

**ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ВУЗОВСКАЯ АКАДЕМИЧЕСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ
МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОМУНИКАЦИЙ**

LINGUA MOBILIS

Научный журнал

№ 1 (47) 2014

Выходит 6 раз в год

Издается с 2006 г.

Челябинск

Главный редактор

Селютин Андрей Анатольевич – кандидат филологических наук, заведующий лабораторией межкультурных коммуникаций Челябинского государственного университета.

Зам. главного редактора, редактор перевода

Селютин Александр Анатольевич – кандидат филологических наук, декан факультета высшего профессионального образования Челябинского государственного института путей сообщений.

НАУЧНО-РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Шкатова Людмила Александровна – доктор филологических наук, профессор кафедры теории языка Челябинского государственного университета.

Араш Голандам Карим – кандидат филологических наук, зав. кафедрой русского языка Гилянского государственного университета (Иран).

Квашнина Елена Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории языка Челябинского государственного университета.

Селютина Елена Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и литературы Челябинской государственной академии культуры и искусств.

Редколлегия журнала может не разделять точку зрения авторов публикаций. Ответственность за содержание статей и качество перевода аннотаций несут авторы публикаций.

Адрес редакции: 454084, г. Челябинск, пр. Победы, 162-в, к. 107

Группа журнала “Lingua Mobilis” на сайте vkontakte.ru

<http://vkontakte.ru/club7687624>

сайт www.linguamobilis.ucoz.ru

ISSN 1998-1546

© ФГБОУ ВПО «Челябинский
государственный университет»

© Лаборатория
межкультурных коммуникаций

© ООО «Энциклопедия»

Подписано в печать 15.01.14

Формат 60x84 ¹/₁₆. Бумага ВХИ 80 гр.

Объем: 8,5 усл.п.л.

Тираж 500 экз. Заказ 712.

Отпечатано в типографии
“Два комсомольца”.

454084, г.Челябинск,

Комсомольский проспект, 2.

СОДЕРЖАНИЕ

ЯЗЫК ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- Захарова Ю. Г.** Развитие словарного состава русского литературного языка середины XIX в. (на материале писем И.С. Тургенева)7
- Каратышова М. А.** Метафорическая модель концепта BEAUTY, вербализуемая в художественном англоязычном мужском дискурсе14
- Мигранова Л. Ш.** Фразеологизмы как средство отражения картины мира уральского казака (на материале очерка В. И. Даля «Уральский казак»)20
- Михайлова Е. В., Лю Цзин.** Филологический анализ музыкально-поэтического произведения – стихотворения К. Д. Бальмонта «Безглагольность», положенного на музыку Г. В. Свиридовым32
- Савина Ю. А.** Нарушение логико-понятийных норм как когнитивный механизм создания комического эффекта (на материале произведений О. Генри и Джером К. Джерома)44

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

- Ананьина М. А.** К вопросу об особенностях языковой интерференции50
- Валль В. Д.** Роль экстралингвистических факторов при переименовании населенных пунктов Калининградской области55
- Дикун Н. В.** Номинанты телесно-ориентированных концептов в языковой картине мира64
- Будник Е. А., Пантюшина А. Н.** Учет гендерных особенностей при размещении наружной рекламы82

ЛИНГВИСТИКА И ПЕРЕВОД

- Алекберова И. Э.** Культурологические аспекты теории перевода87
- Бондаренко Ю. С., Полевик Д. О.** Лексические особенности канадского варианта английского языка в историческом аспекте93
- Вара Н. Г.** Мотивационно-ценностная составляющая в английском рекламном дискурсе98
- Мудрова Л. Г.** Фразовые глаголы в деловом английском языке109

МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ЯЗЫКА

| | |
|---|-----|
| Пищик Н. С., Чепелюк А. Д. Аллитерация в стихотворениях для детей как прием развития артикуляции звуков при изучении иностранного языка | 113 |
| Скрипаленко М. М., Сергеева М. В. Общие типологические черты ЕГЭ по английскому языку и экзаменов на получение международных языковых сертификатов | 119 |
| АННОТАЦИИ | 127 |
| СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ | 132 |

CONTENTS

LANGUAGE OF FICTION LITERATURE

- Zakharova Yu. G.** Development of the vocabulary
of the Russian language in the middle of XIX century
(the material of letters I. S. Turgenev)7
- Karatyshova M. A.** Metaphorical model of the concept of BEAUTY,
verbalized in artistic English male discourse14
- Migranova L. Sh.** Idiom as a means of reflection picture
of the world of the Ural Cossack
(based on essay V. I. Dal «Ural Cossack»)20
- Mikhailova E. V., Liu Jing.** Philological analysis
of musical-poetic works – the poem
of K. D. Balmont «Baspavalley»,
lying on the music G. V. Sviridov32
- Savina Yu. A.** Violation of logic-conceptual norms
as a cognitive mechanism of creation of the comic effect
(on the material of the works of O. Henry and Jerome K. Jerome)44

LANGUAGE STUDIES

- Ananjina M. A.** To the question about the peculiarities
of the language interference50
- Vall V. D.** The role of extra-linguistic factors in renaming settlements
of the Kaliningrad region55
- Dikun N. V.** Body-oriented denominations in the language
world map64
- Budnik E. A., Pantyushina A. N.** Gender sensitivity in the placement
of outdoor advertising82

LINGUISTICS AND TRANSLATION

- Alekberova I. E.** Cultural aspects of translation theory87
- Bondarenko J. S., Polievyk D. O.** “Lexical peculiarities
of Canadian English in historical aspect”93
- Vara N. G.** Motivation-value component
in English advertising discourse98
- Mudrova L. G.** Phrasal verbs in business English109

METHODOLOGY OF LANGUAGE TEACHING

Pishik N. S., Chepelyuk A. D. Alliteration in poems
for children as welcome development articulation
of sounds when learning a foreign language113

Skripalenko M. M. Sergeeva M. V. Common typological features
of unified state exam in English and exams
for international language certificates119

ABSTRACTS127

INFORMATION ABOUT AUTHORS132

ЯЗЫК ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

УДК 808.1

РАЗВИТИЕ СЛОВАРНОГО СОСТАВА РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА СЕРЕДИНЫ XIX в. (НА МАТЕРИАЛЕ ПИСЕМ И. С. ТУРГЕНЕВА)

Ю. Г. Захарова

Статья посвящена исследованию лексико-семантической системы русского языка XIX в. в диахронном аспекте. Материалом послужили письма И. С. Тургенева. В них ярко отражаются процессы, которые переживал русский язык во второй половине XIX в.: словообразовательное и семантическое калькирование, развитие переносных значений у слов, архаизация значений, появление окказионализмов.

Ключевые слова: русский язык XIX в., окказиональная лексика, словообразовательные кальки XIX в., семантические кальки XIX в., изменение семантической структуры слова.

Письма И. С. Тургенева представляют большой интерес в лингвистическом отношении. В них нашли отражение процессы, которые переживал русский литературный язык во второй половине XIX в.: прямое заимствование лексики из западноевропейских языков, словообразовательное и семантическое калькирование, развитие переносных значений у слов, появление окказионализмов.

В своих письмах И. С. Тургенев нередко выступает как лингвист: дает оценку характеру употребления слова (прямое или переносное значение), указывает, из какого языка заимствовано слово или значение, подчеркивает индивидуально-авторское происхождение слова и др. Эти замечания дополняют информацию лексикографических изданий XIX в., а в некоторых случаях, возможно, являются единственным источником, позволяющим судить о происхождении тех или иных лексем или значений в русском языке.

Прежде всего, в письмах И. С. Тургенева выделяется ряд семантических калек со слов западноевропейских языков. В боль-

шинстве случаев это значения, заимствованные из французского языка. Сам автор называет их галлицизмами или указывает, что так говорят по-французски, так говорят парижане и т. д. К одному из таких слов относится глагол улыбаться, употребленный в форме 3 л. ед.ч. с разными значениями: «предстоять, предвидеться» и «привлекать, прельщать». Например: «Подстреливать куропаток и зайцев – единственное занятие, которое, говоря по-французски – *улыбается* мне» (Е. Е. Ламберт, 1863, Баден-Баден) [З. V. С. 195]; «Последние обстоятельства, а именно – отсутствие кринолина, мне (опять говоря на французский лад) *улыбается*» (Е. С. Кочубей, 1862, Париж) [З. V. С. 56]. Эти значения не фиксируются во втором издании Словаря В. И. Даля, вероятно, потому, что во второй половине XIX в. они казались чужеродными русскому языку. И. С. Тургенев, дважды употребляя слово *улыбается* в указанных значениях, подчеркивает его заимствованный характер, что также говорит о неполной его семантической адаптации в русском языке рассматриваемого периода.

В одном из писем И. С. Тургенев употребляет лексику черепица в значении «неожиданная неприятность», причем в качестве глоссы к ней использует французское слово: «Любезнейший Афанасий Афанасьевич, прежде всего я чувствую потребность извиниться перед Вами в той совершенно неожиданной *черепице* (tuile, как говорят французы), которая свалилась Вам на голову по милости моего письма (А. А. Фету, 1862, Париж) [З. V. С. 8]. Такое значение слова не отражено в Словаре В. И. Даля, и это говорит о том, что оно не было широко распространено в ту эпоху в русском языке. И. С. Тургенев употребляет его в письме к А. А. Фету, рассчитывая на знание адресатом переносного значения слова во французском языке.

Судя по одному из писем И. С. Тургенева, переносное значение слова загвоздка («помеха, препятствие, сложная задача, проблема»), свойственное современному русскому языку, было новым для 60-х гг. XIX в. Автор берет слово в кавычки и указывает на французское происхождение его значения: «Но когда мы увидимся! И увидимся ли когда-нибудь? Вот в чем *загвоздка*», как говорят господа парижане» (М. Н. Зубовой, 1862, Париж) [З. V. С. 32]. Этимологические и исторические словари не дают информации о том, что это значение слова является калькированным. В. И. Даль

лишь указывает в своем Словаре прямое и переносные значения слова: «загвоздка самый предмет, что вколачивается замест гвоздя, болта, чеки, затычки; || *остолбуха, тумак, удар кулаком; || *мудреная задача, над которою надо подумать» [1. I. С. 567].

И. С. Тургенев использует в своих письмах и кальки фразеологического характера, представляющие собой дословный перевод французских выражений: *развивать деятельность, лошадь серая в яблоках, разделить свою судьбу с кем-либо* и др. Он дает оценку их употреблению, например, отмечает свои ошибки в передаче французских выражений на русский язык или подчеркивает книжный, искусственный характер кальки, ее неуместность в контексте: «С тех пор, как я в России – я *развиваю* (это галлицизм, вроде галлицизмов моего перевода сказок Перро, который я увидел впервые только в печати – и узнал, что есть лошади серые с яблоками – тсс... тсс! Это тайна!), я *развиваю* ужасающую *деятельность*: печатаюсь, <...> продаю новое издание, читаю публично и приватно, болею <...>, ввожу нового управляющего ...» (А. А. Фету, 1867, Москва) [3. VII. С. 170]; «Что же касается до Феничек и до грозящей мне от них опасности – то Вы, как говорится, положили палец на рану – и моя единственная надежда состоит в том, что я скоро так состареюсь, что ни одна даже Феничка не захочет *разделить свою судьбу с моею*. Эта последняя фраза – ужасный галлицизм – и тем забавнее, что относится к существу (покамест еще воображаемому) в козловых башмаках, в мятой красной или желтой косынке и ситцевом бескринолинном платье» (Е.С. Кочубей, 1862, Париж) [3. V. С. 56].

Иногда в письмах встречаются кальки со слов из других европейских языков. Так, словообразовательной калькой с немецкого слова *aussehen* являлся глагол выглядеть в значении, свойственном современному русскому языку, – «иметь тот или иной вид, восприниматься каким-нибудь образом». И. С. Тургенев в тексте письма выделил глагол и указал, что такое употребление слова свойственно жителям Петербурга: «А здесь у нас проявились разные новые лица: г-жа Маркович (писавшая малороссийские рассказы под именем Марко Вовчка), премилая женщина, которая так *выглядит* (как говорят петербуржцы) – как будто не ведает, какую рукою берется за перо (В. П. Боткину, 1859, Петербург) [3. IV. С. 17]. Ю. С. Сорокин считал, что такое употребление глагола стало обычным в литературном языке с середины XIX в. [2. С. 346],

однако замечания И. С. Тургенева свидетельствуют о том, что в этот период еще чувствовалось не свойственное русскому языку употребление (глагол *выглядеть* воспринимался первоначально только как совершенный вид от *выглядывать* в значении «высматривать что-либо»). Письма И. С. Тургенева позволяют судить и о развитии у некоторых слов переносных значений. Как правило, автор каким-либо образом подчеркивает новизну значения слова: выделяет слово в тексте письма, указывает авторство значения, определяет, какому кругу лиц это значение известно и т. д.

В одном из писем И. С. Тургенев подчеркнул слово *краски*: «Подробности об этом сообщил мне Кавелин <...>. Он сообщил много интересных новостей – но ты знаешь, *красок* в его рассказах не бывает» (В. П. Боткину, 1862, Париж) [3. V. С. 35]. В данном контексте слово употреблено в значении «яркие, живописные детали повествования». Это значение не фиксируется в Словаре В. И. Даля и, судя по всему, было свежим на момент написания письма. Наречие *огульно* регистрируется в Словаре В. И. Даля со значением «сплошь, подряд, без разбору» [1. II. С. 649]. В письме И. С. Тургенева отражено появление у этого слова нового значения – «безосновательно», причем автор выделяет слово в тексте и подчеркивает, что данное значение бытовало в Петербурге: «Петербург, как всякая столица, не подводится под один уровень: в нем есть много совершенно различных слоев; и те, которые осуждают его, как говорится у нас – *огульно* – только показывают тем, что они его не знают (В. П. Боткину, 1862, Париж) [3. V. С. 35]. Материал Словаря В. И. Даля свидетельствует о том, что прилагательное *климатерический* в середине XIX в. использовалось в качестве термина: «*Климатерические годы человека*, каждый седьмой, или, по иным, девятый год, определяющий один из возрастов» [1. II. С. 119]. В письме И. С. Тургенева это слово используется в более широком, нетерминологическом значении – «переломный, важный, знаковый, завершающий определенную веху в жизни человека». Писатель берет слово в кавычки и даже называет автора нового значения, возможно, это значение было индивидуально-авторским: «Милый Павел Васильевич! С прошедшим Новым годом – с новым счастьем! Для меня он «*климатерический*», как говаривал покойный М. Ю. Вильегорский. Во-первых, мне в нем минет пятьдесят лет, а во-вторых, я родился в 1818 году, в понедельник, 28-го октября, и в нынешнем

году 28 октября – в понедельник, и начался год в понедельник. Вот и лезут в голову мухи, всякие сомненьица, как будто все это имеет малейший смысл» (П. В. Анненкову, 1868, Париж) [З. VIII. С. 92].

Письма позволяют проследить не только появление новых значений у каких-либо слов, но и архаизацию некоторых значений в середине XIX в. Слово *интерес* было заимствовано в русский язык из французского в начале XVIII в. со значением «прибыль, барыш; процент, рост; доходы». Современные значения («внимание к кому, чему, заинтересованность в ком, чем; занимательность, увлекательность чего-либо») были заимствованы ближе к концу XVIII в. Значение «прибыль, доходы» для тургеневской эпохи было архаичным. Об этом свидетельствует то, что автор заключил слово в кавычки и указал язык, для которого это значение было живым: «А деньги мне крайне нужны, при теперешних моих больших расходах – и при оказавшемся нежелании моих мужичков платить мне оброк, – тот самый оброк, за который они хотели быть благодарны по гроб дней. А потому позвольте поручить Вам мои *«интересы»*, как говорят французы, хотя, собственно, я не вижу, что Вы можете сделать» (П. В. Анненкову, 1860, Париж) [З. IV. С. 265]. Отметим, что даже во втором издании Словаря В.И. Даля значение «польза, выгода, прибыль» у слова *интерес* помещено первым.

Письма И. С. Тургенева позволяют также проследить появление во второй половине XIX в. новых слов на базе русского языка, в том числе лексических окказионализмов.

По всей вероятности, окказиональный характер имели слова *рассудительство* и *рассудительность*. Слово *рассудительство* И. С. Тургенев берет в кавычки и приписывает его употребление А. А. Фету: «<...> моя претензия на Вас состоит в том, что Вы все еще с прежним, уже носящим все признаки собачьей старости упорством нападаете на то, что Вы величаете *«рассудительством»*, но что в сущности не что иное, как человеческая мысль и человеческое знание <...>». Роман Толстого плох не потому, что он также заразился *«рассудительством»*: этой беды ему бояться нечего; он плох потому, что автор ничего не изучил, ничего не знает и под именем Кутузова и Багратиона выводит нам каких-то, рабски списанных, современных генеральчиков» (А. А. Фету, 1866, Баден-Баден) [З. VII. С. 45–46]. В другом письме автор под-

черкивает слово *рассудительность*: «Поверь: в постоянной боязни *рассудительности* гораздо больше именно этой *рассудительности*, перед которой ты так трепещешь, чем всякого чувства» (А. А. Фету, 1865, Баден-Баден) [З. VI. С. 164]. Во втором издании Словаря В.И. Даля оба слова не отражены. Слово *рассудительность* позже вошло в лексическую систему русского языка, но значение, которое придавал ему А. А. Фет, осталось индивидуально-авторским. В современном русском языке существительное *рассудительность* функционирует в значении «благоразумие, обдуманность», а у А. А. Фета оно употребляется, скорее, в значении литературоведческой категории: под «рассудительством» А. А. Фет понимает психологизм, рефлексивность, свойственные героям Л. Н. Толстого, и противопоставляет ему чистое искусство как эстетическую категорию.

В письмах И. С. Тургенева встречаются и такие слова, окказиональный характер которых не вызывает сомнений, например, *стремплешь*, *германидоротеизировать*, *чебурда* и др. И. С. Тургенев прямо указывает, что слово *стремплешь* было образовано Н. М. Языковым. Это слово появилось на базе наречия *стремглав* в результате замены второго корня – *глав-* на корень слова *плешь*. Оно придает стилю письма ироническую окраску: «И потому, будьте отцом и благодетелем: проследивши сии прелестные страницы, лети-те «стремплешь», как говорил Языков, к моему цензору, которому я обещал заблаговременно прислать рукопись<...>» (П. В. Анненкову, 1865, Баден-Баден) [З. VI. С. 119]. Окказиональный характер имело и слово *чебурда*, образованное А. А. Фетом путем контаминации существительных *чепуха* и *бурда*: «Что это я такое написал? *Чебурду*, сказал бы Фет, *Fethus philosophus atque tschudacus grandiflorus* (Фет философ и пышноцветный чудак)» (В. П. Боткину, 1859, Спасское) [З. IV. С. 38]. Встречаются в текстах писем И. С. Тургенева и окказионализмы самого писателя. К ним относится, например, слово *германидоротеизировать*, т. е. «писать в стиле поэмы Гете «Герман и Доротея»: «От скуки, признаюсь, беру перо и *германидоротеизирую*. Как тебе нравится мое новое словцо?» (М. А. Бакунину и А. П. Ефремову, 1840, Мариенбад) [З. I. С. 169].

Таким образом, письма И. С. Тургенева ярко отражают динамику лексико-семантической системы русского литературного языка середины XIX в. и являются перспективным источником ее изучения.

Список литературы

1. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. М. : Русский язык, 1998. Т. 1–4.
2. Сорокин, Ю. С. Развитие словарного состава русского литературного языка. 30-е – 90-е годы XIX в. М. ; Л. : Наука, 1965.
3. Тургенев, И. С. Полное собрание сочинений и писем в тридцати томах. Письма. М. : Наука, 1984–1990. Т. 1–8.

Referencies

1. Dal', V. I. Tolkovyj slovar' zhivogo velikorusskogo jazyka. M. : Russkij jazyk, 1998. T. 1–4.
2. Sorokin, Ju. S. Razvitie slovarnogo sostava russkogo literaturnogo jazyka. 30-e – 90-e gody XIX v. M. ; L. : Nauka, 1965.
3. Turgenev, I. S. Polnoe sobranie sochinenij i pisem v tridcati tomah. Pis'ma. M. : Nauka, 1984–1990. T. 1–8.

УДК 808.1

**МЕТАФОРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ КОНЦЕПТА
BEAUTY, ВЕРБАЛИЗУЕМАЯ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ
АНГЛОЯЗЫЧНОМ МУЖСКОМ ДИСКУРСЕ**

М. А. Каратышова

Статья посвящена описанию метафорической модели концепта BEAUTY (КРАСОТА), объективируемой в англоязычном художественном дискурсе мужчин. Основная цель статьи заключается в выявлении наиболее частотных по своей дискурсивной реализации метафорических проекций, релевантных для рассматриваемого нами концепта. Специфика метафорического моделирования заключается в том, что метафорическая репрезентация концепта основана на перекатегоризации, представляющей собой перенос структуры иных концептов на структуру исходного. Материалом исследования выступает художественный текст, как основная сфера метафорической вербализации концепта BEAUTY. Наблюдается разнообразие и высокая частотность дискурсивной репрезентации данного типа модели концепта BEAUTY.

Ключевые слова: художественный дискурс, концепт, вербализация, метафорический перенос, метафорическая модель, гендер.

Описание структуры и содержательного наполнения концепта BEAUTY предполагает рассмотрение его метафорической модели, так как метафорическая вербализация концепта BEAUTY составляет 72,3% от общего корпуса примеров, репрезентирующих рассматриваемый концепт. Данная модель представлена совокупностью обобщенных моделей метафорических переносов, служащих средством конкретизации сущности рассматриваемого нами концепта посредством других концептов [6. С. 204].

Художественный текст, являющийся средоточием образных средств выражения, выступает приоритетной сферой метафорической вербализации концепта BEAUTY, наиболее ярко и рельефно отражая смысловое наполнение рассматриваемого концепта.

Итак, рассмотрим основные метафорические проекции, лежащие в основе вербализации концепта BEAUTY коммуникантами-мужчинами, располагая их по частотности дискурсивной реализации.

На первом месте по частотности объективации в речи мужчин находится метафорическая проекция КРАСОТА→СВЕТ (39,8% от корпуса контекстов метафорической вербализации концепта BEAUTY). Лексемы, содержащие компонент значения «*giving light*», такие как *shining, sparkling, dazzling, brilliant, bright, jewel-like, to flash, to gleam* и др., используются коммуникантами-мужчинами при объективации различных областей концепта BEAUTY:

(1) And yet **wonderful** was the touch of her shoulders, **beautiful the shining of her face** [2. С. 177];

(2) There was something impenetrable about him, like **his eyes**, which were as **bright as agate** [2. С. 150].

Сема «*giving light*» является компонентом значения лексем *shining* и *bright*, что легко установить при анализе дефиниции данных лексических единиц: *shining – producing light* [7. С. 1316]; *bright – shining with plenty of light* [7. С. 156]. Метафорическое описание красоты глаз в примере (2) происходит через их сравнение с драгоценным камнем, агатом, и хотя в семантике лексемы **agate** семы «*giving light*» и «*beauty*» не содержатся эксплицитно, представление о драгоценном камне как о красивом, сияющем предмете позволяет утверждать о том, что данная лексема также выступает вербализатором рассматриваемого нами концепта, что служит доказательством метафорической проекции, существующей между концептами BEAUTY и LIGHT.

Итак, красота глаз, кожи, волос объекта положительной оценки зачастую метафорически описывается посредством их сопоставления с драгоценным металлом или камнем. В большинстве случаев данный прием выступает вспомогательным образным средством репрезентации рассматриваемого нами концепта (используется в высказывании наряду с другими, более эксплицитными вербализаторами концепта BEAUTY):

(3) «And your husband, Natalie, what a treat to meet him. He's so **handsome and kind**. Where did you find such a **jewel?**» [4. С. 125].

(4) The **golden-skinned, handsome man** near the fire watched her as she wept [2. С. 150].

В некоторых случаях уже одного описанного метафорического приема бывает достаточно для того, чтобы воспринять и охарактеризовать объект оценки (или его компонент) как красивый. Несмотря на отсутствие в примере (5) эксплицитных вербализаторов концепта BEAUTY, используемая в нем формулировка однозначно указывает именно на красоту глаз:

(5) The stranger turned round in his seat, and his quick-moving dark, *jewel-like eyes* went from the sergeant to the landlady [2. С. 149].

Следующей по частотности дискурсивной реализации среди мужчин является метафорическая проекция КРАСОТА→ЦВЕТОК, лежащая в основе вербализации рассматриваемого концепта в 20% проанализированных примеров метафорической вербализации концепта. Показателен в этом отношении пример (6), в котором абстрактное понятие красоты развернуто представлено через конкретный образ цветка:

(6) True *beauty* takes a long time to mature...the real *silver bloom*, the real *golden-sweet bouquet of beauty* had its *roots* in the Renaissance, not in any later or shallower period [2. С. 220].

В приведенном примере ориентиром выступает концепт FLOWER, ментально проецирующийся на концепт BEAUTY. Обратим внимание на тот факт, что использование эпитетов *silver* и *golden-sweet* еще раз подтверждает уже упомянутую нами тенденцию к метафорическому описанию прекрасного посредством его сопоставления с драгоценным металлом. Нельзя также не отметить, что в рассматриваемом примере вербализован также феномен синестезии – слияния восприятий различными органами чувств (в данном случае зрительного и вкусового). Вербализация синестезии при репрезентации концепта BEAUTY в дискурсе, на наш взгляд, свидетельствует о том, что в ментальном пространстве говорящего имеет место поликонцептуальный бленд, когда слиянию подвергаются не два, а три и более концептов (в данном случае BEAUTY – FLOWER – TASTE).

В следующем примере содержание концепта BEAUTY также частично структурируется концептом FLOWER: увядание красоты сродни увяданию цветка без воды:

(7) When she appeared, she looked *fresh, young and lovely*. But she was inclined to fade rather quickly, like a *flower* without water, in the day-time [2. С. 238].

16,3% примеров проанализированной метафорической выборки обнаруживают метафорический перенос КРАСОТА→КАРТИНА. Рассмотрим некоторые примеры, вербализующие данный компонент нашей метафорической модели:

(8) «Amanda **looked pretty as a picture**...». She had never **looked lovelier** than she did that day [8. С. 123];

(9) «**She's such a picture!** [3. С. 359].

Мужскому языковому сознанию свойственно представление о красоте как о мощном средстве воздействия, определенного рода силе. Ассоциативная связь КРАСОТА→СИЛА представлена в 10,2 % от общего корпуса примеров, репрезентирующих метафорическую вербализацию рассматриваемого нами концепта. Красота воздействует на созерцателя, вызывая порой чувство недоумения, замешательства и незащитности:

(10) In view of the **delicate flame** which seemed to come from her face **like a light**, he was **powerless** [2. С. 177];

(11) He was **fascinated** by that lady in all her charm. **Completely fascinated**. And for the rest, **paralysed in a long-term confusion** [2. С. 237].

Лексемы *powerless*, *confusion* и *paralysed* характеризуются наличием общей семы: *the loss of ability to deal with or control a situation* [7]. Таким образом, можно констатировать, что красота для созерцателя есть сила, под воздействием которой последний утрачивает контроль над ситуацией, становится уязвимым и зависимым от нее.

Последний из приведенных примеров демонстрирует посредством использования лексемы *to fascinate* смежную с описанной, но отдельную метафорическую проекцию КРАСОТА→ЧАРЫ, существование которой также подчеркивает наличие пленяющей, завораживающей силы КРАСОТЫ, оказывающей воздействие на созерцателя. Показательны в этом отношении и следующие примеры:

(12) It was **beautiful**, her face. It seemed to **mesmerize** him [2. С. 171];

(13) He looked down at this **beautiful** woman like a creature **spell-bound or possessed by some devil's own intention** [2. С. 154];

(14) He looked down at her with his **bewitched** face [1. С. 24].

Очевидно, что лексемы *to mesmerize*, *spell-bound* и *bewitched* имеют в своей семантике общий компонент значения, который

можно представить в виде следующей формулировки: *strong magic influence on somebody* [7]. Характерно, что значительное число вербализаторов данной модели употребляется в форме пассива, что говорит о том, что созерцатель красоты выступает пациентом, испытывающим на себе ее магическую силу.

В связи с существующим в сознании ЯЛ мужчины представлением о красоте как о мощной силе воздействия (в том числе и колдовского) вполне закономерно наличие такой ассоциативной связи, как КРАСОТА→СТРАХ:

(15) He looked down at the tangled wet hair, the bare shoulders. He was *amazed, bewildered, and afraid* [2. С. 177].

В анализируемом случае также показательно употребление вербализаторов BEAUTY в форме пассива (эксплицитно и имплицитно).

Итак, анализ языкового материала, репрезентирующего концепт BEAUTY в современном англоязычном мужском дискурсе, позволяет говорить о наличии шести основных ассоциативных механизмов, лежащих в основе процесса метафоризации концепта BEAUTY: КРАСОТА→СВЕТ, КРАСОТА→ЦВЕТОК, КРАСОТА→КАРТИНА, КРАСОТА→СИЛА, **КРАСОТА→ЧАРЫ**, **КРАСОТА→СТРАХ**.

Анализ процентной дистрибуции позволяет утверждать, что наиболее частотными в мужском дискурсе являются так называемые «однонаправленные» метафорические проекции, служащие средством прояснения относительно абстрактного содержания исходного концепта (BEAUTY) посредством более конкретных концептуальных понятий. Данная отличительная черта вербализации концепта BEAUTY может быть объяснена, на наш взгляд, стремлением мужчин к точности и простоте оценочной номинации.

Список литературы

1. Медовый месяц и другие рассказы английских писателей. М. : Айрис-пресс, 2006. 288 с.
2. Лоуренс, Д. Г. Рассказы (на английском языке). М. : Прогресс, 1997. 293 с.

Referencis

1. Medovyj mesjac i drugie rassказы anglijskih pisatelej. M. : Ajris-press, 2006. 288 s.
2. Lourens, D. G. Rassказы (na anglijskom jazyke). M. : Progress, 1997. 293 s.

3. Ahern, C. P. S. I love you. London, Harper Collins, 2008. 395 p.
4. Gaeddert, L. Perfect strangers. London, 1989. 173 p.
5. Johnson-Laird, P. N. Mental Models (Towards a Cognitive Science of Language, Inference and Consciousness). Cambridge : Cambridge University Press, 1983. 318 p.
6. Lakoff, G. The contemporary theory of metaphor // Metaphor and Thought. Cambridge : Cambridge University Press., 1993. P. 202–251.
7. Longman Dictionary of Contemporary English. Barselona Pearson Education Limited, 2001. 1754 p.
8. Steel, D. Vanished. N. Y., 2007. 391 p.
9. Лоуренс, Д. Г. Рассказы (на английском языке). 9 декабря 2013.
3. Ahern, C. P. S. I love you. London, Harper Collins, 2008. 395 p.
4. Gaeddert, L. Perfect strangers. London, 1989. 173 p.
5. Johnson-Laird, P. N. Mental Models (Towards a Cognitive Science of Language, Inference and Consciousness). Cambridge : Cambridge University Press, 1983. 318 p.
6. Lakoff, G. The contemporary theory of metaphor // Metaphor and Thought. Cambridge : Cambridge University Press., 1993. P. 202–251.
7. Longman Dictionary of Contemporary English. Barselona Pearson Education Limited, 2001. 1754 p.
8. Steel, D. Vanished. N. Y., 2007. 391 p.
9. Lourens, D. G. Rasskazy (na anglijskom jazyke). 9 dekabrja 2013.

УДК 808.1

**ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ КАК СРЕДСТВО ОТРАЖЕНИЯ
КАРТИНЫ МИРА УРАЛЬСКОГО КАЗАКА (НА МАТЕРИАЛЕ
ОЧЕРКА В. И. ДАЛЯ «УРАЛЬСКИЙ КАЗАК»)**

Л. Ш. Мигранова

В статье рассматриваются с позиций лингвокультурологического подхода фразеологические единицы, отражающие картину мира уральского казака в физиологическом очерке В. И. Даля. Анализируется образ фразеологизма как знака культуры, в которых заложена система ценностей и представления конкретного этноса.

Ключевые слова: физиологический очерк, картина мира, фразеологические единицы, образ, знак культуры.

Картина мира является особенным способом познания мира, базой миропонимания, мировидения народа. Так В. И. Карасик [7], а вслед за ним и ряд других ученых считают, что языковая картина мира представляет собой систему образов, отражающих действительность в коллективном сознании. Особую роль в изучении языковой картины мира играют фразеологические единицы.

Фразеологические единицы, проникая в глубины народного духа, в пласты культуры, раскрывают менталитет народа, его взгляды, идеологию. Именно фразеологизмы как особые языковые знаки очень точно и объемно характеризуют внутренний мир человека, поведение, внешность, морально-нравственные качества, устои, этические категории добра и зла.

Изучая и усваивая язык писателя, человек одновременно проникает в новую национальную культуру, получает огромное духовное богатство, хранимое языком [4. С. 4]. Для художественной речи характерно использование фразеологических единиц как особых аналитико-синтезирующих образных конструкций. Восприятие значений отдельных лексических компонентов, прямых и переосмысленных на базе семантической структуры фразеологической единицы и ее контекстуального окружения, в соотношении

с фразеологическим значением оборота намечает «русло для течения мысли» автора и читателя [9].

Фразеологическая единица шире, чем слово, образно описывают целую ситуацию. Значит в лаконичной, в то же время емкой форме через фразеологию выражаются основные составляющие картины мира языковой личности.

Фразеологические единицы представляют собой некий «свернутый» текст, в котором заложена информация. Одним из важных источников культурологической интерпретации фразеологизмов является анализ их образного содержания, а также их символическое значение. Это объясняется тем, что образы, положенные в основу устойчивых словосочетаний, повторяющиеся из поколения в поколение и закреплённые в системе языка, отражают тем самым ментальность данного народа [13. С. 249].

Фразеологические единицы рассматриваются как информативные языковые и культурные знаки. Если в языковой единице есть культурная информация, то должна быть категория, соотносящая две разные семиотические системы (язык и культуру) и позволяющая описать их взаимодействие. По мнению В. Н. Телия, это культурная коннотация [12. С. 103]. Под коннотацией в данной работе понимается вся совокупность той информации, которая выражает отношение говорящего/слушающего к объекту из мира «действительное», это – скрытая форма информации о прагматической интенции говорящего, связанная с намерением произвести определенное воздействие. Компонентами коннотации являются образность, экспрессивность, эмоциональность и оценочность. А раз языковые знаки предназначены для передачи информации, соответственно нуждаются в интерпретации.

Анализируя, комментируя внутреннюю форму фразеологической единицы, мы таким образом раскрываем «образ», с помощью которого автор произведения желает донести нам определенную информацию. Рассмотрим фразеологические единицы в физиологическом очерке В. И. Даля и дадим лингвокультурологический комментарий к ним.

Физиологический очерк «Уральский казак» (1843) В. И. Даль поместил в иллюстрированном сборнике А. П. Башуцкого, издававшемся в начале сороковых годов под заглавием «Наши, списанные с природы русскими». Само название сборника, в котором

был помещен очерк, указывает на основную цель таких произведений – знакомство с различными слоями русского населения.

В очерке даны лингвистические, этнографические, фольклорные, бытовые сведения о жизни и быте, об устоях и ценностях уральских казаков, сопровождающиеся поэтическими зарисовками различных видов рыболовства на реке Урал. Очерк служил целям всестороннего познания действительности, жизни народа, его менталитета.

Физиологический очерк дает представление о типе русского человека, о национальных и этнографических особенностях. Сюжет в очерке играет второстепенную роль, больше значима социальная характеристика, взаимоотношения героя с окружающим миром, его мировоззрение, позиция, принципы, отношение к тем или иным явлениям. В «Уральском казаке» В. И. Даля описание героя – Маркиана Елисеевича Проклятова – подробно, особенно разносторонне представлена его характеристика. Не оставляет без внимания писатель и условия жизни Проклятова и его семьи, их нравы, местные обычаи, хозяйственные промыслы. Писатель в своем очерке попытался передать национальное своеобразие народа.

В. И. Даль показывает нам разного Проклятова, как подмечает Ю. П. Фесенко в Маркиане Проклятове можно усмотреть «множественность ликов и его противоречивость» [16. С. 113]. Он не однозначный, запутанный, сложный, противоречивый. Действительно перед нами живая человеческая личность, живой характер.

Наряду с «историей героя» действие в физиологическом очерке развивается путем введения различного рода сцен бытового содержания, где важную роль играют описания. В них действует герой и его окружение, вступаая друг с другом в самые различные взаимоотношения и конфликты.

В начале очерка мы видим Проклятова на рыболовстве. Рыболовство в уральском войске играло особую роль, было не только промыслом, а даже культурной традицией. Маркиан Проклятов слыл превосходным рыболовом, не было ему равных в этом деле. Вот какое описание рыбной ловли дает В. И. Даль: «...чтобы секунды одной не прозевать...вытащить осетра. С Проклятова *пот льет градом* только еще в ожидании будущих благ...» [5. С. 102]. «Проклятов гребет, рвется, *из шкуры лезет*, летит взапуски...» [5. С. 104].

Пот льет градом – очень сильно вспотеть (густо покрыться, усеять крупными каплями).

Лезть из шкуры. Из кожи [вон] лезть / вылезти. Стараться изо всех сил, проявлять усердие для достижения поставленной цели. Образ фразеологизма отображает сложившееся в архетипических формах осознания мира представление о том, что кожа и тело – одно и то же. Фразеологизм образован зооморфно-антропоморфной метафорой, уподобляющей человека змее, способной «вылезать» из своей кожи [3. С. 268–269]. В других словарях образ, лежащий в основе оборота, восходит к представлениям об оборотнях, которые могли сбрасывать с себя кожу и превращаться в волка или какое-либо другое животное [1. С. 520]. К тому же в данном обороте наблюдается замена компонента *кожа* на *шкура*. Шкура – кожа животного. Думается, смена кожи на шкуру (превращение человека в животное) – одно из основных проявлений оборотничества. Такую смену следует рассматривать в контексте оппозиции «человеческое – демоническое». Обращает на себя внимание и фамилия главного героя – Проклятов (см. слово «проклятый» в значении «леший» [14. Т. 3. С. 490]).

В этом эпизоде показана неимоверная сила героя, он отдается делу сполна, работает с таким неистовством. К тому же «кожа» (в данном фразеологизме «шкура») выступает эмоциональным показателем состояния человека, его усердия, напряжения.

«Морозу не боится, потому что *мороз крепит*; <...> жару не боится потому, что *пар костей не ломит*; воды, сырости, дождя не боится потому, что *сызмала в мокрой работе*, по рыбному промыслу, что *Урал – золотое дно, серебряна покрывка*, кормит и одевает его, стало быть, на воду сердиться грех: это *дар божий*, тот же *хлеб*» [5. С. 102].

Мороз крепит. Делать сильным, придавать сил, бодрости.

Пар костей не ломит. *Иноск.* Говорится тогда, когда кто-либо не испытывает неудобства от чрезмерной жары. Пар не вреден [14. Т. 3. С. 20].

В мокрой работе. Относящийся к пребыванию в водной среде.

Урал – золотое дно, серебряна покрывка. *Иноск.* Так говорят о богатом рыбном промысле, причем о богатстве рыбы с серебряной чешуйкой [14. Т. 1. С. 441].

Дар божий. *Разг. Устар.* Что-либо очень ценное, необходимое [2. С. 138].

В словаре пословиц В. И. Даля и в словаре Михельсона дано такое определение выражения: «дар божий – *Иноск.* хлеб, отец, кормилец [11].

В названном устойчивом сочетании (это *дар божий*, тот же *хлеб*) ярко показан космологический смысл лексемы «вода»: вода даёт жизнь, дает силы человеку, определяет его судьбу. Уральское казачество бережно относилось к своей главной реке – Уралу, воспринимая его как символ богатства и изобилия, источником жизни, существования.

«Проклятов до того любит воду», «пьет воду морскую» [5. С. 102], когда речь идет о воде, рыболовстве, рыбе, то «серы глаза его загораются, брови двигаются, играют, высокий лоб сияет, губы подбираются. У Проклятова не дрогнула бы рука приколоть всякого, кто осмелился бы напоить скот из Урала» [5. С. 106].

На пресной воде, на море Проклятов был «*как у себя дома*» [5. С. 108].

Как у себя дома. *Разг.* Совершенно свободно, непосредственно, без стеснения (держаться, чувствовать) [17]. Как будто герой пребывает в естественной для себя среде обитания, в естественно-привычном состоянии.

Проклятов был ловким моряком, «лавировал и мастерски боролся с бурей и волнами, *как со своим братом*; и это делал он также оттого, как объяснялся, что «привык так с молодых лет, что море у них – дело соседнее, *под рукой*»» [5. С. 108].

Как со своим братом. *Разг.* Близкий, свой человек, а также обобщенно близкие, понимающие друг друга люди.

Под рукой. Недалеко, совсем близко, рядом. Образ, лежащий в основе данного фразеологизма, связан с образом, отраженным во фразеологизме *под рукой*. Во фразеологизме отражено эталонное представление о том, что предмет находится на некотором расстоянии от физического тела человека.

Рассмотрев эти эпизоды, приходим к следующему заключению: В. И. Даль изобразил Маркиана Проклятова как бережного хранителя традиций, следующего определенному укладу, сформированному веками. Река для него и кормилица и поилица, символ «казачьей земли». Вода для уральских казаков исконно добрая,

дружественная стихия. Герой слит с водной стихией, составляет с ней органическое единство. Отсюда и возвышенная любовь к реке, преклонение перед ней, бережливое отношение. Трудности закалили Проклятова, сделали его сильным, выносливым, ничто не может его сломить.

Проклятов не любил буран, зимнюю метель, по его мнению «это *крутит сатана*, бунтует против святой власти, и от этого буран – погода *из ряду вон* и не годится никуда» [5. С. 103].

Крутит сатана. Вздымая, кружит, придавая вихревое движение, вращать кругообразно (о ветре, буре). Показывая, демонстрируя свою силу, превосходство.

Сатана – главный противник небесных сил, представляющий собой высшее олицетворение зла и толкающий человека на путь духовной гибели. В славянской языковой картине мира наблюдается противопоставление света и тьмы, добра и зла, Бога и сатаны.

Из ряда вон выходящий. Резко выделяющийся чем-либо, особенный, необычный (о человеке, явлении, событии). Ряд в данном случае – «порядок, нечто нормализованное, определенным образом организованное» [10. С. 632].

Метель для героя – демоническая стихия, несущая гибель всему живому, символизирующая незащищенность человека. Метель, буран, вьюга (хаотическое движение снега) наполнены неведомыми, необъяснимыми, инобытными формами, поэтому в представлении героя они несут в себе некие нечистые, враждебные начала людям.

В. И. Даль повествует об одном случае, или «замечательнейшем происшествии» в жизни Маркиана Проклятова – «встреча *глаз на глаз* с шутовкою, или русалкою». Проклятов, нарушая закон, накануне какого-то праздника, в светлую лунную ночь отправился на охоту за кабанями. Вот как описывает В. И. Даль эту встречу: «... зверь не показывается, а треск камыша, приближаясь постепенно со всех сторон, вдруг до того усилился, что у Маркиана на голове *волос поднялся дыбом*; не видать ничего, а камыш трещит; валится и ломится кругом, будто огромный табун мчится по нем напролет. <...> на возвышенном бугре стоит перед ним шутовка, нагая, с распущенными волосами. <...> Сотворив крест и молитву, Маркиан стал отступать...» [5. С. 106].

Глаз на глаз. *Устар.* С глазу на глаз. Наедине с кем-либо, без посторонних лиц, без свидетелей, один на один. Во фразеологиз-

ме отражено одно из древних для окультуренного осознания мира представлений – представление о глазах как об отражении внутреннего мира человека [3. С. 595].

Нарушить закон – преступить, не соблюдать. Закон – священное писание; установленный порядок вещей [8].

Волосы поднялись дыбом. О состоянии сильного страха, ужаса. Выражение мотивировано рефлекторным актом, наблюдаемым при страхе от большой или неожиданной угрозы. Этот акт выработан животными как оперативная предохранительная мера подготовки к самозащите приданием себе устрашающего вида (шерсть стоит дыбом) [1. С. 95].

В древнейших воззрениях волосы – символ жизненной силы человека [15. С. 99]. В основе фразеологической единицы *волосы поднялись дыбом* лежат архетипические представления о волосах как вместилище памяти, воли (о сильном испуге, при котором парализуется воля). В народных поверьях встреча с русалкой с распущенными волосами предвещает беду – смерть.

Многие исследователи (В. Н. Витевский, А. Д. Рябинин, К. В. Данилевский, Е. В. Рудницкий), характеризую казаков, отмечают такие качества характера, как ловкость, смелость, храбрость, стойкость в своих стремлениях и обычаях до упорства, удалство, гордость, лукавство, хитрость, а также недоверчивость, грубость, жестокость [цит. по 6. С. 44]. В частности, к представителям Востока казаки относились недружелюбно, недоброежелательно. Вот как в очерке показана «темная» сторона Проклятова.

Маркиан слыл человеком добродушным, никому не отказывал в помощи, несмотря на свою бедность, помогал нуждающимся, не мог убить старого, «отслужившего» пса. Но такой факт из жизнеописания героя не оставляет равнодушным читателя: «не призадумавшись выкинул двух голых ребятишек на снег и спокойно, *без оглядки* отправился своим путем». «Мамок, что ли, с собою возить для этих *щенят*. <...> Еще у меня и свои-то, может статься, сидят дома не евши; ныне хлеб рубль семь гривен за пуд» [5. С. 107].

Без оглядки. Без осмотрительности, не думая о последствиях, невзирая ни на что, не размышляя, без колебания. Бесстрашно, не колеблясь, без всякой предосторожности. Первоначально этот оборот имел значение «бежать, удаляясь от нечистой силы» (см. [1. С. 414]). Образ фразеологизма связан с называемым глаголом

«оглядываться» движением, означающим на языке жестов «смотреть вокруг себя, по сторонам» и символизирующим осторожность. В основе фразеологизма лежит метонимия, при которой оглядка подразумевает осмысление.

Щенята, щенок. *Пренебр.* Неоперившийся юнец, молокосос, сопляк.

Киргизов, калмыков, татар Проклятов и его жена считали людьми «собачьей веры». Собака – символ ритуальной нечистоты и разврата. Многие древние тюркские народы вели свой род от собак. Образ собаки связывают с чем-то потусторонним, загробным [15. С. 459–460]. Казаки с предубеждением относились к представителям не своего толка или согласия: считали, что иноверца нельзя угощать из своей посуды. Однажды Маркиан Проклятов угостил дорогого гостя, которого никак не хотел обидеть, чаем из своих чашек. Узнав об этом, его жена отправила вымыть посуду на реку и прочесть там молитву. Казак не ел конину и верблюжатину, полагая, что лучше «издохну, а такого греха на душу не возьму» [5. С. 112].

Брать / Взять грех на душу. Совершать неблагоприятный или тяжкий поступок.

Компонент фразеологизма восходит к одной из древнейших форм осознания мира, для которой характерно анимистическое, т.е. одушевляющее, восприятие природы, как материальной (реки, лес, животные и т.п.), так и нематериальной (душа). В ветхозаветной традиции душа осмысляется как сущность, сотворенная богом, через которую человек связан с Богом нравственным законом. Образ фразеологизма в целом навеян библейским взглядом на человека как на существо грешное, отпавшее от Бога. В основе образа фразеологизма лежат представления, восходящие к нравственным установкам христианства, согласно которым душа, должна быть чистой, воздерживаться от порока и греха.

В повседневной жизни под грехом обычно понимают неблагоприятные поступки и дела, совершение которых мучает совесть человека [3. С. 43–44].

В походе Проклятов не боялся ни зноя, ни стужи, ни холода, ни голода. Неприятеля всегда «криком и гиком брал, *врасплох брал*, и с тылу, и в засаде» [С. 107]. Вот как он говорит о нападении на противника: «*гони со свету долой*, покуда бежит да не оглянется и не увидит, что ты за ним один» [5. С. 107].

Брать враспloch / застать враспloch. Неожиданно, внезапно, неожиданно, не вовремя, не в готовности встретить.

Гнать со свету долой. *Разг. Экрес.* Прочь гнать, прогонять, обращать кого-либо в бегство и т.п. (выражение злобы, пренебрежения к кому-либо, желания отделаться, избавиться и т.п. от кого-либо или чего-либо); преследовать; погубить, убить кого-либо.

Под *светом* здесь подразумеваются земные пределы, в которых протекает жизнь человека. Компонент *свет* в данном фразеологизме выступает в роли символа жизненного бытия.

В. И. Даль в этом эпизоде показал нам Маркиана Проклятова как отличного солдата, знающего свое дело, владеющего тактикой конного боя.

Маркиан Проклятов предстает перед читателями многогранной личностью, самобытной. Самобытность проявляется и в нравственных взглядах, и в поведении, и в его работе, и в стиле общения, и в его взаимоотношениях с окружающими, и в бытовых привычках, и в вере. Условно поступки героя можно делить на «праведные» и «грешные». Так не ест конины, не употребляет ругательств, потому что грешно, но не побоялся согрешить, бросив голых детей на снег, накануне праздника отправился на охоту. Для Проклятова «борода дороже головы» [5. С. 102], но, отправляя сына в Москву, сбивает ему бороду, утешив себя тем, что родительницы замолят грех. При том, что бороду хранили как символ чести, мужского достоинства, опытности и сановитости. По мнению старообрядцев (каковым и является Маркиан), сбивать бороду значило портить образ Христа и совершать страшный грех, ибо без бороды в рай не пустят. У читателя создается впечатление, что Маркиан Проклятов настоящий, неподдельный, эмоциональный в воде и в «водных занятиях», а во всем другом он как будто исполняет предписанные ему функции.

Итак, обращение к внутренней форме фразеологических единиц (образно-метафорической или символической в своей основе) позволяет выявить заложенную информацию – культурную, историческую, географическую, этнографическую, лингвистическую, психологическую и др. А эта информация заложена в коннотациях, которая придает культурно значимую маркированность смыслу всего текста.

Список литературы

1. Бирих, А. К. Словарь русской фразеологии: историко-этимолог. справ. / А. К. Бирих, В. М. Мокиенко, Л. И. Степанова. СПб. : Филио-Прес, 1999. 704 с.
2. Большой словарь русских поговорок / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. М.: Олма Медиа Групп, 2007.
3. Большой фразеологический словарь русского языка / отв. ред. В. Н. Телия. М.: АСТ_ПРЕСС КНИГА, 2009. 784 с.
4. Верещагин, Е. М. Язык и культура. Три лингвострановедческие концепции: лексического фона, речеповеденческих тактик и сапиентемы / Е. М. Верещагин В. Г. Костомаров / под ред. Ю. С. Степанова. М. : Индрик, 2005. 1040 с.
5. Даль, В. И. Уральский казак // Избранные произведения / сост. Н. Н. Акоповой. М. : Правда, 1983. С. 101–117.
6. Дубовиков, А. М. Повседневная культура уральского казачества (XVI–XIX вв.) / Вестник Оренбургского государственного университета. 2008. № 10. С. 44–49.
7. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М. : Гнозис, 2004. 390 с.
8. Краткий словарь библейских фразеологизмов / Л. Г. Кочедыков, Л. В. Жильцова. URL :

Referencias

1. Biriĥ, A. K. Slovar' ruskoj frazeologii: istoriko-jetimolog. sprav. / A. K. Biriĥ, V. M. Mokienko, L. I. Stepanova. SPb. : Filio-Pres, 1999. 704 s.
2. Bol'shoj slovar' russkih pogovorok / V. M. Mokienko, T. G. Nikitina. M.: Olma Media Grupp, 2007.
3. Bol'shoj frazeologičeskij slovar' russkogo jazyka / отв. red. V. N. Telija. M.: AST_PRESS KNIGA, 2009. 784 s.
4. Vereshhagin, E. M. Jazyk i kul'tura. Tri lingvostranovedčeskie koncepcii: leksičeskogo fona, rečepovedenčeskikh taktik i sapientemy / E. M. Vereshhagin V. G. Kostomarov / pod red. Ju. S. Stepanova. M. : Indrik, 2005. 1040 s.
5. Dal', V. I. Ural'skij kazak // Izbrannye proizvedenija / sost. N. N. Akopovoj. M. : Pravda, 1983. S. 101–117.
6. Dubovikov, A. M. Povsednevnaĭa kul'tura ural'skogo kazachestva (XVI–XIX vv.) / Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta. 2008. № 10. S. 44–49.
7. Karasik, V. I. Jazykovoĭ krug: lichnost', koncepty, diskurs. M. : Gnozis, 2004. 390 s.
8. Kratkij slovar' biblejskih frazeologizmov / L. G. Kochedykov, L. V. Zhil'cova.

<http://www.bible-center.ru/dict/phrases/007>

9. Мелерович, А. М. Текст и семантика компонентов фразеологизма / А. М. Мелерович, В. М. Мокиенко // Обретение смысла. СПб. : Изд-во «Осипов», 2006.

10. Мелерович, А. М. Фразеологизмы в русской речи. Словарь: Около 1000 единиц / А. М. Мелерович, В. М. Мокиенко. 2-е изд. М. : Русские словари, Астрель, 2001. 856 с.

11. Русская мысль и речь. Свое и чужое. Опыт русской фразеологии. Сборник образных слов и иносказаний. Т. 1–2. Ходячие и меткие слова. Сборник русских и иностранных цитат, пословиц, поговорок, пословичных выражений и отдельных слов. СПб., тип. Ак. наук. М.И. Михельсон. 1896–1912. URL : http://dic.academic.ru/dic.nsf/michelson_new/2237

12. Телия, В. Н. Роль образных средств в культурно-национальной окраске миропонимания // Этнопсихолингвистические аспекты в преподавании иностранных языков. М., 1996. С. 82–89.

13. Телия, В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М. : Яз. рус. культ. 1996. 288 с.

URL : <http://www.bible-center.ru/dict/phrases/007>

9. Melerovich, A. M. Tekst i semantika komponentov frazeologizma / A. M. Melerovich, V. M. Mokienko // Obretenie smysla. SPb. : Izd-vo «Osipov», 2006.

10. Melerovich, A. M. Frazeologizmy v russkoj rechi. Slovar': Okolo 1000 edinic / A. M. Melerovich, V. M. Mokienko. 2-e izd. M. : Russkie slovori, Astrel', 2001. 856 s.

11. Russkaja mysl' i rech'. Svoe i chuzhoe. Opyt russkoj frazeologii. Sbornik obraznyh slov i inoskazanij. T. 1–2. Hodjachie i metkie slova. Sbornik russkih i inostrannyh citat, poslovic, pogovorok, poslovichnyh vyrazhenij i otdel'nyh slov. SPb., tip. Ak. nauk. M.I. Mihel'son. 1896–1912. URL : http://dic.academic.ru/dic.nsf/michelson_new/2237

12. Telija, V. N. Rol' obraznyh sredstv v kul'turno-nacional'noj okraske miroponimanija // Jetnopsiholingvisticheskie aspekty v prepodavanii inostrannyh jazykov. M., 1996. S. 82–89.

13. Telija, V. N. Russkaja frazeologija. Semanticheskij, pragmaticheskij i lingvokul'turologicheskij aspekty. M. : Jaz. rus. kul't. 1996. 288 s.

14. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. / В. И. Даль. М.: Рус. яз. ; Медиа, 2003.
15. Энциклопедия символов, знаков, эмблем / сост. В. Андреева и др. М. : Локид; Миф, 2000. 576 с.
16. Фесенко, Ю. П. Пушкинские традиции в «Уральском казаке» В. И. Даля // Русская речь. 1997. № 2. С. 107–115.
17. Фразеологический словарь русского литературного языка. М. : Астрель ; АСТ. А. И. Фёдоров. 2008. URL : <http://phraseology.academic.ru/3719>
14. Tolkovij slovar' zhivogo velikorusskogo jazyka: v 4 t. / V. I. Dal'. M.: Rus. jaz. ; Media, 2003.
15. Jenciklopedija simvolov, znakov, jemblem / sost. V. Andreeva i dr. M. : Lokid; Mif, 2000. 576 s.
16. Fesenko, Ju. P. Pushkinskie tradicii v «Ural'skom kazake» V. I. Dalja // Russkaja rech'. 1997. № 2. S. 107–115.
17. Frazеologicheskij slovar' russkogo literaturnogo jazyka. M. : Astrel' ; AST. A. I. Fjodorov. 2008. URL : <http://phraseology.academic.ru/3719>

УДК 808.1

**ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
МУЗЫКАЛЬНО-ПОЭТИЧЕСКОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ –
СТИХОТВОРЕНИЯ К. Д. БАЛЬМОНТА
«БЕЗГЛАГОЛЬНОСТЬ»,
ПОЛОЖЕННОГО НА МУЗЫКУ Г.В. СВИРИДОВЫМ**

Е. В. Михайлова, Лю Цзин

В статье рассматривается романс Г. В. Свиридова на стихотворение К. Д. Бальмонта «Безглагольность» (1900). Все особенности данного стихотворения (своеобразный ритм; повторы гласных и согласных звуков; большое количество номинативных лексических единиц; наличие лексико-синтаксической фигуры – анафоры – и тропов – эпитетов, сравнений, метафор, метонимий; реализация доминантных образов – сердца, души, природы, покоя – в контексте русской культуры начала XX в.) сыграли важную роль в формировании образа России и способствовали его музыкальному воплощению Г.В. Свиридовым.

Ключевые слова: музыкально-поэтическое произведение, стихотворение, К. Д. Бальмонт, романс, Г. В. Свиридов, образ, сердце, душа, природа, покой.

Каждое музыкально-поэтическое произведение – песня или романс – имеет свою судьбу, очень сложную и состоящую из различных компонентов. Жизнь этим сочинениям дают, как правило, композитор и поэт. Эти креативные личности вносят большой вклад в процесс создания будущего произведения, а что при этом является первичным – музыка или литература – зависит от многих обстоятельств. Когда произведение исполняется на сцене, оно каждый раз как бы обретает новый облик, поскольку певец обязательно вносит в него что-то свое. В настоящей статье будет проанализировано стихотворение К. Д. Бальмонта «Безглагольность» (1900) [1. С. 190], которое стало романсом благодаря Г. В. Свиридову.

Константин Дмитриевич Бальмонт (1867–1942) – выдающийся русский поэт, прозаик, эссеист, критик, переводчик, «...одна из

крупнейших фигур романского Серебряного века. Ни один русский поэт не может сравниться с ним по количеству прижизненных романсов и песен – их более 280. ... К поэзии Бальмонта обращались А. Т. Гречанинов, С. В. Рахманинов, С. И. Танеев, М. М. Ипполитов-Иванов, Н. Н. Черепнин, Р. М. Глиэр, М. Ф. Гнесин, Б. В. Асафьев и другие композиторы-современники» [1. С. 160]. Он начал писать стихи в детстве, первая книга «Сборник стихотворений» вышла в Ярославле в 1890 г. [10. С. 122]. Книги лирики «...раннего и позднего периодов творчества Бальмонта: “Под северным небом” (1894), “В безбрежности” (1895), “Типина” (1897), “Горящие здания” (1900), “Будем как Солнце” (1903), “Марево” (1922), “Моё – Ей” (1924), “В раздвинутой Дали: Поэма о России” (1930), “Северное сияние: Стихи о Литве и Руси” (1933), “Голубая Подкова: Стихи о Сибири” (1934), “Светослужение” (1937)» [6. С. 5]. В эмиграции он «...издал несколько поэтических книг: “Марево” (1922), “Стихи о России” (1924), “В раздвинутой дали” (1930) и две автобиографические книги “Под новым серпом” (1923) и “Воздушный путь” (1923)» [10. С. 128]. Его литературное наследие – «...35 книг стихов, 20 книг прозы, 10 тысяч печатных страниц переведенных им произведений» [13. С. 74].

К. Д. Бальмонт – поэт-символист, но его творческий «...метод и поэтическую манеру ... гораздо ближе и точнее характеризует другое слово, а именно – *импрессионизм*» [9. С. 194]. Поэта-импрессиониста «...привлекает не столько самый предмет изображения, сколько его, поэта, ощущение данного предмета. Поэтому столь характерен для импрессионистической поэзии дух импровизации. Достаточно мгновенного толчка сознания, вызванного мимолетным впечатлением, – и непосредственно, стихийно рождается образ» [9. С. 196]. В. Орлов писал о нем: «Излагая свое понимание “символической поэзии”, Бальмонт видел в ней прежде всего поиски “новых сочетаний мыслей, красок и звуков”, а в самой характеристике ее оставался, в общем, в пределах поэтики импрессионизма: символическая поэзия “говорит своим особым языком, и этот язык богат интонациями; подобно музыке и живописи, она возбуждает в душе сложное настроение, – более, чем другой род поэзии, трогает наши слуховые и зрительные впечатления”» [9. С. 198]. Эти «...общие установки были реализованы в трех центральных и лучших книгах Бальмонта – “Горящие здания”, “Будем

как солнце” и “Только любовь”, вобравших стихи, написанные в 1899–1903 годах» [9. С. 198].

К. Д. Бальмонт сочинил стихотворение «Безглагольность» в 1900 г. П. Ф. Куприяновский писал о начале XX в. (времени его создания): «В условиях больших изменений в общественной жизни России происходят существенные сдвиги в мироощущении русских символистов. С середины 1900-х годов реальная жизнь все более вторгается в их творчество, и Россия, иногда в мистифицированном виде, становится их темой. Бальмонта можно считать ее зачинателем. Общесимволистский мотив “вечного возвращения” в книге “Только любовь” (1903) превращается у него в ряде стихотворений цикла “Очертания снов” и в *мотив возврата*, где на первый план выходит национальное, русское начало (“Возвращение”, “Ранним утром”, “Благовещенье в Москве” и др.). Сюда же надо отнести шедевр бальмонттовской пейзажной лирики “Безглагольность”, где через “лик” природы удивительно передана душа русского человека... Стихотворение написано будто бы “без глагола”, без действия, в нем как бы застыла невыразимость чувства любви к родине. На пути к теме и образу России это одно из самых приметных достижений поэта» [4. С. 28–29]. По настроению на это стихотворение похожи произведения «Фантазия» [1. С. 163] (в нем есть наречие *безучастно*), «Всё мне грезится море да небо глубокое...» [1. С. 170] (в нем употребляются слова *бесконечный*, *безграничный*), «Успокоение» [1. С. 182–183] (в нем используются имена прилагательные *безмерный*, *бесплотный*), «Меж подводных стеблей» [1. С. 195] (в нем имеются слова *бестревожно*, *безглагольно*) и др.; по звуковой организации – произведения «Песня без слов» [1. С. 165] (в нем есть имя прилагательное *безумный*), «Подводные растения» [1. С. 167–168] (в нем употребляется имя существительное *безмолвие* и имя прилагательное *безвестный*), «Камыши» [1. С. 169–170] (в нем есть слова *бесшумно*, *безмолвно*), «Ковыль» [1. С. 171] и др.; индивидуально-авторская семантика эксплицируется в названных поэтических произведениях благодаря употреблению слов с компонентами *без-* и *бес-*. На стихотворение «Безглагольность (“Есть в русской природе усталая нежность...”)», в котором ярко проявляются национально-культурные особенности, Г. В. Свиридов в 1978 г. создал романс «Русская природа» [1. С. 160].

Лирический герой стихотворения «Безглагольность» сначала характеризует русскую природу, затем словно приглашает читателя прийти и убедиться в его правоте, а после этого рассказывает о своем духовном пространстве, согласующемся с природным миром России. Названное стихотворение состоит из пяти строф, каждая из которых принимает участие в формировании образа, включающего состояние покоя в природе и передачу связанных с ним черт внутреннего мира лирического героя произведения. В первой строфе К. Д. Бальмонт описывает особенности русской природы, концептуализирующие понятие *тоска*, по мнению А. Вежбицкой, относящееся к «...ключевым концептам русского языка и русской культуры» [цит. по: 11. С. 31–32], а также чувства, испытываемые в данном контексте героем произведения: «Есть в русской природе усталая нежность, // Безмолвная боль затаенной печали, // Безвыходность горя, безгласность, безбрежность, // Холодная высь, уходящие дали» [1. С. 190]. Вторая строфа посвящена изображению пейзажа, который видит человек, терпящий страдания: «Приди на рассвете на склон косогора, – // Над зябкой рекою дымится прохлада, // Чернеет громада застывшего бора, // И сердцу так больно, и сердце не радо» [1. С. 190]. В третьей строфе лирический герой передает не только зрительные, но и слуховые и психологические ощущения: «Недвижный камыш. Не трепещет осока. // Глубокая тишь. Безглагольность покоя. // Луга убегают далёко-далёко. // Во всем утомленье – глухое, немое» [1. С. 190]. В четвертой строфе стихотворения лирический герой, находящийся в деревенском саду, ощущает, с одной стороны, приятную свежесть и прохладу, а с другой – чувствует глухость этого места, сумрачность, странность и безмолвность деревьев, и в это время сила его страданий уменьшается: «Войди на закате, как в свежие волны, // В прохладную глушь деревенского сада, – // Деревья так сумрачно-странно-безмолвны, // И сердцу так грустно, и сердце не радо» [1. С. 190]. В последней строфе автор разделяет понятия *душа* и *сердце*; первое, как и понятие *тоска*, принадлежит к «...ключевым концептам русского языка и русской культуры» [цит. по: 11. С. 31–32]; душа олицетворяется и приобретает способность просить и быть обиженной, а сердце, также наделенное признаками живого существа, может прощать, ничего не ощущать и плакать: «Как будто душа о же-

ланном просила, // И сделали ей незаслуженно больно. // И сердце простило, но сердце застыло, // И плачет, и плачет, и плачет невольно» [1. С. 190].

Поэт, изображая природу, выступает в роли психолога, использует сочетания лексических единиц, позволяющие глубоко понять внутреннее состояние лирического героя: *усталая нежность, безмолвная боль, затаенная печаль, безвыходность горя, безгласность* и др. Повторение слов с компонентом *без-* (*безмолвная, безвыходность* и др.) и др.; употребление большого количества именных словосочетаний, в которых имя прилагательное или причастие предшествует имени существительному (*холодная высь, зябкая река* и др.); односоставных и сложных предложений одинаковой структуры (например, номинативных – «Недвижный камыш. ... // Глубокая тишь. ...» [1. С. 190] и др.; сложносочиненных – «И сердцу так больно, и сердце не радо» [1. С. 190] и др.); предложений, близких по лексическому наполнению («И сердцу так больно, и сердце не радо» [1. С. 190] – «И сердцу так грустно, и сердце не радо» [1. С. 190] и др.); простых предложений, осложненных однородными членами: однородными подлежащими, большинство из которых охарактеризовано при помощи определений («Есть в русской природе усталая нежность, // Безмолвная боль затаенной печали, // Безвыходность горя, безгласность, безбрежность, // Холодная высь, уходящие дали» [1. С. 190]), однородными сказуемыми («И плачет, и плачет, и плачет невольно» [1. С. 190] и др.) и др. образует ритм стихотворения, сближающий его с музыкальным сочинением.

В поэзии при помощи ассонансов и аллитераций передаются фонетические особенности произведений. По мнению Ж. Марузо, в «...самом общем смысле ассонанс состоит в повторении гласного элемента, применяемом для достижения желаемого эффекта» [5. С. 43]. В стихотворении имеются следующие ассонансы: А (*усталая, безмолвная, затаенной, печали, безгласность, дали* и др.), Е (*есть, природе, нежность, безмолвная, затаенной, печали, безвыходность, безгласность, безбрежность* и др.), И (*природе, печали, уходящие, дали, приди, дымится* и др.), У (*русской, усталая, уходящие, сердцу, глубокая, луга, убегают, утомленье, глухое* и др.), Я (*усталая, безмолвная, горя, холодная, уходящие, зябкой, глубокая, покоя* и др.) и др.

Аллитерация – это повторение «...одинаковых или сходных звуков или групп звуков, называемых **аллитерирующими**...», в начале слогов..., или слов, сближаемых в речи...» [5. С. 24]. Мы придерживаемся определения, данного Б. П. Иванюком: аллитерация – это «...повтор одинаковых или однокорневых согласных звуков в стихе или в смежных стихах» [3. С. 14]. В рассматриваемом поэтическом произведении есть следующие аллитерации: Б (*безмолвная, боль, безвыходность, безгласность, безбрежность, зябкой, бора, больно* и др.), Н (*нежность, безмолвная, затаенной, безвыходность, безгласность, безбрежность, холодная* и др.), К (*русской, склон, косогора, зябкой, рекою* и др.), Р (*русской, природе, горя, безбрежность, приходи, рассвете, косогора, рекою, прохлада, чернеет, громада, бора, сердцу, сердце, радо* и др.), Г (*горя, безгласность, косогора, громада, застывшего, глубокая, безглагольность, луга, убегают, глухое* и др.), Х (*безвыходность, холодная, уходящие, прохлада, глухое, прохладную*), Л (*усталая, безмолвная, боль, печали, безгласность, холодная, дали* и др.), З (*безмолвная, затаенной, безвыходность, безгласность, безбрежность, зябкой, застывшего* и др.) и др. Ассонансы и аллитерации сообщают тексту музыкальный оттенок, создают спокойное настроение. Оно объективируется не только на уровне звуков, но и на уровне лексических единиц.

В анализируемом стихотворении К. Д. Бальмонта используются слова – различные части речи: имена существительные (*природа, нежность, боль, печаль, безвыходность* и др.), имена прилагательные (*русская, усталая, безмолвная, холодная, зябкая* и др.), местоимения (*всё, она*), глаголы (*есть, прийти, дымитесь, чернеть, трепетать* и др.), наречия (*так, далёко-далёко* и др.), предлоги (*в, на, над, во, о*), союзы (*и, как, как будто, но*), частица (*не*) и др. Больше всего имен существительных – 36, что отвечает стремлению автора выразить состояние покоя. Глаголов только 14, причем один из них употреблен с частицей *не*.

Исследуемый поэтический текст К. Д. Бальмонта насыщен повторами: *далёко-далёко; и плачет, и плачет, и плачет* и др. Имеется анафора – «...единоначатие, лексико-синтаксическая **фигура**, повтор слов или словосочетаний в начале смежных синтаксических или ритмических единиц» [3. С. 30]: «И сделали ей незаслуженно больно. // И сердце простило, но сердце застыло, // И пла-

чет, и плачет, и плачет невольно» [1. С. 190]. Все это способствует музыкальной реализации стихотворения.

Поэт пользуется тропами для объективации образных значений слов. Понятие тропа имеет разные трактовки. О. С. Ахманова дает следующее определение: троп – это стилистический «... перенос названия, употребление слова в переносном (не прямом) его смысле в целях достижения большей художественной выразительности...» [2. С. 481]; она считает тропами метафору, метонимию, синекдоху [2. С. 481]. Б. П. Иванюк пишет, что троп – это «...переносное значение понятия» [3. С. 270], по его мнению, к основным видам тропов «...относятся **сравнение, метафора** и ее разновидности, **аллегория, символ, метонимия** (и синекдоха), **гипербола, литота, эпитет**» [3. С. 270]. В рассматриваемом поэтическом тексте есть эпитеты (эпитет – «...троп, художественное определение» [3. С. 297]): *усталая (нежность), безмолвная (боль), затаенная (печаль), холодная (высь)* и др. В произведении имеются сравнения (сравнение – это «...**троп**, словесно выраженное сопоставление двух явлений на основе относительного сходства между ними» [3. С. 247]): «Войди на закате, как в свежие волны, // В прохладную глушь деревенского сада...» и др. [1. С. 190]. Метафора – это троп, «...состоящий в употреблении слов и выражений в переносном смысле на основании сходства, аналогии и т.п.» [2. С. 231]. В стихотворении используются метафоры, изображающие сердце как живое существо, помогающие передать эмоции и чувства человека: «И сердцу так больно, и сердце не радо» [1. С. 190], «И сердцу так грустно, и сердце не радо» [1. С. 190], «И сердце простило, но сердце застыло, // И плачет, и плачет, и плачет невольно» [1. С. 190] и др. Олицетворяется и душа: «Как будто душа о желанном просила, // И сделали ей незаслуженно больно» [1. С. 190]. Образы сердца и души в данном произведении очень близки друг к другу и метонимичны. Метонимия – это «...**троп**, индивидуализированное обозначение целого явления его признаком...» [3. С. 122]. Сердце и душа представляют человека, передают внутренний мир автора; сердце, душа (и человек) страдают, что объективируется при помощи слов категории состояния *больно, грустно*; краткого имени прилагательного *радо* с частицей *не*; глагола *застыть*, глагола *плакать*, повторенного трижды, и др.

Важными образами данного стихотворения являются образы природы и покоя. Природу К. Д. Бальмонт концептуализирует как усталую, грустную, молчащую, тихую и статичную. Она располагается в пределах значительного пространства, простирающегося в даль и в высоту: «...безбрежность, // Холодная высь, уходящие дали» [1. С. 190], «Луга убегают далёко-далёко» [1. С. 190]. В ее описании преобладают холод, зябкость и прохлада: *холодная высь*, «Над зябкой рекою дымится прохлада...» [1. С. 190], «Войди на закате, как в свежие волны, // В прохладную глушь деревенского сада...» [1. С. 190], возможно, потому, что холод может ассоциироваться с грустью и тоской. С акустической стороны в произведении доминирует тишина или, в образном плане, – отсутствие общения с чем-либо или кем-либо: *безмолвная боль, безгласность*, «Недвижный камыш. Не трепещет осока. // Глубокая тишь. Безглагольность покоя. // ... // Во всем утомленье – глухое, немое» [1. С. 190], «Деревья так сумрачно-странно-безмолвны...» [1. С. 190]. В нем упоминается только черный цвет: «Чернеет громада застывшего бора...» [1. С. 190]; значение полумрака реализует часть сложного имени прилагательного *сумрачно*: «Деревья так сумрачно-странно-безмолвны...» [1. С. 190]; имя существительное *глушь* объективирует ощущение глухого, заросшего места; черный цвет и сумрак создают печальное настроение. Природа тесно связана с человеческим обществом, существующим и изменяющимся, поэтому при помощи образа природы характеризуется внутренний мир человека. Такие словосочетания, как *холодная высь, уходящие дали, склон косогора, зябкая река, застывший бор, недвижный камыш* и др. создают контекст для описания душевного состояния лирического героя.

Образ покоя содержится в названии стихотворения – «Безглагольность» ('отсутствие глагола, речи, действия') и выражается при помощи слов *безмолвная, затаенная, безгласность, застывший, недвижный, (не) трепетать, тишь, безглагольность, покой, глухое, немое, глушь, сумрачно-странно-безмолвны, застыть*. Ярче всего его воплощает имя существительное *сердце* в сочетании с глаголом *застыть*. Образ сердца противоположен образу покоя, поскольку сердце – очень активный орган, живущий лишь в движении; поэтому данные слова привлекают внимание читателя, заставляют думать о богатом внутреннем мире героя и его состо-

янии, не поддающемся однозначному описанию. Тропы и образы сердца, души, природы и покоя дают возможность К. Д. Бальмонту эксплицировать образ лирического героя как русского человека, живущего глубокой внутренней жизнью, чутко откликающейся на состояние родной природы и тонко чувствующей его.

Все описанные особенности стихотворения К. Д. Бальмонта «Безглагольность» (своеобразный ритм; повторы гласных и согласных звуков; большое количество номинативных лексических единиц; наличие лексико-синтаксической фигуры – анафоры – и тропов – эпитетов, сравнений, метафор, метонимий; реализация доминантных образов – сердца, души, природы, покоя – в контексте русской культуры начала XX в.) сыграли важную роль в формировании образа России и способствовали его музыкальному воплощению Г. В. Свиридовым.

Георгий Васильевич Свиридов (1915–1998) – «...композитор, пианист, музыкально-общественный деятель» [8. С. 214]. Среди его произведений – «...музыкальная комедия “Раскинулось море широко”, 1943; “Поэма памяти Сергея Есенина”, 1956; “Патетическая оратория”, 1959; “Мы не верим!”, 1960; “Курские песни”, 1964; “Деревянная Русь”, 1964; “Снег идет”, 1965; “Весенняя кантата”, 1972; произведения для оркестра; камерно-инструментальные ансамбли; сочинения для фортепиано; хоры; циклы романсов; музыка к драматическим спектаклям и кинофильмам» [8. С. 215]. С самого начала своей творческой деятельности Г. В. Свиридов «...ярко заявил о себе как вокальный композитор» [14. С. 59]. Он написал музыку на стихи А. С. Пушкина, М. Ю. Лермонтова, А. А. Блока, С. А. Есенина и др. Для лучших из свиридовских произведений характерно следующее: «...мелодия настолько сливается, срастается со стихом, что кажется: иначе и сказать, не только что пропеть, нельзя. Происходит это совершенно естественно, без малейшего нажима. Исчерпывающе определить причины возникновения такого эффекта, по-видимому, вообще невозможно (это касается не только Свиридова); обычно приходится удовлетворяться лишь общими предпосылками. Основные из них кроются в тонком слышании эмоционального строя текста в целом и отдельной фразы, ее подъемов и спадов, фразовых и эмфатических ударений – в частности, в способности чутко улавливать подсказываемые им жанровые, красочные или другие возможные ассо-

циации и, наконец, в умении преобразовывать, воплотить все это в яркую мелодию. Органичное сочетание этих качеств с песенной интерпретацией стиха, создающей, как известно, предпосылки для наиболее обобщенного отражения в музыке его образного содержания, составляет одну из важных и своеобразных особенностей произведений Свиридова» [14. С. 94]. Особенность подхода композитора к поэтическому тексту в том, что «...он укладывает в песенную мелодию стиховой материал, который кажется крайне неподатливым, иногда даже почти невысказанным в песенной форме» [12. С. 100–101]. М. Элик, говоря о произведениях Г. В. Свиридова, связанных с поэтическими текстами, употребляет словосочетание *музыкально-поэтический синтез* [14. С. 105], подчеркивая этим слитность музыки и стихов.

Рассматриваемое стихотворение К. Д. Бальмонта недаром привлекло внимание Г. В. Свиридова. Творчество поэта следует характеризовать с различных точек зрения: «Запечатленные в лучших стихах Бальмонта оттенки любовного чувства, непосредственное восприятие природы, способность глубоко ощущать мгновение придают многим его произведениям, особенно ранним, импрессионистический характер. С другой стороны, все творчество зрелого Бальмонта проникнуто и озарено мечтой о Солнце, о Красоте. И хотя свой идеал поэт неизменно искал в глубокой древности, в укладе жизни и поэзии первобытных народов, но поиски эти основывались на его представлении об идеальном человеке будущего. Это позволяет говорить о Бальмонте как о поэте-романтике, как о художнике неоромантического направления в искусстве конца XIX – начала XX вв.» [7. С. 61]. Произведение, созданное столь многогранным и глубоким поэтом, как К. Д. Бальмонт, в котором запечатлены тончайшие нюансы изменений, происходящих во внутреннем мире человека, тесно связанном с окружающим миром, и реализован образ России, получило жизнь в музыке и предстало перед реципиентами в новом облике, созданном благодаря композитору, использовавшему выразительные средства музыки; и певцу, обладающему исполнительским мастерством высокого уровня, каждый раз вкладывающему в него свое видение содержания стихотворения, свои мысли и чувства.

Список литературы

1. Антология русского романа. Серебряный век / сост. В. Калугин. М. : Эксмо, 2006. 704 с.
2. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е. М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. 576 с.
3. Иванюк, Б. П. Поэтическая речь: словарь терминов. М. : Флинта: Наука, 2007. 312 с.
4. Куприяновский, П. В. Родина в поэтическом сознании К. Д. Бальмонта (от мотива и темы к образу России) // Куприяновский, П. В. К. Д. Бальмонт и его литературное окружение / П. В. Куприяновский, Н. А. Молчанова. Воронеж : ФГУП ИПФ «Воронеж», 2004. С. 25–31.
5. Марузо, Ж. Словарь лингвистических терминов: пер. с фр. / предисл. В. А. Звегинцева. Изд. 2-е, испр. М. : Едиториал УРСС, 2004. 440 с.
6. Меркулов, И. М. Поэтика света и тени в лирике К. Д. Бальмонта: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2011. 22 с.
7. Мир русской культуры: энциклопедический справочник / отв. ред. А. В. Аграшенков, М. М. Шумилов. М. : Вече, 1997. 624 с.
8. Музыка: Энциклопедия. М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2001. 287 с.
9. Орлов, В. Из статьи «Бальмонт. Жизнь и поэзия» // Сере-

Referencjes

1. Antologija russkogo romana. Serebrjanyj vek / sost. V. Kalugin. M. : Jeksmo, 2006. 704 s.
2. Ahmanova, O. S. Slovar' lingvisticheskikh terminov. Izd. 5-e. M. : Knizhnyj dom «LIBROKOM», 2010. 576 s.
3. Ivanjuk, B. P. Pojeticheskaja rech': slovar' terminov. M. : Flinta: Nauka, 2007. 312 s.
4. Kuprijanovskij, P. V. Rodina v pojeticheskom soznanii K. D. Bal'monta (ot motiva i temy k obrazu Rossii) // Kuprijanovskij, P. V. K. D. Bal'mont i ego literaturnoe okruzhenie / P. V. Kuprijanovskij, N. A. Molchanova. Voronezh : FGUP IPF «Voronezh», 2004. S. 25–31.
5. Maruzo, Zh. Slovar' lingvisticheskikh terminov: per. s fr. / predisl. V. A. Zveginceva. Izd. 2-e, ispr. M. : Editorial URSS, 2004. 440 s.
6. Merkulov, I. M. Pojetika sveta i teni v lirike K. D. Bal'monta: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2011. 22 s.
7. Mir russkoj kul'tury: jenciklopedicheskij spravocchnik / отв. red. A. V. Agrashenkov, M. M. Shumilov. M. : Veche, 1997. 624 s.
8. Muzyka: Jenciklopedija. M. : OLMA-PRESS, 2001. 287 s.
9. Orlov, V. Iz stat'i «Bal'mont. Zhizn' i poezija» // Serebrjanyj

- бряный век. Поэзия / ред.-сост. Т. А. Бек. М. : АСТ ; «Олимп», 2001. С. 194–198.
10. Прашкевич, Г. М. Самые знаменитые поэты России. М. : Вече, 2001. 480 с.
11. Прохорова, С. М. Сопоставительный анализ русских и белорусских фразеологизмов с компонентами *душа, тоска, судьба* // Национально-культурный компонент в тексте и языке: материалы II Междунар. науч. конф., Минск, 7–9 апр. 1999 г.: в 3 ч. / Белорус. гос. ун-т, Междунар. ассоц. препод. рус. яз. и лит.; редкол. С. М. Прохорова (отв. ред.) [и др.]. Минск, 1999. Ч. 2. С. 31–36.
12. Ручьевская, Е. Поэма «Отчалившая Русь» в контексте авторского стиля Свиридова / Е. Ручьевская, Н. Кузьмина // Музыкальный мир Георгия Свиридова: сб. ст. / сост. А. Белоненко. М. : Сов. композитор, 1990. С. 92–123.
13. Серебряный век. В поэзии, документах, воспоминаниях: Хрестоматия для учащихся старших классов / сост. В. Терехина. М. : Локид, 2001. 462 с.
14. Элик, М. Свиридов и поэзия // Георгий Свиридов: сб. ст. / сост. и общ. ред. Д. В. Фришмана. М. : Музыка, 1971. С. 58–124.
- vek. Pojezija / red.-sost. T. A. Bek. M. : AST ; «Olimp», 2001. S. 194–198.
10. Prashkevich, G. M. Samye znamenitye poety Rossii. M. : Veche, 2001. 480 s.
11. Prohorova, S. M. Sopostavitel'nyj analiz russkih i belorusskih frazeologizmov s komponentami dusha, toska, sud'ba // Nacional'no-kul'turnyj komponent v tekste i jazyke: materialy II Mezhdunar. nauch. konf., Minsk, 7–9 apr. 1999 g.: v 3 ch. / Belarus. gos. un-t, Mezhdunar. assoc. prepod. rus. jaz. i lit.; redkol. S. M. Prohorova (otv. red.) [i dr.]. Minsk, 1999. Ch. 2. S. 31–36.
12. Ruch'evskaja, E. Pojema «Otchalivshaja Rus'» v kontekste avtorskogo stilja Sviridova / E. Ruch'evskaja, N. Kuz'mina // Muzykal'nyj mir Georgija Sviridova: sb. st. / sost. A. Belonenko. M. : Sov. kompozitor, 1990. S. 92–123.
13. Serebrjanyj vek. V poeziji, dokumentah, vospominanijah: Hrestomatija dlja uchashhijsja starshih klassov / sost. V. Terehina. M. : Lokid, 2001. 462 s.
14. Jelik, M. Sviridov i poezija // Georgij Sviridov: sb. st. / sost. i obshh. red. D. V. Frishmana. M. : Muzyka, 1971. S. 58–124.

УДК 808.1

**НАРУШЕНИЕ ЛОГИКО-ПОНЯТИЙНЫХ НОРМ
КАК КОГНИТИВНЫЙ МЕХАНИЗМ СОЗДАНИЯ
КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА (НА МАТЕРИАЛЕ
ПРОИЗВЕДЕНИЙ О. ГЕНРИ И ДЖЕРОМ К. ДЖЕРОМА)**

Ю. А. Савина

Статья посвящена описанию принципа нарушения логико-понятийной нормы в художественном тексте, а именно в юмористических произведениях англоязычных авторов. В данной статье также рассмотрены отдельные контексты произведений и приведен ряд примеров нарушения логико-понятийной нормы в произведениях Джером К. Джерома и О. Генри.

Ключевые слова: комизм, инконгруэнтность, юмористическое произведение, когнитивный механизм, норма.

Комическое как неотъемлемая составляющая многих сфер человеческого бытия находило свою трактовку в работах античных мастеров риторики, философов средневековья, мыслителей XVII–XVIII вв. И несмотря на многовековую историю, феномен комического продолжают исследовать и в наши дни такие исследователи как А. И. Панченко, М. М. Бахтин, Ю. Б. Борев, С. И. Походня, а также в зарубежных студиях: Graeme Ritchie, Ross Alison, Arvo Krikmann и др.

Существует большое количество работ, которые направлены на исследование комического в сферах: этнографии и истории культуры (Дж. Дорисон, Ч. Девис, Д. С. Лихачов, Е. М. Мелетинский, В. Я. Пропп), психологии (Р. В. Гиббс, Ю. Е. Иванова, П. Е. МакГи, Р. А. Мартин, В. Раскин), социологии (М. В. Бороденко, И. А. Бутенко, Т. Лекман, М. Малкай), филологии (М. В. Вербицкая, В. С. Манаков, М. В. Мусейчук и Г. Н. Пospelов). Все эти труды свидетельствуют о все растущем уровне углубленного исследования проблем комического в разных сферах гуманитарной науки.

Процесс возникновения комического эффекта базируется на особых фундаментальных принципах, которые формируются на

основе специальных лингвальных феноменах и схемах их использования [2].

Исследователи полагают, что одной из основных баз формирования комического эффекта является отклонение или нарушение нормы (Б. Дземидок, В. З. Санников, В. А. Самохина, А. Н. Лук и др.).

Понятие «комическое» происходит от греч. *“koikos”* – «веселый», «смешной», и *“kotos”* – веселая ватага на празднике Диониса в Древней Греции. Со временем понятие занимает место в славянских языках со значением «смешной» [1. С. 135].

Категория комического может быть продемонстрирована как в устной, так и в письменной коммуникации. Ввиду того, что комическое имеет комплексный характер, нельзя утверждать, что только лингвистическим описанием можно достигнуть адекватного описания данной категории [5. С. 45]. В рамках художественного произведения более продуктивным можно считать когнитивный подход, поскольку при помощи данного подхода появляется возможность сформулировать основные положения теории комического, на которые и опираются другие направления [6. С. 122].

Нарушение норм в юмористическом произведении провоцирует инконгруэнтность – (от лат. *incongruentia* «несоответствие, несогласованность») – состояние, возникающее, когда индивид положительно относится к сообщению, но отрицательно – к его источнику или наоборот; несовместимый с контекстом или окружением» [3], которая приводит к комическому эффекту. Нарушение нормы в художественном юмористическом произведении создает дополнительные коннотации оценочности, эмоциональности, экспрессивности и стилистической окраски. На отклонении от нормы, по мнению В. А. Самохиной, движется вся экспрессия и эмоциональность, что и позволяет выполнять им функции воздействия [4. С. 75].

В. А. Самохина отмечает также, что для нарушения логико-понятийных норм характерно намеренное искажение и обезображивание принятых в обществе правил, традиций, представлений и понятий. Нарушение когнитивных норм включает, в первую очередь, интерпретационный компонент, т. е. осознание адресатом нарушения логики мышления [4. С. 76]. **Алогичность, как правило, находится в рамках ситуации, которой не хватает здравого разума или рационального мышления. Логическое тесно связано**

с понятием «правильное». В свою очередь, нарушение логико-понятийных норм в юмористическом произведении означает создание и обыгрывание таких ситуаций, которые находятся за гранью здравого понимания и смысла, за гранью логики. Сама ситуация или выход из нее могут быть нелогичными или абсурдными.

Рассмотрим отдельные контексты произведений Джером К. Джерома и О. Генри, которые содержат в себе инконгруэнтность как когнитивный механизм создания комического. На принципе несоответствия законам логики формируется комизм следующей ситуации, который возникает при помощи приема эффекта неожиданности на уровне пунта: *“As he sat there was not in the whole city for him a bed or a broiled lobster or a street-car fare or a carnation for his buttonhole unless he should obtain them by sponging on his friends or by false pretences... And so Vallance fell grandly as Lucifer to the lowest pit, joining the tattered ghosts in the little park”* [9]. В произведении О. Генри «Прихоти фортуны», главный герой Вэлланс попадает в состояние полной нищеты, благодаря своей собственной бестолковости. Но автор произведения не представляет ситуацию как трагическую, а наоборот – она вызывает смех. В данном примере эффект комического возникает благодаря несовместимому с логикой, иррациональному в ситуации, которая сложилась, а также ироническому подбору атрибутов, которых отныне лишен главный герой: оставшись без наследства, он желает не только самого необходимого – крыши над головой и еды, а и элементов роскоши – «жареного омара», «билета на трамвай» и даже, что является самым парадоксальным на данный момент, он скучает по эстетике жизни – он жалуется на то, что в его пиджаке нет цветка.

Бессмысленным с точки зрения формальной логики представляется следующий пример, в котором, раздумывая про истоки и последствия злодейских поступков, автор устами героя «выкрывает» тех, кто содействует противозаконности: *“It’s you supposedly respectable citizens... that support the lotteries and wild-cat mines and stock exchanges and wire tappers of this country. If it wasn’t for you they’d go out of business”* [8. С. 34].

В приведенном примере комизм формируется при помощи нарушения логики размышления, несовместимости, которая прячется в контрасте между номинативным значением и позитивной нагрузкой словосочетания «*допустим почтенный гражданин*», и

номинативным значением и негативной коннотацией утверждения «если бы не вы...». Обвинения в сторону добродетелей выглядят абсурдными, особенно если вспомнить, что они звучат из уст того, кто славится своим мошенничеством – Джеффом Питерсом. Таким образом, чем более неуместной выглядит юмористическая ситуация, тем большее влияние имеет эффект комизма, который появляется во время реализации пуанта.

Что же касается произведений Джером К. Джерома, то стоит отметить, что более распространенным способом оформления содержания, при котором в юмористических произведениях Джером К. Джерома возникает комический эффект, является откровенная контрадикция причины и последствия, алогичность развязки и парадоксальность сопоставлений. Все это и лежит в основе понятия инконгруэнтность – когнитивный механизм комического, который возникает в данном случае на основе нарушения логико-понятийных норм.

Например, объясняя причины уникальности одного из героев произведения «Трое в лодке, не считая собаки» Джером К. Джером прибегает к явному противоречию, сущность которого выходит за рамки здравого смысла: *“There never was such a boy to get ill as that Sandford and Merton. If there was any known disease going within ten miles of him, he had it, and had it badly. He would take bronchitis in the dog-days, and have hay-fever at Christmas. After a six weeks' period of drought, he would be stricken down with rheumatic fever; and he would go out in a November fog and come home with a sunstroke”* [7. С. 28]. Нерадостные наблюдения автора за особенностями ребенка сначала выглядят сдержанными и волнующими, но по мере приближения контекста к кульминации, все более и более очевидным становится лукавое и гиперболлизированное отношение автора к описанию данной ситуации. Действительно можно иметь плохое здоровье, но подхватить августовскую сенную лихорадку на Рождество или солнечный удар в пасмурный день ноября – это уже слишком. Это и вызывает смеховую реакцию у читателя.

Ситуацию нарушения нормы на логико-понятийном уровне также может продемонстрировать и следующий пример: *“Students would have no need to “walk the hospitals”, if they had me. I was a hospital in myself. All they need do would be to walk round me...”* [7. С. 10]. Из представленного предложения видно, что неожи-

данная ассоциация на основе преувеличения, которую намеренно создает автор в монологе Джо, в произведении «Трое в лодке, не считая собаки», в результате представляется как когнитивный механизм ошибочной аналогии, который, в свою очередь, обеспечивает инконгруэнтный комизм.

Иногда игра в возможное/невозможное настолько привлекает автора, что ему удается вложить в довольно емкую цитату, целую палитру неожиданно- алогичных наблюдений, выводов и суждений, которыми он так мастерски оперирует: “ *...the only malady I could conclude I had not got was housemaid's knee. I felt rather hurt about this at first; it seemed somehow to be a sort of slight*” [7. С. 11]. Анализируя приведенную цитату, можно утверждать, что эффект комического здесь формируется на привлечении нескольких этапов контекста. Сначала он возникает в точке двойного нарушения логико-понятийной нормы: впервые, когда герой «находит все возможные болезни у себя», потом, когда «не находит ни одной», а только, всего-навсего воспаление коленного сустава, но и это кажется ему крайне неуважительным по отношению к нему. Кстати, и первое, и второе является абсолютно абсурдным с точки зрения здравого смысла. Логичным было бы ожидать то, что главный герой впадет в отчаяние, узнав, что его диагноз охватывает все возможные болезни и отклонения, и достигает масштабов медицинской энциклопедии или учебника для студентов-медиков. Но в комическом сюжете происходит «перевертывание» логики мышления – Джо чувствует себя обманутым из-за отсутствия болезни, тем более болезни, которая преимущественно поражает женщин-домохозяек.

Таким образом, основой для возникновения разновидности когнитивного механизма комического (инконгруэнтности), сущность которого заключается в нарушении логики и рационального понимания коротких рассказов Джером К. Джерома и О. Генри чаще всего является такое, что противоречит законам логики, соотношение разнородных предметов и понятий в рамках одной и той же понятийной сферы. Разноплановость предметов и явлений актуализируется путем выявления потенциально возможных, но достаточно парадоксальных связей между ними, которым они на самом деле не свойственны. Появление алогичных связей способствует не только появлению комического восприятия данных объектов, но и способствует формированию и других видов комиче-

ского (сарказма, иронии), поскольку на первый план в контексте, который порождает смех, выставляется контраст между сущностью человека и ее претензиями, а также между сущностью вещи и ее неоправданным предназначением.

Список литературы

1. Большая советская энциклопедия. М. : Советская энциклопедия, 1973. Т. 11. 608 с.
2. Брокгауз, Ф. А. Энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://iph.ras.ru/elib/1469.html>
3. Жеребило, Т. В. Словарь лингвистических терминов [Электронный ресурс]. URL : http://lingvistics_dictionary.academic.ru/3671/
4. Самохина, В. А. Современная англоязычная шутка. Харьков, 2008. 356 с.
5. Харченко, О. В. Американський дискурс комічного. Київ, 2010. 355 с.
6. Харченко, О. В. Американський дискурс комічного та його лінгвокогнітивні особливості // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. 2010. № 897. С. 120–125.
7. Jerome, K. Jerome. Three man in a boat. London : Wordsworth, 2008. 171p.
8. Henry, O. 100 selected stories. London : Wordsworth edition limited, 1995. 707p.
9. Henry, O. The Shock of Doom : [Electronic resource] : URL : http://www.literaturecollection.com/a/o_henry/218/

Referencies

1. Bol'shaja sovetskaja jenciklopedija. M. : Sovetskaja jenciklopedija, 1973. T. 11. 608 s.
2. Brokgauz, F. A. Jenciklopedičeskij slovar [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://iph.ras.ru/elib/1469.html>
3. Zherebilo, T. V. Slovar' lingvisticheskikh terminov [Jelektronnyj resurs]. URL : http://lingvistics_dictionary.academic.ru/3671/
4. Samohina, V. A. Sovremennaja anglojazychnaja shutka. Har'kov, 2008. 356 s.
5. Harchenko, O. V. Amerikans'kij diskurs komichnogo. Kiïv, 2010. 355 s.
6. Harchenko, O. V. Amerikans'kij diskurs komichnogo ta jogo lingvokognitivni osoblivosti // Visnik HNU im. V.N. Karazina. 2010. № 897. S. 120–125.
7. Jerome, K. Jerome. Three man in a boat. London : Wordsworth, 2008. 171p.
8. Henry, O. 100 selected stories. London : Wordsworth edition limited, 1995. 707p.
9. Henry, O. The Shock of Doom : [Electronic resource] : URL : http://www.literaturecollection.com/a/o_henry/218/

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 81.44

К ВОПРОСУ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ЯЗЫКОВОЙ ИНТЕРФЕРЕНЦИИ

М. А. Ананьина

В статье рассматривается проблема интерференции в условиях формирования искусственного билингвизма, то есть в процессе обучения иностранному языку. Приводятся широкая и узкая трактовка термина интерференция, типы интерференции, выделяемые в зависимости от характера взаимодействия систем родного и иностранного языков, а также от задействованного языкового яруса. Рассматриваются субъективные и объективные факторы, от которых зависят глубина и объем интерференции. В заключение указывается на необходимость различения явлений интерференции и аналогии, а также перспективность разработки классификации соответствий этапов овладения иностранным языком и предупреждения возможной интерференции.

Ключевые слова: языковая интерференция, коммуникативная, экстралингвистическая интерференция, аналогия, искусственный билингвизм.

Интерференция понимается как процесс взаимодействия «языковых систем в условиях двуязычия, складывающегося либо при контактах языковых, либо при индивидуальном освоении неродного языка; выражается в отклонениях от нормы и системы второго языка под влиянием родного» [6. С. 197]. Отметим, что исследования последних лет подтверждают наличие обратной интерференции [4]. Термин интерференция был введен в лингвистику представителями Пражского лингвистического кружка и стал позднее использоваться в научном обиходе после выхода в свет монографии У. Вайнрайха «Языковые контакты». Такие ученые, как Л. В. Щерба, Ю. А. Жлуктенко, В. Ф. Макей, также обращаются к понятию интерференции. В современных лингви-

стических работах наблюдается разнообразие подходов к определению данного термина, обзор точек зрения приводит Ж. Багана [1. С. 41–43]. Интерференцию можно понимать в широком и в узком смысле. При широком подходе интерференция включает в себя все структурные изменения языка, возникающие в результате языкового контакта языков [1]. При узком подходе интерференция рассматривается как перенос норм родного языка на другой язык в процессе устной коммуникации [1].

Мы рассматриваем понятие интерференции применительно к процессу формирования системы искусственного билингвизма, поэтому более продуктивным будет узкое понимание интерференции. Тем не менее, значимым для исследования является рассмотрение типов интерференции в рамках как первого, так и второго подходов к пониманию явления интерференции. Ж. Багана приводит типы интерференции со ссылкой на работы Ю. А. Жлуктенко. Эти типы включают следующие: 1) использование «чужого» языкового материала в контекстах данного языка; 2) образование единиц из собственного языкового материала по образцу единиц контактирующего языка; 3) наделение единиц данной системы функциями, присущими их иноязычным коррелятам; 4) стимулирующее или задерживающее воздействие единиц данной системы на функционирование единиц или моделей другой; 5) нивелирующее воздействие со стороны более простых и четких моделей одной системы на аналогичные, но более сложные модели другой; 6) копирование моделей одной системы с помощью средств другой системы [1. С. 44].

Кроме того, в соответствии с задействованным языковым ярусом, функциональной сферой, формой реализации, можно выделить языковую интерференцию (фонетическая, фонологическая, лексическая, морфологическая, синтаксическая), речевая (стили-стическая, нормативная, узуальная), коммуникативная (ситуативная), экстралингвистическая (мимика, жесты и т. д.) [5].

В науке отмечается тот факт, что глубина и объем интерференции зависят от субъективных и объективных факторов [2. С. 51]. Субъективные факторы определяются языковой компетенцией билингва, его индивидуальными особенностями; объективные факторы включают типологические и историко-генетические особенности систем двух задействованных языков, а также особенности языковой политики и статусы обоих контактирующих языков в обществе. Субъек-

тивные факторы необходимо учитывать при определении исходного уровня владения студентом иностранным языком, при составлении оптимального расписания занятий, принимая во внимание степень усталости при интенсивных занятиях, при больших объемах работы и длительности изучения языка, при большой концентрации занятий и т. д. Также существуют субъективные факторы, которые не всегда возможно учесть в процессе занятий, такие, например, как настроение, загруженность другими делами, индивидуальные переживания обучаемого. Безусловно, все вышеперечисленное оказывает влияние на качество усвоения материала и появление интерференции.

Чем дальше отстоят друг от друга языки в типологической и генеалогической классификациях, тем меньше вероятность проявления интерференции. Английский, как и русский язык, относится к широко распространенным языкам индоевропейской семьи. Английский и русский языки в соответствии с морфологической классификацией являются флективными. Английский язык характеризуется выраженными признаками аналитического строя: использование служебных слов и порядка слов для выражения грамматических значений. Русский язык характеризуется более ярко выраженными признаками синтетизма: объединение в пределах одного слова морфем разного типа: лексических, словообразовательных, словоизменительных, в словах наблюдается наличие флексий, фузии, характерна большая длина слова. Из краткого описания следует, что русский и английский языки имеют общие системные сходства, что делает возможным появление интерференции в процессе усвоения одного из них в качестве иностранного.

Как отмечает Ж. Багана, опираясь на значительный объем исследований по проблемам двуязычия и интерференции, необходимо различать интерференцию и аналогию [2. С. 51]. Интерференция ассоциируется с межъязыковыми ошибками, когда нормы одного языка в действительности оказывают влияние на усвоение другого языка и приводят к специфическим ошибкам. Существуют еще внутриязыковые ошибки, вызванные наличием в изучаемом языке отклонений от усвоенных норм, либо наличием прочих норм, еще не усвоенных обучаемым. Билингв делает ошибки в речи на основе ложно понятой аналогии. Провести четкую разграничительную линию между двумя типами ошибок, с нашей точки зрения, не всегда представляется возможным.

Как указывают Ж. Багана и Е. В. Хапилина, для предупреждения и преодоления интерференции недостаточно изучить системные свойства обоих языков и собрать инвентарь потенциальных сфер интерференции. Названные авторы, вслед за такими учеными, как Г. М. Бурденюк и В. М. Григорьев, рассматривают природу ошибки и понимают её как «неправильную операцию выбора» языковых средств для выражения определенной, запланированной мысли. Причинами ошибки могут быть 1) структурная, семантическая и функциональная аналогия и интерференция; 2) действие таких причин, как «переосмысление на почве недопонимания», возникновение ложных ассоциаций, часто механического характера [2].

По мнению В. А. Виноградова, процесс формирования искусственного билингвизма может быть приравнен к процессу овладения родным языком ребенком. Имеется в виду не условия, а сам принцип изучения языка. Ошибки при изучении иностранного языка могут быть вызваны как влиянием родного языка, так и самими усвоенными нормами первого (родного) языка. Интересно, что в связи с этим психолингвисты утверждают понятие переноса языкового навыка, а усвоение языка понимается ими как динамическое «состояние идиолектов второго языка» [2. С. 57]. Количество ошибок, вызванных интерференцией, со временем, по мере совершенствования владения вторым языком, уменьшается, и происходит равноправное овладение языком.

Таким образом, возникает вопрос о необходимости разграничения типов интерференции, в частности, выявление особенностей внутренней интерференции, вызванной непосредственно влиянием норм родного языка. Несмотря на сложность данного разграничения типов интерференции, оно является перспективным и может в дальнейшем способствовать более эффективному овладению компетенциями иностранного языка. Необходимо предупреждать интерференцию на разных этапах обучения иностранному языку и в соответствии с этим строить методику обучения иностранному языку. Действительно, предупреждение интерференции может оказаться лишь средством введения обучаемого в заблуждение на том этапе, когда нужно дождаться достаточного овладения им соответствующими языковыми навыками. Перспективой исследования может служить изучение, анализ, классификация соответ-

ствий этапов овладения иностранным языком и предупреждения возможной интерференции.

Список литературы

1. Багана, Ж. Контактная лингвистика: Взаимодействие языков и билингвизм; монография / Ж. Багана, Е. В. Хапилина. М. : Флинта : Наука, 2010. С.41–43.
2. Багана, Ж. Акцент и ошибки как проявление интерференции / Ж. Багана, Е. В. Хапилина // Вестник Воронежского государственного университета. 2006. № 1. С. 55–58.
3. Знаменская, Т. А. Bilingual personality: **formation and deformation factors** // Вестн. Пятигор. лингв. ун-та. 2011.
4. Кузьмина, С. Е. Проявления «обратной» интерференции в речи билингва (на материале русского и английского языков) // Вестн. Нижегород. гос. ун-та им. Н. А. Добролюбова. 2009. № 4. С. 227–333.
5. Шелестова, О. В. Способы предупреждения и преодоления интерференции при изучении неродственных языков (на примере английского и арабского языков) // Казанский педагогический журнал. 2008. № 5. С. 14–20.
6. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцева. М. : Большая Рос. энцикл., 1998. 685 с.

Referenciac

1. Bagana, Zh. Kontaktnaja lingvistika: Vzaimodejstvie jazykov i bilingvizm; monografija / Zh. Bagana, E. V. Hapilina. M. : Flinta : Nauka, 2010. S.41–43.
2. Bagana, Zh. Akcent i oshibki kak pojavlenie interferencii / Zh. Bagana, E. V. Hapilina // Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. 2006. № 1. S. 55–58.
3. Znamenskaja, T. A. Bilingual personality: formation and deformation factors // Vestn. Pjatigor. lingv. un-ta. 2011.
4. Kuz'mina, S. E. Projavlenija «obratnoj» interferencii v rechi bilingva (na materiale russkogo i anglijskogo jazykov) // Vestn. Nizhegorod. gos. un-ta im. N. A. Dobroljubova. 2009. № 4. S. 227–333.
5. Shelestova, O. V. Sposoby preduprezhdenija i preodolenija interferencii pri izuchenii nerodstvennyh jazykov (na primere anglijskogo i arabskogo jazykov) // Kazanskij pedagogicheskij zhurnal. 2008. № 5. S. 14–20.
6. Jazykoznanie. Bol'shoj jenciklopedicheskij slovar' / pod red. V. N. Jarceva. M. : Bol'shaja Ros. jencikl., 1998. 685 s.

УДК 81.44

**РОЛЬ ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ
ПРИ ПЕРЕИМЕНОВАНИИ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ
КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

В. Д. Валль

В статье проводится семантический анализ ойконимов Калининградской области до и после переименований 1947–1950 гг., а также определяется влияние экстралингвистических факторов на этот процесс.

Ключевые слова: ойконим, топоним, топонимика, переименование, экстралингвистические факторы.

В настоящее время всё больше и больше возрастает интерес к **топонимике**, – науке, занимающейся изучением географических названий.

Присваивая название населенному пункту, люди вкладывают в него определенный смысл, который впоследствии сможет многое рассказать о жизни предков. Топонимы несут в себе уникальную информацию о территории, о жизни людей, их обычаях, традициях. Поэтому многие лингвисты рассматривают переименование как лингвистическую проблему.

Новое название при переименовании возникает под влиянием как **лингвистических**, так и **экстралингвистических** факторов.

«Лингвистические факторы – это внутриязыковые причины, обеспечивающие появление изменений в языке и эволюцию системы языка. Внутренние факторы рассматривают как «давление системы языка», воздействие присущих ему внутренних закономерностей» [7].

Под экстралингвистическими факторами понимаются «параметры внеязыковой социальной действительности, обуславливающие изменения в языке как глобального, так и частного характера» [7].

Для нашего исследования актуальны следующие экстралингвистические факторы: время переименования, размер населенного пункта и географическое расположение объекта.

Первый экстралингвистический фактор, который мы рассмотрим, это **время** переименования.

После присоединения области к Советскому Союзу переименования проходили в три этапа:

1. 17 июня 1947 года;
2. 17 ноября 1947 года;
3. 5 июня 1950 года.

Как видно из таблицы, лишь небольшая часть современных названий по смыслу связана с исконным. Стоит также отметить, что их количество меняется незначительно в зависимости от времени переименования (см. табл. 1).

Таблица 1.

**Сходство между новыми
и старыми названиями населенных пунктов**

| Название | 1 этап | | 2 этап | | 3 этап | | всего |
|----------------------------------|-----------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|
| Независимый выбор названия | 77 | 89% | 187 | 87% | 153 | 93% | 415 |
| Связь с первоначальным названием | 10 | 11% | 28 | 13% | 12 | 7% | 50 |
| Всего | 87 | | 215 | | 165 | | 465 |

Большая часть населенных пунктов была переименована независимо, без ориентации на прежнее название.

Стоит заметить, что на всех трёх этапах сохраняются общие тенденции в выборе основополагающего признака для нового названия (см. рис. 2).

Большинство населенных пунктов на всех трех этапах были названы **по занимаемому ими местоположению**. Многие топонимы отображают близость расположения к крупному городу, дороге или какому-либо водоему.

Поселок *Большаково* находится между двух больших дорог, отсюда происходит и его название. Прежнее название этого населенного пункт – *Гросс Скайгиррен*, также характеризует его местоположение, однако указывает на наличие лесов (*ski* – указание на местоположение, *gîrren* – лес).

Поселок *Борское* расположен в сосновом бору. Прежнее название – *Шебинау*, имеет прусский корень, значение которого не известно.

Интересно также, как русское название поселка *Холмы* Озерского района противоречит прежнему названию *Ленталь* (от нем. *Tal* – долина). В основе обоих названий заложено описание окружающей местности, однако характеристики кардинально различаются.

Позитивные слова являются популярной основой для региональных топонимов на всех этапах переименований.

Названия таких поселков как *Добрино, Ясное, Веселое, Верное, Вековое* не имеют соотносительности с прежними названиями. Таким способом жители хотели выразить оптимистический настрой и веру в светлое будущее.

Однако мы можем наблюдать существенные различия в частоте употребления отдельных основ.

На первом этапе большинство населенных пунктов были названы в честь **географического объекта СССР, Белоруссии и Украины**. Наряду с такими поселками, как *Брянское, Московское, Самарское, Пензенское* и другие, можно встретить также село *Киевское* и *Новобобруйское*. Эти поселки были переименованы по желанию колхозников-переселенцев в честь прежнего места жительства.

На втором и третьем этапах преобладают названия, отражающие **природные богатства**. К этой группе можно отнести такие ойконимы, как: *Ромашкино, Кроты, Янтарное*.

На втором и третьем этапах также преобладают переименования по **роду деятельности** местных жителей: *Рыбачье, Рыбное, Рыбаково, Матросовка*.

Таким образом, по преобладанию того или иного признака, положенного в основу при переименовании населенных пунктов, можно проследить политику заселения области, этапы освоения территорий и развитие промышленности.

Следующий экстралингвистический фактор – размер населенного пункта – оказал большее влияние на выбор нового названия.

Все населенные пункты на территории Калининградской области (опираясь на административное деление 1946 года) можно разделить на крупные (города и центры сельскохозяйственных Советов) и мелкие (рядовые поселки).

Переименование новых районных центров и городов областного подчинения взяла на себя Москва. Остальные переименования

происходили по решению местного руководства. Однако степень значимости географического объекта не влияет на соотношенность нового названия с прежним (см. табл. 2).

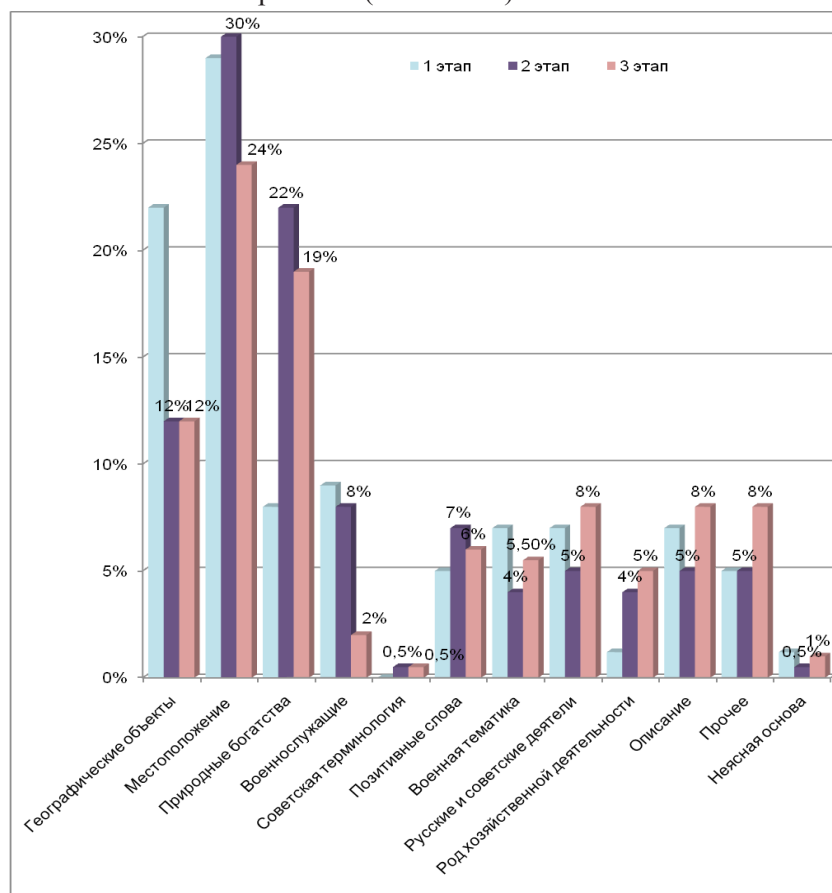


Рис. 2. Основа для переименования региональных населенных пунктов

Таблица 2.

**Сходство между новыми
и старыми названиями населенных пунктов**

| Название | Крупные населенные пункты | | Мелкие населенные пункты | |
|----------------------------------|---------------------------|---------|--------------------------|---------|
| | Число | Процент | Число | Процент |
| Связь с первоначальным названием | 11 | 9% | 40 | 10% |
| Независимый выбор названия | 75 | 91% | 340 | 90% |
| Всего: | 86 | | 380 | |

Этот факт опровергает резкую критику советской кампании переименований. Очевидно, что полная смена населения повлекла за собой русификацию, но на советизацию ставки сделаны не были.

В подтверждение нашей точки зрения приведем таблицу, демонстрирующую, как зависит мотивация переименований от размера населенного пункта (см. рис 3).



Рис. 3. Основа для переименования населенных пунктов

Среди мелких поселков чаще встречаются произвольные переименования с неясной основой. Названия поселков *Сальское, Седово, Мотвеево, Илюшино* не отображают уникальности объекта и не содержат никаких описательных характеристик.

Среди крупных населенных пунктов 5% переименований были произведены произвольно. К таким названиям относятся следующие:

Новая Деревня, Новостроево – поселки, названия которых обозначают «новое поселение».

Весново, Майское, – в основе названий этих поселков лежит время заселения. Новое имя этим населенным пунктам было присвоено по желанию местных жителей.

Эти названия показывают условия заселения, в отличие от предыдущих примеров, семантика которых остается неизвестной.

Среди крупных населенных пунктов только один с неясной основой, но это явление аллюзии: **Талпаки – Талпакен**.

Также среди многие мелкие населенные пункты были названы по характерным на данной территории природным богатствам.

Многие современные исследователи выдвигают «советизацию» как определяющий фактор и цель переименований после Второй мировой войны.

Вопреки этому мнению, всего в основе 0,5% ойконимов мы встретили советскую терминологию: **Пролетарское, Красное** (считалось, что красный цвет имеет отношение к символике СССР) и **Первомайское**. Стоит отметить, что это только мелкие населенные пункты, названные по желанию колхозников.

Еще один значимый неязыковой фактор, который оказал влияние при переименовании – это **размер** населенного пункта.

Условно территорию Калининградской области можно разделить на 5 областей (опираясь на административное деление 1946 года):

1. Север: Полесский, Славский и Гурьевский районы.
2. Юг: Багратионовский, Правдинский, Озерский районы.
3. Запад: Приморский, Ладушкинский районы.
4. Восток: Краснознаменский, Нестеровский районы.
5. Центр: Гвардейский, Гусевский, Калининградский и Черняховский районы.

Географическое расположение определяет функцию населенного пункта, а также рельеф и ландшафт. Поэтому, в первую оче-

редь, очевидны различия в частоте употребления таких признаков, как «описание», «природные богатства» и «местоположение» (см. рис. 4).

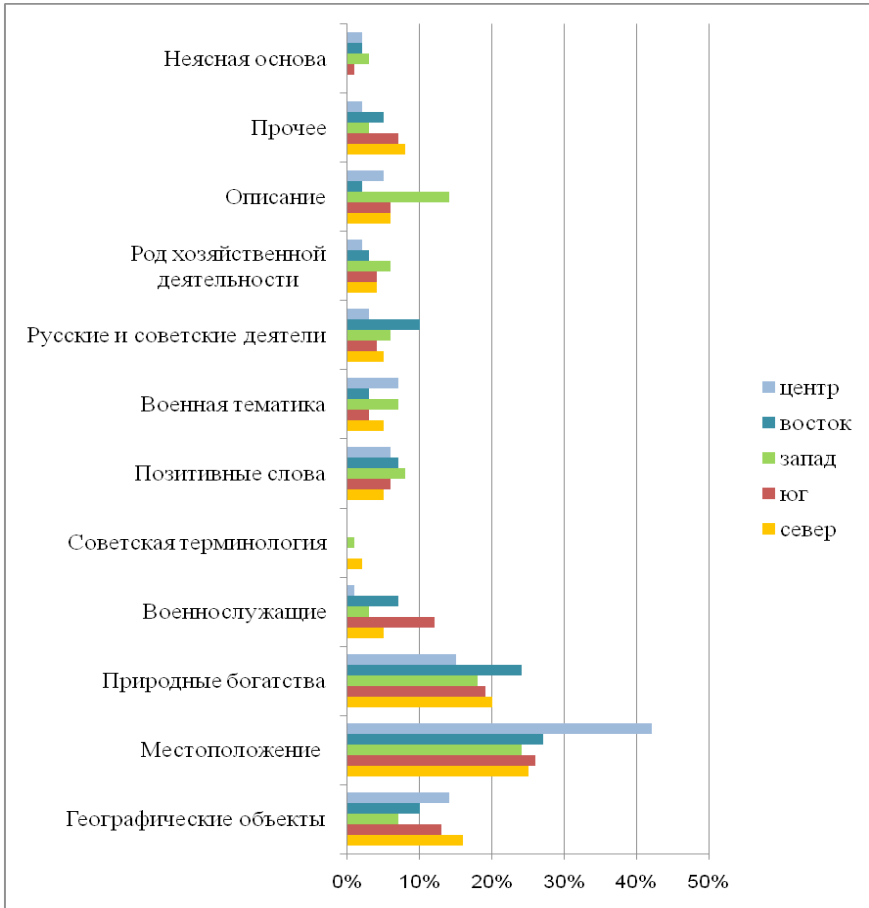


Рис. 4. Основа для переименования населенных пунктов

Как видно из графика, на севере и юге области населенные пункты чаще назывались в честь военнослужащих, а именно участников в боевых операциях в Восточной Пруссии. Именно по этим направлениям проходил штурм Кёнигсберга под командованием маршала А. А. Василевского. Немецкие войска оказывали упорное

сопротивление. Геббельс во всеуслышанье объявил Кенигсберг неуязвимой крепостью. Русские настойчиво пробивались к центру. Эти бои были одними из самых страшных за всю Великую Отечественную. Немцы сражались уже не за фюрера, но за родной город, за близких людей. За три дня крепость пала. А герои, штурмовавшие Кёнигсберг, навсегда остались в топонимах Калининградской области.

Стоит отметить, что данный рассматриваемый экстралингвистический фактор оказал наименьшее влияние на связь между новым и старым названием (см. табл. 3).

Таблица 3.

**Сходство между новыми
и старыми названиями населенных пунктов**

| Название | Количество | | | | |
|----------------------------------|------------|------------|-----------|-----------|-----------|
| | север | юг | запад | восток | центр |
| Связь с первоначальным названием | 10% | 10% | 7% | 11% | 12% |
| Независимый выбор названия | 90% | 90% | 93% | 89% | 88% |
| Всего: | 129 | 116 | 71 | 60 | 86 |

На всей территории области значительно преобладает независимый выбор названий: 88–93%. Разницу в 5% нельзя назвать существенной и определяющей.

Подводя итоги, хотелось бы подчеркнуть, что кампанию региональных переименований, длившуюся три года, нельзя рассматривать в общих чертах. На каждом этапе прослеживаются различные мотивы и определенные тенденции, влияющие на выбор нового названия. Большое значение имеет также роль и функция населенного пункта. Поэтому очень важно учитывать роль экстралингвистических факторов на процесс переименований.

Список литературы

1. Ботольв, Х. Социальная и культурная ценность географических названий [Электронный

Referencies

1. Botol'v, H. Social'naja i kul'turnaja cennost' geograficheskikh nazvanij [Jelektronnyj resurs].

- ресурс]. URL: <http://www.un.org/ru/ecosoc/geo/manual.shtml>
2. Криворуцкая, И. Е. Кампания переименований 1946–1947 годов // Калининградские архивы. Калининград, 1998. Вып. 1. С. 90–106.
3. Лангенфельд, М. Процесс переименований в Калининградской области // Калининградские архивы. Калининград, 2011. Вып. 9. С. 158–171.
4. Палмайтис, Л. Предложение по научной русификации исконных наименований, перешедшей в состав России северной части бывшей Восточной Пруссии // Европейский институт рассеянных этнических меньшинств. 2003. 72 с.
5. Суперанская, А. В. Общая теория имени собственного. М. : Наука, 1973. 365 с.
6. Суперанская, А. В. Связь топонимов с называемыми объектами // История топонимики в СССР: тез. докл. М. : АН СССР, 1967. С. 74–80.
7. URL: <http://sociolinguistics.academic.ru>
- URL: <http://www.un.org/ru/ecosoc/geo/manual.shtml>
2. Krivoruckaja, I. E. Kampanija pereimenovanij 1946–1947 godov // Kaliningradskie arhivy. Kaliningrad, 1998. Vyp. 1. S. 90–106.
3. Langenfel'd, M. Process pereimenovanij v Kaliningradskoj oblasti // Kaliningradskie arhivy. Kaliningrad, 2011. Vyp. 9. S. 158–171.
4. Palmajtis, L. Predlozhenie po nauchnoj rusifikacii iskonnyh naimenovanij, pereshedshej v sostav Rossii severnoj chasti byvshej Vostochnoj Prussii // Evropejskij institut rassejannyh jetnicheskikh men'shinstv. 2003. 72 s.
5. Superanskaja, A. V. Obshhaja teorija imeni sobstvennogo. M. : Nauka, 1973. 365 s.
6. Superanskaja, A. V. Svjaz' toponimov s nazyvaemymi ob#ektami // Istorija toponimiki v SSSR: tez. dokl. M. : AN SSSR, 1967. S. 74–80.
7. URL: <http://sociolinguistics.academic.ru>

УДК 81.44

НОМИНАНТЫ ТЕЛЕСНО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ КОНЦЕПТОВ В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Н. В. Дикун

В статье вводится понятие телесно-ориентированных концептов и приводятся примеры анализов номинантов концептуального поля 'нога' и 'пояс' в восточно-славянской и британской лингвокультурах, высокая семантическая плотность которых свидетельствует об их множественных ассоциативных связях.

Ключевые слова: номинанты, языковая картина мира, телесно-ориентированный концепт, денотативное и метафорическое поле

*Человек приходит наг
В этот бранный мир...
Есть лишь Вечное – Любовь,
Бранный есть – форма...
В. Ковалёв. «Человек приходит наг...»*

Приходя в этот мир поистине нагим, человек начинает познавать его на основе восприятия и отражения в сознании своего микрокосмоса – собственного тела, его ощущения и изменяющегося положения в пространстве, чередования и перемещения энергетических и эмоциональных потоков. При этом сознание создаёт картину мира и/или его интерпретационную модель. Обычно различают, как правило, две картины мира – концептуальную и языковую. И хотя концептуальная картина мира представляется более широкой, чем языковая, обе картины мира между собой связаны посредством языка – материальной формы презентации концептуальной картины мира. Кроме того, языковая картина мира может быть представлена как мозаичное полотно, состоящее из множества фрагментов ментальных единиц – концептов. В качестве последних, суммируя существующие точки зрения о сущности данной категории (Д. С. Лихачев, Ю. С. Степанов, Е. С. Кубрякова,

А. П. Бабушкин, С. Х. Ляпин, С. Г. Воркачев, В. И. Карасик и пр.), мы склонны рассматривать *понятия, реализуемые в языке и отличающиеся тем самым присущий говорящим на нем способ их интерпретации действительности.*

Наши многолетние наблюдения за функционированием символично-семантического континуума языковых знаков различных уровней привели нас к заключению о необходимости выделения так называемых базовых лингвоспецифических концептов, опредмечивающих личный микрокосмос человека и, в силу этого, обладающих глубоким метафорическим потенциалом.

Языковые знаки, объективирующие тот или иной концепт, раскрывают различные характеристики той или иной лингвокультуры, которые, в свою очередь, формируются в процессе аккумуляции участников в социуме и содержат понятийные, оценочные и ассоциативные компоненты.

Этномаркированность концептов предопределяется такими культурологическими факторами, как сочетание ландшафтов и климатических условий, исторический выбор типа вероисповедания, образ ведения хозяйственной деятельности, особенности быта, стереотипы реагирования на окружающий мир, модели и нормы поведения и т. п., характерные для формирования и развития данного народа.

Наши многолетние наблюдения за функционированием символично-семантического континуума языковых знаков различных уровней привели нас к заключению о необходимости выделения так называемых базовых лингвоспецифических концептов, опредмечивающих личный микрокосмос человека и, в силу этого, обладающих глубоким метафорическим потенциалом.

При выделении данной группы концептов мы исходим из предположения о том, что символизм языковых знаков есть отражение сознанием и подсознанием гармоничного движения энергоинформационного пространства вселенной, в свою очередь, оказывающих определяющее влияние как на объективное физическое и психоэмоциональное состояние человека – носителя этно- и лингвокультуры, так и на характер его взаимоотношения с окружающим миром.

Все это, увиденное, осознанное, прочувствованно и полученное определённое вербальное выражение в виде символов в том

или ином языке на ранних этапах развития человеческого сообщества, составляет определённую систему знаний и прескрипций, нацеленную, главным образом, на коррекцию физиологических, психологических и поведенческих характеристик человека, обеспечивающую сохранение в неизменном виде национального генотипа и фенотипа рода, и способного получить сакрально-мифологическое толкование.

Имеющие языковое выражение и отмеченные этнокультурной спецификой, концепты, как правило, соотносятся с высшими духовными ценностями, система которых, в сочетании с определёнными социальными установками, предопределяет специфику духовного освоения этносом окружающего мира и отражается в различных формах общественного сознания.

Осознание преимущественно метафорического и телесно-ориентированного характера объективации действительности (от конкретного к абстрактному) приводит к допущению о первичности микрокосмоса человека (его внутренних ощущений и внешних характеристик) при построении вербальных конструктов и тем самым позволяет описывать прежде всего две оппозиционные друг другу телесно-ориентированные области концептов, определяющих ТЕЛО ЧЕЛОВЕКА (ЕГО СТАТИКУ И ДИНАМИКУ) и его ОДЕЖДУ.

При этом оппозиционность данных концептуальных областей ярко просматривается через призму именно религиозного дискурса, в библейском предании о сотворении мира.

Так, до грехопадения сотворенные Вечной Любовью (Богом) люди были, в чём пришли в этот мир, – наги (Быт. 2, 25). Впав в бесславию и ощутив его наготу, Адам и Ева изготовили опоясания из смокв, но Господь одел их в одежды кожаные или кожаные ризы (См. Быт. 3:21).

В качестве критериев выделения телесно-ориентированных концептов мы предлагаем их следующие характеристики: 1) конкретная семантика – название части тела или предмета одежды; 2) высокая ассоциативно-семантическая плотность: платиосемия и полисемия; способность к фразеологизации; прецедентность (частотность и встречаемость в паремиологии, сакральных текстах и т. п.).

Высокая ассоциативно-семантическая плотность рассматриваемых концептов, в свою очередь, позволяет представить их в виде полей со сдвоенной структурой – денотативной и метафорической.

При этом денотативное поле образуют семантические отношения, отражающие реальные связи вещей в природе и выступающие в качестве основы для метафоризации. Содержание денотативного поля определяет границы и структуру метафорического, которое, в свою очередь, формируется посредством переносных значений единиц, соотносящихся с ядерной семемой – образом, положенным в основу номинации концепта на основе однотипных регулярных ассоциаций или метафорических моделей.

Рассмотрим, к примеру, группу соматических концептов, т. е. опредмечивающих человеческое тело. Статика и динамика последнего может восприниматься в двух аспектах, что позволяет выделить две следующие семиотико-прагматические функции: либо экспрессивную – с помощью тела мы либо выражаем то, что чувствуем, либо актантную – телом мы воздействуем на себя и на окружающий мир. Кроме того, русские и английские номинанты рассматриваемых концептов входят в следующие виды отношений – деривационно-смысловые, синонимичные, гипонимические, сочетаемостные, стилистические.

Таким образом, к группе соматических концептов мы относим нижеследующие номинанты, изучая при этом соответствующие им морфологические/семантические транспоненты и фразеологизмы. 1. Собственно **ТЕЛО**. Представляя данную семантическую область, мы рассматриваем языковые знаки, презентующие его ощущения (внутренние и внешние – БОЛЬ, НЕДОМОГАНИЕ, ОБМОРОК, ЗУД, ОРГАЗМ и т.п.), состояния (ЖИЗНЬ-СМЕРТЬ, СОН-БОДРСТВОВАНИЕ, РОЖДЕНИЕ-ДЕТСТВО-ОТРОЧЕСТВО-ЮНОСТЬ-ЗРЕЛОСТЬ, МОЛОДОСТЬ-СТАРОСТЬ, ЗДОРОВЬЕ-БОЛЕЗНЬ, БЕЗУМИЕ – ЗДРАВОМЫСЛИЕ, ОПЬЯНЕНИЕ – ТРЕЗВОСТЬ, БЕРЕМЕННОСТЬ и т.п.), движения (ТАНЕЦ, СОИТИЕ-КОИТУС и т.п.).

2. Части тела – **ГОЛОВА (ГЛАВА)** – ЗАТЫЛОК, ТЕМЯ, ВИСКИ, МАКУШКА, ЛОБ (ЧЕЛО), ЧЕРЕП, УСЕКНОВЕНИЕ (казнь, религиозный праздник), ОБЕЗГЛАВЛЕНИЕ (казнь);

УШИ – РАКОВИНА, МОЧКИ, СЕРА, СЛУХ, ТУГОУХОСТЬ;

ЛИЦО (ЛИК) – ГРИМ, КОСМЕТИКА;

ГЛАЗА (ОЧИ) – ЗРАЧКИ, ВЕКИ, ЗРЕНИЕ, ВИД, ВИДЕНИЕ, БЛИЗОРУКОСТЬ/ДАЛЬНОЗОРКОСТЬ, СЛЕПОТА, ДАЛЬТОНИЗМ, ДАЛЬНОВИДНОСТЬ, ЯСНОВИДЯЩИЙ;

НОС – НОЗДРИ, НЮХ, НЮХАЧ, ЗАПАХ, ДУХ; **ЩЁКИ** – ПОЩЁЧИНА, ОПЛЕУХА;

РОТ (УСТА) – **ГУБЫ**, ПОЦЕЛУЙ, ПЛЕВОК, ЧМОКАНИЕ, ОРАЛЬНЫЙ СЕКС;

ЗУБЫ – ДЁСНЫ, ГРЫЗУНЫ;

ЯЗЫК – **ГОВОРЕНИЕ, КРИК, ПЛАЧ, ПЕСНЯ-ПЕНИЕ, ИКОТКА** – ЗАИКАНИЕ, ОТРЫЖКА;

ПОДБОРОДОК, ШЕЯ – ШЕЙНОЕ, ПОВЕШЕНИЕ (*казнь*), **ВИСЕЛЬНИК** (*суицид*), УДУШЕНИЕ,

ГОРЛО, ГЛОТКА, КАДЫК – АДАМОВО ЯБЛОКО;

ПЛЕЧИ – ПРЕДПЛЕЧЬЕ, КЛЮЧИЦА,

ЛОПАТКА, ЛОКОТЬ,

РУКИ – **ПАЛЬЦЫ (ПЕРСТЫ)**, МИЗИНЕЦ, ДВОЕПЕРСТИЕ, ТРОЕПЕРСТИЕ, НАПЕРСНИЦА; КРЕСТНОЕ ЗНАМЕНИЕ, БЛАГОСЛОВЕНИЕ; **НОГТИ** – МАНИКЮР, ЛАДОНИ, ЗАПЯСТЬЕ, ЖМЕНЬКА, ПРИГОРОШНЯ, ЩЕПОТКА; **ЖЕСТЫ, ПРИКОСНОВЕНИЕ, ПОГЛАЖИВАНИЕ ПОХЛОПЫВАНИЕ, ПОЩИПЫВАНИЕ, ОБЪЯТИЯ, ЛАСКА; МАССАЖ, УКОЛ, МАНИПУЛЯЦИИ и т.п.; ПРИСТЁГИВАНИЕ, ПРИВЯЗЫВАНИЕ и т.п.; ХЛОПУШКА** – МУХОБОЙКА (*для мух*), НАДАВЛИВАНИЕ, ПРИДАВЛИВАНИЕ, РАЗДАВЛИВАНИЕ, НАЖАТИЕ; **РУКОБЛУДИЕ** – МАСТУРБАЦИЯ – ОНАН – ОНАНИЗМ; УБОРКА, МЫТЬЁ, ПРИГОТОВЛЕНИЕ ПИЩИ, ШИТЬЁ-ВЫШИВАНИЕ, ВЯЗАНИЕ и т.п.; УДАР, БИТЬЁ, УБИЙСТВО, ПОРКА, РОЗГИ, СТРЕЛЬБА, ЗАДУШЕНИЕ; РЫБАЛКА – УЛОВ; **ГРУДЬ, ТАЛИЯ-ПОЯС, ЖИВОТ (ЧРЕВО), ПУП** – ПИРСИНГ,

ВАГИНА – КЛИТОР, ПРОМЕЖНОСТЬ, ДЕВСТВЕННАЯ ПЛЕВА, ДЕФЛОРАЦИЯ;

ЗАД – **ЗАДНИЦА**, ПОПКА, АНУС, АНАЛЬНЫЙ СЕКС, МЕТЕОРИЗМ, ПОНОС, ЗАПОР, ГЕМОРОЙ; ПОРНО – ГОЛУБОЙ (ГОМОСЕКСУАЛИСТ), ЛЕСБИЯНКА (РОЗОВАЯ), ИЗВРАЩЕНИЕ-ИЗВРАЩЕНЕЦ, ИЗНАСИЛОВАНИЕ;

НОГИ – БЁДРА, ГОЛЕНИ, ЩИКОЛОТКИ, ЛОДЫЖКИ, **КОЛЕНИ** – КОЛЕНОПРЕКЛОНЕНИЕ, **СТУПНИ, СТОПЫ, ПОДОШВА, ПЯТА, БОСОЙ** – БОСОТА, **НОГТИ** – ПЕДИКЮР, РАЗДАВЛИВАНИЕ, **ФУТ/КРАШ ФЕТИШ,**

3. Кожный и волосистой покров: **КОЖА** – СЫПЬ, ЗУД, ПРЫЩИКИ, УГРИ, ТАТУИРОВКА; **ВОЛОСЫ** – ПРИЧЁСКА,

СТРИЖКА, ЗАВИВКА, **БРОВИ**, **РЕСНИЦЫ**, **УСЫ**, **БОРОДА**, БАКЕНБАРДЫ, **ВШИ**, ПЕРХОТЬ.

4. Скелет и внутренние органы: **КОСТИ**, МЫШЦЫ-МУСКУЛЫ, **МОЗГ**, **СЕРДЦЕ** – **СЕРДЕЧНОСТЬ**, **ПЕЧЕНЬ**, **ПОЧКИ**, **КИШЕЧНИК**.

5. Виды биологической жидкости: **КРОВЬ**, **МОЧА**, **СЛЮНА**, **СЛЁЗЫ**, **СЛИЗЬ**, **СОПЛИ**, **КАЛ** – **ФЕКАЛИИ**, **ДЕРЬМО**, **ТУАЛЕТ**.

С целью иллюстрации анализа выделяемых телесно-ориентированных концептов рассмотрим функционирование номинантов группы концептов **НОГА**, **СТОПА**, **ПЯТА**, **ПОДОШВА** в религиозном дискурсе на материале русского перевода Библии. Так, в данном типе контекстуального окружения данные лексемы репрезентируют следующие ситуации:

1. **НОГА**, **ПОДОШВА**, **ПЯТА**, **СТОПА** как **часть тела** (прямое, денотативное значение):

а) человека: *«Поразит тебя Господь злою проказою на коленях и голенях, от которой ты не возможешь исцелиться, от подошвы ноги твоей до самого темени головы твоей»* (Втор. 28: 5). *«Не было во всем Израиле мужчины столь красивого, как Авессалом, и столько хвалимого, как он; от подошвы ног до верха головы его не было у него недостатка»* (2 Царств 14: 10). *«И сказал Господь сатане: вот, он в руке твоей, только душу его сбереги. И отошел сатана от лица Господня и поразил Иова проказою лютою от подошвы ноги его по самое темя его»* (Иов 2: 18). *«Вся голова в язвах, и все сердце исчахло. От подошвы ноги до темени головы нет у него здорового места: язвы, пятна, гноящиеся раны...»* (Ис.1: 5-6). *«Если нога скажет: я не принадлежу к телу, потому что я не рука, то неужели она потому не принадлежит к телу?»* (1 Кор. 12:15 *«И если в каком месте не примут вас, и не послушают вас, – выходя оттуда, стряхните пыль с подошв ваших во свидетельство им»* (Мк. 6: 41). *«Первый вышел красный, весь, как кожа, косматый; и нарекли ему имя Исав. Потом вышел брат его, держась рукою своею за пяту Исав; и наречено ему имя Иаков (Быт. 25:1). «Гад, – толпа будет теснить его, но он оттеснит ее по пятам. Для Асира – слишком тучен хлеб его, и он будет доставлять царские яства» (Быт. 49: 1). «Стопы святых Своих Он блюдет, а беззаконные во тьме исчезают; ибо не силою крепок человек» (1 Царств 2:9).*

б) животного: «...Ешьте испеченное на огне, голову с ногами и внутренностями...» (Исх. 12: 9). «... И все мясо его с головою и с ногами его, и внутренности его и нечистоту его...» (Лев. 4:11).

2. ПОДОШВА как **подножие горы**: «И проведи для народа черту со всех сторон и скажи: берегитесь восходить на гору и прикасаться к подошве ее; всякий, кто прикоснется к горе, предан будет смерти» (Исх. 19:2). «...Также равнину и Иордан, который есть и предел, от Киннерефа до моря равнины, моря Соленого, при подошве горы Фасги к востоку» (Втор. 3: 5). «...Начиная от Ароера, который лежит на берегу потока Арнона, до горы Сиона, она же Ермон, и всю равниную по эту сторону Иордана к востоку, до самого моря равнины при подошве Фасги» (Втор. 4: 5) «И равниною до самого моря Хиннерефского к востоку и до моря равнины, моря Соленого, к востоку по дороге к Беф-Иешимофу, а к югу местами, лежащими при подошве Фасги» (Ис. Нав. 12: 3). «Иааца, Кедемоф и Мефааф, Кириафаим, Сивма и Цереф-Шахар на горе Емек, Беф-Фегор и места при подошве Фасги и Беф-Иешимоф» (Ис.Нав. 13:6).

3. НОГА, СТОПА как **опора**: «... Чресла ваши перепоясаны, обувь ваша на ногах ваших и посохи ваши в руках...» (Исх. 24: 10). «Ни такой, у которого переломлена нога или переломлена рука...» (Лев. 4: 11). «Одежда твоя не ветшала на тебе, и нога твоя не пухла, вот уже сорок лет» (Втор. 8: 4). С помощи ноги (стопы) человек твёрдо (не) держится на поверхности или на прямом пути: «Идите, удостоверьтесь еще, разведайте и высмотрите место его, где будет нога его, и кто видел его там, ибо мне говорят, что он очень хитер» (Ис. Нав. 14:9). «Нога моя твердо держится стези Его; пути Его я хранил и не уклонялся» (Иов 23:11). «Моя нога стоит на прямом пути; в собраниях благословлю Господа» (Пс. 25:12). «Что сломанный зуб и расслабленная нога, то надежда на ненадежного человека в день бедствия» (Пр. 25:19). «Господом утверждаются стопы такого человека, и Он благоволит к пути его...» (Пс. 36:23). «...Извлек меня из страшного рва, из тинистого болота, и поставил на камне ноги мои и утвердил стопы мои...» (Пс. 39:2). «Не отступило назад сердце наше, и стопы наши не уклонились от пути Твоего» (Пс. 43:19). «Если стопы мои уклонялись от пути и сердце мое следовало за глазами моими, и если что-либо нечистое пристало к рукам моим» (Иов 31:7). «Правда

пойдет пред Ним и поставит на путь стопы свои» (Пс. 84:14). «Утверди стопы мои в слове Твоем и не дай овладеть мною никакому беззаконию...» (Пс. 118: 133).

Ногою (стопую) наступают: «Всякое место, на которое ступит нога ваша, будет ваше; от пустыни и Ливана, от реки, реки Евфрата, даже до моря западного будут пределы ваши...» (Втор 11: 24). «Встань и иди в дом твой; и как скоро нога твоя ступит в город, умрет дитя... (3 Царств 14:12). «Всякое место, на которое ступят стопы ног ваших, Я даю вам, как Я сказал Моисею...» (Иис. Нав. 1:3). «И как только стопы ног священников, несущих ковчег Господа, Владыки всей земли, ступят в воду Иордана, вода Иорданская иссякнет, текущая же сверху вода остановится стеною» (Иис. Нав. 3:13). «И когда священники, несшие ковчег завета Господня, вышли из Иордана, то, лишь только стопы ног их ступили на сушу, вода Иордана устремилась по своему месту и пошла, как вчера и третьего дня, выше всех берегов своих» (Иис. Нав. 4:18); а также ходят: «И клялся Моисей в тот день и сказал: «земля, по которой ходила нога твоя, будет уделом тебе и детям твоим на век, ибо ты в точности последовал Господу Богу моему» (1 Царств 23:22). «Если я ходил в суете, и если нога моя спешила на лукавство» (Иов 31:5). «Подвигни стопы Твои к вековым развалинам: все разрушил враг во святилище» (Пс.73: 3). «Размышлял о путях моих и обращал стопы мои к откровениям Твоим» (Пс. 118: 59). «...Ноги ее нисходят к смерти, стопы ее достигают преисподней» (Пр. 5: 5). «Не будет проходить по ней нога человеческая, и нога скотов не будет проходить по ней, и не будут обитать на ней сорок лет» (Иез. 29: 11).

Нога застревает и колеблется: У Меня отмщение и воздаяние, когда поколеблется нога их; ибо близок день гибели их, скоро наступит уготованное для них» (Втор. 32: 35). «Обрушились народы в яму, которую выкопали; в сети, которую скрыли они, запуталась нога их» (Пс. 9:16). «И я сказал: да не восторжествуют надо мною враги мои; когда колеблется нога моя, они величаются надо мною» (Пс. 37:17). «Когда я говорил: «колеблется нога моя», – милость Твоя, Господи, поддерживала меня» (Пс. 93: 17). «Тогда безопасно пойдешь по пути твоему, и нога твоя не споткнется» (Пр. 3: 23). «А я – едва не пошатнулись ноги мои, едва не поскользнулись стопы мои» (Пс.72: 2). «Соблуди меня, Господи, от рук не-

честивого, сохрани меня от притеснителей, которые замыслили поколебать стопы мои» (Пс. 139: 5). «Закон Бога его в сердце у него; не поколеблются стопы его» (Пс. 36: 31). «Утверди шаги мои на путях Твоих, да не колеблются стопы мои» (Пс.16: 5).

4. НОГА, СТОПА как средство соблазнения: «Если же рука твоя или нога твоя соблазняет тебя, отсеки их и брось от себя: лучше тебе войти в жизнь без руки или без ноги, нежели с двумя руками и с двумя ногами быть ввержену в огонь вечный» (Мф. 18: 8). «И если нога твоя соблазняет тебя, отсеки ее: лучше тебе войти в жизнь хромому, нежели с двумя ногами быть ввержену в геенну, в огонь неугасимый» (Мк. 9: 45).

5. ПЯТА как уязвимость: «И вражду положу между тобою и между женою, и между семенем твоим и между семенем ее; оно будет поражать тебя в голову, а ты будешь жалить его в пяту» (Быт. 3: 15). «...Собираются, притаиваются, наблюдают за моими пятами, чтобы уловить душу мою. Неужели они избегнут воздаяния за неправду свою?» (Пс. 55: 7). «И если скажешь в сердце твоём: «за что постигло меня это?» За множество беззаконий твоих открыт подол у тебя, обнажены пяты твои» (Иер. 13: 24).

6. НОГА, СТОПА как инструмент власти и/или средство умирщвления: «...Крайнюю плоть сына своего и, бросив к ногам его, сказала: ты жених крови...» (Исх. 4:25). «...Видели Бога Израилева; и под ногами Его нечто подобное...» (Исх. 12:11). «...И забывает, что нога может раздавить их и полевой зверь может растоптать их...» (Иов 39:15). «Да не наступит на меня нога гордыни, и рука грешника да не изгонит меня...» (Пс. 35:12). «Даже человек мирный со мною, на которого я полагался, который ел хлеб мой, поднял на меня пяту. Ты же, Господи, помилуй меня и восставь меня, и я воздам им» (Пс. 40: 10-11). «...Нога попирает его...» (Ис. 26: 6). «И истреблю весь скот его при великих водах, и вперед не будет мутить их нога человеческая, и копыта скота не будут мутить их» (Иез. 32:13). «Если это знаете, блаженны вы, когда исполняете. Не о всех вас говорю; Я знаю, которых избрал. Но да сбудется Писание: ядущий со Мною хлеб поднял на Меня пяту свою» (Иоанна 13: 43). «Ты знаешь, что Давид, отец мой, не мог построить дом имени Господа Бога своего по причине войн с окрестными народами, доколе Господь не покорил их под стопы ног его» (3 Царств 5: 3). «Возрадуется

праведник, когда увидит отмщение; омоет стопы свои в крови нечестивого» (Пс.57: 11).

Обратимся теперь к группе концептов, опредмечивающих семантическую область *ОДЕЖДА/ОБУВЬ*. Данная группа концептов выполняет следующие функции: дескрипция различных видов покрова частей тела, его украшений, указание на участие в ритуале, равно как и на пол, профессиональный и социальный статус. Концепты одежды могут быть в дальнейшем выделены с опорой на вышеописанные критерии из приведённых ниже соответствующих номинативных лексем, взятых нами из Большой иллюстрированной энциклопедии по истории моды (См. Попова 2009: 270-271):

1. Головные уборы: берет, боливар, будёновка, канотье, капот, картуз, кепка, клобук, ковбойская шляпа, колпак, корона, косынка, котелок, мантилья, папаха, пилотка, платок, сомбреро, тюрбан, фуражка, цилиндр, чепец, шапокляк шляпа.

2. Предметы женской одежды: амазонка, бананы, бермуды, бикини, блуза, блузка, боа, бриджи, бюстгальтер, бюстье, водолазка, гамаши, джемпер, кардиган, колготки, корсет, кофта, кофточка, кринолин, купальник, леггинсы, лосины, манто, negligee, палантин, пеньюар, передник, платье, рейтузы, салон, топ, фартук, фата, чулки, юбка.

3. Предметы мужской одежды: апаш, бешикет, бурнус, бурка, бушлат, вицмундир, галифе, галстук, гетры, гимнастёрка, эпитрахиль, кальсоны, кафтан, килт, ковбойка, косоворотка, кокодэ, краги, ливрея, матроска, панталоны, плавки, пончо, реглан, риза, роба, рубаха, ряса, смокинг, сюртук, толстовка, тога, туника, тулуп, фрак, хитон, черкеска, шаровары, штаны.

4. Предметы универсальной одежды: блайзер, гольфы, джинсы, дублёнка, доха, жакет, жилет, кимоно, корсары, костюм куртка, майка, макинтош, манишка, мантия, маска – маскарад, одежда, носки, пальто, пиджак, пижама, плащ, пуловер, редингот, свитер, тенниска, униформа, футболка, халат, шорты, шуба.

5. Аксессуары и украшения: аграф, аксельбант, аксессуар, амулет, бант, бархотка, барсетка, башлык, бижутерия, бисер, браслет, брелок, бретелька, брошь, бумажник, бусы, бутоньерка, варежки, веер, венец, венок, воротник, вуаль, вышивка, галстук, гемма, горжетка, диадема, домино, драгоценные камни: александ

дрит, бирюза, брильянт, гранат, жемчуг, змеевик, изумруд, перламутр, рубин, сапфир, топаз, феоцит, хризолит, яшма, янтарь; жабо, заколки, застёжки, зонт, инталия, калита, камей, кант, капюшон, карман, кашне, кисет, клипсы, кнопки, кокарда, колье, кольцо, краги, кружево, крючок, кулон, лампасы, лента, лорнет, манжеты, медальон, митенки, молния, монокль, муфта, мушки, носовой платок, обруч, ожерелье, очки, паж, палица, парик, парюра, пектораль, пенсне, перелина, перчатки, плед, плерёзы, плюмаж, помпадур, портсигар, портфель, поручи, пояс, пряжка, пуговица, раструб, ремень, ридикюль, рулик, серьги, стек, сумка, стразы, табакерка, талисман, трость, турнюр, фемруар, фероньерка, фетиши, фибула, фижмы, часы, шаль, шаперон, шарф, шиньон, шлейф.

6. Обувь и её элементы: башмаки, ботинки, босоножки, ботфорты, валенки, вьетнамки, галоши, кеды, кроссовки, лапти, лодочки, мокасины, обувь, платформы, полусапожки, сабо, сандалики, сапоги, сланцы, тапки, туфли, чешки, шлёпанцы; каблук, носок, шпилька.

7. Материалы и инструменты для изготовления: бархат, бязь, вельвет, велюр, вискоза, кожа, кремлен, мех, панбархат, парча, поплин, полиэстер, сатин, стреч, ткань, тюль, ХБ, шёлк; игла, нитки, напёрсток, ножницы, расчёска.

В качестве иллюстрации рассмотрим поле восточно-славянского концепта ПОЯС. Ядро такого поля образовано платиосемантным существительным *пояс*, которое, в силу своей широкозначности, функционирует в нижеследующих концептосферах.

Одежда – деталь одежды, представляющая собой длинную узкую полосу из ткани для подпоясывания одежды по талии; полоса ткани, пришиваемая в верхней части юбки, штанов; знак отличия в спорте; *пояс для чулок* – деталь нижнего женского белья для крепления чулок; *пояс лечебный* – пояс из меха собаки или других животных.

Спорт – *атлетический пояс* как элемент экипировки в большинстве силовых видах спорта, используется для увеличения силы мышц брюшного пресса. *Красный пояс* – звание в боевых искусствах. *Чёрный пояс* – звание дан в японских и корейских боевых искусствах.

Тело человека – место, где туловище охватывается такой полосой ткани; то, что располагается полосой вокруг чего-л. *Пояс* –

талия (часть тела). *Плечевой пояс (пояс верхних конечностей)* – совокупность костей (пары лопаток и ключиц) и мышц, обеспечивающих опору и движение верхних (передних) конечностей.

Зоология – *Венерин пояс*.

География и метеорология – часть поверхности земного шара; зона распространения, нахождения чего-либо; пространство, составляющее часть в делении территории страны по каким-либо экономическим признакам. *Часовой пояс; Географический пояс* – зональное подразделение географической оболочки: *альпийский субальпийский умеренный тропический субтропический экваториальный субэкваториальный арктический субарктический антарктический субантарктический, Средиземноморский; складчатый пояс, горно-лесной пояс* – природный высотный пояс с преобладанием лесных ландшафтов, *климатический пояс. Складчатый пояс, Ветренный пояс, Пояс Венеры* – атмосферное оптическое явление.

В США: *Библейский пояс, Ржавый пояс, Хлопковый пояс, Кукурузный пояс, Рисовый пояс, Чёрный пояс (регион), Солнечный пояс, Снежный пояс, Зерновой пояс*.

Другие страны: *Библейский пояс (Нидерланды), Мурзинско-Адуйский самоцветный пояс, Меденосный пояс (провинция), Тихоокеанский Складчатый пояс, Урало-Монгольский складчатый пояс, Нивальный пояс,*

Зелёный пояс (Оттава), Вулканический пояс, Срединный вулканический пояс, Трансмексиканский вулканический пояс, Универсальный часовой пояс. Каменный пояс – литературно-поэтический синоним Уральских гор. *Красный пояс* – группа российских регионов с устойчивой поддержкой КПРФ на местных и федеральных выборах. *Лесопарковый защитный пояс Москвы (Россия), Пояс безопасности Нагорного Карабаха (Азербайджан).*

Астрономия и астрофизика. *Комета главного пояса, Радиационный пояс, пояс астероидов, пояс Койпера, пояс Гулда, пояс Ориона Южный экваториальный пояс Юпитера, Пояс иголок, Пояс Кларка.*

Техника, военное дело и терроризм: *Ширстречный пояс (Ширстрек)* – верхний пояс наружной обшивки корпуса судна граничащий с главной палубой. *Броневой пояс* – толстый слой металлической брони, расположенный на внешней поверхности бортов

или с внутренней стороны корпуса военных кораблей. *Пояс шахида, Операция «Чёрный пояс».*

Электрика и архитектура: *Пояс Rogovskogo, Аркатурный пояс*

Музыка, литература и кинематограф: *Пояс Ульчи; Отравленный пояс, Волшебный Пояс Тилоары, «Оливиновый пояс», Пояс (кинофильм), Красный пояс (фильм). Чёрный пояс (американский телесериал 2003 года) Каменный пояс (литературный альманах, галерея, издательство, трилогия Евгения Фёдорова, творческое объединение, фотостудия).*

Мифология и религия: *Пояс Ипполиты, Пояс Афродиты, Пояс как деталь облачения католического и православного клирика; Пояс Пресвятой Богородицы – христианская реликвия, принадлежавшая, по преданию, Деве Марии, матери Иисуса Христа.*

История: *Пояс верности, Слуцкий пояс – элемент мужского костюма Великого княжества Литовского.*

Стилистически нейтральным дериватом ядерной лексемы выступает существительное *поясница, обозначающая часть тела*, а гендерно и стилистически маркированными – уменьшительно-ласкательная форма *поясок* и *опояска* (женский пояс в виде шнурка, тесьма). Синонимами ядерного номинанта являются существительные *ремень, кушак, черес.*

Существительное *ремень* имеет более специализированную семантику, оно используется главным образом для обозначения длинной кожаной, тряпичной или кусочно-металлической ленты, снабженной металлической или (реже) пластиковой застежкой (пряжкой) с передней стороны.

В наши дни служит исключительно для поддержания брюк, джинсов и других элементов одежды ног, практически потеряв свое изначальное предназначение – надеваться поверх кафтана или другой верхней одежды.

Традиционное использование ремня сохранили Вооруженные силы Российской Федерации: как часть обмундирования (формы одежды) имеются парадный пояс, поясной ремень (в снаряжении), брючной ремень. Ремень со временем вытеснил традиционный пояс, который охватывал талию не менее 3-х раз и не имел пряжки (завязывался на узел или застегивался на пуговицы).

Ремень также может быть оружием. Ремень как оружие является традиционным элементом вооружения русского воина вот уже

более тысячи лет. Приёмы единоборства (боя) с ремнем (или с поясом) присутствуют и во многих восточных видах борьбы.

Ремень отличает малое время приведения в боевую готовность (расстегивается, берется левой рукой за пряжку, рывком обматывается в один оборот вокруг правой руки и захватывается правой кистью так, чтобы «хвост» смотрел вперед и прижимался к руке частью ремня, оканчивающейся пряжкой).

Наиболее близкое по технике боя оружие – кистень. Ремень с массивной пряжкой обладает наилучшими боевыми характеристиками. Ремень как снаряжение и обмундирование используется очень давно.

В ВС РФ как часть военной формы одежды (обмундирования) имеются: парадный пояс (для отдельных военнослужащих), поясной ремень (в снаряжении), брючный ремень. В Советских ВС поясной ремень (офицеров) из кожи коричневого цвета, с двузубой планкой-застежкой из латуни, служил для пристёгивания кобуры, полевой сумки.

Плечевой ремень (офицеров) из кожи коричневого цвета, с однозубой планкой-застежкой из латуни, предназначен для поддержки поясного ремня с подвешенным к нему кобурой, с личным огнестрельным оружием (пистолет) и полевой сумкой.

Поясной ремень ВМФ (кроме морской пехоты, отличался только цветом) отличался от войскового цветом (чёрный), отсутствием плечевого ремня и кобурой (для ношения кобуры предназначена специальная конструкция (ремешки-пассики), войсковая же кобура крепится на поясном ремне через петли на самой кобуре.

В Советских ВС на парадный пояс (офицеров), плетённый (металлизированный или матерчатый), пристёгивался кортик. Поясной ремень (солдат, сержантов) из кожи или кожзаменителя (кожзам), с пряжкой-застежкой из латуни, служил для пристёгивания сумок для гранат, магазинов автомата (патронных сумок, для обойм карабина), чехлов фляги и пехотной лопаты, защитных чулок и перчаток из комплекта ОЗК, для его поддержки использовались плечевые лямки.

Парадный ремень солдат, сержантов был белого цвета изготавливался из кожзаменителя (кожзам).

В российских ВС поясной ремень – часть военного снаряжения, служащая для пристёгивания и ношения личного оружия и других

предметов снаряжения, все поясные ремни чёрного цвета с двузубой планкой-застежкой из латуни или светлого сплава. Для солдат и сержантов предназначены поясные ремни из искусственной кожи, для офицеров – кожаные.

Следует добавить, что ремень может быть ружейным, использоваться в качестве орудия наказания, а также в советской и российской армии в неуставных отношениях, как средство перевода, при смене уровней иерархии (например, из «духа» в «слона»).

Кроме того, существительное *ремень* достаточно активно используется в техническом дискурсе в составе терминологических сочетаний типа: *ремень безопасности, ремень генератора* и т. п.

Гендерно и стилистически маркированными синонимами ядерной лексемы являются существительные *кушак* – элемент преимущественно мужской одежды, платок или кусок ткани в виде широкого пояса для обвязки или обмотки верхней одежды, а также *черес* – мужской кожаный пояс для денег с пряжками и запором у казаков.

При сопоставлении содержания русского ядерного доминанта с английским соответствием на основе анализа словарных дефиниций [См. Abbyu Lingvo <http>], проявляется концептуальная асимметрия: в английском языке существительному *пояс* соответствует более широкий по семантическому объёму номинант *a belt*, совпадающий в значении *пояс, ремень; портупея; корсет, знак отличия в спорте, карате, зона*, но разнящийся с лексемой *пояс* по значению в техническом контексте: *приводной ремень, патронная лента, броневой пояс (вдоль ватерлинии), лента конвейера, патрона*.

Стилистически маркированными и технически специализированными синонимами ядерной лексемы являются следующие языковые номинанты: *a girdle* со значением *пояс, ремень, кушак, портупея, пояс трусов, кальсон, эклиптика; экватор; кольцо, обойма, тонкий пласт песчаника; to girt=gird – горизонтальный пояс здания (напр. антисейсмический), горизонтальный элемент ветровых связей,) ригель фахверка, верхняя обвязка; пояс; распорка; продольная схватка (в крепи квадратными окладами и др.), прогон; перемычный брус; а также a sash – кушак, пояс шарф через плечо, орденская лента*.

Конверсивы *to belt, to belt up* имеют значения: подпоясывать, окольцовывать, *надевать пояс с оружием*, а также: *перетяги-*

вать поясом, пристёгиваться. Кроме того, ядерная лексема *a belt* подвергается метонимическому переосмыслению, обозначая два различных социальных статуса: титул рыцаря (*to belt* – производить в рыцари) и профессию рабочего.

При этом первое из указанных значений является исторически детерминированным, так как известно, что богато украшенный пояс в древности служил атрибутом средневекового рыцаря, давшим начало церемониальным поясам, которые позднее вручались титулованным англичанам как эмблема благородства, наряду с золотыми шпорами (имеющими, несомненно, то же смысловое значение). Так, известен *Sam Browne belt* – офицерский походный поясной ремень, офицерская портупея, который надевался через правое плечо.

Периферию рассматриваемого денотативно-концептуального поля в обеих рассматриваемых лингвокультурах составляют морфологические транспоненты представленных номинантов.

Так, в русском языке это глаголы *подпоясаться, препоясаться, запоясаться, опоясаться, перепоясаться, препоясаться, распоясаться* (развязать на себе пояс), а в английском – конверсивы *to girt=gird* со значением *подпоясываться; подпоясывать талию* (чем-л.) *прикреплять саблю, шашку к поясу; одаривать рыцарским мечом окружать, огораживать; окаймлять; хватывать, опоясывать. окружать, осаждать, блокировать, to girdle, to girdle about, to girdle in, to girdle round* – *подпоясывать; окружать, опоясывать, кольцевать (плодовые деревья), to sash* – *украшать лентой, поясом; надевать, носить ленту.*

Во всех этих глагольных лексемах, а также номинанте *girdle-cake* (оладья из пресного теста) и в фразеологических сочетаниях типа *girdle anesthesia, girdled parrot fish, girdle of inferior/ superior extremity girdle pain/ road/ sensation* на первый план выступает символика круга.

Подводя итог проведённому анализу семантического содержания номинантов денотативного поля концепта ПОЯС/BELT в русском и английском языках соответственно, хотелось бы отметить в качестве перспективы дальнейшего исследования изучение сходства и различия богатых ассоциативных связей (предопределённых отмеченной выше высокой семантической плотностью рассматриваемой ментальной единицы) с разнообразными объ-

ектами окружающей действительности и тем самым свидетельствует о неисчерпаемом креативном потенциале анализируемых лингвокультур.

Можно предположить, что при общности форм и путей семантической интерпретации телесно-ориентированных концептов в русской и английской лингвокультурах наблюдаются определённые расхождения в образном его постижении, способные проявляться в следующих аспектах: а) способах реализации, что обусловлено различной структурной членимостью двух языков; б) иерархии расположения метафорических моделей в структуре поля, что связано с концептуальной асимметрией русского и английского семантических полей; в) направлениях ассоциаций, предопределённых как специфическим характером социально-исторической и религиозной аккультурации людей в разных этносах, так и их психологическими особенностями.

Таким образом, концепты, опредмечивающие личный микрокосмос человека – его тело и одежду, вербализуются посредством многочисленных языковых единиц, что представляет собой несомненный интерес для исследования богатства их ассоциативных связей с целью наиболее полного представления языковой картины мира говорящих.

Список литературы

1. Библия онлайн [Электронный ресурс]. 2003–2013. URL : <http://bibleonline.ru/bible/rus>
2. Попова, С. И. История моды, костюма и стиля. М. : Астрель: АСТ, 2009. 271.
3. Пояс [Электронный ресурс] // Википедия. URL : <http://ru.wikipedia.org/wiki>
4. Ремень [Электронный ресурс] // Википедия. URL : <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%E5%EC%E5%ED%F>.
5. Скляревская, Г. Н. Метафора в системе языка. СПб. : Наука, 1993. 150 с.

Referencies

1. Biblija onlajn [Jelektronnyj resurs]. 2003–2013. URL : <http://bibleonline.ru/bible/rus>
2. Popova, S. I. Istorija mody, kostjuma i stilja. M. : Astrel': AST, 2009. 271.
3. Pojas [Jelektronnyj resurs] // Vikipedija. URL : <http://ru.wikipedia.org/wiki>
4. Remen' [Jelektronnyj resurs] // Vikipedija. URL : <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%E5%EC%E5%ED%F>.
5. Skljarevskaja, G. N. Metafora v sisteme jazyka. SPb. : Nauka, 1993. 150 s.

6. [ТСРЯУ] – Толковый словарь русского языка: в 4 т./ под. ред. проф. Д. Ушакова. М. : Terra, 1996.

7. Abbyu Lingvo. Электронные словари [Электронный ресурс]. URL : <http://www.lingvo-online.ru/ru>

6. [TSRJau] – Tolkovyj slovar' russkogo jazyka: v 4 t./ pod. red. prof. D. Ushakova. M. : Terra, 1996.

7. Abbyu Lingvo. Jelektronnye slovori [Jelektronnyj resurs]. URL : <http://www.lingvo-online.ru/ru>

УДК 81.44

УЧЕТ ГЕНДЕРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРИ РАЗМЕЩЕНИИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Е. А. Будник, А. Н. Пантюшина

Статья посвящена учету гендерных особенностей при размещении наружной рекламы. Рассмотрены основные характеристики наружной рекламы, а также особенности восприятия рекламы мужчинами и женщинами. Описана стереотипизация гендерных образов при планировании рекламной кампании. На основе проведенного анализа обоснована необходимость выявления подходящей целевой аудитории и знание ее потребностей для эффективного результата рекламного сообщения.

Ключевые слова: целевая аудитория, гендерные особенности, наружная реклама, рекламная коммуникация.

Этап определения подходящей целевой аудитории для рекламной кампании является одним из самых важных шагов в медиапланировании. Ведь зачастую успех рекламной кампании напрямую зависит от того, достигает ли ваше рекламное сообщение того процента людей, на который оно ориентировано. Что же такое целевая аудитория? Целевая аудитория – это группа людей, на которую направлено рекламное сообщение. Целевую аудиторию можно определить путем выявления информации из различных исследовательских баз, либо проводя социологические опросы и анкетные исследования. Очень важно при планировании определить пол, возраст, доход, статус, а также другие характеристики целевой аудитории. Благодаря информации, которую получают медиапланеры, создается портрет потребителя, которому интересна рекламируемая продукция.

При планировании рекламной кампании важно учитывать межкультурную коммуникацию, а также различные типы коммуникаций. Таким образом, возникает понятие «рекламной коммуникации» (или «массовой коммуникации»). Рекламная коммуникация предполагает передачу информации через средства массовой информации и формирует социокультурные знания, поскольку,

благодаря рекламе, люди могут узнать не только о новых товарах или услугах, но также сформировать стереотипы и общественные мнения [4. С. 12].

В современном обществе реклама является психологическим инструментом воздействия на потребителя. Каждый человек воспринимает рекламу по-своему: кому-то она нравится, кто-то считает ее полезной, а кто-то проходит мимо, даже не обратив на рекламу никакого внимания. Это объясняется тем, что при планировании рекламы учитываются гендерные особенности восприятия. Гендер понимается как «...социальный пол, определяющий поведение человека в обществе и то, как это поведение воспринимается. Это то полоролевое поведение, которое определяет отношение с другими людьми: друзьями, коллегами, одноклассниками, родителями, случайными прохожими и т. д.» [1. С. 25], поэтому стоит говорить о том, что мужчины и женщины воспринимают рекламу по-разному. Рассмотрим более подробно наружную рекламу.

Наружная реклама – это реклама, которая размещается на внешних конструкциях (биллборды, ситиборды, пиллары, ситиформаты, видеоэкраны и т.д.) на улице, на транспорте, на зданиях и т.д. Наружная реклама является наиболее охватным визуализированным медиа каналом. Из основных особенностей наружной рекламы можно отметить следующие:

- привлечение внимание потребителей;
- эффективность рекламной кампании за счет правильного выбора адресной программы;
- запоминание рекламы за счет красочных материалов;
- большой охват целевой аудитории.

При создании макетов для наружной рекламы очень важно распланировать макет таким образом, чтобы вся необходимая информация считывалась за три секунды, поскольку именно этот отрезок времени является оптимальным при случайном взгляде на конструкцию наружной рекламы. Также текст оформляется крупным шрифтом с использованием контрастных цветов, т. к. у человека, проезжающего мимо конструкции с наружной рекламой, нет возможности вернуться назад и записать необходимую информацию. Соответственно, чтобы реклама была запоминающейся, необходимо минимизировать рекламное сообщение, используя яркие цвета и краткие тексты.

При создании наружной рекламы для разных полов необходимо учитывать потребности и социальный статус той целевой аудитории, на которую рассчитан рекламируемый продукт. Важно принять во внимание гендерные стереотипы – «внутренние установки в отношении места мужчин и женщин в обществе, их функций и социальных задач» [2. С. 3]. Реклама информирует не только о появлении новой продукции, но также различных типах отношений в обществе, его культурных конструкциях, в том числе и о межличностных взаимоотношениях мужчин и женщин, которые в рекламе, обычно, стереотипизированы. Различные рекламные тексты могут вызвать разные эмоции и ассоциации у мужчин и женщин. Тем самым, рекламная коммуникация занимает важное место при формировании гендерных стереотипов, что, в свою очередь, формирует у потребителей определенные образы мужчин и женщин.

Наружная реклама, ориентированная на женщин, предлагает большой выбор тех товаров и услуг, которыми женщина пользуется каждый день. Это может быть реклама косметики, модных бутиков, скидок и предложений в определенных магазинах, ориентированных на женскую аудиторию, средства гигиены и т. д. Реклама, направленная на мужскую аудиторию, чаще всего связана с непосредственными интересами мужчин: спорт, автомобили, карьера, товары, предназначенные исключительно для сильного пола. Планирование такой рекламы осуществляется именно с учетом тех стереотипов, что мужчина является представителем сильного пола и обладает такими качествами, как надежность, стабильность, успех, профессионализм и пр. Женщина, в свою очередь, представляется как нежная, утонченная, стильная, хранительница очага и мать.

Давайте подумаем, что важно для любой женщины? Конечно это красота, молодость и здоровье. Соответственно, и образы в рекламе должны подходить под их потребности: стройные и красивые женщины, рекламирующие продукты питания, полезные для здоровья, образ счастливой семьи, показывающий домашний уют и т.д. Мы можем видеть различные примеры рекламных кампаний, ориентированных на женщин, которые используют приемы эффективного маркетинга. Для женщины очень важна эмоциональность и чувственность восприятия [3. С. 15]. Таким образом, рекламодатели используют различные слоганы, например:

«Откройся чувству», «Ведь вы этого достойны», «Почувствуй себя неповторимой» и пр., которые апеллируют к чувствам и эмоциям женщин, тем самым подталкивая их к покупке рекламируемого товара. Также для рекламы, ориентированной на женщин, характерно ощущение нежности, мягкости, уюта (реклама йогурта «Даниссимо», реклама чая).

Однако, в настоящее время, устоявшаяся патриархальная картина мира претерпевает изменения. Женщины по большей части работают, строят карьеру и только потом уже задумываются о создании семьи. В связи с этим появляются новые целевые аудитории и новые потребности. Очень важно иметь представление о том, что необходимо современным покупателям, поскольку именно от этого знания зависит, эффективно ли спланирована рекламная кампания [4. С. 23]. Например, сейчас можно наблюдать такую картину, что мужчины стали так же, как и женщины, интересоваться косметической продукцией, поскольку больше времени уделяют своему внешнему виду, а женщины, в свою очередь, начинают интересоваться мужскими товарами и примеряют на себя новые социальные роли.

При планировании рекламы, ориентированной на мужскую аудиторию, необходимо учитывать стереотипизацию мужского образа и строить рекламу, побуждающую купить рекламируемую продукцию.

Мужской образ в рекламе можно разделить на два типа:

1. Реклама мужских товаров, направленная на женскую аудиторию. Женщины, видя данный тип рекламы, приобретают рекламируемые товары для своего мужчины. Важно заинтересовать женщину, привлечь ее внимание, чтобы она совершила покупку. Тем самым, в рекламе может использоваться как образ сильного и мужественного, так и образ романтического мужчины.

2. Реклама мужских товаров, направленная на мужскую аудиторию. В данном случае мужчина сам покупает для себя рекламируемый товар. В рекламе такого типа используются образы защитника, мужественного мужчины, которого часто окружают красивые женщины.

При планировании рекламной кампании важно учитывать тот фактор, что очень часто мужчин раздражает реклама косметической продукции и продовольственных товаров. Таким образом,

при создании рекламы, к примеру, средств для мужской гигиены (дезодоранты, пена для бритья), необходимо продемонстрировать мужественный и уверенный в себе образ мужчины. Таким примером может являться реклама бритвенных станков, в которой мужчины демонстрируют свою силу и уверенность в себе.

Также мы можем заметить, что образ мужчины, как и образ женщины, в рекламе в последнее время претерпевает изменения. Сейчас принято мнение, что мужчина должен также ухаживать за собой и поддерживать себя в хорошей форме. Все это уже не противоречит понятию мужественности, а лишь добавляет к образу словосочетание - «современный мужчина».

Из всего вышесказанного следует вывод, что при планировании рекламной кампании необходим многоаспектный психологический и лингвистический учет потребностей целевой аудитории с учетом гендерных предпочтений.

Список литературы

1. Воронцов, Д. В. Гендерная психология общения. Ростов, 2008.
2. Грошев, И. В. Рекламные технологии гендера // Общественные науки и современность. 2000. № 4.
3. Кармин, А. С. Психология рекламы. СПб., 2005.
4. Музыкант, В. Л. Реклама в действии: история, аудитория, приемы. М., 2006

Referencies

1. Voroncov, D. V. Gendernaja psihologija obshhenija. Rostov, 2008.
2. Groshev, I. V. Reklamnye tehnologii gendera // Obshhestvennye nauki i sovremennost'. 2000. № 4.
3. Karmin, A. S. Psihologija reklamy. SPb., 2005.
4. Muzykant, V. L. Reklama v dejstvii: istorija, auditorija, priemy. M., 2006

ЛИНГВИСТИКА И ПЕРЕВОД

УДК 81'22

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ ПЕРЕВОДА

И. Э. Алекберова

Проблема перевода представляется в двух видах: перевод с одного языка на другой; а также в смысле понимания содержания через канал связи между адресантом и адресатом. Проблемы, возникающие в процессе межкультурной коммуникации, связаны с различием языковой картины мира. Знаем ли мы, как мы переводим? Знаем ли мы хотя бы, что мы переводим? Существует несколько способов интерпретации вербального знака с различных аспектных позиций теории перевода. Переводческая деятельность находится в постоянном развитии и претерпевает константные изменения, положительно либо отрицательно влияющие на результативность процесса перевода.

Ключевые слова: переводческая деятельность, результативность перевода, аспектуальность перевода, субстраты перевода, семантические единицы, экспликация, перлокуция.

Всем известно, что проблема перевода представляется в двух видах – в современно языковом (переводческом) смысле, перевод с одного языка на другой, а также в смысле понимания, перекодировки содержания через канал связи между адресантом и адресатом. Двойная неадекватность, выявляемая в переводе в процессе нарушения конвенций, понимаемого как переводческая деятельность и как процесс понимания, исходит из конкретной стратегии переводчика. Перевод, понимаемый в широком контексте, исследован с выведением функциональной стороны, которая должна удовлетворять процессам, происходящим, как в плане выражения, так и в плане содержания.

Современная методология испытывает определенные неудобства, связанные с существованием извечной проблемы соотношения прогрессивных и консервативных тенденций в развитии наук.

Новый этап межкультурной коммуникации, ярко иллюстрируемый интегративными процессами в современной Западной Европе, предполагающий создание нового Европейского Сообщества и всеми вытекающими последствиями, активно обсуждается в политических и общественных кругах стран Запада и в настоящий момент.

Проблемы, возникающие в процессе межкультурной коммуникации, связаны с различием языковой картины мира у жителей стран Европейского Сообщества. Само же сообщество на сегодняшний день не может свидетельствовать о наличии какой-либо традиции. Основной проблемой в процессе межкультурной интеракции является проблема перевода, как перевода непосредственно лексических единиц, так и аспектуальная проблема, с которой сталкивается переводчик. Знаем ли мы, как мы переводим? Знаем ли мы хотя бы, что мы переводим?

Когнитивный аспект, вводимый в область теории и практики перевода, расширяет его границы. Работая в этой ориентации, О. Каде не проводит разграничения между устным и письменным переводом, между прагматическим и литературным переводом, отмечая эффективность исследования перевода в аспекте теории коммуникации. Он связывает теорию перевода с проблемой понимания – кодирования и декодирования. По его мнению, основная проблема перевода, встающая на уровне коммуникации, – соответствие между эффектом и намерением, обеспечиваемое переводчиком, который находится между отправителем и получателем кода [5. С. 67–68]. Вводится понятие потенциальной эквивалентности, обеспечивающее общее множество эффектов, необходимое для успеха коммуникации. «Потенциальная эквивалентность коммуникативной значимости текстов, оформленных в различных кодах, является инвариантом перевода».

В процессе решения проблемы перевода основополагающим представляется принципиальный вопрос о переводимости / непереводимости вообще. Существует три способа интерпретации вербального знака:

- внутриязыковой перевод или переименование;
- межъязыковой перевод или собственно перевод;
- межсемиотический перевод или трансмутация.

Исходя из этого, любое сочетание «предполагает рассмотрение их взаимной переводимости».

Неопределенность перевода – это еще не полное отрицание перевода, а возможность выявления моделируемых наслоений в виде социальных, национально-культурных, а также интерперсональных смыслов.

Непосредственная интерпретация перевода в связи с учетом когнитивного уровня открывает новые возможности для перспектив как теории перевода, так и когнитивных репрезентаций: «когнитивный уровень языка не только допускает, но и прямо требует перекодирующей интерпретации, то есть перевода. Предполагать, что когнитивный материал невозможно выразить и невозможно перевести – значит впадать в противоречие».

Новая интерпретация функционального аспекта оформляется в виде психолингвистического подхода к переводу. Адекватное восприятие и понимание текстов обеспечивается функциональной направленностью текстов на психический тип (типы)..., обладающий, в известной мере, изоморфными представлениями и смыслами.

Перевод – одна из форм взаимодействия культур: «Между тем, – полагает Ю. А. Сорокин, – талантливые художественные переводы обладают минимальной “экзотичностью” за счет нахождения эквивалентов исходному тексту и оцениваются в силу этого как принадлежащие прежде всего той культуре и тому языку, на котором существует перевод», «талантливый художественный перевод... не опознается в качестве инокультурного». При этом, согласно Ю. А. Сорокину, утверждение о переводе как взаимодействии двух культур для реципиента оказывается фиктивным [4. С. 135]. С этой точки зрения можно предположить, что иногда важнее подстрочные переводы, позволяющие реально показать способ существования тех или иных культурно-языковых структур. Полагается, что семантико-психологический объект существует для читателя как ряд знаковых единиц, которые принадлежат различным уровням языка (графемы, синтагмы, ритемы) и могут быть рассмотрены с различных точек зрения. В перцептивном отношении они представляют знаковое единство для реципиента.

Психолингвистический подход является очень продуктивным. В настоящее время наблюдается тенденция изучения личности переводчика и его отражение в переводном тексте. Проводятся исследования переводных текстов с точки зрения адекватной отраженности в них сенсорных и несенсорных лексических единиц

[2. С. 159]. Сенсорные слова передают информацию, поступающую по основным пяти органам чувств (зрение, слух, осязание, обоняние, слух), а также чувства и эмоции человека. Единицы, передающие мыслительную деятельность (думать, понимать, решать) и рационалистические свойства и качества (правильный, соответствующий), характеризуют умозрительное постижение человеком окружающей среды. Лингвистический анализ параллельных вариантов произведений позволяет сделать вывод об обнаружении специфических черт в сенсорной картине текста, отличающих один перевод от другого по частотности языковой информации.

Проблема перевода, ставящая принципиальный вопрос о переводимости / непереводимости, находится под воздействием решения проблемы детерминированного аргументативного пространства. Возможность достижения переводимости адекватна факту распространения критерия уместности в пространстве переводческой деятельности. Возможная параллель релевантна с точки зрения того, что перевод есть когнитивное понятие [2. С. 164]. При подходе, в котором сильна конвенциональность, выступающая в качестве регулятора-организатора аргументативного пространства, проблема переводимости решается положительно, поскольку область переводческой деятельности принимает конкретные регулятивы, выполнение которых приводит к конкретному результату.

Таким образом, решение проблемы переводимости / непереводимости, зависящее от установок и оценок переводчика, переходит в соответствующий результат в виде оценок, исходящих от соответствующих установок интерпретатора, которому адресован перевод. Подобное положение распространяется на область перевода при помощи проекции на нее концептов из области иллюкативной логики, связывающей распространение действия интернациональности не только с воспроизведенным эффектом (перлокуция), но и с возможной квалификацией результата полученного действия (успешность / безуспешность).

Разумеется, проблема переводимости / непереводимости интерпретируется по-разному в каждом аргументированном пространстве. Детерминативный подход предполагает радикальную возможность переводимости. Здесь допускаются различные степени переводимости, в которой силен элемент комплементарности и континуальности. Перевод не может быть ни полным, ни завер-

шенным... всякий новый перевод хорошо известного текста добавляет новые интересные лингвистические проблемы.

Практическое решение проблемы перевода приводит к необходимости учета, прежде всего, количественных преобразований. В. Г. Гак справедливо указывает: «Для достижения адекватного перевода приходится решать не только задачу: что и как «переобозначить», но и задачу – что добавить или, напротив, опустить при переводе» [1. С. 87]. Следовательно, с введением когнитивного концепта фоновых знаний проблема перевода выходит в область междисциплинарных проблем.

Герменевтическая проблема понимания, включаемая в процесс перевода, должна учитывать одновременно и другой субстрат – экспликацию в виде языковой детерминации фоновых знаний [5. С. 124]. Эксплицирование данного субстрата может привести к утрированной детерминации.

В данном случае происходит асимметрия между «пониманием» и «объяснением» в связи с эпистемологическим «провалом» или отсутствием фоновых знаний конкретно в области практики языка. Однако даже в этом случае так называемый процесс перевода оказывается релевантным. Подобный факт возможен в силу функционирования принципа уместности в каждом аргументативном пространстве.

Перевод субстанций из одной концептосферы в другую представляет собой перевод фоновых знаний, которые оформляются в конкретном аргументативном пространстве и являются базисными ориентирами в деятельности аргументирующей (вербально / невербально) личности. В процессе примеривания фоновых знаний, например двух аргументативных пространств, происходит или их слияние (частичное – с определенными концессиями и допущениями, либо полное), или их столкновение.

Проблема переводимости, таким образом, сопряжена с напряженностью, создаваемой или возникающей в процессе столкновения фоновых знаний в конкретном аргументативном пространстве, где понимание перевода должно представляться шире, чем внутриязыковой или межсемиотический процесс. При этом проблема перевода, решаемая в области стилистики (риторики), должна расширяться в отношении не только учета языкового стиля жизни, определяемого аргументативным пространством личности.

В процесс перевода с необходимостью включаются знания функциональных стилей, данные стили помещаются в область фоновых знаний, генерируемых определенным аргументированным пространством [3. С. 46–47]. Следовательно, в процессе перевода происходит не просто переписывание одного текста в других терминах с учетом функциональных стилей, а глобальное переписывание-интерпретация, в котором доля присутствия функционального стиля в традиционном его понимании невелика. На первый план выходит стиль жизни аргументирующей личности, детермируемый в аргументативном пространстве.

Адекватный перевод фоновых знаний, осложненных этноцентризмом, оказывается проблематичным для произведений, составляющих кладезь архетипического опыта (мифы, сказания, сказки). Здесь особое поле исследования для антропологов-фольклористов. Следовательно, важным фактором при переводе представляется не только прагматический компонент, но и универсальный аргументативный компонент, который может реализоваться как в виде аргументативной стратегии в процессе обоснования, так и в виде константы.

Таким образом, переводческая деятельность находится в постоянном развитии и претерпевает константные изменения, положительно либо отрицательно влияющие на результативность процесса перевода.

Список литературы

1. Алексеева, И. С. Профессиональное обучение переводчика. СПб., 2000. 205 с.
2. Казакова, Т. А. Translation Techniques. Практические основы перевода. СПб., 2003. 176 с.
3. Кнапп, М. Л. Невербальные коммуникации. М. : Наука, 2000. 308 с.
4. Конецкая, В. П. Социология коммуникации. М. : МУБУ, 2006. 164 с.
5. Хайруллин, В. И. Перевод научного текста: лингвокультурный аспект. М., 2002. 250 с.

Referencies

1. Alekseeva, I. S. Professional'noe obuchenie perevodchika. SPb., 2000. 205 s.
2. Kazakova, T. A. Translation Techniques. Prakticheskie osnovy perevoda. SPb., 2003. 176 s.
3. Knapp, M. L. Neverbal'nye kommunikacii. M. : Nauka, 2000. 308 s.
4. Koneckaja, V. P. Sociologija kommunikacii. M. : MUBU, 2006. 164 s.
5. Hajrullin, V. I. Pervod nauchnogo teksta: lingvokul'turnyj aspekt. M., 2002. 250 s.

УДК 81'22

**ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
КАНАДСКОГО ВАРИАНТА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА
В ИСТОРИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ**

Ю. С. Бондаренко, Д. О. Полевик

Статья посвящена анализу лексических особенностей канадского национального языкового варианта с точки зрения развития лексического состава в связи с историческими событиями, которые произошли в Канаде, начиная с шестнадцатого века и заканчивая двадцатым. За основу взяты специфические лексические единицы – канадизмы, которые отображают межкультурные, этнические особенности данного варианта.

Ключевые слова: канадизмы, национальный языковой вариант, лексическая единица, тематические группы, устойчивое словосочетание.

Проблема изучения национальных вариантов полинациональных языков остается актуальной в современном языкознании. Это определяется необходимостью и в то же время отсутствием комплексного анализа лексических и семантических особенностей канадского варианта английского языка. На сегодня, в современных исследованиях значительное внимание уделяют диалектам, сленгам и разнообразным национальным вариантам английского языка. Вне поля зрения ученых остаются вопросы, связанные с миграцией лексики, что является важным фактором развития канадского варианта.

В последнее десятилетие данным вопросом занимались многие лингвисты. Среди них и такие как А. Д. Швейцер, М. А. Бородина, Р. Грегг, Р. Макконнел, А. С. Кубрякова, Н. Ю. Бондаренко, Л. А. Гарашук и другие [3. С. 85]. Поэтому, целью данной статьи является анализ лексических единиц и идиом канадского варианта английского языка, учитывая исторические предпосылки формирования лексического состава страны.

Долго канадский вариант не признавали отдельным языком, но позже он получил статус национального варианта английского языка

ка, так как имеет свою структуру, которая включает литературную и разговорную речь, а также представлена различными регистрами: социальные диалекты, просторечия, подязыки, литературно-разговорную речь, сленги, которые все характеризуются особенностями и явлениями, присущими населению Канады. Канадский вариант был сформирован на основе двух вариантов английского языка: британского и американского [3. С. 86]. Так как в стране два государственных языка можно увидеть значительное влияние как английского так и французского на лексическую картину Канады.

Влияние иностранных языков на лексическую систему страны можно увидеть при анализе миграционных процессов, происшедших на территории страны. Первой большой и существенной в лингвистическом плане волной англоязычного поселения в Канаде был наплыв лоялистов, которые во время войны за независимость Северной Америки поселились на свободных территориях в Канаде, принадлежавших Британской империи. В связи с этим, по мнению некоторых ученых канадский английский происходит от северного варианта американского английского.

После войны 1812 года состоялась вторая волна миграции из Британии и Ирландии [2. С. 42]. Таким образом, благодаря смешиванию двух основных иммиграционных течений, в язык канадского населения проникло немало элементов различных диалектов английского языка, на которых говорили, с одной стороны – лоялисты, в основном жители северных районов США, а с другой стороны – иммигранты из Великобритании.

Если обратиться к истории создания канадской лексической системы, то можно отметить, что наибольшей интенсивности развития лексическая система канадского варианта приобрела за последние 165 лет, когда возникла основная часть лексических единиц.

В каждом хронологическом периоде пополнения лексики в Канаде имели свои особенности, на которых следует остановиться конкретно. XVI в. – это период первого поселения англоязычных эмигрантов в Канаде. Некоторые из канадизмов XVI в. были заимствованы из других языков: аборигенного эскимосского: *tupek* – летняя палатка из шкур; французского языка – *cache* – специальный состав. XVII в. – впервые наблюдаются заимствования из индийских языков, которые дополняли наименование канадских реалий, например: *papoose* – бобер [1. С. 78]. Появляются первые

английские кальки индийских имен: *pipe of peace* – трубка мира. Из французского языка в английский язык Канады пришло несколько лексических единиц, например: *caplin* – съедобная морская рыба, которая часто используется в качестве наживки.

В XVII в. среди канадизмов появляется несколько существительных, которые являются семантическими преобразованиями древних английских единиц: *track* – тянуть лодку или баржу, *shoot* – плыть в лодке.

XVIII в. – период, когда происходило резкое пополнения английского языка канадизмами, количество которых увеличилось в 8 раз по сравнению с предыдущим веком [4. С. 128]. С других языков было заимствовано почти в 10 раз больше лексических единиц, чем раньше.

XIX в. – период, когда канадизмы составляли основную часть лексического пополнения английского языка (88%). К ним относятся слова со смешанным значением: *snow* – вид зимнего яблока. Стоит отметить, что в этот период также возникали устойчивые словосочетания такие как: *cross road*, *corduroy road*, *bush road*, *road camp*, *railway town*, *railway Villag*, *road grader*. Увеличилась и группа профессионализмов, что относилась к тем же видам деятельности, что и в предыдущих веках.

XX в. – период, когда в состав всего специфического словаря Канады вошло около 50% лексических единиц. Продолжали образовываться заимствования из эскимосского языка для обозначения понятий, связанных с условиями жизни и работы на севере: *anorak* – верхняя одежда, которая не промокает.

Таким образом, принимая во внимание исторический и территориальный фактор, а также политические, культурные и социальные особенности, можно сделать вывод, что канадский вариант английского языка является национальным вариантом и имеет свои отличия от языков, которые способствовали формированию этого варианта, благодаря своему историческому и культурному наследию.

Литературный язык Канады мало чем отличается от английского, однако разговорный язык содержит в себе лексические единицы, отражающие культуру, быт и обычаи населения, проживающего на территории Канады. Это так называемые канадизмы, которые были упомянуты выше. Л. Г. Попова отмечает, что канадиз-

мы – это лексические единицы, которые полностью принадлежат к английскому языку в Канаде, или слова, или устойчивые словосочетания, которые относятся к канадскому варианту английского языка только в каком-то одном из значений [4. С. 39].

Проанализировав эти специфические лексические единицы, можно выделить основные тематические группы их употребления в канадском варианте английского языка: 1) названия, связанные с флорой и фауной (*foolhen* – разновидность куропатки); 2) названия государственных, политических и административных реалий (*Liberal progressive* – политическая партия в Манитобе); 3) названия, связанные с системой среднего образования (*separate school* – школы для детей религиозных меньшинств); 4) названия предметов быта (*fly-beer* – картофельное пиво); 5) канадские историзмы (*Dirty Thirties* – годы депрессии) [5. С. 175].

Что касается канадских идиом и устойчивых словосочетаний, их можно разделить на три группы в зависимости от тематики, а именно: 1) идиомы, обозначающие или описывающие названия (*God's country* – Cape Breton Island); 2) идиомы, обозначающие реалии канадской культуры, общественной и политической жизни (*Grit* – член Либеральной партии Канады); 3) идиомы, обозначающие особенности канадского быта (*marvel on up the road* – to drive up the road and see what is going on).

Следует отметить, что данная тема недостаточно исследована, поэтому существующие классификации канадизмов и канадских идиом можно дополнять [1. С. 72]. Но одно является можно сказать точно – благодаря данным составляющим, канадский вариант английского языка может считаться отдельным национальным вариантом, ведь его лексическая система содержит в себе единицы, отражающие культурную самобытность народа.

Проанализировав лексические особенности канадского варианта английского языка в историческом аспекте, можно сделать вывод, что благодаря историческим процессам этот национальный вариант стал пополняться специфическими лексическими единицами (канадизмами), которые отображают культурное наследие жителей Канады, а также дают право выделять в канадском английском языке те особенности, которые идентифицируют его как отдельный национальный вариант.

Список литературы

1. Бортничук, Е. Н. Сложное слово синтаксического типа и межуровневое варьирование / Е. Н. Бортничук, Л. Г. Верба // Проблемы варьирования языковых единиц. Киев : УМК ВО. 1990. С. 65–83.
2. Жлуктенко, Ю. А. Канадський варіант англійської мови та поняття канадизми. Киев : Изд-во при КГУ, 1975. 158 с.
3. Жлуктенко, Ю. А. Номинативные аспекты словосочетания // Проблемы варьирования языковых единиц. Киев : УМК ВО. 1990. С. 84–93.
4. Попова, Л. Г. Лексика английского языка в Канаде. М. : Высш. шк., 1996. 214 с.
5. McConnell, R. E. Our Own Voice: Canadian English and How It Came to be. Toronto: Gage, 1978. 276 p.

Referencics

1. Bortnichuk, E. N. Slozhnoe slovo sintaksicheskogo tipa i mezhurovnevoe var'irovanie / E. N. Bortnichuk, L. G. Verba // Problemy var'irovanija jazykovyh edinic. Kiev : UMK VO. 1990. S. 65–83.
2. Zhluktenko, Ju. A. Kanads'kij variant anglijs'koї movi ta ponjattja kanadizmi. Kiev : Izdvo pri KGU, 1975. 158 s.
3. Zhluktenko, Ju. A. Nominativnye aspekty slovosochetanja // Problemy var'irovanija jazykovyh edinic. Kiev : UMK VO. 1990. S. 84–93.
4. Popova, L. G. Leksika anglijskogo jazyka v Kanade. M. : Vyssh. shk., 1996. 214 s.
5. McConnell, R. E. Our Own Voice: Canadian English and How It Came to be. Toronto: Gage, 1978. 276 p.

УДК 81'22

МОТИВАЦИОННО-ЦЕННОСТНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В АНГЛИЙСКОМ РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Н. Г. Вара

В статье представлена система мотиваций в английском рекламном дискурсе. Предлагается разграничение понятий «ценность», «мотив», «призыв».

Ключевые слова: рекламный дискурс, ценность, мотив, призыв.

В настоящее время реклама является доминирующим типом общения современного общества, она уверенно составляет неотъемлемую часть культурных моделей различных социумов, оказывая определенное воздействие на систему его общественных норм и ценностей, которые имеют социокультурное и историческое измерение.

Реклама информирует потребителя о товарах и услугах, которые существуют для того, чтобы удовлетворять человеческие потребности. Цель рекламы – создавать потребность, поддерживать состояние неудовлетворенной потребности посредством нового предложения товаров и услуг.

В маркетингологии потребность определяется как «нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида» [21]. Потребности выражаются в объектах, способных удовлетворить нужду тем способом, который присущ культурному укладу конкретного общества или социальной группы.

Согласно философскому подходу «сущность потребностей находится в самом субъекте потребностей и носит виртуальных характер: то из материальной деятельности вытекают духовные потребности, то, наоборот, духовная деятельность сопровождается материальными потребностями, но сами потребности зависят от их носителя» [19. С. 23].

В психологии потребность понимается как «состояние индивида, создаваемое испытываемой им нуждой в объектах, необходи-

мых для его существования и развития, и выступающее источником его активности» [12. С. 257].

В социологии потребности рассматриваются как «первоисточник мотивации, нужда в том, что необходимо для существования личности (коллектива, общества), их нормального функционирования. Потребность – осознанная необходимость в производстве, распределении, обмене и потреблении материальных благ, социальных и культурных ценностей» [24].

В рамках презентационной теории дискурса А. В. Олянича потребности лежат в основе выделения типов дискурса. Автор не выделяет отдельно рекламный дискурс, тем не менее представляется, что в его основе должны лежать потребности в материальных благах, что сближает рекламных дискурс с деловым [19]. Дискурсный подход позволяет рассматривать рекламу как средство формирования потребности в постоянном изменении образа жизни у основной части населения, существенно влияя на характер культурных доминант социума, его ценностей [9].

Ценность является главным понятием аксиологии, это сущность и условия бытия объекта [2; 3; 11]. Ценность есть нечто культурно оформленное, что отличает ее от природных явлений [15]. «Ценность – то, что чувства людей диктуют признать стоящим над всем и к чему можно стремиться, созерцать, относиться с уважением, признанием, почтением» [16. С. 507]. Ценности – это обобщенные цели и средства их достижения, выполняющие роль фундаментальных норм. Они обеспечивают интеграцию общества, помогая индивидам осуществлять социально одобряемый выбор своего поведения в жизненно значимых ситуациях. Система ценностей образует внутренний стержень культуры, оказывает влияние на социальные интересы и потребности, выступая одним из важнейших мотиваторов социального действия, поведения индивидов [5].

Мотивация поведения человека определяется его ценностными представлениями, возникающими потребностями. Сложившаяся система ценностей в определенном социуме позволяет определить его потребительские мотивы и построить рекламное сообщение таким образом, что оно обязательно будет воспринято в данном обществе. Мотив – осознанная и опредмеченная потребность, субъективное отражение потребности [17]. «Мотив – побуди-

тельная причина, повод к какому-нибудь действию» [7]. Из определения понятия можем заключить, что мотивы, как и ценности, являются внутренними ориентирами поведения людей, которые учитывает рекламодатель при создании сообщения. Используемые в рекламных текстах мотивы условно объединяются исследователями (И. Ю. Агапова, В. Л. Музыкант, Е. Ромат и др.) в три группы: 1) рациональные; 2) эмоциональные; 3) нравственные (и социальные). Рациональные мотивы характерны для аудитории с аналитическим складом ума, апеллируют к рационально-логическому мышлению. Эмоциональные мотивы вызывают желание избавиться от отрицательных эмоций и добиться положительных. Нравственные и социальные мотивы обращены к чувству справедливости и порядочности [8].

В рекламе применяются разные мотивы для побуждения потребителя к приобретению товара. В. В. Зирка выделяет следующие виды мотивов, актуализируемые в рекламных текстах:

Утилитарные мотивы доминируют в рекламных текстах, описывающих эксплуатационные характеристики товара, его долговечность, возможность быстрого и качественного ремонта.

Mitsubishi Shogun Sport

- *Air conditioning*
- *Alloy wheels*
- *Electric sunroof*
- *Central locking*
- *Dual airbags*
- *ABS with EBD*
- *Electric windows & door mirrors*
- *Immobilizer* (The Times, April 15, 2006)

Эстетические мотивы делают акцент на привлекательности формы, оригинальности цветового решения и т. п. Тексты, в которых используются эстетические мотивы, делают упор на «хороший вкус» потребителя рекламы.

The Mitsubishi Colt Blue comes with:

- *Automatic light sensitive headlamps*
- *Automatic rain sensitive wipers*
- ***Unique blue sporty interior***
- *16" alloy wheels*
- *CD/MP3 compatability*

- *Electric front windows*
- *Remote central locking*
- *Front and side airbags*
- *Power steering*
- *Metallic paint as standard* (The Times, December 15, 2006)

Мотивы престижа связаны с желанием подчеркнуть свой статус, материальный достаток, положение в обществе. Им соответствует потребность к самоутверждению, когда товар предлагается как средство принадлежности к определенной (престижной) социальной группе.

Lexus GS 350

THE NEW FACE OF LUXURY PERFORMANCE (Lifestyler Early Summer 2012).

Представители только определенной социальной группы могут позволить себе роскошь.

Мотивы достижения, уподобления связаны с желанием приобрести товары/услуги, рекламируемые знаменитой личностью.

В рекламном ролике автомобиля *Giulietta*, выпускаемого итальянской компанией *Alfa Romeo*, которая входит в состав *Fiat Group*, снимается известная актриса Ума Турман.

Сюжет ролика: в кадре попеременно изображаются движущийся автомобиль и актриса. Параллельно звучит голос актрисы, и появляется надпись на экране, характеризующая автомобиль: *I'm freedom (ultimate comfort and space). I'm strength (best in class safety). I'm technology (award winning multi-air engine). And I'm Giulietta. I'm such stuff as dreams are made on. Without heart we would be mere machines* (<http://www.youtube.com/watch?v=agRelxkDEnQ>). В последней фразе авторы ролика убеждают, что данный автомобиль создан с заботой о комфорте и безопасности своих потребителей, а также с учетом последних достижений в развитии новейших технологий автомобилестроения.

Мотив безопасности призывает к сохранению жизни и здоровья.

Half protection is not protection. New Mitsubishi ASX. Knee airbags included (<http://theinspirationroom.com/daily/2011/mitsubishi-asx-knee-airbags>).

Производители данной марки автомобиля позаботились о безопасности своих покупателей, предлагая к обычным еще и подушки безопасности, защищающие от повреждений даже колени.

Мотив выгоды, продиктованный стремлением человека приобрести дешевый, но, по возможности, качественный товар.

The hyundai Gets from £6,995

Quality has never come at a more attractive price. What's more, Hyundai is the only manufacture to offer a 5 year unlimited mileage warranty across the range as no other manufacture believes in the quality of their cars like Hyundai (The Times, January 14, 2006).

Сниженная цена не может оставить покупателя равнодушным и поможет принять ему правильное решение о приобретении рекламируемого автомобиля быстрее.

Многие исследователи, основываясь на мотивационных принципах, формулируют следующую задачу рекламы: «организовать поисковое поведение покупателя, стимулированное актуализированной потребностью, т. е. потребностью, проанализированной в интересах покупателя» [8]. А. Н. Леонтьев пишет, «что в развитии потребностей открывается новая возможность: формирование потребностей» [17. С. 10].

Поэтому следует признать справедливым распространенное мнение о том, что современная реклама строится не столько на информации о товаре, сколько на показе самой сферы будущего потребления, на показе тех преимуществ, которые покупатель получает, приобретая товар. При этом акцент делается не на собственно потребительских качествах товара, так как эти качества ничем не отличаются от качеств абсолютно аналогичных товаров, производимых другими фирмами, а на символические ценности, реализующиеся в словах-символах и позволяющие в социально стратифицируемом обществе демонстрировать свой социальный статус, принадлежность к престижной социальной группе и т. п. [22. С. 88].

Разработка эффективного информационного обращения к аудитории является одной из самых главных задач любой системы маркетинговых коммуникаций. Определяя оптимальное содержание сообщения, маркетологи должны стремиться создать призыв, тему, идею или уникальное коммерческое предложение, т. е. выделить преимущества, мотивы или причины, исходя из которых аудитория будет оценивать предлагаемый продукт [6].

В литературе, посвященной рекламе, термин «ценность» нередко подменяется рекламным призывом. Исследователи харак-

теризуют призыв как то, что делает товар привлекательным для потребителя и акцентируется в рекламе товара. Л. А. Кочетова предлагает разграничить понятия «ценность» и «призыв» по линии внутреннее/внешнее: ценности определяются как внутренние ориентиры поведения людей, призывы имеют внешнее происхождение, исходят от рекламодателя [14. С. 54]. Главной функцией призыва является установление контакта с целевой аудиторией и создание желаемой атмосферы потребления, позиционирование товара, формируя его образ и придавая ему желаемые свойства. При этом, призыв необязательно передает реальные свойства и характеристики товара.

Классик маркетинга Ф. Котлер выделяет три типа призывов: основанные на рациональных аргументах, эмоциях и морали [13]. Рациональный призыв рассчитан на интересы аудитории и показывает, что продукт предоставит заявленные преимущества: обращения демонстрирующие качество продукта, его экономичность, ценность или эффективность. Считается, что на рациональный призыв больше всего реагируют деловые покупатели, разбирающиеся в классе продукта, его ценности и способные объяснить другим мотивы своего выбора.

Lexus RX 350

A WISE INVESTMENT IN YOURSELF (Lifestyler Spring 2012)

Приобретение качественного товара является разумным вложением капитала.

Эмоциональный призыв призван вызвать положительные эмоции, мотивирующие потребителей к покупке. Рекламодатель стремится к тому, чтобы рекламируемый товар вызывал положительные ассоциации у адресата.

Audi MidTown Toronto

Suddenly, 2012 looks better than predicted.

The all-new 2012 Audi A6. Another reason this year should be one to remember (Lifestyler Winter 2012)

В данном рекламном лозунге авторы апеллируют к положительным ассоциациям, связывающих выпуск новой модели автомобиля Audi и проведение Олимпийских игр в Лондоне в 2012 году. Кроме того здесь можно проследить прецедентность в сходстве эмблемы пяти олимпийских колец и логотипа Audi в виде четырех колец.

Моральный призыв направлен на чувства аудитории о справедливости и защите общественных ценностей.

Одним из ценностных ориентиров современного общества является забота об экологии. В рекламном ролике автомобиля Ford Escape Hybrid известный персонаж The Muppet Show лягушонок Kermit представляет автомобиль, перечисляя его характеристики, не причиняющие вред окружающей среде.

*With this brand-new Ford Escape Hybrid, it is sort of part gas, part electric and everyone says **that's been green**. Of course it's not quite green, not like I'm green.*

If I can get one thing of doing this ad it would be ... er ... if we take care of these beautiful woods and this beautiful world and ... er ... thank you for letting me be a part of your commercial and ... er ... I'm just looking for my booster seats and extended puddles. Thanks a lot. Ha-ha (http://www.youtube.com/watch?v=UdLTEpA1b_4)

В приведенном примере использована идиома “to be green”. Словарь дает следующее определение идиомы: «To be green does not mean to dip yourself in green paint! To be green is to help the environment in every way possible. Use energy efficient gadgets, reuse and recycle just about anything!» (<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=be+green>)

Взаимозаменяемость терминов «ценность» и «призыв» исследователи объясняют тем, что призывы используются для актуализации ценностей, которые разделяет потребитель, но не во всех случаях совпадают с ними, и ценности является источником призывов, но не все ценности функционируют в качестве призывов. Таким образом, некоторые призывы могут формировать новые потребности и, следовательно, ценности, то есть становятся ориентирами поведения [14. С. 55].

В данной статье нами рассматривались следующие понятия рекламного дискурса: ценность, мотив, призыв. Рекламный дискурс является средством формирования, развития и изменения ценностей в социуме, которые в свою очередь позволяют определить его потребительские мотивы. Выявив мотивы потребительской аудитории, рекламодатель создает призыв, позволяющий выделить преимущества своего товара или услуги, который будет оценен целевой аудиторией.

Список литературы

1. Агапова, И. Ю. Социально-психологическое воздействие рекламного сообщения на целевую аудиторию: дис. ... канд. психол. наук. М., 1999. 234 с.
2. Алифиренко, Н. Ф. Ценностно-смысловая природа языкового знания // Языковая личность: проблемы когнитии и коммуникации: сб. науч. тр. Волгоград : Колледж, 2001. С. 3–11.
3. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека. М. : Языки русской культуры, 1999. 896 с.
4. Большой толковый социологический словарь терминов онлайн [Электронный ресурс]. URL: <http://www.onlinedics.ru/slovar/soc/p/potrebnost.html>
5. Вебер, М. Избранные произведения / сост. Ю. Н. Давыдова. М. : Прогресс, 1990. 808 с.
6. Верников, Г. Структура системы маркетинговых коммуникаций [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vpg.ru/main.mhtml?PubID=26>
7. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М. : Русский язык, 2000.
8. Зирка, В. В. Реклама, потребительские мотивы, вербальная сатурация текста // Вестник Днепропетровского университета им. Нобеля. 2012. № 1(3). С. 150–158.

Referencis

1. Agapova, I. Ju. Social'no-psihologicheskoe vozdejstvie reklamnogo soobshhenija na celevuju auditoriju: dis. ... kand. psihol. nauk. M., 1999. 234 s.
2. Alifirenko, N. F. Cennostno-smyslovaja priroda jazykovogo znanija // Jazykovaja lichnost': problemy kognicii i kommunikacii: sb. nauch. tr. Volgograd : Kolledzh, 2001. S. 3–11.
3. Arutjunova, N. D. Jazyk i mir cheloveka. M. : Jazyki russkoj kul'tury, 1999. 896 s.
4. Bol'shoj tolkovyj sociologicheskij slovar' terminov onlajn [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.onlinedics.ru/slovar/soc/p/potrebnost.html>
5. Veber, M. Izbrannye proizvedenija / sost. Ju. N. Davydova. M. : Progress, 1990. 808 s.
6. Vernikov, G. Struktura sistemy marketingovyh kommunikacij [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.vpg.ru/main.mhtml?PubID=26>
7. Efremova, T. F. Novyj slovar' russkogo jazyka. Tolkovo-slovoobrazovatel'nyj. M. : Russkij jazyk, 2000.
8. Zirka, V. V. Reklama, potrebitel'skie motivy, verbal'naja saturacija teksta // Vestnik Dnepropetrovskogo universiteta im. Nobelja. 2012. № 1(3). S. 150–158.

9. Ильинова, Е. Ю. Лингвокогнитивное обоснование характера ассимиляции и культурной экспансии рекламного дискурса // Лингводидактические проблемы межкультурной коммуникации: сб. науч. ст. / отв. ред. Т. В. Максимова. Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2003. 220 с.
10. Ильинова, Е. Ю. Рекламный дискурс: ценности, образы, ассоциации // Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева. М. : Флинта : Наука, 2011. С. 38–56.
11. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
12. Карпов, А. В. Психология менеджмента: учеб. пособие. М. : Гардарики, 2005. 584 с.
13. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. СПб. : Питер Ком, 1998. 559 с.
14. Кочетова, Л. А. Английский рекламный дискурс в динамическом аспекте : монография. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2013. 404 с.
15. Красавский, Н. А. Печатный рекламный текст как отражение системы ценностей социума // Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография. М. : Флинта : Наука, 2011. С. 138–146.
9. Il'inova, E. Ju. Lingvokognitivnoe obosnovanie haraktera assimiljacji i kul'turnoj jekspanсии reklamnogo diskursa // Lingvodidakticheskie problemy mezhkul'turnoj kommunikacii: sb. nauch. st. / otv. red. T. V. Maksimova. Volgograd : Izd-vo VolGU, 2003. 220 s.
10. Il'inova, E. Ju. Reklamnyj diskurs: cennosti, obrazy, associacii // Reklamnyj diskurs i reklamnyj tekst: kolektivnaja monografija / nauch. red. T. N. Kolokol'ceva. M. : Flinta : Nauka, 2011. S. 38–56.
11. Karasik, V. I. Jazykovoju krug: lichnost', koncepty, diskurs. Volgograd : Peremena, 2002. 477 s.
12. Karpov, A. V. Psihologija menedzhmenta: ucheb. posobie. M. : Gardariki, 2005. 584 s.
13. Kotler, F. Marketing menedzhement. SPb. : Piter Kom, 1998. 559 s.
14. Kochetova, L. A. Anglijskij reklamnyj diskurs v dinamicheskom aspekte : monografija. – Volgograd : Izd-vo VolGU, 2013. 404 s.
15. Krasavskij, N. A. Pечатnyj reklamnyj tekst kak otrazhenie sistemy cennostej sociuma // Reklamnyj diskurs i reklamnyj tekst: kolektivnaja monografija. M. : Flinta : Nauka, 2011. S. 138–146.

16. Краткая философская энциклопедия / под ред. Е. Ф. Губского и др. М. : Прогресс, 1994. 576 с.
17. Леонтьев, А. А. Потребности, мотивы и эмоции // Психология эмоций. Тексты. М. : МГУ, 1993. С. 171–180.
18. Музыкант, В. Л. Реклама. Международный опыт и российские традиции. М. : Право и Закон, 1996. 222 с.
19. Олянич, А. В. Презентационная теория дискурса. М. : Гнозис, 2007.
20. Ромат, Е. В. Реклама: история. Теория. Практика. СПб. : Питер, 2002. 544 с.
21. Словарь маркетинговых терминов, 2002 [Электронный ресурс]. URL: <http://vocable.ru/dictionary/77>
22. Тарасов, Е. Ф. Психолингвистические особенности языка рекламы // Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. М. : Наука, 1974. С. 80–96.
23. Urbandictionary – Электронные текстовые данные [Электронный ресурс]. URL: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=be+green>
24. Onlinedics – Электронные текстовые данные [Электронный ресурс]. URL: www.onlinedics.ru
16. Kratkaja filosofskaja jenciklopedija / pod red. E. F. Gubskogo i dr. M. : Progress, 1994. 576 s.
17. Leont'ev, A. A. Potrebnosti, motivy i jemocii // Psihologija jemocij. Teksty. M. : MGU, 1993. S. 171–180.
18. Muzykant, V. L. Reklama. Mezhdunarodnyj opyt i rossijskie tradicii. M. : Pravo i Zakon, 1996. 222 s.
19. Oljanich, A. V. Prezentsionnaja teorija diskursa. M. : Gnozis, 2007.
20. Romat, E. V. Reklama: istorija. Teorija. Praktika. SPb. : Piter, 2002. 544 s.
21. Slovar' marketingovyh terminov, 2002 [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://vocable.ru/dictionary/77>
22. Tarasov, E. F. Psiholingvisticheskie osobennosti jazyka reklamy // Psiholingvisticheskie problemy massovoj kommunikacii. M. : Nauka, 1974. S. 80–96.
23. Urbandictionary – Jelektronnye tekstovye dannye [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=be+green>
24. Onlinedics – Jelektronnye tekstovye dannye [Jelektronnyj resurs]. URL: www.onlinedics.ru

Источники

Lifestyler Early Summer 2012
Lifestyler Spring 2012
Lifestyler Winter 2012
The Times, January 14, 2006
The Times, April 15, 2006
The Times, December 15, 2006
[http://www.youtube.com/
watch?v=UdLTEpA1b_4](http://www.youtube.com/watch?v=UdLTEpA1b_4)
[http://www.youtube.com/
watch?v=agRelxkDEnQ](http://www.youtube.com/watch?v=agRelxkDEnQ)
[http://theinspirationroom.com/
daily/2011/mitsubishi-asx-knee-
airbags/](http://theinspirationroom.com/daily/2011/mitsubishi-asx-knee-airbags/)

Source

Lifestyler Early Summer 2012
Lifestyler Spring 2012
Lifestyler Winter 2012
The Times, January 14, 2006
The Times, April 15, 2006
The Times, December 15, 2006
[http://www.youtube.com/
watch?v=UdLTEpA1b_4](http://www.youtube.com/watch?v=UdLTEpA1b_4)
[http://www.youtube.com/
watch?v=agRelxkDEnQ](http://www.youtube.com/watch?v=agRelxkDEnQ)
[http://theinspirationroom.com/
daily/2011/mitsubishi-asx-knee-
airbags/](http://theinspirationroom.com/daily/2011/mitsubishi-asx-knee-airbags/)

УДК 81'22

ФРАЗОВЫЕ ГЛАГОЛЫ В ДЕЛОВОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Л. Г. Мудрова

Статья посвящена проблеме употребления фразовых глаголов в деловом английском языке, которые широко употребляются во всех типах текстов, а также в текстах для аудирования и других. Поэтому данный раздел грамматики, в частности в области фразеологии, представляет собой определенную трудность при обучении иностранному языку.

Ключевые слова: фразовые глаголы, аудирование, иностранный язык.

Английский язык имеет тысячелетнюю историю. За это время в нем накопилось большое количество выражений, которые являются меткими, удачными и даже красивыми.

Так возник особый слой языка - фразеология. Изучение любой языковой единицы предполагает рассмотрение её роли и места в том или ином речевом произведении. Фразовые глаголы / фразеологические единицы (verb + preposition / adverb) является частью обширной области фразеологии дополняет коммуникативный характер лингвистики текстов современных учебных комплексов, в учебниках для студентов. Они широко употребляются во всех типах текстов и в аудировании. «... совокупность фразеологических единиц представляет собой расширение лексического состава языка» [1], поэтому можно сказать, что фразовые глаголы пополняют словарный запас обучаемого, усиливая при этом эстетический аспект языка».

Изучение фразовых глаголов актуально с точки зрения их функциональных свойств в текстах самых разных деловых сфер. Они не только обозначают действие, но и делают это более точно, метко, более образно, чем при помощи просто эквивалентных глаголов:

1. Europeans log on to Investment Fever (to log on = to connect).

2. This year the company has let down investors by announcing an unexpected loss (to let down = to disappoint).

Особенно сложной отраслью фразовых глаголов является перевод фразеологических единиц требующих немалого опыта в сфере исследования этой дисциплины, а также их запоминания. Важным аспектом исследования этой науки являются: устойчивость фразеологических единиц, их происхождение и основные функции.

О. Н. Гришина рассматривая семантику фразового глагола с позиции когнитивной лингвистики, подчеркивает эту трудность, говоря, что «значение этих глаголов иногда плохо осознаются, поскольку представляются немотивированными. Многочисленные омонимы еще больше придают сложности переводу. Основной причиной этих трудностей являются концептуальные несоответствия между русским и английским языками. Метафорические схемы, составляющие систему значений английского предлога и определяющие значения фразового глагола не фиксируются для нас на морфологическом уровне: для русскоговорящего этот уровень закреплен в первую очередь за аффиксами. Последние практически утратили самостоятельное лексическое значение, чего никак нельзя сказать о предлоге / наречии входящим в состав фразового глагола» [2. С. 19].

Для удобства и доступности запоминания в учебных целях и на учебном материале фразовые глаголы можно классифицировать [3; 4; 5]. Первую группу могут составлять глаголы двоякого рода:

– глаголы, имеющие всегда одно и то же значение и употребляющиеся с предлогом: to depend on, to insist on, to care for, to rely on и др.;

– глаголы, которые в сочетании с предлогами / наречиями не меняют кардинально своего лексического значения, предлог / наречие лишь вносит различные уточнения.

Н. Н. Амосова [6] называет такие глаголы «единицами переменного контекста». Например:

to agree – to agree with, to agree on, to agree to, to agree about, to hear – to hear about, to hear from, to speak - to speak out и другие.

К следующей группе можно отнести фразеологические единицы, значение которых невозможно вывести из составляющих их элементов. Это так называемые «единицы постоянного контекста, обладающие целостным значением [6].

Например:

1. «The criminals held up the train (остановили, задержали силой, чтобы ограбить) and stole all the passengers money».

2. We are trying to break into the Japanese market.

В этих примерах значения «**held up**» и «**break into**» **нельзя вывести** из значений глаголов «to hold» и «to break». Это устойчивые идиоматические сочетания (verb + preposition / adverb).

Фразовые глаголы могут иметь и наречие, и предлог (т.е. verb + adverb + preposition) - это **трехэлементные фразеологические единицы**, которые могут составлять третью группу классификации: to come up with, to get away with, to miss out on, to get on with, to look forward to и др. Например:

1. She is not an easy person to get on with (= to have a friendly relationship with).

2. However, Freeplay may have missed out on (= failed to take an advantage of) some opportunities in markets in the West where its products are starting to catch on (= become popular).

При обучении и в зависимости от учебных материалов можно вводить фразовые глаголы для обогащения словарного запаса студентов по-разному.

За основу нужно брать отдельные глаголы, предлоги или наречия [7]. Например, фразовые глаголы с «out» или «up»: sort out, spell out, bring out и др.; weigh up, step up, bring up.

1. I am willing to consider introducing flexitime, but would you first spell out the advantages of the system, please?

2. I would like to bring up the subject of expense claims at our next meeting.

Или фразеологические единицы с глаголами «set», «put», «catch», «bring» и т.д.: set up, set back, set about, set in, set out и др.

1. When the Managing Director set out to change the management structure, no one thought he had a chance of succeeding.

2. I am not surprised by our poor financial performance. I put it down to ineffective leadership.

Фразовые глаголы группируются и тематически [8], в зависимости от того, о чем идет речь.

Например: переговоры, сделки, программы, планы:

Draw up (contract) - prepare and write;

Cope with - manage to deal with;

Carry out (plan) – put into practice, и т.д.

Таким образом, широкое употребление фразовых глаголов в текстах делового английского языка предполагает необходимость и актуальность их изучения и запоминания, а также обогащение словарного запаса студентов. Необходимо учитывать разнообразие структуры фразовых глаголов, их разную степень трудности перевода и понимания текстов. Чтобы лучше их запоминать и изучать, необходимо их группировать.

Список литературы

1. Степанов, Ю. С. Основы общего языкознания. М. : Просвещение, 1995. С. 55.
2. Гришина, О. Н. Концептуальная метафора и английский фразовый глагол: сб. науч. тр. Вып. 442. М. : Изд-во МГЛУ, 1998. С. 18–21.
3. Martin, Hewings. Advanced Grammar in Use - Cambridge University Press, 2001.
4. Rosemary, Courtney. Dictionary of Phrasal Verbs. Longman, 1994.
5. Graham, Tullis. Tonya Trappe. New Insight into English. Longman, 2001.
6. Амосова, Н. Н. Основы английской фразеологии. Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1995. С. 131–132.
7. David, Cotton. Keys to Management. Longman, 1997.
8. David, Cotton. World of Business. Longman, 1998.

Referencies

1. Stepanov, Ju. S. Osnovy obshhego jazykoznanija. M. : Prosveshhenie, 1995. S. 55.
2. Grishina, O.N. Konceptual'naja metafora i anglijskij frazovyj glagol: sb. nauch. tr. Vyp. 442. M. : Izd-vo MGLU, 1998. S. 18–21.
3. Martin, Hewings. Advanced Grammar in Use - Cambridge University Press, 2001.
4. Rosemary, Courtney. Dictionary of Phrasal Verbs. Longman, 1994.
5. Graham, Tullis. Tonya Trappe. New Insight into English. Longman, 2001.
6. Amosova, N. N. Osnovy anglijskoj frazeologii. L. : Izd-vo Leningr. un-ta, 1995. S. 131–132.
7. David, Cotton. Keys to Management. Longman, 1997.
8. David, Cotton. World of Business. Longman, 1998.

МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ЯЗЫКА

УДК 81'24

АЛЛИТЕРАЦИЯ В СТИХОТВОРЕНИЯХ ДЛЯ ДЕТЕЙ КАК ПРИЕМ РАЗВИТИЯ АРТИКУЛЯЦИИ ЗВУКОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Н. С. Пищик, А. Д. Чепелюк

В статье исследуется аллитерация в англоязычных и немецкоязычных стихотворениях для детей как прием развития артикуляции. Сравнивается произношение некоторых русскоязычных, англо- и немецкоязычных звуков. Определяется роль рифмованного произведения для детей как средства обучения иностранному языку.

Ключевые слова: аллитерация, артикуляция, звук, стихотворение, ребенок, обучение.

Актуальность данного исследования обусловлена активным использованием стихов для детей при обучении иностранным языкам в качестве примеров и учебного пособия. Роль аллитерации в формировании правильного произношения, что является одной из основ взаимопонимания при коммуникации, изучена недостаточно.

Объектом данной статьи выступают англоязычные и немецкоязычные рифмованные произведения для детей. **Предметом:** аллитерация, как метод формирования правильной артикуляции.

Цель данной работы – определить значение аллитерации в стихотворениях для детей при обучении иностранному языку и знакомстве с фонетикой данного языка. Проанализировать примеры аллитерации в рифмованных произведениях и определить различие в произношении звуков. Вопросом формирования правильного произношения при изучении иностранного языка занимались: И. Л. Бим, Л. И. Логвинова, О. О. Коломынова, Е. Кисунько, Е. У. Музланова и другие.

Стихотворения и рифмы играют значительную роль, как для развития ребенка, так и при обучении иностранным языкам. Они важны при формировании правильного произношения на начальных этапах знакомства с языком.

Как известно, одной из их особенностей является аллитерация, которая используется в педагогических целях и очень значима для развития артикуляции ребенка. Рифмованные произведения для детей и скороговорки с этим стилистическим приемом помогают детям научиться правильно и четко произносить те или иные звуки, играя, заучивая и повторяя их.

Аллитерация – в узком (лингвистическом) смысле – особый, канонизованный прием поэтической техники (или фонетической организации стиха); иначе говоря, это один из видов «звукового повтора», отличающийся от прочих видов, в частности от рифмы тем, что тождественные (повторяющиеся) звуки локализируются не в конце, а в начале стиха. Повторяющимися или корреспондирующими звуками, оказываются в большинстве случаев согласные [5].

Использование стихотворений с этим приемом особенно важно на начальной стадии изучения иностранного языка. Наряду со сходными характеристиками звуков – гласные и согласные звуки, звонкие и глухие – ребенок встречается с принципиально новыми, непривычными для него характеристиками: появление звуков с несвойственной для русской речи артикуляцией, отсутствие смягчения согласных звуков, долгота гласных и т.д. [1. С. 50]. Как известно, в английском, немецком и русском языках артикуляция разная. Таким образом, возникает интерференция звуков иностранного языка, когда они уподобляются звукам родной речи.

У учеников младшего возраста очень хорошо развита способность к восприятию и имитации. По-этой причине нужно уделять внимание фонетике с самого начала.

Значение слухо-произносительных навыков для речевой деятельности в ее основных разновидностях вне сомнений. Нарушение фонематической правильности речи, неправильное интонационное оформление, ведет к недоразумениям и непониманию со стороны слушателя [2].

Одним из основных требований к произношению учащихся является фонематичность: **правильность произношения, достаточная** для того, чтобы оно было понятно собеседнику.

Прием аллитерации как средства создания ритма, приятного звучания и способа развития правильной артикуляции мы можем встретить как в русском, так и в английском и немецком языках. Например, даже в фольклорных стихах из сборника «Мелодии Матушки Гусыни» (1760), можно найти стишки-потешки, где четко прослеживается аллитерация. В следующем примере используется аллитерация звуков [w],[θ], [ð]:

*Whether the weather be fine,
Or whether the weather be not [6].*

Если некоторые звуки английского языка похожи на их аналоги в русском языке [n, l, s, z], то некоторых из них в родном языке не существует.

К таким принадлежит звук [w]. Как известно, он звучит кратко и слабо. При правильном произнесении этого английского звука губы вначале сомкнуты, затем приоткрываются, слегка выпячиваясь и сильно округляются, образуя узкую, круглую щель. Выдыхаемый легкими воздух, проходя через эту щель, заставляет губы вибрировать. Задняя часть языка сильно приподнята по направлению к мягкому небу [4].

Так же не существует в русском языке и звуков [θ] и [ð]. При их произношении язык распластан и не напряжён, кончик языка находится между зубами. Звук [θ] произносится как глухой, а звук [ð] с голосом как звонкий. Губы не должны касаться краёв языка [3].

Сложность обучения ребенка в том, что его внимание нельзя удержать надолго, оперируя только научными терминами и заставляя повторять несвязные слова с данными звуками. Стихотворение, благодаря сюжету, рифме и ритму, легко учиться. Его можно использовать как игру, при этом в неё можно привнести элемент соревнования, предложив детям читать рифмованное произведение на скорость во время фонетической зарядки. Кроме того, в нем есть аллитерация изучаемого звука, а это значит, что такое стихотворение тренирует произношение.

Следующий пример универсальный. В нем представлена аллитерация сразу нескольких звуков, которые имеют различие в произношении с русскоязычными: [z], [p], [w]. Также, здесь ребенок может попрактиковаться в произношении других звуков: [d], [s], [r] и т. д.

Spring is showery, flowery, bowery;

Summer – hoppy, croppy, poppy;

Autumn – wheezy, sneezy, freezy;

Winter – slippy, drippy, nippy [6].

Здесь есть также и другая прагматическая цель – расширение кругозора. Дети знакомятся с временами года и эпитетами, которые их характеризуют.

Известная многим скороговорка «BettyBotter», написанная во второй половине 20 столетия, строится на аллитерации звука [b]:

Betty Botter bought some butter;

“But,” said she, “this butter’s bitter!

If I put it in my batter,

It will make my batter bitter [7].

Этот звук звонкий, то есть в его произнесении участвуют голосовые связки. Прорыв потоком воздуха препятствия, смычки губ, создает взрывную волну, слышимую нами как звук [b]. В отличие от русского звука [б], английский звук [b] более слабый и, при его произношении губы не так напряжены [4].

Отсюда можно сделать вывод, что данное стихотворение целесообразно использовать для формирования умений правильно произносить данный звук, а также оно может позабавить детей своим сюжетом и композицией.

Похожие примеры встречаются и в немецкоязычных стихотворениях для детей. Например, в стихотворении Генриха Гофмана “**Die gartraurige Geschichte mit dem Feuerzeug**“ мы встречаем аллитерацию звука «h»:

Es brennt die **H**and, es brennt das **H**aar... **H**erbei! **H**erbei! Wer **h**ilft gesch**w**ind?... Das arme Kind mit **H**aut und **H**aar [8. С. 13].

Это рифмованное произведение можно использовать при работе над немецким звуком [h].

Стихотворения с аллитерацией целесообразно использовать во время фонетической зарядки на начальном этапе обучения.

Если в поэзии для взрослых её цель – вызвать те или иные эмоции у читателя, то в стихотворениях для детей она, прежде всего, используется с целью улучшения артикуляции ребенка. При использовании стихотворений, рифмованных загадок, пословиц для обучения иностранным языкам (английскому, немецкому), аллитерация помогает лучше и быстрее запомнить правильное произ-

ношение звуков, которые отличаются от звуков родного языка, а также усвоить произношение звуков английского и немецкого языка, которых не существует в родном языке. Таким образом, можно сказать, что аллитерация – не только вид звукового повтора, способствующий созданию ритмического рисунка произведения, но и действенное средство овладения фонетикой как родного, так и иностранного языка.

Список литературы

1. Логинова, Л. И. Как помочь ребенку заговорить по-английски: Книжка для учителей. М. : Владос, 2004. 208 с.
2. Библиотека научных работ. Фонетическая зарядка как средство формирования произносительных навыков. [Электронный ресурс]. URL : http://theoldtree.ru/inostrannye_yazyki_i_yazykoznanie/foneticheskaya_zaryadka_kak_sredstvo_2.php
3. Изучение английского языка. Теория/произношение/звуки [θ], [ð]. [Электронный ресурс]. URL : <http://www.native-english.ru/pronounce/shf>
4. Таблица артикуляции английских согласных звуков. [Электронный ресурс]. URL : <http://freen.ru/phonetics/table-consonants.html>
5. Фундаментальная электронная библиотека. Литературная энциклопедия. Аллитерация. [Электронный ресурс]. URL : <http://feb-web.ru/feb/litenc/encyclop/le1/le1-0961.htm>

Referencies

1. Loginova, L. I. Kak pomoch' rebenku zagovorit' po-anglijski: Knizhka dlja uchitelej. M. : Vlados, 2004. 208 s.
2. Biblioteka nauchnyh rabot. Foneticheskaja zaryadka kak sredstvo formirovanija proiznositel'nyh navykov. [Jelektronnyj resurs]. URL : http://theoldtree.ru/inostrannye_yazyki_i_yazykoznanie/foneticheskaya_zaryadka_kak_sredstvo_2.php
3. Izuchenie anglijskogo jazyka. Teorija/proiznoshenie/zvuki [θ], [ð]. [Jelektronnyj resurs]. URL : <http://www.native-english.ru/pronounce/shf>
4. Tablica artikuljaciji anglijskih soglasnyh zvukov. [Jelektronnyj resurs]. URL : <http://freen.ru/phonetics/table-consonants.html>
5. Fundamental'naja jelektronnaja biblioteka. Literaturnaja jenciklopedija. Alliteracija. [Jelektronnyj resurs]. URL : <http://feb-web.ru/feb/litenc/encyclop/le1/le1-0961.htm>

6. Betty Botter [Электронный ресурс]. URL : http://en.wikipedia.org/wiki/Betty_Botter

7. Mother Goose Nursery Rhymes. Nursery Rhymes that begin with “W” [Электронный ресурс]. URL : <http://www.mothergoose.com/Rhymes/wrhymes.htm>

8. Hoffmann Heinrich. Der Struwelpeter. Rütten &Loening Verlag. Frankfurt am Main, 1994. 38 s.

6. Betty Botter [Jelektronnyj resurs]. URL : http://en.wikipedia.org/wiki/Betty_Botter

7. Mother Goose Nursery Rhymes. Nursery Rhymes that begin with “W” [Jelektronnyj resurs]. URL : <http://www.mothergoose.com/Rhymes/wrhymes.htm>

8. Hoffmann Heinrich. Der Struwelpeter. Rütten &Loening Verlag. Frankfurt am Main, 1994. 38 s.

УДК 81'24

**ОБЩИЕ ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ ЕГЭ
ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ И ЭКЗАМЕНОВ
НА ПОЛУЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ
ЯЗЫКОВЫХ СЕРТИФИКАТОВ**

М. М. Скрипаленко, М. В. Сергеева

Провели оценку полезности навыков учащихся, приобретаемых при подготовке к ЕГЭ по английскому языку, для использования их при сдаче экзаменов на получение международных языковых сертификатов. Оценка осуществлялась выявлением соответствия форматов заданий и форматов ответов ЕГЭ и экзаменов TOEFL, FCE, IELTS, GRE, GMAT, BEC.

Ключевые слова: ЕГЭ, полезность навыков, международные языковые экзамены.

Среди отзывов преподавателей вузов, школ и репетиторов по английскому языку в интернете, на телевидении, радио и в других СМИ существует множество различных оценок навыков, приобретаемых учащимися при подготовке к ЕГЭ. Отзывы неоднозначны: и положительные, и отрицательны. Так, например, среди положительных можно выделить развитие навыков письменной речи «...в условиях, когда весь мир переписывается по электронной почте...» [1]. Среди отрицательных – «...неоправданно сложная грамматика...» [1], наличие заданий, содержащих «пласт совершенно архаичной грамматики диккенсовских времен» [2] и, безусловно, отсутствие разговорной части.

О сравнении навыков, получаемых при подготовке к ЕГЭ и необходимых для сдачи FCE и IELTS, **написано немало статей.** Например, работы [3–6], в которых проводится сравнение ЕГЭ с FCE и IELTS. Исходя из того, что проект ЕГЭ был подготовлен группой преподавателей, прошедших специальную подготовку при поддержке Британского совета, формат экзамена напоминает два указанных международных британских экзамена. При этом сравнение осуществляется на основе поиска простого соответствия без ис-

пользования каких-либо параметров, в том числе количественных.

Цель данного исследования – оценка полезности навыков учащихся, приобретаемых при подготовке к ЕГЭ, для использования их при сдаче экзаменов на получение международных сертификатов. Методика оценки состоит в следующем:

1) выявляется соответствие (частичное или полное) формата заданий в разных экзаменах. При полном соответствии назначается максимальный балл, например 5, при частичном – выставляется балл от 1 до 4, в зависимости от степени совпадения;

2) выявляются соответствия требуемого формата ответов на вопросы заданий аналогичным образом;

3) производится суммирование баллов, полученное при сравнении форматов заданий и форматов ответов каждого из заданий ЕГЭ с выбранным международным экзаменом;

4) результат представлен в виде таблицы;

5) на основании таблицы строится диаграмма.

Рассмотрим конкретные примеры.

Задание В1 на аудирование в демонстрационном варианте ЕГЭ 2013 по английскому состоит в том, чтобы выбрать соответствие между высказываниями 6 говорящих и 6 утверждений (из 7 представленных утверждений – одно лишнее).

В соответствии с ресурсом [7] и предоставленными там материалами по подготовке к FCE (Sample papers) и BEC задание В1 ЕГЭ частично совпадает с заданиями Part 3 Listening FCE (4 балла) и Part 2 (Section one и Section two) Listening BEC (4 балла), предлагающими прослушать и сопоставить 5 высказываний и 6 утверждений, из которых одно – так же лишнее.

Требуемый формат ответов на задание В1 в ЕГЭ полностью совпадает с требуемым форматом ответов в задании Part 3 Listening FCE (5 баллов) и в Part 2 (Section one и Section two) Listening BEC (5 баллов).

Полного соответствия заданиям А1-А8 ЕГЭ в разделах Listening международных экзаменов, выбранных для исследования, обнаружить не удалось. Однако формат таких заданий полностью соответствует секции Reading в IELTS – Identifying information (Questions 1–8) [8] (5 баллов).

Формат заданий и ответов А8-А14 ЕГЭ (три варианта ответа на каждый из 7 вопросов к прослушанному монологу или интервью)

полностью совпадает с Part 4 раздела Listening FCE (5+5=10 баллов) и Part 3 раздела Listening в BEC (5+5=10 баллов), представленными на ресурсе [7]. На ресурсе [8] среди типовых вопросов раздела Listening экзамена IELTS задание Listening sample task – Multiple choice полностью совпадает с форматом задания и форматом ответа А8-А14 ЕГЭ (5+5=10 баллов). Тип заданий и ответов раздела Listening экзамена TOEFL частично совпадает с типом заданий и ответов А8-А14 ЕГЭ (3+4=7 баллов). Учащимся предложены вопросы Multiple choice в количестве от 34 до 51 [9].

Задания части Listening в экзамене TOEFL предлагают прослушать 3 диалога и 6 лекций и затем ответить на вопросы касательно прослушанного, при этом к каждому вопросу предлагается 4 варианта ответа. Как показывает личный опыт, ученики, успешно справляющиеся с заданиями А8-А14, вполне уверенно себя чувствуют при ответах на вопросы части Listening экзамена TOEFL, особенно, что касается диалогов, которые, как форма аудиоматериала, часто используются в ЕГЭ. Выполнение В1 и А1-А8 ЕГЭ требует одинаково пристального внимания учащегося как к пониманию аудиоматериала в целом, так и к запоминанию конкретных деталей и определений. Это окажется, несомненно, полезным при выполнении секций Listening в TOEFL, в которых надо прослушать отрывок лекции и затем ответить на вопросы как обобщающего характера («What does this lecture mainly about?»), так и относящиеся к конкретным определениям, терминам или ремаркам лектора («Why does the professor say this...» и др).

Формат заданий и ответов задания В2 ЕГЭ (определение соответствия между заголовками и текстами) полностью совпадает с форматом заданий и ответов раздела Reading типа Matching headings в IELTS (5+5=10 баллов) [8] и раздела Reading Part one (questions 1-7) в BEC (5+5=10 баллов) [7].

Полное совпадение форматов заданий и ответов выявлено между В3 ЕГЭ (заполнить пропуски частями предложений) и Part 2 из раздела Reading в FCE (5+5=10 баллов) и с заданием Part 2 из раздела Reading в BEC (5+5=10 баллов) [7]. Задания подобного типа требуют от учащегося, исходя из контекста, выбрать из предложенных отрывков наиболее подходящие и вставить их в указан-

ные места в тексте. В заданиях раздела Reading в TOEFL в каждой секции имеется вопрос, суть которого схожа с вопросами задания ВЗ ЕГЭ: в тексте указаны четыре места, из которых надо выбрать одно и вставить туда предлагаемое в вопросе предложение. Нетрудно понять, что в этом случае отрабатываемая при подготовке ЕГЭ техника ответов на вопросы пригодится испытуемому, если он соберётся сдавать TOEFL. Таким образом, задания ВЗ ЕГЭ и Reading в TOEFL получили **частичное совпадение формата ответов** (3 балла). Приобретенные при выполнении ВЗ ЕГЭ навыки окажутся полезными и при выполнении некоторых заданий из **Verbal section GRE (3 балла за частичное совпадение формата ответов)** и **Verbal GMAT (3 балла за частичное совпадение форматов ответов)**.

Вопросы A15-A21 в ЕГЭ завершают раздел «Чтение». По мнению автора статьи на портале [5], «...рядом с третьей частью нашего ЕГЭ...» – имеется в виду третья часть раздела «Чтение» в ЕГЭ – «...британские экзамены нервно курят в углу...». Трудно не согласиться с автором данного высказывания. В британских экзаменах, также как и в TOEFL или GRE, используются, как правило, статьи или отрывки из них или подобные им материалы научно-популярного характера. В заданиях A15-A21 ЕГЭ приводятся отрывки из литературных произведений, и порой даже очень опытный преподаватель сталкивается с затруднениями при ответах на вопросы в этом задании. Как показывает личный опыт автора статьи, преподавателя и репетитора, ученики, отрабатывая навыки выполнения заданий A15-A21 ЕГЭ, не ощущают значительных трудностей, если им предложить выполнить, например, одну из секций Reading в TOEFL или похожее задание Verbal section из GRE [9-10] или из GMAT [11-12]. **При этом количество правильно выполненных заданий в процентном соотношении может оказаться даже выше по сравнению с аналогичным показателем при выполнении такого рода заданий в ЕГЭ.** Если же предложить ученику, целенаправленно готовящемуся, например, к сдаче TOEFL, выполнить задания типа A15-A21 ЕГЭ, то, как правило, возникают затруднения, логика правильных ответов не всегда понятна ученику и процент выполненных правильно заданий может оказаться существенно ниже. По результатам исследования получаем, что в A15-A21 ЕГЭ формат задания частично, а формат ответов полно-

стью совпадает с Part 3 раздела Reading в BEC (4+5=9 баллов) [7], Part 1 раздела Reading в FCE [7] (4+5 баллов), вопросы Multiple choice (Questions 1-5) в IELTS(4+5 баллов) [8]. В Reading TOEFL формат заданий и ответов частично совпадают с A15-A21 (3+3=6 баллов). Аналогичные оценки получили по результатам сравнения A15-A21 с заданиями части Verbal в GMAT (3+3=6 баллов) и Verbal section в GRE (3+3=6 баллов).

Задания, подобные B4-B16 ЕГЭ, встречаются в таком же виде в Part 3 и Part 4 раздела Use of English в FCE [7] и по результатам сравнения получили полное совпадение форматов заданий и ответов: 5+5=10 баллов. Навыки, приобретенные при отработке заданий B4-B16 в ЕГЭ, могут помочь при выполнении заданий типа Sentence completion в разделе Reading IELTS, для которого выявили частичное совпадение форматов ответов (3 балла).

Вопросы A22-A28, завершающие раздел грамматики и лексики ЕГЭ, форматами заданий и ответов полностью совпадают с: заданиями Part 4 (questions 19-33) раздела Reading в BEC (5+5=10 баллов), заданиями Part 1 (questions 1-12) раздела Use of English в FCE (5+5=10 баллов). Выявлено также частичное совпадение форматов заданий и ответов A22-A28 в ЕГЭ с заданиями Reading в IELTS (3+3=6 баллов) [13]. Приобретённые навыки окажутся полезными также при выполнении заданий секции Reading в TOEFL (частичное совпадение форматов ответов – 3 балла), когда необходимо из четырёх слов подобрать синоним к выделенному в тексте слову, Verbal reasoning в GRE (частичное совпадение форматов ответов – 3 балла), где встречаются вопросы, когда надо вставить слово в пропуск, выбирая его из трёх возможных, или вставить два подходящих слова, выбирая из 6 возможных.

В части C1 ЕГЭ экзаменуемому предлагается написать письмо, при этом необходимо ответить на вопросы друга по переписке и задать ему три вопроса по теме, поднимаемой в письме. По результатам исследования выявлено полное совпадение форматов заданий и ответов с Part 1 раздела Writing в FCE (5+5=10 баллов), Task 1 раздела Writing в IELTS (5+5=10 баллов), в Part 1 и Part 2 в разделе Writing в BEC (5+5=10 баллов). Несмотря на то, что в GRE и GMAT не ставится задача написать письмо, тем не менее навыки, полученные при выполнении части C1 ЕГЭ, могут отчасти пригодиться при выполнении заданий Analysis of an Argument

в **Analytical Writing** в **GMAT** (частичное совпадение форматов ответов – 2 балла) и **Argument task** в **Analytical Writing** в **GRE** (частичное совпадение форматов ответов – 2 балла). В задании C1 ЕГЭ понимание и навыки учащегося, на взгляд автора данной статьи, оцениваются сначала на общем уровне с точки зрения понимания в целом темы письма и вопросов друга по переписке. А затем на чуть более высоком уровне, если экзаменуемый хорошо понимает суть ситуации или явления, излагаемого в задании, и может предложить свои вопросы касательно затронутой в письме темы. В этом случае от учащегося требуется выявить те аспекты явления или ситуации, которые не затронул его товарищ по переписке, при этом таких аспектов, которые можно воплотить в вопросы, имеется как минимум 2-3. Похожая ситуация имеет место в указанных заданиях в GRE и GMAT. От экзаменуемого требуется уловить суть явления, выраженного в отрывке, и предложить свою аргументацию, которая бы дополнила указанное в задании явление или событие.

Задание C2 в ЕГЭ, с точки зрения полезности приобретаемых навыков для сдачи языковых экзаменов, представляется наиболее эффективным. Во всех выбранных для исследования экзаменах, кроме ВЕС, выявлено полное совпадение форматов заданий и форматов ответов. Техника ответа на задание C1, предлагаемая в демонстрационном варианте ЕГЭ-2013 по английскому, идентична рекомендациям к выполнению заданий секции Writing, которые дают многие известные эксперты в области подготовки к экзаменам на наиболее популярные языковые сертификаты. Так, например, на ресурсе [14] в предоставленных видеофайлах описывается структура, полностью совпадающая с указанными в демонстрационном варианте ЕГЭ-2013 рекомендациями к выполнению C1, и рассматривается как оптимальная при написании **Independent essay**, а также может помочь при ответах на вопросы **Speaking Section 1** и **Speaking Section 2**.

Результаты исследования сведены в табл. 1, в которой показаны баллы, определённые суммированием соответствующих баллов при сравнении форматов заданий и ответов ЕГЭ-2013 с форматами заданий и ответов FCE, IELTS, ВЕС, TOEFL, GRE, GMAT.

Таблица 1

| Задание в ЕГЭ | Языковой экзамен | | | | | |
|------------------|------------------|-------|-----|-------|-----|------|
| | FCE | IELTS | BEC | TOEFL | GRE | GMAT |
| B1 | 9 | 0 | 9 | 0 | 0 | 0 |
| A1-A8 | 0 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| A8-A14 | 10 | 10 | 10 | 7 | 0 | 0 |
| B2 | 0 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| B3 | 10 | 0 | 10 | 3 | 3 | 3 |
| A15-A21 | 9 | 9 | 9 | 6 | 6 | 6 |
| B4-B16 | 10 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| A22-A28 | 10 | 6 | 10 | 3 | 3 | 3 |
| C1 | 10 | 10 | 10 | 0 | 2 | 2 |
| C2 | 10 | 0 | 10 | 10 | 10 | 10 |

По данным табл. 1 построена гистограмма, представленная на рис. 1. На оси абсцисс размещены названия экзаменов, по оси ординат – сумма баллов по каждому экзамену в соответствии с табл. 1.

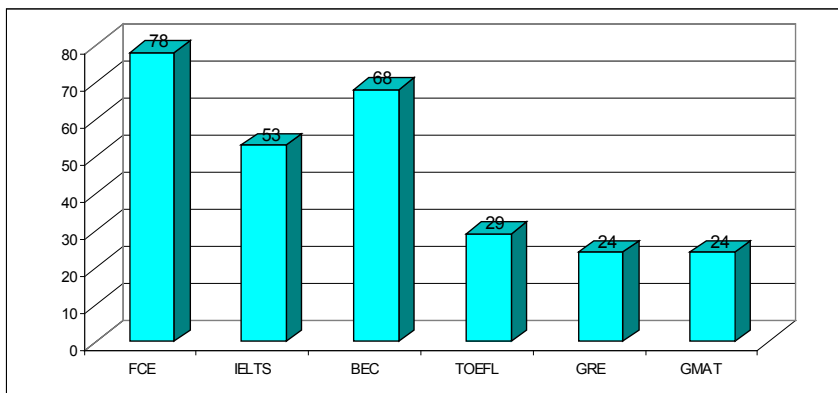


Рис. 1. Сумма баллов для каждого из международных языковых экзаменов, полученная при сравнении форматов заданий и форматов ответов с ЕГЭ

Таким образом, полученные результаты показывают, насколько полезным для учащегося может оказаться сдача и подготовка

к ЕГЭ по английскому языку в случае, если он захочет в дальнейшем сдать экзамен на указанные сертификаты. Также можно предложить возможные пути для развития ЕГЭ по английскому языку. Например, ЕГЭ можно использовать как прототип для создания экзамена по английскому, который мог бы являться самостоятельной сертифицирующей единицей не только для школьников, но и для всех желающих. Необходимым условием при этом является обязательное включение в состав экзамена разговорной части, которая первоначально была в ЕГЭ. При подготовке ученика к сдаче экзамена на указанные сертификаты задания ЕГЭ могут рассматриваться как эффективные дополнительные учебные материалы.

Список

ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ria.ru/edu_analysis/20120626/685364790.html
2. www.egeteach.ru/pravil/plyusy-i-minus
3. works.doklad.ru/view/AMlpXwR45_s.html
4. www.english-online.ru/edu/ege-English/
5. wakwak812.livejournal.com/331814.html
6. referat.yabotanik.ru/inostrannye-yazyki/sravnitelnyj-analiz-egje-po-anglijskomu-yazyku/100907/94751/page1.html
7. www.cambridgeenglish.org/exams-and-qualifications/
8. www.ielts.org
9. www.ets.org
10. New GRE. 2011-2012 edition. Steven W. Dulan. McGraw-Hill, 2011
11. www.mba.com
12. GMAT. 2011 edition. James Hasik, Stacey Rudnick, Ryan Hackney. McGraw-Hill, 2011
13. Cambridge IELTS 7, 2009.
14. www.notefull.com

ABSTRACTS

Alekberova I. E. Cultural aspects of translation theory

There are two types or aspects of translation process. The first one is the simple translation from one language into another, and the second one is the mutual understanding between communicators. Problems of translation process and communication in general are linked with the mental difference in the world. Every person must aware what translate and how translate to have a successful result. We know several means of interpretation according to the translation's aspects. So, the process of translation is always in evolution, has some important changes and influences the final result.

Keywords: translation, translation efficiency, aspectuality translation, substrates translation, semantic units, explication, perlokution.

Ananjina M. A. To the question about the peculiarities of the language interference

The article deals with the problem of language interference in the process of formation of artificial bilingualism, that is while learning a foreign language. The author considers wide and narrow interpretations of the term of language interference, types of interference, singled out on the basis of the character of interaction of native and foreign languages as well the linguistic level involved. In conclusion the necessity of distinguishing the phenomena of language interference and analogy as well as the usefulness of classification of correspondence between the language acquisition stage and the possible interference prevention are pointed out.

Keywords: language interference, communicative interference, extralinguistic interference, analogy, artificial bilingualism.

Bondarenko J. S., Polievkyk D. O. "Lexical peculiarities of Canadian English in historical aspect"

This article describes the features of lexical structure of Canadian language variant connected with historical events that took place from the sixteenth to the twentieth century. The characteristics and description of Canadian idioms and kanadisms - lexical items that reflect the cultural, ethnic and historical aspects of the population of Canada - are

given. The thematic groups of these units, which are complemented by relevant examples, were distinguished.

Keywords: kanadisms, the national language variant, lexical unit, thematic groups, collocations.

Budnik E. A., Pantyushina A. N. Gender sensitivity in the placement of outdoor advertising

The article aims to describe gender peculiarities in outdoor advertising according to men and women perception. Stereotyping of gender images in planning of advertising campaign is showed. The necessity of identifying proper target audience and its knowledge of the needs for effective results of advertising message are grounded on the basis of the conducted analysis.

Keywords: target audience, gender peculiarities, outdoor advertising, advertising communication.

Dikun N. V. Body-oriented denominations in the language world map

The paper introduces the so-called body-oriented concepts and by way of example looks at the denominations of FOOT and BELT ones in the Eastern Slavic and British lingvoculture world maps the semantic power suggesting their wealth of associations.

Keywords: denominations, a language world map, body-oriented concepts, a denotative and metaphoric field.

Karatyshova M. A. Metaphorical model of the concept of BEAUTY, verbalized in artistic English male discourse

The article is devoted to the description of metaphorical model of the concept BEAUTY represented in fiction discourse of English-speaking men. The main purpose of this article is to identify the most frequently used metaphorical shifts relevant to the concept under consideration. The peculiarity of metaphorical modeling is that the metaphorical representation of a concept is based on the transfer of the structure of other concepts to the structure of the original one. Fiction serves as the material of our research because it is the main area of the metaphorical verbalization of the concept BEAUTY. Diversity and frequency of metaphorical discourse representation of the concept BEAUTY is observed.

Keywords: Fiction discourse, concept, verbalization, metaphorical shift, metaphorical model, gender.

Migranova L. Sh. Idiom as a means of reflection picture of the world of the Ural Cossack (based on essay V. I. Dal «Ural Cossack»)

In the article the phraseological units reflecting the picture of the world of the Ural Cossack in the physiological sketch of V. I. Dahl are considered from positions of the cultural linguistics approach. The image of the phraseological unit as a culture sign containing the system of values and views of the concrete ethnos is analyzed.

Keywords: physiological sketch, world picture, phraseological units, image, culture sign.

Mikhailova E. V., Liu Jing. Philological analysis of musical-poetic works – the poem of K. D. Balmont «Baspavalley», lying on the music G. V. Sviridov

The article analyzes romance based on K. Balmont's poem «Averbality» (1900) set to music of G. Sviridov. All peculiarities of this verse (unique rhythm; repeats of vowels and consonants; a large number of nominative lexical units; presence of verbal-syntactic figure – anaphora – and tropes – epithets, comparisons, metaphors, metonymies; realization of dominant images – heart, soul, nature, calm in Russian cultural context of early XX century) played a vital role in shaping of image of Russia and contributed to its musical incarnation by G. Sviridov.

Keywords: musical-poetical piece, poem, K. Balmont, romance, G. Sviridov, image, heart, soul, nature, calm.

Mudrova L. G. Phrasal verbs in business English

The article deals with the use of phrasal verbs in business English which are widely used in all types of texts, as well as texts for listening and others. Therefore, this section of grammar, in particular in the field of phraseology is a certain difficulty in learning a foreign language.

Keywords: фразовые глаголы, аудирование, иностранный язык.

Pishik N. S., Chepelyuk A. D. Alliteration in poems for children as welcome development articulation of sounds when learning a foreign language

The article deals with alliteration as a device of articulation development in English and German poetry for children. The pronunciation of some Russian, English and German sounds is compared. The role of poems for children as means of teaching a foreign language is defined.

Keywords: alliteration, pronunciation, sound, poem, child, teaching.

Savina Yu. A. Violation of logic-conceptual norms as a cognitive mechanism of creation of the comic effect (on the material of the works of O. Henry and Jerome K. Jerome)

The article is devoted to the description of the principle of violation of logic-conceptual norms in fiction, namely in humorous works of English-speaking authors. This article also considered separate contexts works and provides a number of examples of violations of logic-conceptual norms in the works of Jerome K. Jerome and O. Henry.

Keywords: comedy, incongruently, humorous work, cognitive mechanism, the norm.

Skripalenko M. M. Sergeeva M. V. Common typological features of unified state exam in English and exams for international language certificates

Utility of skills which pupils achieve when they are preparing for the Russian State Exam in English were estimated for the purpose of applying of such skills in case of taking international English language exams. Formats of answers and questions of the Russian State Exam were compared with similar of TOEFL, FCE, IELTS, GRE, GMAT, BEC.

Keywords: Russian State Exam, utility of skills, international language exams.

Vall V. D. The role of extra-linguistic factors in renaming settlements of the Kaliningrad region

In the article is developed the semantic analysis of placenames in Kaliningrad region before and after renaming 1947-1950, and also determined the influence of extralinguistic factors on this process.

Keywords: oikonym, the toponym, toponymics, rename, extralinguistic factors.

Vara N. G. Motivation-value component in English advertising discourse

In this article the motivation system in English advertising discourse is represented. Differentiation of the concepts of “value”, “motive”, “appeal” is offered.

Keywords: advertising discourse, value, motive, appeal.

Zakharova Yu.G. Development of the vocabulary of the Russian language in the middle of XIX century (the material of letters I. S. Turgenev)

The article is devoted to the study of the lexico-semantic system of the Russian language in the XIX century in diachronic aspect. Material were letters I.S. Turgenev. They brightly reflected the processes that experienced Russian language in the second half of the XIX century: derivational and semantic tracing, development of figurative meanings of words, archaization of values, appearance of occasionalisms.

Keywords: Russian language of the XIX century, occasional vocabulary, derivational calques of the XIX century, semantic calques of the XIX century, change the semantic structure of the word.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Алекберова Инесса Эльдаровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и зарубежного страноведения Российской международной академии туризма.

141420, Химки, мкн Сходня, ул. Октябрьская, 10.

in-molodec@mail.ru

Ананьина Марина Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры германской филологии Института лингвистики Российского государственного профессионально-педагогического университета.

620012, Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11.

AnaninaMA@yandex.ru

Бондаренко Юлия Станиславовна – преподаватель Сумского государственного университета (г. Сумы. Украина).

40000, Украина, Сумы, ул. Римского-Корсакова, 2.

pretty82@yahoo.com

Валль Валерия Дмитриевна – бакалавр лингвистики.

236000, Калининград, ул. Александра Невского, 14.

lera.wall@mail.ru

Вара Наталья Георгиевна – аспирант 3-го года обучения кафедры английской филологии Волгоградского государственного университета.

400062, Волгоград, пр. Университетский, 100.

natalya2@list.ru

Будник Екатерина Александровна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Московского государственного университета экономики статистики и информатики.

119501, Москва, ул. Нежинская, 7.

katerina_budnik@rambler.ru

Захарова Юлия Георгиевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и издательского дела Дальневосточного государственного гуманитарного университета (г. Хабаровск).

680000, Хабаровск, ул. Карла Маркса, 68.

ZUG1977@inbox.ru

Каратышова Мария Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Кубанского государственного университета.

350040, Краснодар, ул. Ставропольская, 149.

Maria_Guseva@mail.ru

Лю Цзин – магистрант вокально-хорового факультета Белорусской государственной академии музыки.

220030, Респ. Беларусь, Минск, ул. Интернациональная, 30.

chinaxiaojing@mail.ru

Мигранова Лилия Шатлыковна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры русского языка, стилистики и журналистики Стерлитамакского филиала Башкирского государственного университета

453103, Стерлитамак, ул. Ленина, 47 а.

e-mail warior_81@mail.ru

Дикун Наталия Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка Кубанского государственного технологического университета.

350072, Краснодар, ул. Московская, д. 2.

n.dikun@mail.ru, vlaaa@rambler.ru

Михайлова Елена Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры языков Белорусской государственной академии музыки.

220030, Респ. Беларусь, Минск, ул. Интернациональная, 30.

ev2mikhailova@mail.ru

Мудрова Лариса Григорьевна – старший преподаватель кафедры «Английский язык № 3» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

125993, Москва, Ленинградский проспект, 49.

m-lg@bk.ru

Пантюшина Анна Николаевна – магистр кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Московского государственного университета экономики, статистики и информатики.

119501, Москва, ул. Нежинская, 7.

anpantyushina@mail.ru

Пищик Наталия Сергеевна – студентка 4-го курса факультета иностранной филологии и социальных коммуникаций Сумского государственного университета (г. Сумы. Украина).

40000, Украина, Сумы, ул. Римского-Корсакова, 2.

Natysa.Thebest@mail.ru

Полевик Дарья Олеговна – студент Сумского государственного университета (г. Сумы. Украина).

40000, Украина, Сумы, ул. Римского-Корсакова, 2.

polevik.darya@mail.ru

Савина Юлия Александровна – аспирант кафедры английского языка и методики его преподавания, ассистент кафедры перевода Национального горного университета (г. Днепропетровск, Украина).

49600, Днепропетровск, просп. К. Маркса, 19.

julia_juliadp@mail.ru

Сергеева Мария Владимировна – аспирантка кафедры русской литературы XX–XXI вв. и журналистики Московского педагогического государственного института, корреспондент Красногорского районного телевидения.

119991, Москва, ул. Малая Пироговская, д.1, стр. 1.

mms@misis.ru

Скрипаленко Михаил Михайлович – кандидат технических наук, доцент кафедры технологии и оборудования трубного производства Национального исследовательского технологического университета «МИСиС».

119991, Москва, Ленинский проспект, д. 4.

mms@misis.ru

Чепелюк Антонина Дмитриевна – старший преподаватель кафедры германской филологии Сумского государственного университета (г. Сумы, Украина).

40000, Украина, Сумы, ул. Римского-Корсакова, 2.

tschepeluk@gmail.com

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО

Уважаемые коллеги!

В 2014 году каждый второй месяц, начиная с января, будет выходить очередной номер научного журнала «**Lingua-mobilis**», в структуру которого входят следующие разделы:

1. Язык художественной литературы
2. Языкознание
3. Язык средств массовой информации
4. Язык политики
5. Лингвистика и перевод
6. Методика преподавания языка и литературы

У журнала развиты международные контакты: мы сотрудничаем с учеными Албании, Болгарии, Белоруссии, Казахстана, Украины, США, Швейцарии.

В феврале 2008 года журналу “Lingua mobilis” был присвоен ISSN 1998-1546.

С июня 2008 г. электронная версия журнала “Lingua mobilis” доступна в РИНЦ (на сайте www.elibrary.ru).

Материалы для публикации принимаются до 15 числа каждого второго месяца, начиная с февраля 2014 года в электронном и печатном виде по адресу: 454084, г. Челябинск, пр. Победы 162-в, Лаборатория межкультурных коммуникаций. Или по e-mail: lingua-mobilis@rambler.ru. В заявке просим указать сведения об авторе: фамилию, имя, отчество (полностью), место работы, должность, ученую степень и звание, адрес с указанием индекса (для рассылки), телефон, e-mail. К заявке необходимо приложить аннотацию статьи на русском и английском языке (не более 500 знаков), а также ключевые слова.

Оплату за публикацию (100 р. за страницу) необходимо прислать сразу после получения подтверждения о принятии материалов к публикации; в письме будут указаны реквизиты для электронного перевода. Авторские экземпляры научного журнала «Lingua mobilis» рассылаются бесплатно.

Требования к оформлению:

– Материалы подаются в виде статей объемом от 4 до 20 стр. (в формате RTF, Times New Roman, кегль 14, через 1,5 инт., поля - 2 см).

– Ссылки на литературу даются внутри текста статьи в скобках: [1. С. 32] или в виде концевых примечаний.

– Описание использованных источников помещается после статьи под заголовком «Список литературы» в алфавитном порядке. С образцом оформления можно ознакомиться на сайте журнала: <http://linguamobilis.ucoz.ru/>.

Обязательное требование: после текста статьи указывается: «Статья публикуется впервые. Даю согласие на обработку персональных данных», дата отправки статьи в редакцию и сканированная подпись автора.

С уважением, редакция