой жены; / Лишь одна у меня матушка, / Да и та уже старешенька»;*

переживание печали, физической боли в связи с расставанием с любимым ({[дочь] ↔ [боль] = [любовь]}): *Туманно красно солнышко, туманно, / Что в тумане красного солнышка не видно. / Кручинна красна девица, печальна; / Никто ее кручинушки не знает: / Ни батюшка, ни матушка родные, / Ни белая голубушка сестрица* (печальна, т. к. не может забыть любимого. – Ж. М.); – *«Не надо мне, мамонька, не надо, государыня, / Да мне духовного отца! / Приведи-ка ко мне, мамонька, / Да приведи, государыня, / Кого прежде любила!»;*

переживание состояния безответной любви (та же концептуальная цепочка): *Не смейся, мой милый, / В глаза надо мной, / Бог тебя накажет / Несчастною судьбой – / Немилой женой.*

С реализацией концепта «Любовь» связаны ритуальные, обрядовые лирические песни, например, исполняемые дочерью на выданье, для которой заканчивается свободная жизнь, гулянье с подружками (концептуальная цепочка {[дочь] ↔ [любовь] → [замужество] = [неволя]}): *За реченькой за быстрою четыре двора, / Во этих ли во двориках четыре кумы. / Вы кумушки, голубушки, подружки мои! / Пойдете вы в зелен сад, возьмите меня; / Вы станете цветочки рвать, нарвите и мне; / Вы станете венки плести, сплетите и мне, / Пойдете вы на реченьку, возьмите и меня; / Вы будете венки бросать, вы бросьте и мой!* В связи с переживанием негативных чувств дочь, как показывает часть текстов, просит родителей не выдавать ее замуж: – *«Ах как мне, девушке, веселенькой быть? / Мой батюшка хочет замуж меня отдать, / А мачеха хочет в черницы постричь. (...) «Пусти меня, матушка, на Дон погулять, / Белильца, румянца*

*с лица посмывать!» / – «Смоешь мое дитячко, горячей слезой, / Сотрешь, мое милое, пальчатым рукавом. В иных контекстах преобладает просьбы быть замужем за равным себе мужем – молодым, непьющим, нежным: Уж я батюшку не слушала, / Я, **старый** идет, – **прихоронюсь**, / **Молодой** идет – **поклонюсь**!; Не подумаю: / У Степана три стакана, / Завсегда я буду пьяна (..) / «Не йду, не йду, маменька, не йду, / Не подумаю: / У Филиппа в саду липа, / Завсегда я буду бита».*

Лирические народно-песенные контексты охватывают все фольклоремы-названия родства, поскольку обрядовая поэзия предназначена для вовлечения всего рода в традиционное действие сватовства, свадьбы-женитьбы. Поэтому в так называемых песнях-посвящениях, в хороводных, плясовых актуализированы названия родства разной иерархии, в частности: мать, дочь (*Ух ты ж мать моя, **матушка** / Мать, бела лебёдушка! / Ты на что меня хорошую родила, / Черноброву, приглядчивую? / Мне нельзя к обедне сходить, / Нельзя богу молиться, / Добрым людям поклониться*), отец, сын (*Как у **батюшки** **сынок** / Был такой затейник: / Продав соху на нужду, / А купил себе кофейник*).

Таким образом, материал народных лирических и обрядовых русских и украинских песен продемонстрировал сложность векторов семантического взаимодействия компонентов микроконтекстов, воплощающих структуру микроконцептов «сын», «дочь». Концептуальное наполнение названий родства-фольклорем в народно-песенных текстах связано с рядом мотивов, число которых не безгранично, напротив очень четко очерчено. При этом одни контексты содержат дополнительные мифопоэтические ассоциаты (слова-символы, усложняющие конкретику акциональных образов членов семьи, тут – дочери, сына), другие же являются прямым отражением ценностно-аксиологических мотивов поведения по линии *мать – дочь, мать – сын, отец – дочь, отец – сын*. Микроконцепты «дочь» и «сын» как константы народно-песенного субпространства являются центральными в народнопоэтическом воплощении

концептосфер «Любовь», «Свой – чужой», «Красота», «Помощь», «Забота, уважение – унижение (битье)», «Послушание», «Радость – печаль, страх, боль», «Счастье, спокойствие – горе». Эти корреляции сложные, они наиболее полно представлены в процессах вербализации микроконцепта «дочь».

Сравнивая концептуальное наполнение названий родства «дочь» и «сын» в русском и украинском лирическом и обрядовом народнопесенном тексте, можно подчеркнуть преобладание сходного в оценке «человека семейного». Тем не менее, отметим, что в русском песенном фольклоре более четко прослеживается ценностный мотив дочери-работницы (жены-работницы), стремление дочери к воле, любви, к восприятию ее будущим мужем как сестры.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Грицай Л. А. Идеалы родительского воспитания в русской традиционной культуре (на материале устного народного творчества) / Л.А. Грицай. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/idealy-roditelskogo-vospitaniya-v-russkoy-traditsionnoy-kulture-na-materiale-izucheniya-ustnogo-narodnogo-tvorchestva/viewer> (дата обращения: 15.11.2019).
2. Єрмоленко С. Нариси з української словесності (стилістика та культура мови) / С. Єрмоленко. – Київ: Довіра, 1999. – 431 с.
3. Жайворонок В. В. Антологія знаків української етнокультури: Словник-довідник / В.В. Жайворонок. – Київ: Наукова думка, 2018. – 760 с.
4. Закувала зозуленька. Антологія української народної творчості : пісні, прислів'я, загадки, скоромовки / Упоряд. Н. С. Шумада. – Київ: Веселка, 1989. – 606 с.
5. Костомаров М. І. Слов'янська міфологія / М.І. Костомаров. – Київ: Либідь, 1994. – 385 с.
6. Лазутин С. Г. Русские народные песни / С.Г. Лазутин. – М.: Просвещение, 1965. – 291 с.
7. Лунева Е. В. Патриархальная семейная песня как историко-культурный феномен народной поэзии /

- Е. В. Лунева. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/patriarhalnaya-semeynaya-pesnya-kak-istoriko-kulturnyy-fenomen-narodnoy-poezii> (дата обращения: 15.11.2019).
8. Народные лирические песни. – 2-е изд. – Л.: Советский писатель, 1961. – 610 с.
9. Русские народные песни: Сборник / сост. А.Н. Розова. – Л.: Сов. писатель, 1988. – 464 с.
10. Українські народні пісні: пісні суспільно-побутові / Упоряд. О. М. Хмільовська. – Київ: Музична Україна, 1967. – 735 с.

### АННОТАЦИЯ

**Марфина Ж. В. Концептосфера «человек семейный» в русском и украинском народно-песенном субпространстве: вербализация микроконцептов «сын», «дочь»**

В статье представлены лингвокогнитивные модели реализации семантики названий родства в русском и украинском народно-песенном фольклоре. При этом отмечено общее и национально специфическое в их образных, обобщающих функциях. Использована авторская методика моделирования концептуальных цепочек: фольклоремы (тут – «сын», «дочь»), вербализаторы основных семантических узлов микроконтекста (понятия, слова-символы ситуаций, составляющие словосочетаний с названиями родства, в частности оценочные, характеристические эпитеты); направления связей показаны с помощью специальных символов.

**Ключевые слова:** название родства, народно-песенное субпространство, концептосфера, концептуальная цепочка, народно-песенный мотив, микроконцепт, слово-символ.

### SUMMARY

**Marfina Zh.V. Conceptosphere «family man» in Russian and Ukrainian folk-song subspace: verbalization of microconceptions «son», «daughter»**

The article presents linguocognitive models of realization of semantics of the names of kinship in Russian and Ukrainian

folk-song motive. The general and national specific in their figurative, generalizing functions is noted. The author's method of modeling conceptual chains is used: folklore (here – «son», «daughter»), verbalizers of the main semantic nodes of the microcontext (concepts, words-symbols of situations, components of phrases with names of the kinship, estimates of the characteristic epithets in particular); link directions are shown using special symbols.

**Key words:** the name of the kinship, folk-song subspace, conceptosphere, conceptual chain, folk-song motive, microconcept, word-symbol.

*Е. В. Рочняк  
(г. Горловка, ДНР),  
В. А. Демьянюк  
(г. Горловка, ДНР)*

УДК 004.738.5

## НИКНЕЙМ КАК ФОРМА ВЫРАЖЕНИЯ ВИРТУАЛЬНОЙ САМОИДЕНТИЧНОСТИ

С появлением и широким распространением Интернета почти у каждого человека появилось виртуальное имя. Причем часто не одно, а несколько – в пределах разных виртуальных пространств – форума, чата, конференции и т. д. [2, с. 72]. Таким образом, можно говорить о появлении самостоятельного класса антропонимов.

Сетевое имя (никнейм, ник) как имя собственное в виртуальном пространстве представляет собой достаточно новое явление в ономастике, поэтому статус его окончательно не определен. Стоит отметить, что даже толкование термина «никнейм» отсутствует в «печатных» толковых словарях, что напрямую указывает на его недавнее появление и распространение. Именно поэтому нам пришлось рассмотреть значение термина в современных электронных словарях, которые в силу своей специфики значительно быстрее реагируют на изменения.

В свободной энциклопедии «Википедия» термин «никнейм» трактуется следующим образом: «(ник; англ. nickname – первоначально «кличка, прозвище», от среднеанглийского *an eke name* – «другое имя», перешедшее в одинаково звучащее «a nick name»), также сетевое имя – псевдоним, используемый пользователем в Интернете, обычно в местах общения (в блогах, форумах, чатах)» [16].

В «Словоборге. Народном словаре современного русского языка» приводится следующее толкование: «Никнейм – условное либо вымышленное имя для идентификации в сети. Художественный образ из символов, создаваемый пользователем для общения и самопрезентации в чатах, социальных сетях и подобных ресурсах» [17].

В немногочисленных научных исследованиях, посвященных этому явлению номинации, никнейму отводится место в ряду таких единиц, как псевдоним, кличка, прозвище и т.д. [2, с. 74; 4, с. 5; 6, с. 64; 8, с. 11; 9, с. 11; 19, с. 660; 21, с. 23]. Однако сетевые имена не могут относиться к псевдонимам, т.к. часто являются эмоционально окрашенными и используются в замкнутой среде, что для псевдонимов не характерно. Ник не может считаться также кличкой или прозвищем, т.к. он выбирается пользователем самостоятельно, а не присваивается ему другими участниками коммуникативного процесса. Кроме того, клички и прозвища часто даются обществом с целью высмеивания определенных реальных качеств объекта данной номинации, в то время как никнейм не соответствует действительности и уж тем более для него не свойственны инвективная функция и функция насмешки. Напротив, пользователь выбирает ник часто с намерением скрыть свои негативные качества и подчеркнуть позитивные либо наделить себя желаемыми.

Обладая основными признаками имен собственных, прежде всего, такими как единичность и определенность номинации, наличие референции, семантической и структурной специфики, сетевые имена входят в сферу «актуальной антропонимии» [20, с. 29], т. е. являются результатом речевой номинации и используются для обозначения индивидов.

Уникальность же этого явления заключается в том, что никнейм, как «некий интернет-псевдоним для виртуального общения» [10, с. 82], представляет собой «единицу неофициальной вторичной искусственной номинации» [там же] и используется не только с целью идентификации пользователя, но и для самономинации и самоидентичности Интернет-личности [26]. Ведь каждый сам выбирает себе виртуальное имя, наполняя его желаемым смыслом. Еще одной особенностью ника является его существование преимущественно в визуальной форме.

Любой человек, заходя в пространство «всемирной паутины», в большинстве случаев должен обозначить себя. Именно поэтому никнеймы стали обязательной конституирующей частью виртуальной личности, некой «речевой маской», а также «одной из главнейших возможностей виртуальной самономинации и самопрезентации личности еще на докоммуникативном уровне» [11, с. 87]. Сетевое имя, по своей сути, является важнейшим (наряду с аватаром) способом первичной самопрезентации и инструментом начала компьютерно-опосредованного общения. Эту точку зрения поддерживает М.Г. Чабаненко: «Никнейм, юзерпики/аватарки и, в меньшей степени, подпись и название дневника для меня являются важной частью восприятия сетевых собеседников. При этом если подпись всё же воспринимается как отражение не только жизненной позиции, но и настроения, то никнейм и аватар для меня – часть выражения внутренней сути существа. Почти как имя и знак» [22, с. 13].

Из-за недостатка личной информации никнейм создает первое впечатление о своем владельце. Согласно немецким исследователям Г. Дабири и Д. Хельтен, коммуниканты выбирают себе собеседников по никнеймам. Так как никнейм вызывает определенные ассоциации, ожидания, представления, или отождествляет с тем или иным образом, возникает желание установить контакт с его владельцем [24]. Так, пользователь Obelix может заинтересовать читателей комиксов или любителей французского кино, DerGerhard – знатоков политики, Centurio – любителей истории или латыни.

Сетевое имя с точки зрения своей физической реализации представляет собой уникальную последовательность символов (строчных и заглавных букв латинского алфавита или кириллицы, цифр, знаков препинания, пиктограмм-смайлов). Никнеймы могут быть безликими и представлять собой хаотичный набор символов (например, qwert, 1q2we3, (\$#jya), либо воплощаться в каких-либо значимых словах, неся в себе определенную смысловую нагрузку (Garden, !True!, süßKind). Причем, в отличие от других антропонимов, он может быть выражен любой частью речи или даже словосочетанием.

При регистрации пользователю отказывается в доступе, если на данной интернет-платформе уже зафиксировано аналогичное сетевое имя. Таким образом, в пределах одной виртуальной среды невозможно встретить абсолютно идентичные ники. Именно поэтому все никнеймы «либо единичны, неповторимы, следовательно, безэквивалентны и соотносимы с конкретным носителем, либо индивидуальны в условиях конкретной ситуации интернет-общения» [5, с. 13]. Иначе говоря, они представляют собой разновидность реалий [18, с. 6], определяются «как единственный символ-знак отдельного объекта, обладающего социально-дистинктивной важностью» [13, с. 85] и обозначают «отдельный объект (референт), принадлежащий классу предметов, индивидуально выделяемых из него» [1, с. 203].

В работах немецких филологов Штоммеля [27, с. 141-162] и Гатсона [25, с. 224-235] акцентируется, что никнеймы могут быть как реальными именами людей для прямой ассоциации с фактической идентичностью, так и псевдонимами, основанными на фантазии, что помогает передать еще одно неявное сообщение о том, как пользователь себя представляет.

С такого рода классификацией никнеймов полностью согласна В. В. Казяба, которая в своей статье «Никнейм переходного типа как способ самономиниции в немецкоязычной интернет-коммуникации», добавляет, однако, еще один тип сетевых имен. «Процесс самономиниции в Интернете осуществляется с

использованием одного из типов никнейма: никнема-автонима (основан на собственных реальных антропонимах коммуниканта), никнейма-псевдонима (образован от нарицательной лексемы или «чужого» имени собственного) или ника переходного характера (объединяет реальное имя пользователя с нарицательной единицей или «чужим» именем собственным)» [11, с. 82]. При этом исследовательница отмечает, что ведущими мотивами создания никнеймов переходного типа являются юмор и ирония, основанные на включении дополнительных смыслов в имя. «Никнеймы переходного типа являются наиболее оригинальным видом интернет-самономинаций, т. к. требуют от создателей определенных языковых усилий и творчества» [там же].

Никнейм одновременно выполняет два противоположных задания: скрыть реальную личность пользователя и идентифицировать его, презентовать с той или иной стороны. В диссертационной работе А. С. Балкуновой [5] проводится анализ никнейма как феномена, включающего в себя механизмы кодирования и декодирования. Владелец никнейма (субъект «репрезентирующий») реализует в пространстве интернет-коммуникации посредством своего сетевого имени стратегии и тактики самоидентификации. Другие пользователи («субъекты «воспринимающие»»), опираясь на свой жизненный опыт и на разного рода установки и стереотипы, осуществляют идентификацию владельца по его никнейму. В результате в коммуникативном интернет-пространстве отображается не реальная личность, а та, которую хочет представить владелец никнейма, и та, которую создают в своем воображении другие участники интернет-общения.

Также А. С. Балкунова акцентирует, что для сетевых имен характерны такие черты, как яркость и изобразительность, экспрессивность, мотивированность, ограниченность сферы употребления. Однако мы считаем, что подобное обобщение является некорректным. За исключением последней черты (ограниченность сферы употребления

особым коммуникативным пространством сети Интернет), все остальные специфичны лишь для никнеймов переходного типа и частично никнеймов-псевдонимов (по классификации В. В. Казябы). Никнемы-автонимы такими характеристиками не обладают.

Что же касается такой специфической черты никнеймов, как выполнение функций самономинации, самоидентификации и самопрезентации пользователя, то следует отметить, что Интернет, как особая культурная среда, способствует развитию самосознания как высшей психической функции [23], поскольку его специфика дает человеку свободу выбора для себя любого набора характеристик. Ученые отмечают снижение психологического риска, включая «аффективную раскрепощенность» [7, с. 23]; снятие психологических барьеров и высвобождение творческого «Я» [3, с. 33]; раскрепощенность коммуникативного поведения [там же, с. 42]. Иллюзорная свобода помогает самоутвердиться. «Речевая маска», выраженная в никнейме, является демонстрацией интересов, увлечений, занятий, принадлежности к профессии, места в какой-либо социальной группе или сообществе. С другой стороны, ник – это, возможно, нереализованные амбиции, планы, желания. Кроме того, возможность смены ника в любой момент позволяет презентовать себя в различных ипостасях.

В виртуальной реальности действует тот же принцип, что и в реальной жизни: первое впечатление определяет протекание разговора и возможность установления социальных контактов. Именно поэтому к выбору никнейма следует подходить достаточно серьезно. Ведь виртуальное личное имя привлекает внимание определенного круга собеседников. Например, уменьшительно-ласкательные Kätzchen или mausiii могут говорить о легкомыслии или наивности владелицы, а никнеймы типа deathvirus96 или swordassassin могут свидетельствовать об увлечении их владельцев компьютерными играми или желании казаться «крутыми» и независимыми. Пользователи с никнеймами \_-\*Pendulum\*\_ (название рок-группы), J. Knoxville (популярный американский актер в жанре

комедий), henry\_morgan (английский пират), вероятно, найдут собеседников среди людей с похожими увлечениями.

Наибольшее внимание в исследованиях, посвященных виртуальной личности, уделяется прагматическому аспекту. Прагматизм предполагает наличие коммуникативных потребностей, к которым относят: представление наиболее информативных свойств [3, с. 125]; необходимость реализации личностных качеств и творческих возможностей [7, с. 23]; желание произвести впечатление [3, с. 43]; проигрывание социальных ролей [7, с. 23].

Из всех коммуникативных потребностей чаще всего выделяют намерение владельца никнейма произвести впечатление на партнеров интернет-коммуникации. Оригинальный, яркий ник характеризует пользователя как интересного собеседника и неординарную личность. Применительно к никнеймам мы можем говорить о лично-ориентированной и статусно-ориентированной ролях виртуальной личности [14, с. 180, с. 206] или, если использовать термины В. И. Карасика, о «недемонстративной» и «демонстративной» личности [12, с. 85]. Однако данные опроса, проведенного А. С. Балкуновой, свидетельствуют о том, что только 10% носителей никнеймов хотели бы привлечь внимание, большинство же (87%) не ставили такой цели, т.е. выбирали никнейм, руководствуясь намерением самоидентификации. При этом среди основных мотивов в процессе выбора того или иного ника были названы следующие:

- попытка реализации «идеального Я», чаще всего не совпадающего с «реальным Я»;
- уход от барьеров в реальном общении, от норм и правил, характерных для живой коммуникации;
- эксперименты с поиском своей истинной «речевой маски», с максимально точным выражением своего «внутреннего Я» на данный момент;
- игра с другими участниками компьютерно-опосредованной коммуникации.

На базе классификаций О. Балкуновой [5, с. 21-23], И. Лихоперской [15], Т. Аникиной [2, с. 149-166], мы

выделяем следующие виды никнеймов немецкоязычной Интернет-коммуникации.

1. Указывающие на внешность: dickerchen, derNasenmann, STrengmann, Blue@Eyes, Blondiii\_17. Владельцы подобных никнеймов чаще всего подчеркивают те особенности своей внешности, которые они считают привлекательными и милыми. При этом в качестве составляющих сетевого имени чаще всего используют описание волос, глаз, фигуры.

2. Указывающие на человеческие качества, интеллектуальное или эмоциональное состояние: EinLustigEr, Hope4news, JungeUnion, Mnemonic, NaughtyGuy, NiceToAll. Такие никнеймы презентуют пользователя с той стороны, которая может привлечь внимание других участников интернет-коммуникации. Кроме того, они являются выражением самооценки человека.

3. Подчеркивающие привычки, интересы: Grothesk, Magic994, HerzBube99, haferbrei, Traeumling, LacrImosA. Эти никнеймы рассказывают о разнообразных склонностях и увлечениях владельца: от музыкальных до кулинарных. Они направлены на то, чтобы побудить к общению пользователей с подобными увлечениями.

4. Указывающие на место происхождения: -Afghan-, Deutschmann, DortmunderJung1909, heidelberger, stadtindianer. Часто таким образом пользователи пытаются найти земляков или подчеркнуть свою принадлежность к той или иной стране или нации.

5. Обозначающие сферу деятельности: CHATTER0815, Medicus25, Löwenbändiger, MuttiEllen. Они могут отражать как реальную, так и виртуальную действительность.

6. Показывающие связь с миром животных или растений: Cat, coyote, DerFish, Kätzchen. Такой выбор может быть обусловлен личными ассоциациями или соответствием гороскопу. Наиболее популярные животные – это представители семейства кошачьих, а среди растений – цветы.

7. Подчеркивающие обладание определенным предметом: Feuerfunke, ItaliaDiamant, Hefenschleim, MaTraZe, Kuschelbär. Такой выбор также обусловлен

личными ассоциациями, подобные никнеймы могут означать предмет, играющий определенную роль в жизни коммуниканта.

8. Никнеймы-фантазии: NoName, Daemon540, the-ICH, Engelchen, UNIKUM2000, Wiesaul. Никнеймы такого типа подчеркивают анонимность своего обладателя и не несут какой-либо личной информации.

9. Образованные от личных имен: BradPitt, catwoman8, Gandalf, Grischa, iwanka, Princess\_Leia, Zorro. Выбор такого никнейма чаще всего обусловлен попыткой быть похожим на кумира либо схожестью внешности или черт характера. Отсутствие фантазии может обусловить простой никнейм, например, отражающий только реальное имя: AlexHoe, annabellF, andre\_1973, sophie-94, Josh, Jenny28w.

10. Никнеймы, включающие сразу несколько признаков: Coolskyper, Vanessalustig, sweetqueen96. Никнеймы данной категории объединяют в себе несколько характеристик, могут содержать информацию о возрасте, интересах, характерных чертах своего владельца. Эта категория является самой обширной среди остальных, что, без сомнения, связано с желанием коммуникантов создать уникальный запоминающийся никнейм и невозможность охарактеризовать себя с какой-то одной стороны.

11. Отдельно следует рассматривать никнеймы, происхождение которых понятно только их обладателям: '23.10.2013.<3', poxx707, sa10, takkatukka.

Данная классификация демонстрирует, что никнейм является в первую очередь средством самопрезентации пользователя; содержит именно ту информацию, которую его владелец стремится сообщить собеседникам.

Таким образом, на выбор ника оказывают влияние несколько составляющих, однако в основе лежит общая культура личности, реализующая себя в сети. Виртуальное имя, в отличие от настоящего, выбирается самим человеком и может быть легко изменено в любой момент. И в этом проявляется уникальность никнейма среди общего массива онимов.

Развитие Интернет-коммуникации и постоянное увеличение количества пользователей, а значит и появление

новых сетевых имен, дают основу для дальнейших исследований в данной области.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Алефиренко Н. Ф. Современные проблемы науки о языке [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. Ф. Алефиренко. – 4-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2014. – 417 с. – Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/316342> (дата обращения 11.10.2019)
2. Аникина Т. В. Имя собственное в Интернет-коммуникации / Т. В. Аникина // Изв. Урал. гос. ун-та. – Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2010. – № 2 (75). – С. 71–76.
3. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 : защищена 16.05.05 / Асмус Нина Геннадьевна. – Челябинск, 2005. – 265 с. [Электронный ресурс]. – 21.08.2011. – Режим доступа : <https://www.twirpx.com/file/562449/grant/> (дата обращения 17.10.2019)
4. Ахренова Н. А. Лингвистические особенности сетевых имен / Н. А. Ахренова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 34 (172). – Филология. Искусствоведение. Вып. 36. – С. 5–10.
5. Балкунова А. С. Роль сетевого имени (никнейма) во взаимодействии субъектов виртуальной коммуникации : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Балкунова Александра Сергеевна; [Место защиты: Моск. гор. пед. ун-т]. – Теория языка. – Москва, 2012. – 24 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://dlib.rsl.ru/viewer/01005013431#?page=1> (дата обращения 12.10.2019)
6. Вальтер Х., Мокиенко В. М. Русские прозвища как объект лексикографии / Х. Вальтер, В. М. Мокиенко // Вопросы ономастики. – 2005. – № 2. – С. 52–69.
7. Виноградова Л. В. Интеллектуальный контроль как способ интерпретации эмоционально-трудных жизненных ситуаций / Л. В. Виноградова //

- Психологический журнал. – 2004. – Т. 25. – № 6. – С. 21–28.
8. Волкова Н. А. Прозвище как языковая единица (вместо предисловия) / Н. А. Волкова // Вальтер Х., Мокиенко В. М. Словарь современных русских прозвищ. Экспериментальный выпуск. – Грайсвальд, 2004. – С. 5-11.
  9. Голомидова М. В. Русская антропонимическая система на рубеже веков / М. В. Голомидова // Вопросы ономастики. – 2005. – № 2. – С. 11–22.
  10. Казяба В. В. Антропонимикон немецкоязычной ICQ-коммуникации : автореферат дис. ... кандидата филологических наук : 10.02.04 – Германские языки / Казяба Виктория Викторовна; [Место защиты: Сев. (Арктический) федер. ун-т им. М. В. Ломоносова]. – Архангельск, 2013. – 27 с. [Электронный ресурс]. – 20??. – Режим доступа : <https://dlib.rsl.ru/viewer/01005049854#?page=1> (дата обращения 11.10.2019)
  11. Казяба В. В. Никнейм переходного типа как способ самономинии в немецкоязычной интернет-коммуникации / В. В. Казяба // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». – 2016. – № 5. – С. 86-90. – [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/512133> (дата обращения 11.10.2019)
  12. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 390 с.
  13. Комлев Н. Г. Компоненты содержательной структуры слова : [слово, представление, мировоззрение, чувство, уровень знания, компонент поля, культур. компонент] / Н. Г. Комлев. – Изд. 3-е, стер. – Москва : URSS, 2006 (М. : ООО “ЛЕНАНД”). – 191 с.
  14. Куликова Л. В. Коммуникативный стиль в межкультурной парадигме: монография / Л. В. Куликова. – Красноярск : Краснояр. гос. пед. ун.-т им. В. П. Астафьева, 2006. – 392 с.

15. Лихоперская И. А. Некоторые аспекты классификации  
ников в испанском компьютерном дискурсе /  
И. А. Лихоперская [Электронный ресурс]. – 2010. –  
Режим доступа : [https://www.pglu.ru/upload/iblock/3ad/  
uch\\_2010\\_iii\\_00012.pdf](https://www.pglu.ru/upload/iblock/3ad/uch_2010_iii_00012.pdf). (дата обращения 07.10.2019)
16. Ник. Материал из Википедии – свободной  
энциклопедии [Электронный ресурс] – 16.07.2019. –  
Режим доступа : [https://ru.wikipedia.org/  
wiki/%D0%9D%D0%B8%D0%BA](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B8%D0%BA). – Загл. с экрана. –  
Яз. рус. (дата обращения 11.10.2019).
17. Никнейм [Электронный ресурс] – 2012. – Режим  
доступа : [http://slovoborg.su/slb.php?srch=%D0%BD%D  
0%B8%D0%BA%D0%BD%D0%B5%D0%B9%D0%BC  
&a=search](http://slovoborg.su/slb.php?srch=%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BD%D0%B5%D0%B9%D0%BC&a=search). – Загл. с экрана. – Яз. рус. (дата обращения  
11.10.2019).
18. Ражина В. А. Ономастические реалии:  
лингвокультурологический и прагматический  
аспекты: – автореф. дис. канд. филол. наук.: 10.02.19 /  
В. А. Ражина. – Краснодар: 2007. – 24 с. [Электронный  
ресурс]. – 20???. – Режим доступа : [https://dlib.rsl.  
ru/viewer/01003054379#?page=1](https://dlib.rsl.ru/viewer/01003054379#?page=1) (дата обращения  
11.10.2019)
19. Робустова В. В. Прозвище и псевдоним: когнитивно-  
функциональный аспект / В. В. Робустова //  
Когнитивные исследования языка. – 2015. – № 22. –  
С. 660–662.
20. Смольников С. Н. Функциональные аспекты исторической  
антропониимики (на материале деловой письменности  
Русского Севера XVI-XVII веков) : автореф. дис. ... д-ра  
филол. наук: 10.02.01 Русский язык / С. Н. Смольников. –  
Санкт-Петербургский государственный университет. –  
Санкт-Петербург, 2005. – 38 с. [Электронный ресурс]. –  
09.11.2018. – Режим доступа : [https://www.twirpx.com/  
file/2672741/](https://www.twirpx.com/file/2672741/) (дата обращения 18.10.2019)
21. Цибизов К. С. Самопрезентация языковой личности  
в немецком молодежном чат-дискурсе: собственно  
молодежное и национально-специфическое : автореф.  
дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 – Теория языка /

- Цибизов Константин Сергеевич; [Место защиты: Саратов. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского]. – Саратов, 2009. – 23 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://dlib.rsl.ru/viewer/01003487569#?page=1> (дата обращения 11.10.2019)
22. Чабаненко М. Г. Молодежный дискурс как реализация типовой и индивидуальной языковой личности : автореферат дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 – Русский язык / Чабаненко Марина Геннадьевна; [Место защиты: Кемеров. гос. ун-т]. – Кемерово, 2007. – 21 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.dissercat.com/content/molodezhnyi-diskurs-kak-realizatsiya-tipovoi-i-individualnoi-yazykovoi-lichnosti> (дата обращения 19.10.2019)
23. Чудова Н. В. Особенности образа «Я» «жителя Интернета» / Н. В. Чудова // Психологический журнал. – 2002. – Т. 23, № 1. – С. 113-118. – [Электронный ресурс]. – 2002. – Режим доступа : <http://septemberfox.ucoz.ru/biblio/chudova.html> (дата обращения 11.10.2019)
24. Dabiri G., Helten D. Psychologie & Internet: Psychologische Grundlagenstudie zum Phänomen Internet Relay Chat: Qualitative Analyse der Bedeutungsschwerpunkte für die Anwender. / G. Dabiri, D. Helten. [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа : <http://userpage.fuberlin.de/~chlor/werk.pdf> (дата обращения 11.10.2019).
25. Gatson S. N. Self-naming practices on the internet: Identity, authenticity, and community. / Gatson S. N. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1012.3382&rep=rep1&type=pdf> (дата обращения 19.10.2019).
26. Gorny E. The Virtual Self. Self-presentation and self-knowledge on the Internet / E. Gorny. – London: University of London, 2003. – [Электронный ресурс]. – 2003. – Режим доступа : <http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/english/self/index.html> (дата обращения 11.10.2019).
27. Stommel W. Mein Nick bin ich! Nicknames in a German forum on eating disorders. / W. Stommel // Journal of Computer-Mediated Communication. – 2007. – № 13 (1). – P. 141–162.

## АННОТАЦИЯ

**Рочняк Е. В., Демьянюк В. А. Никнейм как форма выражения виртуальной самоидентичности**

Настоящая статья посвящена описанию особенностей такого относительно нового феномена ономастики, как никнейм. Акцентируется специфическая черта никнеймов – выполнение функций самономинации, самоидентификации и самопрезентации интернет-пользователя. Проводится систематизация основных видов никнеймов немецкоязычной сетевой коммуникации.

**Ключевые слова:** никнейм, ник, сетевое имя, виртуальная самоидентичность, самопрезентация, самономинация.

## SUMMARY

**Rochnyak E. V., Demyanjuk V. A. Nickname as a form of virtual identity expression**

This article describes the features of such a relatively new phenomenon in the sphere of onomastics as a nickname. The authors emphasize some feature of nicknames such as the functions of self-nomination, self-identification and self-presentation of the Internet user. Special attention is paid to the systematization of the main types of nicknames in the German-speaking network communication.

**Key words:** nickname, nickname, network name, virtual identity, self-presentation, self-nomination.

*В. А. Филатова  
(г. Горловка, ДНР)*

УДК 811.111-26

## АНТРОПОНИМЫ В ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ДЛЯ ДЕТЕЙ РОАЛЬДА ДАЛЯ)

В современной лингвистике, литературоведении, культурологии, психологии, истории исследование

имен собственных, их происхождение, семантика, классификация, связь с культурой народа является одним из актуальных вопросов, которому посвятили свои труды зарубежные и отечественные ученые, среди которых – К. Тоджеби, Дж. Милль, А. Йесперсон, А. Гардинер, А. Уфимцева, Ф. Буслаев, А. Афанасьев, А. Суперанская, М. Блох, Н. Карпухина, Т. Семенова, Н. Толстой, С. Толстая и другие. Современная наука признаёт, что антропонимы – важные составляющие в ономастическом поле любого языка, а антропонимика тесно связана с лингвокультурологией, система имён в языковом сознании занимает особое место, т.к. функционально антропонимы содержат в себе национально-культурный компонент.

В художественном тексте антропонимы выступают одной из характеристик авторского стиля и замысла. В художественном тексте для детей антропонимы характеризуются особой смысловой нагруженностью. Связано это, прежде всего, с тем, что кроме иллюстраций, именно они помогают юным читателям понять сюжет. В литературных сказках антропоним (*characteronym, label name, semantically loaded name*) очень часто выступает как разграничитель «своего» и «чужого», дружественного и враждебного.

**Цель данной статьи** – проанализировать функции «говорящих имён» в книгах для детей Роальда Даля; рассмотреть связь антропонимов в литературных сказках Р. Даля и национальной культуры.

Роальд Даль – один из тех писателей, который не только изменил детскую литературу, но и создал для своих произведений язык, неповторимый, увлекательный, понятный детям. Особенность детского восприятия литературы заключается в желании и стремлении обыграть воспринимаемое слово. Поэтому он предлагал им игру не только на уровне сюжета, но и на уровне слова и даже звука. Считается, что Роальд Даль изобрёл более 250 слов, среди которых и имена собственные. В 2016 году был издан «Оксфордский словарь Даля» (*Oxford Roald Dahl Dictionary*), составленный по

мотивам литературных сказок Р. Даля, в который вошли и авторские неологизмы.

Кроме того, к столетию писателя в «Оксфордский словарь английского языка» (*Oxford English Dictionary*) были включены слова, «сконструированные» Далем – *scrumdiddlyumptious*, *human bean*, *golden ticket*, *oompa loompa*, *witching hour*, *Dahlesque*. Последнее лексикографами Оксфордского словаря определяется как характеристика стиля британского писателя Роальда Даля, особенно его детских произведений с эксцентричными сюжетами, отвратительными взрослыми персонажами и чёрным юмором (“*Resembling or characteristic of the style of the British writer Roald Dahl, especially his children’s works featuring eccentric plots, villainous or loathsome adult characters, and dark humour*” [2]). Включение слов в главный словарь английского языка, в котором отражается его историческое развитие, говорит о влиянии авторского стиля Роальда Даля на национальную культуру.

Литературные сказки и поэтические произведения для детей Р. Даля насыщены именами собственными, среди которых акронимы, топонимы, зоонимы. Самым объемным классом выступают антропонимы – имена и прозвища, которые отражают реальный (настоящий) и ирреальные (волшебный) миры.

Первую книгу для детей Р. Даль написал в 1943 году, когда принимал участие во Второй мировой войне. В название «Гремлины» было вынесено прозвище маленьких мифических существ (гремлинов), которых сослуживцы Даля, пилоты ВВС, считали виновными в поломках самолётов. Происхождение слова связывают со староанглийским ‘*gremian*’ – ‘*to vex*’ (досаждать, надоедать). Поверье дало название термину, который в наши дни употребляется в технике, программировании и коллективной психологии. Эффект гремлины (*gremlin effect*) поясняется как «ситуация, когда теоретически исправная техника загадочным образом выходит из строя», а причина всего – вмешательство злых сил, гремлинов [1].

Вторую книгу для детей «Джеймс и чудо-персик» (“*James and the Giant Peach*”) Р. Даль написал спустя много

лет, в 1961 году. Счастливой жизни главного героя книги посвящён один абзац, в котором описаны первые четыре года его жизни. Несмотря на небольшой объём информации, понятно, что мальчик из традиционной англоговорящей семьи. При рождении он получил два имени: личное имя (*personal name, first name – James*), среднее имя (*middle name – Henry*) и фамилию (*last name, surname – Trotter*) [4, с. 1]. После смерти родителей родственницы, к которым его отправили на воспитание, называли его «омерзительная маленькая тварь», «жалкое ничтожество», «гнусное отродье» (перевод М. Фрейдкина). (“*They never called him by his real name, but always referred to him as ‘you disgusting little beast’ or ‘you filthy nuisance’ or ‘you miserable creature’*” [4, с. 2]). История имеет счастливый конец. После всех приключений Джеймс поселился в Центральном парке и стал знаменитой личностью. Игра с читателями проявляется в использовании другого шрифта, размера букв и размещения имени на странице: JAMES HENRY TROTTER himself (ДЖЕЙМС ГЕНРИ ТРОТТЕР собственной персоной (перевод Марка Фрейдкина) / ДЖЕЙМС ГЕНРИ КРУИЗО (перевод Елены Суриц).

Одной из особенностей литературных сказок Даля можно назвать то, что имена положительных героев выполняют *номинативную функцию*. *James, Charlie, Danny, George, Matilda, Sophie* – обычные имена детей. Они не несут никаких дополнительных смыслов и не направлены на то, чтобы сформировать у читателя определенное отношение к герою. Кроме того, повествователь может быть анонимным, лишённым имени. Например, не упоминается имя главной героини книги «*The Magic finger*» («Волшебный палец»), она – просто восьмилетняя девочка. Повествование в сказке «Ведьмы» (*The Witches*) идёт от лица мальчика, которому ещё нет и десяти лет. В тексте он называется просто «Мальчик» (“*The Boy*”). У Мальчика есть Бабушка, но важно не её имя, а национальность. В образе бабушки прослеживаются характерные черты матери Даля: обе женщины были норвежки; в семье говорили на двух языках (английском и норвежском), сохранили традиции

и культуру своего народа. Кроме того, бабушка мальчика описана как «прекрасная рассказчица» (“*a wonderful storyteller*”), как и мама писателя.

Антропонимы не только называют героев, но и выполняют *информационно-стилистическую и эмоционально-оценочную функции*, при этом фонетический состав или различные словообразовательные особенности имени формируют своеобразное отношение к герою. Например, родственницы Джеймса в сказке «Джеймс и чудо-персик» называются нарицательными именами – *Sponge* (губка – для описания очень толстой тётушки), *Spiker* (от spike – шип, клин, острё – для описания худой) [4, с. 1]. Напротив, самыми добрыми качествами и самыми положительными чертами характера наделена учительница Матильды – *Miss Honey* («Матильда», 1988 г.). По определениям в толковых словарях английского языка словом “honey” называют дорогих и любимых людей, привлекательных женщин (“*sweet one; darling; dear; often a term of affectionate address*” – Collins English Dictionary [6]; “*an attractive woman*” – Longman Dictionary [7]; Merriam-Webster Dictionary [8]: “*a name that you call someone you love or like very much*” – Cambridge English Dictionary [5]).

*Номинативная функция* может переходить в *информационно-стилистическую* в связи со сменой имени внутри одного текста. Например, в сказочной повести «Волшебный палец» (“*The Magic Finger*”) представлено семейство – *Mrand Mrs Gregg*, которое сменило своё имя на говорящее – *Mrand Mrs Egg*, выказывая, тем самым, своё уважение уткам, которых они прежде убивали, не задумываясь о последствиях. Эта смена имени представляет определённую трудность для перевода, теряя рифму в звучании, переводчики сохраняют смысловое значение *Мистер Уткин* (в переводе Е. Суриц) и *Мистер Кряк* (в переводе Н. Демуровой).

*Смеховое начало* проявляется в семантике имен девяти злых великанов-людоедов из «БДВ» (“BFG”), которые образованы с помощью словосложения –

The Fleshlumpeater, The Bloodbottler, The Manhugger, The Meatdripper, The Childchewer, The Butcher Boy,

The Maidmasher, The Bonecruncher, The Gizzardgulper (Мяса заглотнём, Кровушки попьём, А ну-ка обними, Кости погрызём, Деток пожуюм, Мальчики из мясной лавки, Девочкой закусим, Мигомиро глотим, Кровь кап-кап – перевод И. Шишковой). Все страшные «злодеи» наделены смешными именами. Это ещё одна из стратегий языковой игры. Своеобразный юмор Даля обезоруживает «страшного» и «чужого» в глазах читателей.

Имя доброго великана, аббревиатура БДВ (Большой Добрый Великан), который делает волшебные порошки из детских снов, впервые появляется в книге «Дэнни, чемпион мира» (*'Danny, the Champion of the World'* (1975), где ему посвящена целая глава с одноимённым названием. Таким образом, антропоним выступает как интертекстуальная аллюзия и с точки зрения формирования межтекстовых отношений использован для того, чтобы передать авторские интенции.

Говоря о юморе Роальда Даля и антропонимах, нельзя не назвать традиционные английские шутки (*"Knock-knock Jokes"*), которые представляют собой диалог, состоящий из пяти реплик между «хозяином» и «гостем» и включают игру слов, каламбур. «Гость», воображая, что он стучится в дверь чьего-то дома, произносит: *"Knock knock"* (тук-тук). «Хозяин» отвечает: *"Who's there?"* (Кто там?) «Гость» называет имя человека, «хозяин» автоматически повторяет имя и добавляет вопрос *"who"* (кто? какой?), требуя уточнений. Пятая реплика представляет собой шутку, т.к. «гость» не добавляет фамилию, а произносит слова, которые «играют» со звуками имени из третьей реплики. Именно такие шутки, которые сейчас известны и популярны во многих странах мира, обыгрывает Роальд Даль в литературной сказке «Чарли и большой стеклянный лифт» (*"Charlie and the Great Glass Elevator"*). В разговоре американского президента с главами Советского Союза и Китая упоминаются имена: *Warren Peace, Yougetoff, Wings and Wongs*.

Приведём один пример:

«Knock knock

“Who’s there?” said the Soviet Premier.

“Warren.”

“Warren who?”

“Warren Peace by Leo Tolstoy,” said the President» [3].

Ответ “Warren Peace” состоит из двух слов, где “Warren” – мужское личное имя (a first name for a male), а “Peace” преподносится как фамилия (the last name). Но звучит это как “War an(d) Peace” (знаменитый роман Льва Толстого «Война и мир» в переводе на английский язык). Главный адресат книг Р. Даля не имеет достаточный багаж фоновых знаний и нуждается в пояснении для правильного восприятия и понимания того значения, которое хотел вложить автор, ссылаясь на текст, принадлежащий другой лингвокультуре. Так реализуется и *познавательная функция*, заложенная в говорящем имени и игровой ситуации.

Подводя итог, отметим, что Роальд Даль прибегал к различным способам словообразования для создания имён собственных, которые были необходимы ему для раскрытия художественного замысла; использовал большой потенциал «говорящих» имен для языковой игры, игры на уровне фонологии и графики, добивался реализации различных функций антропонимов в художественном мире своих произведений для детей. Для юных представителей английской лингвокультуры книги Р. Даля – первое знакомство с творческой силой языка, а индивидуальный авторский стиль – проводник в реальный мир.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Эффект гремлина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [https://ru.wikipedia.org/wiki/Эффект\\_гремлина](https://ru.wikipedia.org/wiki/Эффект_гремлина)
2. Dahlesque // <https://www.lexico.com/definition/dahlesque>
3. Dahl R. Charlie and the Great Glass Elevator [Электронный ресурс] / Roald Dahl. – Режим доступа к книге : [https://bookfrom.net/roald-dahl/page,3,31826-charlie\\_and\\_the\\_great\\_glass\\_elevator.html](https://bookfrom.net/roald-dahl/page,3,31826-charlie_and_the_great_glass_elevator.html)
4. Dahl R. James and the Giant Peach / Roald Dahl. – Published by the Penguin Group, 2007. – 152 p.

5. Honey [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/honey>
6. Honey [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/honey>
7. Honey [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.ldoceonline.com/dictionary/honey>
8. Honey [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.merriam-webster.com/dictionary/honey>

## АННОТАЦИЯ

**Филатова В. А. Антропонимы в лингвокультурологическом аспекте (на материале произведений для детей Роальда Даля)**

В статье рассмотрена проблема функциональности антропонимов в книгах для детей Роальда Даля. Автор анализирует функции «говорящих имён», приводит примеры антропонимов, выполняющие функции аллюзии, языковой игры; рассматривает связь антропонимов в литературных сказках Р. Даля и национальной культуры.

**Ключевые слова:** антропоним, функции, языковая игра, национальная культура.

## SUMMARY

**Filatova V. A. Anthroponyms in the linguoculturological aspect (based on the books for children by Roald Dahl)**

The article deals with the problem of functioning of anthroponyms in the books for children by Roald Dahl. The author analyses the functions of «speaking names», gives the examples of allusion, linguistic game. The researcher studies the relationship of anthroponyms in the literary tales of R. Dahl and national culture.

**Key words:** anthroponym, function, linguistic game, national culture.

УДК 81'38=111

## **КОГНИТИВНО-КОММУНИКАТИВНАЯ СПЕЦИФИКА ДИСКУРСА ДЕЛОВОЙ СФЕРЫ**

Актуальность выбранной темы обусловлена растущим интересом к изучению дискурса как формата межуровневой интеграции в контексте когнитивной лингвистики. Глобальной задачей исследования в этом направлении научного поиска является выявление механизмов и принципов взаимодействия адресанта и адресата в процессе развёртывания пространственно-временного континуума. Объектом нашего исследования является англоязычная «деловая презентация».

Деловой дискурс как макро-речевой акт получил своё признание в период становления деловых отношений в XX веке. В стремлении обеспечить достаточное количество потребителей продукцией своей компании руководители бизнес-структур обратили внимание на риторику как средство влияния на потребителя благодаря межличностной коммуникации. Со временем искусство представления продукции разделилось на отдельные элементы, каждый из которых направлен на взаимодействие с определенной частью потенциальных потребителей продукта деловой структуры: рекламные статьи, коммерческие предложения и письма, информация на веб-сайтах, подбор и составление коммерческой информации для фирм как потенциальных клиентов.

«Деловая презентация» – выступление перед клиентами, партнерами или сотрудниками преследует решение ряда специфических задач как, к примеру, демонстрация услуги, продукта, структуры, а также результатов достижений в определённой сфере, создание образа компании, демонстрация стратегии компании, продажа продукта, услуги, идеи и, наряду с этим, задача содействия развитию компании и предложение определённого решения относительно новой идеи.

В центре нашего исследования находится «деловая презентация» как речевой жанр с коммуникативно-

прагматической доминантой «демонстрация результатов достижений бизнес-структуры».

В нашем понимании, «деловая презентация» относится к видам аргументативного дискурса, который определяется такими признаками как целенаправленная ориентация на адресата, регулирование его мировоззрения и поведения, системообразующая интенция, а также статусная позиция участников коммуникации. В процессе делового сотрудничества коммуниканты реализуют фатическую, информационную и персуазивную интенции с помощью разноуровневых языковых средств, риторических приёмов, которые определяются нормой и этикой делового сотрудничества. Дискурс деловой презентации как разновидность публичной речи – это созданная по законам риторики система, интегративность которой, прежде всего, обусловлена ориентацией на убеждение адресата.

В структуре в деловой презентации лингвисты выделяют такие компоненты как субъект речевого воздействия, адресат речевого воздействия, канал воздействия, цель речевого воздействия и материал, что является важным для успешной презентации [4].

Деловая презентация представляет собой автороцентрический формат межличностной коммуникации с определенными уровнями организации дискурсивного пространства, обусловленного спецификой пресуппозиций адресанта и адресата, а также различными стратегиями и тактиками реализации коммуникативных интенций адресанта.

Особенности бизнес-презентации отображаются в специфической деловой лексике, которая напрямую зависит от характера деловой структуры и ее продукции.

Например:

*This graph, here, shows the progress of our top-of-the-range model **the A1456** [...] OK, let's turn to the middle-of-the-range product, the **B2456**. [...] Finally, our cheapest model, the **C3456** ...; There are three major **applications** on the **network** – **word-processing, accounts and data-base management**. From a recent survey, it's clear that four of the **terminals** are being used predominantly for **word-processing** and one for **data input** using*

*the accounts application. The other five are essentially used for management information, either accessing the accounts the data-base for customer information. [3].*

На синтаксическом уровне наблюдается практически полное отсутствие сложных синтаксических конструкций.

Например:

*Now then, the five regions are supported by two sections – Marketing and Technical Services. **They are organised on a matrix basis with section leaders accountable to the Regional Managers.** They work closely with the **regions on the marketing and technical side ... ; Finally, technology.** I thought you would be interested to have an update since this is vital for our future growth. Over the last year, our Research Department has thoroughly tested a new prototype engine. **Results so far have looked promising** [3].*

Когнитивный уровень этого формата межличностного общения представлен специфическим тезаурусом коммуникантов, особых критериев ценностных оценок и ориентаций, согласно которым образ мира воспринимается через «предпринимательское сознание» и зависимость от статусной роли не наблюдается.

Например:

– ***The last competitor is Mansell. They have been in the market slightly longer than us and Zecron. They have much smaller market share, but their products are sold at the top end of the market at much higher prices. As a result, they achieve the best profitability of the four companies with much lower turnover*** [3].

Во фрейме «деловая презентация» адресант не подчёркивает свою статусную роль, так как говорит от имени коллектива деловой структуры.

Структура логического построения дискурса обусловлена набором ораторских и риторических приемов, выбор которых зависит от цели коммуникации и характера аудитории. Например:

***Before I go on to talk about the sales targets for this year, let's have a look on the performance of our three main products over the last six years. Now, as you know, we launched three models the same year, in order to capture the full range of the market...*** [3].

Следует также отметить, что одним из правил ведения успешной презентации является подготовка аудитории к речи с помощью оглашения ее этапов. Например:

*I'd like to spend a few minutes of your time, looking back over the year. I'm going to divide my review into three areas. Firstly, financial, secondly, personnel and finally technology [3].*

Вербализация логических компонентов дискурса бизнес-презентации также отличается лаконичностью и последовательной фактуальностью – с целью изложения основной информации в тот промежуток времени, в который адресат способен максимально сконцентрировать внимание на получаемой информации, и адресант не позволяет себе отклонений от темы.

Таким образом, мы приходим к выводу, что прагматические установки максимальной эффективности действия адресанта на адресата отличаются лаконичностью языковых формулировок – целостность бизнес презентации обеспечена путем строгой фактуальности высказанных тезисов, а дискретность – путем членения речи адресанта на логически связанные элементы.

Одной из значимых дискурсивных категорий этого формата является категория модальности. Следует отметить, что «модальный вакуум» бизнес-презентации может иметь различные источники или их комбинации. К примеру, если цель презентации – предъявление компании инвесторам (товара – клиентам), то «модальный вакуум» рождается симметрично – ни у адресанта, ни у адресата нет общих пресуппозиций к самой презентации – инвесторы интересуются производительностью и рейтингом компании, профессионализмом сотрудников, а сторона докладчика – размерами возможных капиталовложений и конечным результатом переговоров: если и адресат, и адресант являются сотрудниками одной компании, «вакуум», как правило, порождается адресатом (поскольку адресант предлагает информацию, еще не известную адресату); если цель презентации – развлечение адресата – «модальный вакуум» может отсутствовать в силу специфики данного формата презентации и, наконец, если в центре внимания выработка стратегий развития компании, генерация новых

идей, то «вакуум» порождается адресантом, поскольку вектор коммуникации данного формата дискурса направлен преимущественно от первичного адресата к первичному адресанту (по принципу «запрос информации – получение информации»).

В дискурсе бизнес-презентации категория модальности проявляется в следующих компонентах:

а) авторской оценке выражения с позиций реальности-ирреальности (гипотетичности), например:

*... Our products are medium-price but less attractive than Benton's. We're getting a problem with reliability. Certainly Benton's range has a reputation for being much more reliable.*

б) оценке ситуации с позиций ее возможности, необходимости или желаемости, например:

*Now we come to the B2456. We don't expect sales will be quite as high as last year as we are not going to push this product this year. My view is that sales should reach 450,000. This may be a little optimistic for a product which is now six years old, but think we should be able to achieve it.*

в) целевой установке говорящего, например:

*Our market share is higher than Zecron and Mansell, but they are more profitable than us. So, we must become more competitive during the next two years if we are to hold on to our market share and increase profitability.*

г) утверждении/возражении, отражающие наличие/отсутствие связей между предметами, явлениями, событиями, например:

*Let's turn to the weaknesses. Although we have such a strong product, we haven't achieved the sort of market penetration we should have. Basically this is because our marketing is not so effective as our competitors'. One especially, STERLING, has much stronger presence in the market both in terms sales and profile. We've relied too heavily on product quality, not enough on promotion. We've got to put considerably more effort into our advertising and direct mail campaigns [3].*

Наряду с категорией модальности антропоцентричность в дискурсе бизнес-презентации также имеет свои особенности, что отображается в двух классических

статусных ролях «адресант» и «адресат» и интерактивной роли адресанта и адресата в ходе развёртывания дискурса.

Динамика дискурса предполагает наличие его «отправной точки», что отражается на когнитивно-интерпретационном уровне коммуникации. Роль этого уровня проявляется в когнитивных фрагментах тезаурусов адресанта и адресата, общности пресуппозиций, способностей коммуникантов декодировать имплицитные интенции в ходе решения стратегических задач. В связи с этим особую роль для коммуникантов дискурса играют концепты – «сгустки культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека [...] «Концепт – основная ячейка в ментальном мире человека» [2, с. 40]. Как отмечает В.М. Манакин, концепты «являются проводниками разнообразной информации и полностью или частично материализуются в языке [...]; концепты как идеальные образования кодируются в чувственно-образных представлениях, система которых образует так называемую концептуальную картину мира» [1, с. 22, 24].

Базовые концепты того или иного дискурса определяют общие пресуппозиции коммуникантов; они являются точками соприкосновения концептуальных картин мира адресанта и адресата, а также основой взаимовлияния коммуникантов.

Формирование концептуальной системы автороцентрического аргументативного дискурса, который является объектом нашего исследования, основано на базовых первичных концептах, заложенных в сознании человека на уровне подсознания и инстинкта, что и отражается в речевой стратегии и тактике адресанта. Базовые концепты являются фиксированными понятиями, под влиянием которых развиваются все другие, то есть подвергаются дальнейшему уточнению и модификациям. Лексическая и грамматическая оболочка выступления отражают форму вербализованного персуазивного мышления, которое имеет свои особенности в, частности, в дискурсе бизнес-презентации. Исследуемый нами речевой жанр имеет существенную аргументативную нагрузку, которая, как отмечалось выше, заключается в специфическом воздействии на сознание адресата. Наиболее действенным

в этом плане является влияние техники аргументирования на процесс принятия решений адресатом, что достигается через трансформацию его концептуальной модели мира и обуславливает интенцию коммуниканта под воздействием аргументации в контексте «деловой презентации». Уровень важности коммуникативной цели предопределяет выбор коммуникативных стратегий и тактик. Следует отметить, что логические концепты «истинность» и «убеждение», которые входят в ядро концептуального пространства бизнес-презентации, были определены ещё Аристотелем как основа оппозиции «аналитического» и «диалектического» доказательств. Вербальный контекст «деловой презентации» эксплицитно отображает маркеры этих основополагающих концептов.

Например:

а) концепт «истинность»:

*As you can see (from the graph), sales reached a peak just one year after launch. The following two years sales levelled off at around 400,000. Then sales decreased to a figure of 330,000 by the end of the year. Finally, last year sales fell only to 250,000 units.*

б) концепт «убеждение»:

*If we look at the figures for years 1 and 2, we see that sales increased rapidly in the second year to reach 250.000 [...] Fourth year sales were also good – the end-of-year figure went up to 580,000. I'm sure, you'll agree, these results are excellent [3].*

Наши наблюдения приводят к мысли, что концептуальное пространство делового дискурса не ограничивается логико-философскими концептами, а вербальные модели пространственно-временного континуума, характерные аргументированному изложению фактов, отражают специфические концепты. Особый интерес в этом плане вызывают концепты-символы идеалов и моральных ценностей. Они выступают в роли главных элементов членения концептуального пространства: «опасность», «конкурент», «авторитет лидера», «успех», «неудача», «решение», «сотрудничество», «солидарность».

По ходу развёртывания дискурсивного континуума разные концепты, уровень приоритетности которых в каждом высказывании обусловлен специфическими задачами коммуникации, постепенно наслаиваются один на другой, образуя специфическое концептуальное поле воздействия на адресата. В дискурсе бизнес-презентации концепт «опасность» чаще всего взаимодействует с концептом «конкурент».

Например:

*Let's look at the competition. Now, our main competitor – **Benton** – entered the market in 1982 – ten years later than us. But since then they have grown more rapidly and are now the biggest in terms of market share. [...] Their products are better, sold at lower prices and presented more attractively [3].*

В свою очередь, концепт «успех» связан с фактуальностью изложения информации и является ментальной основой речевых актов, характеризующих состояние развития деловой структуры или продукта на текущий момент. Прагматика этого вида дискурса предопределяет высокую частотность вербальных моделей с концептуальной основой «успех» для смягчения негативного влияния предварительного сообщения с концептом «неудача».

Например:

*Finally, our cheapest model, the C3456. If we look at the figures for years 1 and 2, we see that sales increased rapidly in the second year to reach 250,000, then in the third year they rose again by 200,000 to reach 450,000. Fourth year sales were also good – the end-of-year figure went up to 580,000. Year 5 sales dropped slightly – were down to 550,000 and this figure was maintained last year. I'm sure you'll agree, these results are excellent [3].*

В бизнес-презентации концепт «неудача», к примеру, является результатом преимущественно фактуального изложения информации адресантом – если целью презентации является стимуляция аудитории к преодолению какой-то проблемы, избежание ее определения может привести к коммуникативной неудаче. Следует отметить, что адресант вербализирует концепт «неудача» непосредственно, избегая маскировки или искажения фактов, и одновременно связывает неудачу с возможным решением или перспективой.

Например:

*So, that brings me the opportunities. We're clearly not taking the opportunity we have to dominate the small business user market. We could be achieving significantly higher sales – I estimate fifty to sixty percent more. We could also be building a much more extensive customer base – this would ensure a more secure future as well [3].*

Концепт «решение» (выход из проблемной ситуации) является важным элементом концептуального пространства как логическое продолжение обращения адресанта к проблеме, базисом которой является концепт «опасность».

Следует также отметить, что концепт «решение» может иметь различные проявления, что обусловлено разноплановостью «деловой презентации» – каждая конкретная ситуация предопределяет соответствующее решение. Например, в презентации по поводу проблем логистики верным решением предлагается сокращение, замена или усовершенствование этапов производственного процесса на более эффективные.

*Now, we can identify three potential bottlenecks which can lead to inventory levels rising to unacceptably high levels. One mentioned on the start, where we supply the boards for cutting before they move onto the coating stage: as I said, we supposedly stock five days' supply. That's OK [3].*

Концепты «сотрудничество» и «солидарность» в дискурсе бизнес-презентации являются имплицитными, поскольку от сотрудничества коллектива деловой структуры зависит общий успех и это известно всем сотрудникам. «Солидарность» адресата также могут прогнозировать концепты «проблема» и «решение», вербальные маркеры которых отражают значение «сплоченности» с целью принятия верного решения, формирования стратегии дальнейшего развития.

В модели концептуального пространства бизнес-презентации (Рис. 1) в центре находятся имплицитные концепты «сотрудничество» и «солидарность», что обуславливает важность общественного вклада сотрудников в развитие бизнес-структуры. Логический концепт «истинность» является одним из базовых, так как адресат воспринимает слова адресанта не нуждаясь в их

доказательствах, а отдельные элементы доклада адресанта подкреплены фактическим материалом, что отражает особую аргументативную силу «убеждения». Концепт «авторитет лидера» является приближенным к концепту «убеждение», так как адресант аргументирует предоставленные факты или высказанные идеи посредством ссылки на специалистов той или иной сферы производства. Концепты «успех» и «неудача» сигнализируют динамику изложения реальных фактов, а концепты «опасность» и «конкурент» непосредственно связаны с «решением», что, как нам представляется, обусловлено логической последовательностью развития дискурса. Таким образом, концептуальное поле деловой презентации отражает когнитивный базис дискурса, который вербально маркируется на лексико-семантическом и семантико-синтаксическом уровнях пространственно-временного континуума.

На следующем этапе исследования специфики «деловой презентации» целесообразно сосредоточить внимание на роли просодической подсистемы в ходе актуализации стратегии и тактики адресанта с целью достижения желаемого перлокутивного эффекта.

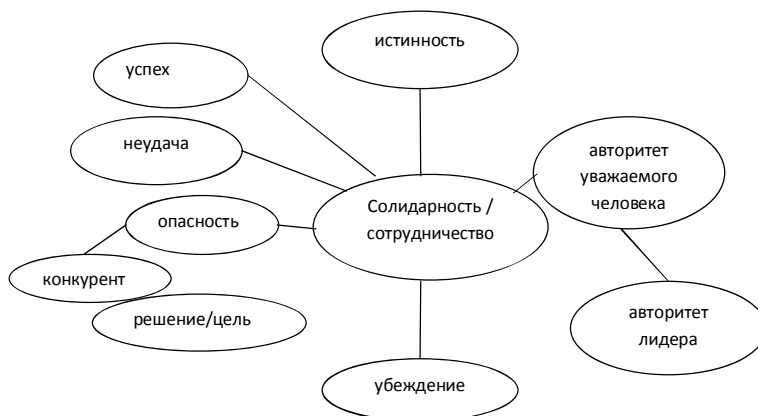


Рис. 1. Модель концептуального пространства «деловой презентации»

## ЛИТЕРАТУРА

1. Манакин В. Н. Сопоставительная лексикология / В. Н. Манакин. – К. : Знання, 2004. – 326 с.
2. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. – М., 1997. – 255 с.
3. Morgan P. English for Business and Administration / P. Morgan, G. Parker. – Oxford: Oxford University Press, 1998. – 220 p.
4. <http://articles.business-man.biz/presentation/22/light-up-your-audience-with-osram-components-of-an-effective-business-presentation-graham-young.htm>

## АННОТАЦИЯ

### **Штакина Л. А. Когнитивно-коммуникативная специфика дискурса деловой сферы**

Статья посвящена изучению особенностей функционирования «деловой презентации» в когнитивно-коммуникативном аспекте. Выбор в качестве объекта исследования аутентичных образцов бизнес-дискурса отражает актуальную проблематику современных лингвистических исследований в этом направлении. Рассмотрен концептуальный базис и маркеры его вербализации на лексико-семантическом и семантико-синтаксическом уровнях пространственно-временного континуума.

**Ключевые слова:** дискурс, вербализация, концепт, маркер, адресант, адресат.

## SUMMARY

### **Shtakina L. A. Cognitive-communicative specifics of business discourse**

The article highlights specifics of business presentation with the focus on the conceptual basis and the discourse coded message. The aim of this research is to reveal «the presentation» strategic relevance and communicative appropriacy. Peculiarities of the verbalization are singled out due to the network of semantically adequate markers of the discourse actualization. The conceptual peculiarities are

considered within the framework of the addresser's intention realized through the integration of lexical-semantic and semantic-syntactic levels of the speech continuum.

**Key words:** discourse, verbalization, concept, marker, addresser, addressee.

*Е. С. Куваева*  
(г. Волгоград, РФ)

УДК 81/0

### ПРЕЦЕДЕНТНОЕ ИМЯ ГОЛЛИВУД В СОВРЕМЕННОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

В последние десятилетия в ономастике и лингвокультурологии уделяется большое внимание контекстуальному исследованию прецедентных имен, которые рассматриваются как единицы прецедентных феноменов.

В. В. Красных дает следующее определение прецедентному феномену: прецедентные феномены – феномены, которые хорошо известны всем членам определенного национально-лингвокультурного сообщества, актуальны в когнитивном аспекте и воспроизводимы в речи данного сообщества на постоянной основе [7; с. 6]. Этому же определению придерживаются и другие сторонники когнитивного подхода к изучению прецедентных феноменов – Багаева, Гудков, Захаренко.

Д. Б. Гудков пишет о том, что при сопоставлении одних и тех же прецедентных феноменов разных лингвокультурных сообществах происходят различного вида расхождения [3; с. 118-119]. Одно из таких расхождений – это лакуны, единицы, которые присутствуют в одной когнитивной базе, но полностью отсутствуют в другой. Другим расхождением выражается в том, что существующие в разных когнитивных базах прецедентные феномены имеют различное значение, и оценку у членов разных

лингвосообществ. То есть, коммуниканты, апеллируя к одному и тому же прецедентному феномену, подразумевают различные представления и прежде всего противоположные оценки одного и того же феномена [3; с. 119]. Причина тому видится в том, что один и тот же феномен в разных лингвокультурных сообществах существует в редуцированном виде, в виде инварианта с набором признаков. И для каждого сообщества инвариант будет различаться в зависимости от того, как в обществе происходит деление признаков на существенные/несущественные.

Выделяют следующие свойства прецедентных феноменов: общеизвестность (все или большинство членов лингвокультурны должны знать о данном феномене), когнитивная значимость для конкретной личности или социума (социум или личность должны различать инвариант представления феномена), постоянная воспроизводимость в речи (феномен должен периодически возникать в речи членов социума), реинтерпретируемость в невербальных знаковых системах.

Говоря о других функциях прецедентов, обратимся к классификации Г. Г. Слышкина, он выделяет следующие: экспрессивно-декоративная (украшают речь), экономия речевых средств (делает речь более лаконичной), парольно-индентифицирующая (относит коммуникантов к одной общей группе), персуазивная (выражает авторитет), людическая (снижение напряженности в процессе общения), эвфемистическая (выражает неприятные мысли с помощью иносказания) [12; с. 121].

По мнению Э.М. Аникиной, все вышеперечисленные функции могут быть объединены в одну – смыслообразующую функцию. Так как употребление прецедентного феномена в любом случае ведет к образованию нового смысла [1; с. 164].

Одна из главных форм прецедентных феноменов, которая является важнейшим ядерным элементом когнитивной базы – прецедентное имя. Прецедентное имя – индивидуальное имя, которое связано с конкретным

прецедентном именем и/или прецедентной ситуацией и указывает на конкретные качества [2, с. 6]. Данные положения особенно значимы при контекстуальном анализе имен в художественном тексте, поскольку прецедентные имена, обладая такими характеристиками, как краткость, емкость, экспрессивная насыщенность, часто используются в художественной литературе в качестве оценочного средства.

В современном мире процесс глобализации стремительно меняет подход к прецедентным именам. Языковые единицы стремительно распространяются по всему миру и такие единицы принято называть глобализмами.

Глобализмы, по С. П. Денисовой, – есть слова, словосочетания и выражения, распространение которых происходит в транснациональном масштабе по всему миру [4; с. 429–430].

Особое место среди глобализмов занимают имена собственные, например, имена персонажей (*Джеймс Бонд*, *Супермэн*); названия мест (*Голливуд*, *Сайлент Хилл*), товарные знаки (*Адидаас*, *Тиффани*) и т.п. И. В. Крюкова предлагает рассматривать все эти группы имен как одну – группу онимов-глобализмов – и выделяет ряд общих признаков таких имен: во-первых, они известны широкому кругу лиц, принадлежащих к разным лингвокультурам; во-вторых, они обозначают понятие, которое имеет какое-либо весомое значение в настоящий отрезок времени, и в-третьих, они широко воспроизводимы в речи членами разных лингвокультур [9; с. 118]. Как видим из примеров, большинство таких глобализмов относятся к словам – американизмам. Это обуславливается ведущей ролью США в глобальном информационном пространстве и активной пропагандой американского стиля жизни и навязыванием «американской мечты» через фильмы, сериалы, печатные издания и т.д. В последнее время, особенно заметное влияние США оказывает через глобальную сеть Интернет.

Широкая известность и частая воспроизводимость в речи приводят к переходу многих имен-глобализмов в прецедентные имена. Они приобретают способность

давать оценочные характеристики разнообразным событиям и явлениям. Особенно показательным такое употребление онима-глобализма в функции поэтонима в художественной литературе, даже если он употреблен в тексте художественного произведения однократно. По справедливому замечанию В. М. Калинин, «поэтоним может встретиться в тексте произведения только один раз, а может многократно употребляться на каждой странице текста, но основополагающие свойства собственного имени как образного средства будут одинаковыми» [6, с. 123].

Это полностью подтверждает наше исследование функционирования онима-глобализма *Голливуд* в качестве оценочного средства в художественном тексте.

Анализ фрагментов из художественных текстов, взятых из Национального корпуса русского языка [10], позволил нам определить признаки прецедентного имени у онима-глобализма *Голливуд*. К грамматическим признакам относятся следующие: употребление со словами: *весь этот, такой, просто*, с дифференцирующими словами-указателями (*чистый, полнейший, звериный*) и оттопонимическими прилагательными (*индийский, сибирский*); по функции в предложении оним *Голливуд* может занимать позицию предиката.

Однако более значимыми представляются лексико-семантические характеристики онима *Голливуд*, при контекстуальном анализе которых мы выявили несколько оценочных значений:

1) Фильмы американского кинопроизводства, в которых дается образец социального взаимодействия. *И ждал, ждал счастья однажды заполучить в безраздельное пользование. И Голливуд показывал такие примеры!* (Александр Терехов. Каменный мост). В этом оценочном значении Голливуд употребляется в перечислительных рядах вместе с другими именами-глобализмами, символами глобализации. *Идет серьезная работа по размыванию границ уже, простите, между существом и личностью. Диснейленды, компьютерные игры, Голливуд совместно и по одиночке успешно решают задачу по одомашниванию*

*всею дикого. Добрые грызуны, монстрики, динозаврики охотно ведут с нами задушевные беседы, предлагая обсудить свои животрепещущие проблемы* (Павел Крусанов. Перекуем орала на свистела).

2) Низкопробные американские (голливудские) фильмы. *В северных деревнях всю эту нечистую силу, чтобы не называть по имени, величали с преувеличенной ласковостью: белый дедушко, голенький, лысенький. Немногого же стоит Голливуд, любитель языческих баек, создатель бесконечной галереи перекошенных прыщавых вурдалаков – где уж честным методистам придумать что-нибудь поистине страшное.* (Евгения Пищикова. Пятиэтажная Россия).

3) Местное кинопроизводство, похожее на Голливуд. В этом значении имя *Голливуд* используется в качестве метафоры с положительной оценкой других киностудий, по каким-либо параметрам соответствующим голливудской киноиндустрии. *Вокруг ехали казахи разоренного аула Арджас на лошадях. Арба закачала Штакерта, и он видел картины, как в кино: будущую Америку – Сибирь и новый киноплощадки – Сибирский Голливуд* (А. С. Сорокин. Гибель аула Батырбека). *Индийский «Голливуд» – район в штате Андрха-Прадеш, где располагаются съёмочные площадки и офисы индийских кинокомпаний* (Герман Садулаев. Таблетка).

Здесь возможно и нестандартное употребление данного термина. Например, при описании участия в киносъёмках животных. *Примерно в ста километрах от Москвы есть звериный Голливуд. В Петушках. Называется зверобазой Центральной студии научно-популярных фильмов»* (Юлия Друнина. Алиска).

В первых трех значениях сохраняется связь с номинируемым объектом – киностудией *Голливуд*. Кроме того, отмечаются абстрактные оценочные значения при художественном описании событий и явлений, далеких от действительности конкретной киностудии.

4) Хорошо поставленные розыгрыши, обман. *Герман сам видел на «ютубе» отрывки из западных*

*телерозыгрышей доверчивых статистов поневоле. Там же такой Голливуд устраивают: перестрелки мафии, нападение толпы зомби – кто угодно поверит!* (Аркадий Шушпанов. Никто не прилетит).

5) События из жизни, похожие на сюжеты голливудских фильмов. Здесь имя *Голливуд* употребляется как художественное средство создания иронии. *Хеппи-энд! Полнейший Голливуд! Дама в фиолетовом. И старушка Изергиль с ними?* (Марина Палей. LongDistance, или Славянский акцент). При этом оно может использоваться не только в коротких репликах персонажей, но и в достаточно длинном описании примеров из жизни героев. *Вот, возьми моего босса: может, ты и знала его. – Леонид Волошин? – Тоже, смотри, поучительная судьба, чистый Голливуд: он поначалу принимал участие в разработке новой версии операционной системы UNIX, и особенно в разработке языка Java, ошеломляюще стремительно преуспел, несколько лет возглавлял одну из компаний, специализирующуюся на разработках поисковых систем и онлайн-программ, потом приобрел значительную часть ее акций... Сейчас у него две преуспевающие компании – в Чикаго и Нью-Йорке...* (Дина Рубина. На солнечной стороне улицы).

6) Внешний вид персонажа, соответствующий представлениям об идеальной красоте, как у голливудских актеров/актрис. *Антонина подошла к мутному зеркалу и, отряхиваясь от капель, примеряла шляпу – заламывала поля, сдвигала на лоб. – Ну просто Голливуд, – радовалась она собственному отражению. – С обложки журнала* (Маша Трауб. Домик на Юге). При таком употреблении имени *Голливуд* совершенно очевидна положительная оценка внешнего вида героинь художественных произведений. *Все это вместе, да еще в сочетании с сильной утянутостью пальто в талии, а дальше, вдоль бедер и до середины икр, с узостью, придавало фигуре Инны Григорьевны чрезвычайно модный в сороковые силуэт. И если бы ей снять, черт его дери, надоед, платок, то с темно-красной-то шляпкой на лоб – ну, хоть в Голливуд!* (Александр Кабаков. Последний герой).

Разнообразие оценок делает возможным использование онима *Голливуд* в качестве антропонима – прозвища персонажа художественного произведения. В таком прозвище отражаются различные оценочные свойства онима *Голливуд*. Например, знания героя об американском кинематографе. *Голливуд живет в общежитии, через несколько домов от дома Аси, он одинокий. Как действительно зовут Голливуда, Эди-бэби даже и не знает. Впрочем, ему все равно и в голову бы не пришло называть Голливуда по имени, даже если бы Эди и знал его настоящее имя. Все в поселке зовут его Голливуд. Кличку эту он получил за странную привычку объясняться цитатами из зарубежных фильмов, главным образом американских* (Эдуард Лимонов. Подросток Савенко). Или внешняя привлекательность героини. *Секретарша Фурдецкого Люда, за броскую красоту прозванная Людой Голливуд, читала Джека Лондона. – Спросите, не примет ли меня Генрих Иванович? – глухо сказал Чинков. Люда Голливуд мелькнула в кабинет начальника* (Олег Куваев. Территория).

Таким образом, оним-глобализм *Голливуд* в современной художественной литературе имеет достаточно разнообразные значения с противоположными оценочными знаками: значение ‘продукты голливудского кинопроизводства’ может иметь, как положительные коннотации (качество постановки, игра), так и отрицательные (однотипность сценариев, простота); в значении ‘внешний вид персонажа’ также отмечается возможность двоякого использования: как неоспоримая красота, наличие чувства стиля, так и напротив, безвкусие, чрезмерность; события из жизни, сравнимые с голливудскими сценариями, также могут быть как нарочито постановочными, смешными, нелепыми, так и, напротив, красивыми, романтическими или захватывающими. Исходя из этого, можно сделать вывод об отраженной в художественном тексте неоднородном восприятии прецедентного онима *Голливуд* носителями русского языка и культуры, что в частности отражает существующее в

массовом языковом сознании неоднозначного отношения к глобализации и ее последствиям.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Аникина, Э. М. Лингвокультурная специфика реализации интертекстуальности в дискурсе СМИ (На материале англо-американской прессы): дис. ... канд. филол. наук [Текст] / Э. М. Аникина. – Уфа, 2004. – 233 с.
2. Банникова С. В. Прецедентность как лингвокультурный феномен феномен (На материале английских и русских текстов): дис. ... канд. филол. наук [Текст] / С. В. Банникова. – Тамбов, 2004. – 182 с.
3. Гудков Д. Б. Алгоритм восприятия текста и межкультурная коммуникация [Текст] / Д. Б. Гудков // Язык. Сознание. Коммуникация. – М., 1997. – Вып. 1. – С. 114-117.
4. Денисова С. П. Глобализмы в языке массовой коммуникации // Русский язык: исторические судьбы и современность: II Междунар. конгресс исследователей рус. яз. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. – С. 429-430
5. Дюжева М. Б. Прецедентность как ключевое понятие лингвокультурологии [Электронный ресурс] / М. Б. Дюжева // URL: <http://www.abv-project.ru/412> (дата обращения 16.09.2019)
6. Калинин В. М. Поэтика онима / В. М. Калинин – Донецк: Юго-Восток, 1999. – 408 с.
7. Красных В. В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц коммуникации [Текст] / В. В. Красных, Д. Б. Гудков, И. В. Захаренко, Д. В. Багаева // Вестник МГУ. – 1997. – С. 62-75.
8. Красных В. В. Когнитивная база vs культурное пространство в аспекте изучения языковой личности (к вопросу о русской концептосфере) [Текст] / В. В. Красных // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей. – М.: Диалог – МГУ, 1997. – Вып. 2. – С. 5-12.
9. Крюкова И. В. Онимы-глобализмы в современной русской лингвокультуре [Текст] / И. В. Крюкова //

- Человек в коммуникации: лингвокультурология и прагматика. – Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2008. – С. 118-125.
10. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ruscorpora.ru/> (дата обращения 13.11.2019)
11. Петрова М. Г. Знаки прецедентных текстов в англоязычном дискурсе: дис. ... канд. филол. наук [Текст] / М. Г. Петрова. – Самара, 2008. – 165 с.
12. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе [Текст] / Г. Г. Слышкин. – М.: Academia, 2000. – 128 с.

### АННОТАЦИЯ

**Куваева Е. С. Прецедентное имя *Голливуд* в современной художественной литературе**

В статье анализируются семантические изменения прецедентного имени-глобализма *Голливуд* в современных русских художественных текстах. На основе контекстуального анализа выявляется несколько переносных значений данного имени, которые существенно отличаются по смыслу и негативной/позитивной оценке.

**Ключевые слова:** прецедентное имя, Голливуд, художественный текст, имя-глобализм, переносное значение.

### SUMMARY

**Kuvaeva E. S. The precedent name of *Hollywood* in the modern fiction**

The article analyses the semantic changes of the precedent name-globalism *Hollywood* in the modern Russian fiction texts. Based on a contextual analysis, several figurative meanings of a given name are identified that differ significantly in the meaning and the negative/positive evaluation.

**Key words:** precedent name, Hollywood, fiction text, name-globalism, figurative meaning.

УДК 82.09

## **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АССОЦИОНИМА В ДЕТСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ**

Выбор средств образности, тропов, в произведениях детской литературы представляет чрезвычайно сложную для авторов эстетическую задачу, потому что каждый троп должен быть содержательным по смыслу, оригинальным по форме и понятным юному читателю.

Ассоционим – кактроп (слово, сочетание слов, предложение) синтетико-метафорической природы, который реализуется в текстах художественной литературы через переход общего названия в собственное (графически воспроизводится как написанное с заглавной буквы слово на обозначение имени нарицательного) и исполняет роль стимулятора осознания произведения читателем.

Специфичность функционирования ассоционима в детской литературе объясняется привлечением читательского внимания (даже неосознанно) к текстовому фрагменту, обозначающему имя нарицательное, но использованному в тексте как имя собственное с определенной эстетической целью.

Цель предложенной статьи – рассмотрение особенностей функционирования ассоционима в детской литературе (на материале повести-сказки Д.Родари «Джип в телевизоре»).

Теоретическая основа статьи – в работах П. Рикера [4], А. Лосева [3] и других.

Ассоционим, при первом столкновении с визуальным воспринимающим органом читателя, возбуждает появление в сознании последнего определенной смысловой границы между полем приобретенных им ранее общих знаний, и новой информацией, которую несет в себе и за собой ассоционим, способный активизировать мышление, способность к сопоставлению собственного мнения касательно затронутой тропом сентенции с авторской, а

значит – начать воображаемую семантическую полемику, ведущую к пониманию идеи произведения и реализации его художественного влияния.

Закодированное в ассоциониме содержание есть «предмет, который представляет собой единение чувственных и расширенных мыслительных определений конкретных отношений и связей. Тем самым отождествление сознания с предметом уже не является только абстрактной тождественностью вероятности, но тождественностью определенной, – знанием» [2, с. 228]. Ассоционим провоцирует порождение вторичного знания, появляющееся не как результат понимания уже готовой данности, а как экзистенциальное смысловое определение, осознанные пути к которой читатель должен искать через интерпретацию смысла тропа как составляющей смысла произведения в проекции на собственную платформу знаний и жизненного опыта.

Реализация функции ассоционима в тексте произведения зависит от особенностей протекания процесса формирования абстрактных идей в сознании читателя.

Первичный этап – зрительное восприятие написанного с заглавной буквы тропа. По Дж. Беркли, ум может образовывать для себя через абстрагирование идеи цвета с исключением протяженности и идеи движения с исключением как цвета, так и протяженности» [1, с. 155-156]. То есть, посредством способности человеческого ума к абстрагированию из воспринятого зрением смыслового маркера (ассоционим) возможно выделить даже такие характеристики, которые не принадлежат к одной физической или оценочной группе.

Предназначение ассоционима – стимулировать появление абстрактных идей относительно представленных в произведении проблем, а не примитивное дублирование авторского взгляда на них. Один из самых значимых функциональных приоритетов ассоционима – создание таких обстоятельств читательской рецепции художественного образа, при которых необходимым становится включение в действие максимального объема

мыслительных способностей читателя. Восприняв ассоционим как целостный концепт, читатель методом абстрагирования – дедуктивного или индуктивного – приходит к сути через привлечение понятий, формально не представленных в структуре тропа.

Ассоционим, результат вторичной номинации, есть имя определенного художественного сущего, ведь именно передача такого тропа в литературном тексте через написание с большой буквы, подобно человеческому имени, является первым и наиболее важным этапом привлечения внимания читателя к неклассическому средству образности. Интерпретация идей А. Лосева – целесообразный шаг в поисках путей доказательства художественной исключительности ассоционима.

«Имя предмета – арена встречи воспринимающего и того, что воспринимается, точнее – познающего с познаваемым. В имени – какое-то единство разъединенных сфер бытия, единство, которое приводит их к общей жизни в одном цельном, уже не просто „субъективном” или „объективном”, сознании. Имя предмета – целостный организм его жизни в другой жизни, когда последняя общается с жизнью этого предмета и пытается перевоплотиться в нее, стать ею. Без слова и имени человек – вечный узник самого себя, по существу и принципиально антисоциальный, замкнутый, нецелостный, также не индивидуальный – он чисто животный организм» [3, с. 48-49]. А. Лосев трактует имя шире, чем инструмент номинации и индивидуализации человека, и как следствие – явления, предмета, понятия, имя – это эстетико-философский конструкт, роль которого в художественном произведении – в шифровании сообщения с целью формирования оптимальных смысловых условий для контакта между читателем и произведением.

«В имени, как символе, сущность впервые проявляется для всего другого, потому что в символе содержатся те же самые энергии, какие не оставляя сущности, представляют его всему окружающему. Отсюда устанавливается еще и то, что любая энергема и энергия в целом, уже в сути своей всегда символична» [3, с. 98].

Номинативная функция тропа реализуется на основе действия переносного значения, что позволяет соотносить говорить о метафорических корнях ассоционима.

Подход П. Рикера к метафоре формирует продуктивную почву для размышлений об ассоциониме. «Сила метафоры – в способности ломать существующую категоризацию, чтобы потом на руинах старых логических границ построить новые» [4, с. 441]. Метафора понимается как средство погружения в действительность и понимания ее. Размышляя над проблемой понимания идеи произведения читателем, П. Рикер констатирует, что «акт чтения определяет то обстоятельство, что основной характеристикой поэтического языка есть не слияние смысла и звука, а смысла с потоком образов, возникающих или воскресающих в сознании, именно это слияние и обеспечивает истинную иконичность смысла» [4, с. 447]. «Чтение предусматривает абстрагирование от реальности, что стимулирует активное открытие текста» [4, с. 446].

Специфические функции ассоционима – порождения новых значений, кодовая, интерсубъективная – органично вписываются в акт чтения как операцию абстрагирования и побуждения к активизации ресурсов сознания одновременно. Поле значения ассоционима не пребывает в ирреальной относительно модальной действительности плоскости, но посредством своего метафорического потенциала он способен образовывать собственную смысловую среду, по отношению к которой иные внешние семантические плоскости являются дифференциальными.

Особенности функционирования ассоционима в детской литературе рассмотрим на примере повести-сказки Д. Родари «Джип в телевизоре».

В центре повести-сказки Д. Родари «Джип в телевизоре» – необычная история, произошедшая с восьмилетним Джампьеро Бинда.

Единственным увлечением Джипа (так мальчика называли в семье) был просмотр телевизионных передач. Автор отмечает, что для героя подобный вариант

времяпровождения превратился не просто в досуг, а занятие, составляющее смысл жизни.

Ситуация не изменяется до тех пор, пока во время просмотра телевизора «Джип вдруг почувствовал, что какая-то неведомая сила выхватила его из мягких объятий кресла. Мгновение он повисел в воздухе, словно стартующая в космосе ракета, затем пронесся через всю комнату и пулей влетел прямо в телевизор» [5, с. 438].

Сквозь призму сказочного жанра автор представляет принципиально важную для современных детей проблему – чрезмерную увлеченность результатами технического прогресса (телевидение – в контексте данного произведения), нивелирующую необходимость в общении, учебе, саморазвитии.

Ассоционимы в рассматриваемой повести-сказке выполняют функцию актуализаторов внимания юного читателя на глубине и важности сформулированной выше проблематики.

Телевизор для Джипа – неотъемлемый атрибут жизни. Включить телевизор – для мальчика значит умышленно абстрагироваться от происходящей вокруг жизни. Данный факт зафиксирован в тексте произведения: «... и вот 17 января по нашему стилю Джип ВКЛЮЧИЛ телевизор. Как всегда, он сбросил ботинки и удобно устроился в большом кресле, обитом зеленой искусственной кожей» [5, с. 438].

Представители семейства Бинда – мать, отец, тетя и младший сын Флип сначала были уверены, что попытка спрятаться в телевизоре – оригинальный метод поведения Джипа с целью избежать отцовского наказания за плохие оценки. Подтверждение – в словах тетушки Эммы:

«Нет, нет! Можете сколько угодно толковать мне о всяких там таинственных силах, но я-то понимаю, что этот ребенок просто решил спрятаться в телевизоре, чтобы ему не досталось от отца. Разве не сегодня вечером он должен был показать ему табель с двойкой по арифметике? А теперь вот попробуйте его поймать и насыпать соли на хвост!» [5, с. 441].

Глава семьи, бухгалтер Бинда, предполагает, что его старший сын стал жертвой необычной болезни – телевизионита. К тому же симптоматика болезни, описанная в одной из итальянских газет как поразительное явление, была присуща Джипу. Как и герой газетной статьи, «он так любил смотреть передачи, что совершенно забросил все на свете – семью, дела, здоровье. Для него в жизни существовало одно – телевизор. Он сидел перед ним целыми днями и смотрел все передачи подряд» [5, с. 443].

Автор условно подытоживает слова сеньора Бинда при помощи ассоционима ТЕЛЕВИЗИОНИТ: «Врачи даже название для нее придумали. Если не ошибаюсь – ТЕЛЕВИЗИОНИТ» [5, с. 458].

Случавшееся невероятное событие стало причиной общественного резонанса. Воспроизведенные ассоционимами заголовки газет отражают не только общественную актуальность проблемы зависимости подрастающей личности от телевизора, но и феноменальную склонность представителей общества к более удобному, умышленному нагнетанию проблемы, чем поиску реальных путей избавления от нее.

«Когда же утром почтальон принес газеты, в них оказались огромные, во всю страницу, необычные заголовки: „ВЕРНЕТ ЛИ ЭКРАН СВОЮ ДОБЫЧУ?“, „ТЕЛЕВИЗОР ПРОГЛОТИЛ ВОСЬМИЛЕТНЕГО МАЛЬЧИКА“, „ЧУДОВИЩНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ ПЕРВОЙ ПРОГРАММЫ!“, „ДЖИП, ВЕРНИСЬ НА СВОЮ АНТЕННУ!“, „БАНДА ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ВОРОВ ТЕРРОРИЗИРУЕТ ГОРОД!“» [5, с. 459].

Ассоционимы в повести-сказке имеют также и моральный подтекст. Чтобы вернуть мальчика домой, нужно было провести масштабную межконтинентальную телепортацию: «Нужно только, чтобы все телевизионные станции на Земле передавали по всем своим каналам одну и ту же передачу. В таком случае волна «Джип» не сможет никуда перескакивать и ее нетрудно будет снова превратить в мальчика.

Некоторые представители конгресса ученых не скрывали своего возмущенного протеста: «ЧТО? ТРИ ИСКУССТВЕННЫХ СПУТНИКА РАДИ КАКОГО-ТО МАЛЬЧИШКИ?!» [5, с. 460]. Мир достиг крайней точки морального обесценивания, если жизнь ребенка стала важнее технологий, прогресса, не нарушения планомерного течения процесса научного развития.

В результате проведения межконтинентальной операции по телепортации из телевизионного пространства в реальность, Джип оказывается дома. Телевизор теперь вызывает у героя чувства, противоположные симпатии. В героя говорят другие ценности: он хочет быть рядом с родителями, дома.

Ассоционимы в повести-сказке Д. Родари «Джип в телевизоре» выполняют функцию привлечения внимания маленького читателя к важным вопросам, оказывающим влияние на формирование системы жизненных ценностей подрастающего поколения. Способность тропа сочетать формальные и содержательные интенции и составляет художественное своеобразие литературы для детей.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Беркли Дж. Сочинения / Дж. Беркли. – М.: Мысль, 1978. – 556 с.
2. Гегель Г. В. Ф. Энциклопедия философских наук. Т. 3 Философия духа / Г.В.Ф. Гегель. – М.: Мысль, 1977. – 473 с.
3. Лосев А. Ф. Философия имени / А. Ф. Лосев. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1990. – 269 с.
4. Рикер П. Живая метафора / Рикер П. // Теория метафоры: Сборник: Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / Вступ. ст. и сост. Н.Д. Арутюновой и М.А. Журиной. – М.: Прогресс, 1990. – 512 с.
5. Сказки Италии. Перевод с итал, сост. Ю. П. Цельмин. – Одесса: Аспект, 1993. – 511 с.

---

**АННОТАЦИЯ****Тыщук Д. С. Особенности функционирования ассоционима в детской литературе**

Статья посвящена рассмотрению специфики ассоционима в детской литературе. Ассоционим – троп синтетической природы, текстовый фрагмент (слово, сочетание слов, предложение) в произведении, выступающий носителем общей семантики, пишущийся прописными буквами и стимулирующий процесс порождения личностных ассоциаций читателя для максимально глубокого восприятия смысла литературного произведения. Материал для исследования – повесть-сказка Д. Родари «Джип в телевизоре».

**Ключевые слова:** ассоционим, значение, литературное произведение, детская литература.

**SUMMARY****Tyshchuk D. S. Features of associonym functioning in children's literature**

The article regards the specifics of associonym in children's literature. An associonym is a trope of synthetic nature, a text fragment (a word, a combination of words, a sentence) in a work, acting as a carrier of general semantics, written in capital letters and stimulating the process of generating personal associations of the reader for the most profound perception of the meaning of a literary work. The material for the study is the fairy-tale «Jeep in the Television Set» by D. Rodari.

**Key words:** associonym, meaning, literary work, children's literature.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**  
Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
**«ГОРЛОВСКИЙ ИНСТИТУТ ИНОСТРАННЫХ  
ЯЗЫКОВ»**



**ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО**

Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в VI Международном научно-практическом очно-заочном семинаре  
**«Проблемы изучения и преподавания литературы в школе и в вузе: литературное произведение в контексте культуры»,**  
который состоится **27 марта 2020 года**

На семинаре планируется обмен мнениями по методике преподавания литературы в средних и высших образовательных организациях, о воспитании интереса и любви к книге, стремлении общения с ней, умении слушать и понимать художественный текст – всего того, что составляет фундамент для формирования будущего взрослого читателя, литературно образованного человека. Для участия в работе семинара приглашаются преподаватели средних и высших образовательных организаций, аспиранты, магистранты, школьные учителя, представители городских департаментов образования, сотрудники научных институтов и института последипломного образования.

К началу работы семинара планируется выпуск материалов – тезисов докладов участников.

По окончании семинара всем участникам будут выданы сертификаты.

Основные направления работы семинара:

- Литература и культура: теория и практика.
- Культурологический подход к изучению словесности в школе.
- Диалог культур и диалогичность художественного текста.
- Актуальные проблемы культурологического анализа произведения.
- Художественный перевод как культурный феномен на занятиях словесности в школе и в вузе.
- Инновационные технологии, методы и приёмы развития культурологического анализа художественного произведения.
- Методические разработки урочной и внеурочной деятельности по изучению литературного произведения в контексте культуры.
- Современный учитель-словесник в пространстве культур.

Для участия в семинаре необходимо до **10 марта 2020 г.** прислать заявку по форме (Приложение 1) и тезисы (не более 2-х страниц) в формате RTF (Приложение 2).

Возможно как личное, так и заочное участие в работе семинара.

Ждём Ваши заявки и материалы по электронному адресу: [kaflit38@mail.ru](mailto:kaflit38@mail.ru).

Дополнительную информацию о семинаре можно получить, связавшись с по телефону: +380713086981 (Viber) – Жарикова Ольга Владимировна.

**Адрес оргкомитета семинара:** кафедра мировой литературы и сравнительного литературоведения ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков», ул. Рудакова, 25, ауд. № 38, г. Горловка, ДНР.

**Адрес проведения семинара:** 284626, ГОУ ВПО «ГИИЯ», ул. Рудакова, 25, г. Горловка, ДНР.

**Начало работы семинара – в 10.00 часов** (центральный корпус, зал заседаний).

Надеемся на плодотворное сотрудничество!

*Оргкомитет семинара*

---

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

**Заявка для участия  
в VI Международном научно-практическом очно-  
заочном семинаре**

***«Проблемы изучения и преподавания литературы  
в школе и вузе: литературное произведение  
в контексте культуры»***

**(27 марта 2020 г., г. Горловка, ДНР)**

Фамилия Имя Отчество:

Учёная степень:

Научное звание:

Должность:

Место работы:

Форма участия:

Название доклада:

Страна, адрес, телефон, E-mail:

В обсуждении какой из указанных проблем Вы бы  
хотели принять участие: (обязательно написать).

«\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ года

**Технические требования к оформлению тезисов:**

- Формат страницы: А4.
- Объем: тезисы до 2 страниц.
- Поля: левое, верхнее, нижнее – 20 мм, правое – 15 мм.
- Шрифт: Times New Roman.
- Кегль: 14.
- Межстрочный интервал: 1.
- Абзацный отступ: 1,25 см.
- Страницы не нумеруются.
- Ссылки оформляются: [4, с. 124], первая цифра – номер источника из списка используемой литературы, составленного по алфавиту, вторая – номер страницы; автоматические ссылки и сноски не допускаются.
- Примеры подаются курсивом.
- Текст печатается без переносов.
- Завершает публикацию ЛИТЕРАТУРА в алфавитном порядке.

---

**Образец оформления тезисов:**

---

*Иванова Анна Ивановна,  
учитель русского языка и литературы  
МОУ г. Горловки «Школа №25»  
с углубленным изучением отдельных предметов  
(г. Горловка, ДНР)*

**НАУЧНЫЙ ПРОЕКТ ИЛИ БИЛЕТ НА ВЫПУСКНОМ  
ЭКЗАМЕНЕ ПО ЛИТЕРАТУРЕ**

Текст тезисов [1, с. 245].

**ЛИТЕРАТУРА:**

1. Бельфер М. Несколько слов об исследовательских работах школьников / М. Бельфер // Литература. – 2006. – № 17. – Режим доступа: <http://lit.1september.ru/article.php?ID=200601705> (01.02.2020).
2. Доблаев Л. П. Психологические основы работы над книгой / Л. П. Доблаев. – М. : Книга, 1970. – 72 с.
3. Волков С. Чтобы не было скучно [Текст] / С. Волков // Литература. – 2006. – № 13. – Режим доступа: <http://lit.1september.ru/article.php?ID=200601310> (01.02.2020).

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ  
**«ГОРЛОВСКИЙ ИНСТИТУТ ИНОСТРАННЫХ  
ЯЗЫКОВ»**



ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО

*Уважаемые коллеги!*

Приглашаем Вас принять участие  
в VI Международной очно-заочной научно-  
практической конференции  
**«Восточнославянская филология  
в кросскультурном мире»**,  
которая состоится **21-22 мая 2020 года**  
в ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных  
языков».

**Направления работы конференции**

- Славистические студии.
- Романские и германские языки в современном коммуникативном пространстве.
- Теоретические и прикладные вопросы художественного и отраслевого перевода.
- Проблемы развития мировой литературы и культуры.
- Коммуникативные позиции русского языка в Донбассе: лингвокраеведческий и лингвоэкологический аспекты.

- Компаративный аспект изучения национальных языков и литератур.
- Современные направления преподавания филологических дисциплин в средних и высших учебных заведениях: методология и методика.

**Языки конференции:** русский, украинский, английский, немецкий, французский, испанский.

Для участия в конференции просим выслать **заявки и статьи** до **8 мая 2020 года** на адрес [ESPhConf2020@mail.ru](mailto:ESPhConf2020@mail.ru)

Программа Конференции будет размещена с 19.05.2020 г. на официальном сайте ГОУ ВПО «ГИИЯ» <http://gifl1949.ru> в разделе Научная работа – Конференции.

Статьи будут размещены для обсуждения на сайте (ссылка будет отправлена дополнительно), а также опубликованы в **сборниках научных статей** «Востоочнославянская филология. Языкознание» и «Востоочнославянская филология. Литературоведение» (главный редактор – проф. Кочетова С.А.). С **требованиями** к оформлению статей можно ознакомиться по ссылке: <http://gifl1949.ru/index.php/institute/columns-4/item/159>.

**Финансовые условия.** Публикация статей в электронных сборниках бесплатная.

**Материалы, оформленные без учёта требований, не принимаются.**

**Адрес оргкомитета конференции:**

ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков», ул. Рудакова, 25, г. Горловка.

**Координаторы:**

Герасименко Ирина Анатольевна, доктор филологических наук, заведующий кафедрой общего языкознания и славянских языков (тел. +38 (071) 329-28-98);

Любимцева-Наталуха Лариса Николаевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры мировой литературы и сравнительного литературоведения (тел. +38 (071) 309-83-57).

**Заявка**  
**для участия в VI Международной очно-заочной**  
**научно-практической конференции**  
**«Восточнославянская филология в кросскультурном**  
**мире»**  
**(ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных**  
**языков», 21-22 мая 2020 г.)**

| Данные                                                                               | на русском языке | на английском языке |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------------|
| Фамилия, имя, отчество участника                                                     |                  |                     |
| Степень, звание                                                                      |                  |                     |
| Место работы (должность, кафедра, полное название учебного заведения, город, страна) |                  |                     |
| Тема доклада                                                                         |                  |                     |
| Аннотация (до 500 знаков)                                                            |                  |                     |
| Ключевые слова (до 7 слов)                                                           |                  |                     |
| Направление конференции (например, Славистические студии)                            |                  |                     |
| Форма участия в конференции (очная/заочная)                                          |                  |                     |
| Форма получения сборника                                                             | Печатный вариант | Электронный вариант |
| Телефон(ы) (с кодом страны и/или города)                                             |                  |                     |
| Электронный адрес(а)                                                                 |                  |                     |
| Необходимость в технических средствах                                                | Да / Нет         |                     |
| Дополнительная информация                                                            |                  |                     |

---

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ**

---

**Авксентьева Анжелика Муллануровна** – преподаватель кафедры второго иностранного языка ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»;

**Воеводина Ангелина Васильевна** – кандидат филологических наук, заведующий кафедрой языковой подготовки ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия»;

**Герасименко Ирина Анатольевна** – доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой общего языкознания и славянских языков ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»;

**Голодов Александр Георгиевич** – доктор филологических наук, профессор кафедры германских языков и методики их преподавания, начальник Аналитического центра по исследованию технологий информационной войны и контрпропаганды (e-mail: a.golodoff@mail.ru), Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина» (г. Рязань, РФ);

**Демьянюк Владислав Анатольевич** – магистрант 2-го года обучения ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»;

**Дмитриева Юлия Леонидовна** – кандидат филологических наук, преподаватель кафедры общего языкознания и славянских языков ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»;

**Емельяненко Анна Владимировна** – кандидат филологических наук, доцент филологического факультета ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»;

**Ивахненко Марина Николаевна** – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой зарубежной филологии, теории и

- практики перевода ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»;
- Ковалевская Карина Сергеевна** – магистрант 2-го года обучения ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»;
- Котлярова Марина Витальевна** – магистрант 2-го года обучения ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»;
- Куваева Елена Сергеевна** – преподаватель Центра иностранных языков «Ревод», соискатель Кафедры языкознания Волгоградского государственного социально-педагогического университета (г. Волгоград, РФ);
- Лешкова Наталья Викторовна** – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры общего языкознания и славянских языков ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»;
- Марфина Жанна Викторовна** – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой филологических дисциплин ГОУ ВПО Луганской Народной Республики «Луганский национальный аграрный университет» (г. Луганск, ЛНР);
- Решетарова Анна Максимовна** – аспирант кафедры общего языкознания и славянских языков ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»;
- Рочняк Елена Владимировна** – кандидат философских наук, доцент кафедры философии и истории ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»;
- Сироткина Татьяна Александровна** – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры филологического образования и журналистики Сургутского государственного педагогического университета (г. Сургут, РФ);
- Тыщук Дарья Сергеевна** – старший преподаватель кафедры начального образования ОП

«Ровеньковский факультет» ГОУ ВПО ЛНР  
«Луганский национальный университет имени  
Тараса Шевченко» (г. Ровеньки, ЛНР);

**Филатова Виктория Алексеевна** – кандидат  
филологических наук, старший преподаватель  
кафедры зарубежной филологии, теории и  
практики перевода ГОУ ВПО «Горловский  
институт иностранных языков»;

**Штакина Людмила Александровна** – кандидат  
филологических наук, доцент, профессор  
кафедры английской филологии ГОУ ВПО  
«Горловский институт иностранных языков».

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

- Avksenteva Anghelika Mullanurovna** – instructor of the Second Foreign Language Department of State Educational Institution of Higher Professional Education «Gorlovka Institute for Foreign Languages»;
- Demyanjuk Vladislav Anatolievich** – 2-nd year Master's student of State Educational Institution of Higher Professional Education «Gorlovka Institute for Foreign Languages»;
- Dmitrieva Julia Leonidovna** – Candidate of Philology, lecturer of the Department of General Linguistics and Slavic Languages of State Educational Institution of Higher Professional Education «Gorlovka Institute for Foreign Languages»;
- Filatova Viktoriya Alekseyevna** – Candidate of Philology, senior lecturer of the Department of Foreign Philology, Theory and Practice of Translation of State Educational Institution of Higher Professional Education «Gorlovka Institute for Foreign Languages»;
- Gerasimenko Irina Anatolevna** – Doctor of Philology, Associate Professor, Head of the Department of General Linguistics and Slavic Languages of State Educational Institution of Higher Professional Education «Gorlovka Institute for Foreign Languages»;
- Golodov Aleksandr Georgievich** – Doctor of Philology, Professor of Department of Germanic Languages and Methods of Teaching Them, Head of Analytic Center for Research Technology of Information War and Counterpropaganda (e-mail: a.golodoff@mail.ru), Federal State Funded Educational Institution of Higher Professional Education «Ryazan State University named after S. Yesenin» (Ryazan, Russia);

- Ivakhnenko Marina Nikolayevna** – Candidate of Philology, Associate Professor, Head of the Department of Foreign Philology, Theory and Practice of Translation of State Educational Institution of Higher Professional Education «Gorlovka Institute for Foreign Languages»;
- Kovalevskaya Karina Sergeevna** – 2-nd year Master's student of State Educational Institution of Higher Professional Education «Gorlovka Institute for Foreign Languages»;
- Kotlyarova Marina Vitalievna** – 2-nd year Master's student of State Educational Institution of Higher Professional Education «Gorlovka Institute for Foreign Languages»;
- Kuvaeva Elena Sergeevna** – instructor of the Centre of Foreign Languages «Revod», PhD student of the Department of Linguistics of Volgograd State Socio-Pedagogical University (Volgograd, Russia);
- Leshkova Natalia Viktorovna** – Candidate of Philology, Associate Professor, associate professor of the Department of General Linguistics and Slavic Languages of State Educational Institution of Higher Professional Education «Gorlovka Institute for Foreign Languages»;
- Marfina Zhanna Victorovna** – PhD in Philological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Philological Disciplines of State Educational Institution of the Lugansk People's Republic «Lugansk National Agrarian University» (Lugansk, LPR);
- Reshetarova Anna Maksimovna** – postgraduate student of the Department of General Linguistics and Slavic Languages of State Educational Institution of Higher Professional Education «Gorlovka Institute for Foreign Languages»;
- Rochniak Elena Vladimirovna** – Candidate of Philosophy, Associate Professor of the Department of Romance and Germanic Philology of State Educational

- Institution of Higher Professional Education «Gorlovka Institute for Foreign Languages»;
- Sirotkina Tatyana Aleksandrovna** – Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of Philological Education and Journalism of Surgut State Pedagogical University (Surgut, Russia);
- Shtakina Lyudmila Aleksandrovna** – Candidate of Philology, Associate Professor, Professor of the English Philology Department of State Educational Institution of Higher Professional Education «Gorlovka Institute for Foreign Languages»;
- Tyshchuk Darya Sergeevna** – senior lecturer of the Primary Education Department of the Rovenky faculty of State Educational Institution of Higher Professional Education of the LPR «Luhansk Taras Shevchenko National University» (Rovenky, LPR);
- Voyevodina Angelina Vasilievna** – Candidate of Philology, Head of the Department of Language Training of State Educational Institution of Higher Professional Education «Donbass Law Academy»;
- Yemelianenko Anna Vladimirovna** – Candidate of Philology, Associate Professor of Philological Faculty of State Educational Institution of Higher Professional Education «Donetsk National University».

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                                                                                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Голодов А. Г.</i><br>ТЕНДЕНЦИЯ К ЗАВУАЛИРОВАННОМУ ВЫРАЖЕНИЮ<br>ЖЁСТКИХ ПОНЯТИЙ КАК МЕТОД<br>ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ (на материале немецкого<br>языка) .....                                                       | 3  |
| <i>Сироткина Т. А.</i><br>ФУНКЦИИ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В МЕМУАРАХ<br>СОВРЕМЕННИКОВ ЛЮДМИЛЫ УЛИЦКОЙ<br>«ДЕТСТВО 45 – 53» .....                                                                                         | 17 |
| <i>Герасименко И. А. , Решетарова А. М.</i><br>ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ ЮМОРИСТИЧЕСКИХ<br>ТЕКСТОВ В ЖАНРЕ СЕНДАП-КОМЕДИИ .....                                                                                       | 22 |
| <i>Герасименко И. А. , Авксентьева А. М.</i><br>ЗАГОЛОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС КАК СЕМИОТИЧЕСКИ<br>НЕОДНОРОДНЫЙ ТЕКСТ .....                                                                                                | 26 |
| <i>Воеводина А. В.</i><br>ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С КОЛОРАТИВОМ<br>В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ .....                                                                                                           | 34 |
| <i>Дмитриева Ю. Л.</i><br>СРЕДСТВА ОБЪЕКТИВАЦИИ КАТЕГОРИЙ<br>ТЕМПОРАЛЬНОСТИ И ЛОКАТИВНОСТИ<br>В ЦИКЛЕ «ОСЕННИЙ ВИХРЬ» С. ГОРОДЕЦКОГО .....                                                                        | 42 |
| <i>Емельяненко А. В.</i><br>ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РУССКИХ<br>КОМИКСОВ .....                                                                                                                                      | 50 |
| <i>Ивахненко М. Н. , Ковалевская К. С.</i><br>ПЕРЕВОД АНТРОПОЭТОНИМОВ<br>В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ<br>РОМАНА КЕНА ФОЛЛЕТА «МИР БЕЗ КОНЦА») .....                                                  | 64 |
| <i>Ивахненко М. Н. , Котлярова М. В.</i><br>ЯЗЫКОВОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОСТИ<br>И СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ЭМОТИВНЫХ ЕДИНИЦ<br>(НА МАТЕРИАЛЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ДЖ. К. РОУЛИНГ<br>«ГАРРИ ПОТТЕР И ФИЛОСОФСКИЙ КАМЕНЬ») ..... | 72 |

*Лешикова Н. В.*

КОММУНИКАТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЕ  
ОСОБЕННОСТИ ПРАВОСЛАВНОЙ ПРОПОВЕДИ.....80

*Марфина Ж. В.*

КОНЦЕПТОСФЕРА «ЧЕЛОВЕК СЕМЕЙНЫЙ»  
В РУССКОМ И УКРАИНСКОМ НАРОДНО-  
ПЕСЕННОМ СУБПРОСТРАНСТВЕ: ВЕРБАЛИЗАЦИЯ  
МИКРОКОНЦЕПТОВ «СЫН», «ДОЧЬ» .....90

*Рочняк Е. В. , Демьянюк В. А.*

НИКНЕЙМ КАК ФОРМА ВЫРАЖЕНИЯ  
ВИРТУАЛЬНОЙ САМОИДЕНТИЧНОСТИ ..... 102

*Филатова В. А.*

АНТРОПОНИМЫ В ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОМ  
АСПЕКТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ  
ДЛЯ ДЕТЕЙ РОАЛЬДА ДАЛЯ) .....115

*Штакина Л. А.*

КОГНИТИВНО-КОММУНИКАТИВНАЯ СПЕЦИФИКА  
ДИСКУРСА ДЕЛОВОЙ СФЕРЫ .....123

*Куваева Е. С.*

ПРЕЦЕДЕНТНОЕ ИМЯ ГОЛЛИВУД В СОВРЕМЕННОЙ  
ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ .....134

*Тыщук Д. С.*

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ  
АССОЦИОНИМА В ДЕТСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ.....143

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО .....151

ПРИЛОЖЕНИЕ 1 .....154

ПРИЛОЖЕНИЕ 2 .....155

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ТЕЗИСОВ.....156

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО .....157

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ.....160

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS .....163

Научное издание

**ВОСТОЧНОСЛАВЯНСКАЯ  
ФИЛОЛОГИЯ**

**East Slavic Philology**

*Сборник научных трудов*

Выпуск девятый (тридцать пятый)  
Языкознание

Главный редактор С. А. Кочетова  
Технический редактор А. М. Калашников  
Компьютерная вёрстка и макетирование  
Е. С. Шалыгиной  
Корректоры: Н. А. Жихарева,  
О. Т. Захарова

*За содержание и достоверность фактов, цитат,  
имён собственных и других сведений ответственность  
несут авторы*

Подписано к изданию 27.12.2019.  
Формат 60х84/16. Бумага 80 г/м<sup>2</sup>.  
Усл. печ. л. – 11,7. Уч.-изд. л. – 10,5.  
Усл.-изд. л. – 9,76.  
Тираж 300 экз. Зак. № 75.