

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
“ДОНБАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ”  
ГОРЛІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ІНОЗЕМНИХ МОВ (ДВНЗ ДДПУ ГІМ)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ Г. С. СКОВОРОДИ (ХНПУ ІМ. Г. С. СКОВОРОДИ)

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНІКОВА

# **ЛІНГВІСТИЧНИЙ ВІСНИК**

**Випуск 2**

Горлівка  
2013

Рекомендовано до друку вченою радою Горлівського інституту іноземних мов  
ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет” (протокол № 10 від 25 квітня 2013 року)

**Редакційна колегія:**

**І. А. Герасименко**, доктор філол. н., доцент (науковий редактор) (Україна, завідувач кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”), **О. А. Андрущенко**, доктор філол. н., професор (Україна, проректор з наукової роботи, завідувач кафедри російської та світової літератури Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди), **А. Р. Габідулліна**, доктор філол. н., професор (Україна, професор кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”), **В. А. Глущенко**, доктор філол. н., професор (Україна, ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”), **Т. М. Марченко**, доктор філол. н., професор (Україна, заступник директора з наукової роботи, професор кафедри зарубіжної літератури Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”), **С. О. Кочетова**, доктор філол. н., професор (Україна, декан факультету французької та німецької мов, професор кафедри зарубіжної літератури Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”), **В. І. Теркулов**, доктор філол. н., професор (Україна, завідувач кафедри російської мови Донецького національного університету), **Н. І. Панасенко**, доктор філол. н., професор (Україна – Словачка, професор кафедри германської та фіно-угорської філології Київського національного лінгвістичного університету; професор кафедри англійстики та американістики університету Св. Кирила та Мефодія, Трнав, Словачка), **О. А. Сулейманова**, доктор філол. наук, професор (Росія, завідувач кафедри західноєвропейських мов та перекладознавства Інституту іноземних мов ГБОУ ВПО МГПУ “Московський міський педагогічний університет”), **Н. К. Кравченко**, доктор філол. н., професор (Україна, професор кафедри зіставної типології, теорії та практики перекладу Київського національного лінгвістичного університету), **О. Ю. Карпенко**, доктор філол. наук, професор (Україна, завідувач кафедри граматики англійської мови Одеського національного університету ім. І. І. Мечнікова), **І. М. Колегаєва**, доктор філол. наук, професор (Україна, завідувач кафедри лексикології та стилістики англійської мови Одеського національного університету ім. І. І. Мечнікова), **В. І. Силантьєва**, доктор філол. наук, професор (Україна, завідувач кафедри зарубіжної літератури Одеського національного університету ім. І. І. Мечнікова), **Л. О. Петрова**, доктор філол. наук, професор (Україна, завідувач кафедри російської мови Одеського національного університету ім. І. І. Мечнікова), **В. М. Шаклейн**, доктор філол. н., професор, академік РАЕН (Росія, завідувач кафедри російської мови та методики її навчання Російського університету дружби народів), **В. І. Карасік**, доктор філол. н., професор (Росія, завідувач кафедри англійської філології Волгоградського державного педагогічного університету), **М. В. Піменова**, доктор філол. н., професор (Росія, завідувач кафедри російської мови Владимирського державного гуманітарного університету), **О. О. Лещинська**, доктор філол. н., професор (Білорусь, професор кафедри білоруської мови Гомельського державного університету ім. Франциска Скорини), **Л. В. Боброва**, кандидат філол. наук, доцент (США, Пенсільванський державний університет), **Д. В. Василенко**, кандидат філол. наук, доцент (Україна, доцент кафедри практики та фонетики англійської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”), **Л. І. Дубовик**, кандидат філол. наук, доцент (Україна, доцент кафедри української мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”), **Н. І. Іванова**, кандидат філол. наук, доцент (Україна, доцент кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”), **Л. М. Бражнік**, кандидат філол. наук, доцент (Україна, доцент кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”), **Н. В. Дьячок**, кандидат філол. наук, доцент (Україна, доцент кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”), **О. В. Семенова**, кандидат філол. наук, доцент (Україна, доцент кафедри французької філології Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”).

**Рецензенти:**

**Петрова Л. О.**, доктор філол. наук, професор, завідувач кафедри російської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечнікова (Одеса, Україна), **Лещинська О. О.**, доктор філол. наук, професор кафедри білоруської мови УО “Гомельський державний університет імені Франциска Скорини” (Гомель, Білорусь).

**Лінгвістичний вісник** : зб. наук. пр. ; [наук. ред. І. А. Герасименко]. –  
Л59 Горлівка : Вид-во ГІМ ДВНЗ «ДДПУ», 2013. – Вип. 2. – 124 с.

У збірнику розглянуто проблеми сучасного мовознавства на матеріалі слов'янських, германських та романських мов. Значну увагу приділено дослідженню лінгвістики тексту, дискурсолії, концептології, опису семантичних, морфологічних та синтаксичних аспектів мови. Розміщено рецензію на навчальний посібник.

Для наукових працівників, спеціалістів-філологів, аспірантів і студентів філологічних факультетів, а також для широкого кола читачів, які цікавляться питаннями сучасного мовознавства.

УДК 81 (08)  
ББК Ш 81.0

**Лингвистический вестник** : сб. науч. тр. ; [науч. ред.  
Л59 И. А. Герасименко]. – Горловка : Изд-во ГИИЯ ГВУЗ «ДГПУ», 2013. –  
Вип. 2. – 124 с.

В сборнике рассмотрены проблемы современного языкознания на материале славянских, германских и романских языков. Большое внимание уделено исследованию лингвистики текста, дискурсологии, концептологии, описанию семантических, морфологических и синтаксических аспектов языка.

Для научных работников, специалистов-филологов, аспирантов и студентов филологических факультетов, а также для широкого круга читателей, интересующихся вопросами современного языкознания.

УДК 81 (08)

# **LINGUISTIC VISNYK**

**Issue 2**

Horlivka  
2013

**Linguistic Visnyk** : Collected Papers ; [editor in chief I. A. Gerasimenko].  
– Horlivka : HIFL SHEI “DSPU”, 2013. – Issue 2. – 124 p.

“Linguistic Visnyk” is concerned with all branches of theoretical linguistics (text linguistics, discourse analysis, conceptual language analysis, semantic, morphological and syntactical issues of the language). The original linguistic research is based on data drawn from Slavic, Germanic and Romanic languages.

“Linguistic Visnyk” is meant for scholars, philologists, postgraduates, students and those who are interested in current problems of linguistics.

## ЗМІСТ

### **Проблеми лінгвістики тексту, дискурсології, дискурс-аналізу**

*Л. Г. Вікулова, Є. Ф. Серебреннікова* (Москва, Іркутськ, Росія). Ідентичність як елемент універсуму людини та універсуму мови: аксіологічний аспект інтерпретації

*І. Ф. Винокурова* (Горлівка). Стилистична інверсія як поетикальна домінанта трилогії “Володар кілець” Дж.Р. Р. Толкіна

*А. Р. Габідуліна* (Горлівка). Поняття “мовленнєвий жанр” у сучасній лінгвістиці та педагогічній риторичі

*Н. К. Кравченко* (Київ). Типологія контексту в ракурсі завдань сучасного дискурс-аналізу

*Л. В. Мальцева* (Горлівка). Методологічний субтекст у навчально-науковому тексті

*О. І. Панченко* (Дніпропетровськ). Способи створення лудичного ефекту в пародійній літературі

*Л. О. Петрова* (Одеса). Референціальні відповідності в структурі художньої парадигми

*О. В. Столярчук* (Макіївка). Характерні риси молодіжного Інтернет-сленгу англійської, німецької, російської та української мов

*О. В. Широких* (Горлівка). Про сучасне розуміння сленгу

*О. О. Шутова* (Горлівка). Повчальний дискурс у народній казці

*Т. Ю. Щукліна* (Казань, Росія). Словотворення як засіб експресивізації російського рекламного тексту

### **Комунікативна лінгвістика**

*Л. М. Синельникова* (Луганськ). Про технології інформаційної діяльності: журналістика та паблік рілейшнз

*О. В. Юр'єва* (Донецьк). Специфіка комунікативних стратегій і ходів у слогані соціальної реклами

### **Етнолінгвістика. Лінгвокультурологія. Лексикографія**

*С. М. Аніськова* (Гомель, Білорусь). Стале народне порівняння в лінгвокультурі білорусів: анімалістичний код

*Т. В. Ланова* (Сімферополь). Розвиток лінгвокраїнознавчої лексикографії

*О. О. Лециньська* (Гомель, Білорусь). Про один фрагмент фразеологічної картини світу білорусів

*З. В. Шведова, Л. В. Поплавна* (Гомель, Білорусь). Культурна інформація паремій, які характеризують добро і зло

### **Актуальні проблеми соціолінгвістики та ономастики**

*Л. М. Бражнік* (Горлівка). “Онімний код” поезії М. Гумільова

*Д. В. Василенко* (Горлівка). Перехід англійської військової лексики до загальноживаного лексикону та професійних підмов

*О. А. Донскова* (П'ятигорськ, Росія). Полімовність ергономічного простору Лондона як відбиття соціокультурної ситуації

*М. В. Жарикова* (Горлівка). Гетерогенність мовної взаємодії в процесі створення ойконімії Донбасу

### **Рецензії. Анотації. Хроніка. Інформація**

*І. А. Герасименко* (Горлівка). Варіативність як результат планетарної взаємодії мов. Рецензія на книгу: Ю. В. Дорофєєв. Лінгвістичний функціоналізм та варіантність мови: монографія. – Сімферополь: Таврида, 2012. – 306 с.

*О. Ф. Таукчі* (Горлівка). IV Всеукраїнська науково-практична конференція “Сучасні лінгвістичні парадигми”, Горлівка, 2012.

*Н. В. Дьячок* (Горлівка). Міжнародна наукова конференція “Східнослов'янська філологія: від Нестора до сьогодні”, Горлівка, 2013.

### **Відомості про авторів**

### **Вимоги до оформлення статей**

## СОДЕРЖАНИЕ

**Проблемы лингвистики текста, дискурсологии, дискурс-анализа**

*Л. Г. Викулова, Е. Ф. Серебрянникова* (Москва, Иркутск, Россия). Идентичность как элемент универсума человека и универсума языка: аксиологический аспект интерпретации

*И. Ф. Винокурова* (Горловка). Стилистическая инверсия как поэтикальная доминанта трилогии “Властелин колец” Дж.Р. Р. Толкина.

*А. Р. Габидуллина* (Горловка). Понятие “речевой жанр” в современной лингвистике и педагогической риторике

*Н. К. Кравченко* (Киев). Типология контекста в ракурсе задач современного дискурс-анализа

*Л. В. Мальцева* (Горловка). Методологический субтекст в учебно-научном тексте

*Е. И. Панченко* (Днепропетровск). Способы создания лудического эффекта в пародийной литературе

*Л. А. Петрова* (Одесса). Референциальные соответствия в структуре художественной парадигмы

*О. В. Столярчук* (Макеевка). Характерные черты молодёжного Интернет-сленга английского, немецкого, русского и украинского языков

*О. В. Широких* (Горловка). О современном понимании сленга

*О. А. Шутова* (Горловка). Поучающий дискурс в народной сказке

*Т. Ю. Щуклина* (Казань, Россия). Словотворчество как средство экспрессивизации русского рекламного текста

**Коммуникативная лингвистика**

*Л. Н. Синельникова* (Луганск). О технологиях информационной деятельности: журналистика и паблик рилейшнз

*Е. В. Юрьева* (Донецк). Специфика коммуникативных стратегий и ходов в слогане социальной рекламы

**Этнолингвистика. Лингвокультурология. Лексикография**

*С. М. Аниськова* (Гомель, Беларусь). Устойчивое народное сравнение в лингвокультуре белорусов: анималистический код

*Т. В. Лановая* (Симферополь). Развитие лингвострановедческой лексикографии

*О. А. Лещинская* (Гомель, Беларусь). Об одном фрагменте фразеологической картины мира белорусов

*З. В. Шведова, Л. В. Поплавная* (Гомель, Беларусь). Культурная информация паремий, которые характеризуют добро и зло

**Актуальные проблемы социолінгвистики и ономастики**

*Л. М. Бражник* (Горловка). “Онимный код” поэзии Н. Гумилёва

*Д. В. Василенко* (Горловка). Переход англоязычной военной лексики в общеупотребительный лексикон и профессиональные подязыки

*О. А. Донскова* (Пятигорск, Россия). Полиязычность эргонимического пространства Лондона как отражение социокультурной ситуации

*М. В. Жарикова* (Горловка). Гетерогенность языкового взаимодействия в процессе создания ойконимии Донбасса

**Рецензии. Аннотации. Хроника. Информация**

*И. А. Герасименко* (Горловка). Вариативность как результат планетарного взаимодействия языков. Рецензия на книгу: Дорофеев Ю. В. Лингвистический функционализм и вариантность языка: монография. – Симферополь: Таврида, 2012. – 306 с.

*О. Ф. Таукчи* (Горловка). IV Всеукраинская научно-практическая конференция “Современные лингвистические парадигмы”, Горловка, 2012.

*Н. В. Дьячок* (Горловка). Международная научная конференция “Восточнославянская филология: от Нестора до современности”, Горловка, 2013.

**Сведения об авторах****Требования к оформлению статей**

---

## CONTENTS

### **Problems of Text Linguistics, Discourse, Discourse Analysis**

*L. G. Vikulova, Y. F. Serebrennikova* (Moscow, Irkutsk, Russia). "Identity" as an Element of the Person Universum and Language Universum: Axiological Aspect of Interpretation

*I. F. Vinokurova* (Horlivka, Ukraine). The Stylistic Inversion as a Poetical Dominant of the Trilogy "The Lord of the Rings" by J. R. R. Tolkien

*A. R. Gabidullina* (Horlivka, Ukraine). The Notion of "Speech Genre" in Modern Linguistics and Pedagogical Rhetoric

*N. K. Kravchenko* (Kyiv, Ukraine). The Typology of Context as a Cognitive Category of Discourse Analysis

*L. V. Maltseva* (Horlivka, Ukraine). A Methodological Subtext in the Educational and Scientific Text

*Y. I. Panchenko*. The Ludic Effect and Some Ways of its Creation in Fiction

*L. O. Petrova*. The Referential Correspondence in the Structure of Artistic Paradigm

*O. V. Stoliarchuk* (Makiivka, Ukraine). The Characteristics Features of Youth Internet Slang in English, German, Russian and Ukrainian

*O. V. Shyrokykh* (Horlivka, Ukraine). Modern Slang Interpretation

*O. A. Shutova* (Horlivka, Ukraine). Folk Tales Teaching Discourse

*T. Yu. Tschouklina* (Kazan, Russia). Word Formation as a Means of Expressivity of the Advertising Text in Russian

### **Communicative Linguistics**

*L. N. Sinelnikova* (Lugansk, Ukraine). Mass Media Technologies: Journalism and Public Relations

*O. V. Yuryiva* (Donetsk, Ukraine). Specificity of communication strategies and moves in the slogan of social advertising

### **Ethnolinguistics. Linguistic Culturology. Lexicography**

*S. M. Aniskova* (Homel, Belarus). Comparative Set Expressions with Zoonymic Components in Belarusian: animal code

*T. V. Lanovaya* (Simferopol, Ukraine). Linguistics and Area Studies (Cultural Studies) Lexicography

*O. A. Leshchinskaya* (Homel, Belarus). A Fragment of the Belorussian Phraseological World Picture

*Z. V. Shvedova, L. V. Poplavnaya* (Homel, Belarus). Culture Information of Bywords which Characterize the good and evil

### **Sociolinguistics. Onomastics**

*L. Brazhnik*. "The Onyms code" in N. Humilyov's Poetry

*D. V. Vasylenko* (Horlivka, Ukraine). The Civilian Appropriation of Military Vocabulary

*O. A. Donskova* (Pyatigorsk, Russia). Polylinguality of the Ergonymic Space of London as the Representation of the Socio-Cultural Situation

*M. V. Zharikova* (Horlivka, Ukraine). Heterogeneity of Lingual Interaction in the Process of Donbass Oykonyms Formation

### **Reviews. Annotations. Chronicle. Information.**

*I. A. Gerasymenko* (Horlivka, Ukraine). Variability as a result of the planetary interaction of languages. Book Review: Dorofeyev Yu. V. Linguistic Functionalism and Language Variation: monograph. – Simferopol: Tavrida, 2012. – 306 p.

*O. F. Taukchi* (Horlivka, Ukraine). IV Ukrainian Scientific-Practical Conference "Modern Linguistic Paradigms", Horlivka, 2012.

*N. V. Dyachok* (Horlivka, Ukraine). International Scientific Conference "Eastern Slavic Philology: from Nestor to Modern Times", Horlivka, 2013.

### **Authors**

### **Instructions for Contributors**

## ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ ТЕКСТУ, ДИСКУРСОЛОГИИ, ДИСКУРС-АНАЛИЗУ

Л. Г. Викулова  
(Москва, Россия)  
Е. Ф. Серебrenникова  
(Иркутск, Россия)

УДК 811.13

### ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ЭЛЕМЕНТ УНИВЕРСУМА ЧЕЛОВЕКА И УНИВЕРСУМА ЯЗЫКА: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИНТЕРПРЕТАЦИИ

Категории и процедуры, связанные с аксиологией, во все большей степени присутствуют в новейших исследованиях по лингвистике, позволяя выйти на прояснение глубинных аспектов *homo lingualis* – “человека в языке”. В связи с поставленной в современном антропологическом знании задачей разработки общей теории аксиосферы, а также в связи с появлением в лингвистике множества таких новых, аксиологически ориентированных дисциплин, как этнолингвистика, критический анализ дискурса, анализ социального дискурса, политическая дискурсивная лингвистика и других, проблематика аксиологического плана с необходимостью выходит на определение методов и совокупности адекватных им способов и приемов анализа, с опорой на изменения парадигмального характера в современной лингвистике и накопленный опыт в осмыслении человека и его языка.

Современное состояние глобализирующегося мира эпохи “постмодерна” делает особенно актуальным вопрос о соотношении знака и реальности, о коллизиях исходных, устойчивых концептов открытых друг другу этнокоммуникативных пространств и смыслов набирающей силу “интеркультуры”. В этой связи возрастает важность попыток комплексного осмысления аспектов и проблем аксиологического лингвистического анализа в целом и разработки адекватной методологии и методики такого рода анализа.

Антропоцентричность современной лингвистики полагает в качестве исходной инстанции рассмотрения *человека говорящего* – *homo verbo agens*. А язык – как экзистенциальную сущность человека. К ряду ключевых понятий в этой парадигме относятся такие, как “универсум”, “универсум человека” и “универсум языка”, “картина мира”, “жизненный мир” человека, а также дискурс / текст и субъектность, обусловленные фундаментальной онтологической парадигмой “Человек – Язык – Культура – Мир (миры)”. Поскольку данные интегральные понятия современной лингвистики исходят из их “человеческого” происхождения и имеют глубинное оценочное измерение, то они взяты в их концептуальном и языковом параметрах, а также в балансе соотношения статики и динамики [6].

Интерес к аксиосфере (сфера ценностей) в ее соотношении с постоянно прогрессирующей ноосферой (сфера знания) человека обусловлен осмыслением современного периода в эволюции общества, в котором процессы глобализации, с одной стороны, сопровождаются усилением межкультурного диалога и процессами унификации, с другой стороны, усилением процессов национального самосознания и самоидентификации, что обуславливает актуальность разработки методологической базы для исследования данных процессов. Значимым становится более четкое формулирование теоретических оснований, личностной самоидентификации человека и общества, что находит свое отражение в монографических исследованиях, например [2].

Концепция взаимообусловленности биологического, психологического, социокультурного, трансцендентного и экзистенциального способов бытия человека актуализирует проблему аксиологической интерпретации понятия *идентичности*, связывающую сферу индивидуально-личностного и социального бытия человека, а в координатах современного мира и сферу межнационального (или транснационального) взаимодействия, превращая данное понятие в объект междисциплинарного исследования. В настоящее время философская, социологическая, культурологическая, политологическая мысль оперирует знаком “идентичность”, относя его, прежде всего, к сфере интеллектуальной рефлексии. В то же время, реальность перехваченной данным знаком структуры понимания и оценивания человеком самого себя по отношению к другим, может быть выявлена в лингвистическом анализе, в частности, посредством метода этносемиотрии. Методологически данный метод опирается на положение о том, что процессы концептуализации мира в семиозисе совмещены с процессом оценивания [5]. Данный термин,



основываясь на понятии “измерение – метрия”, включает два других специфицирующих компонента: “семио-” и “этно-”. Первый из них отсылает к цели выявления значения, содержания исследуемой символической формы, приближаясь в этом плане к семантическому анализу; второй, исходя из гипотезы лингвистической относительности, помещает всякую цельную языковую символическую форму в контекст принадлежности определенному культурному хронотопу и культурогенному дейксису. Как следствие, в семантически и коннотативно нагруженных знаках на глубинном уровне анализа выявляются значимые смыслы, соотносящиеся со сферой ценностного.

Попытка выйти на глубинное измерение, т.е. измерение аксиологически релевантного смысла (или смыслов), позволяет не только реконструировать данные смыслы на определенных хронотопных срезах, но и проследить “точки роста” и векторы трансформаций данных смыслов в семиотическом континууме. Под хронотопным срезом понимается специально выделяемый, значимый период в социокультурной эволюции общества, выявляющий существенную взаимосвязь временных и пространственных отношений в совокупности специфических способов осмысления мира и их закрепления в важнейшей семиотической системе – языке. Поставим задачу в данном случае произвести первичную семиометрию “идентичности” по данным репрезентативных текстов, относящихся как сфере интеллектуальной рефлексии, так и данным работ в области лингвистики в современном хронотопном срезе.

Одно из важных наблюдений состоит в том, что именно на основе данного знака становится возможным формулирование общего экзистенциального состояния современного человека и человеческого общества. Формула “идентификационный кризис” связывается с происходящим цивилизационным сломом, сменой эпох и сменой системы ценностей. Идентичность получает проблемное и дискуссионное истолкование.

Философы конца XX-начала XXI вв. рассматривают проблему идентичности в рамках ценностного подхода и в свете происходящих в мире таких социально-политических процессов, как прогрессирующая глобализация [15; 16]. Анализ содержания работ по проблеме диалога культур последних десятилетий показывает, что термин *идентичность* репрезентирует феномен, претерпевающий значительные трансформации. Если несколько столетий назад этническая, национальная или религиозная идентичность была неотъемлемой частью любой культуры, а сами культуры (индийская, китайская, исламская и др.) были этноцентричными, то в настоящее время наблюдается разрушение “культурного эгоцентризма”. Вышеназванные культуры уже не являются традиционными в классическом понимании, но так и не стали современными. [18, с. 221–227]. Наряду с этим, отмечается, что чрезмерное культивирование культурной идентичности способно перерасти в расизм. Так называемая “культура исключения” (*la culture de l'exclusion*) ведет к исключению самой культуры из диалога культур, поэтому культурная идентичность не должна существовать замкнуто, а быть открытой, дабы обеспечить каждому свободу выбора идентичности [17, с. 322–326].

В работе философа Д. Г. Трунова находим описание процесса становления идентичности (*самопознания*, в терминологии ученого) с позиций современной феноменологии [8, с. 112–113]. На этапе *первичного самопознания* происходит “знакомство человека с самим собой через Другого”, формируется первичная, *пассивная*, идентичность. Рано или поздно, отмечает философ, наступает *кризис первичного самопознания* из-за возникающего когнитивного диссонанса между естественным стремлением сохранить целостность и стабильность “Я-концепции” и появлением внутренних изменений, не вписывающихся в привычный образ Я. Изменения могут возникать, к примеру, в связи с различными новыми жизненными обстоятельствами, в которых человеку сложно сохранить свою привычную идентичность. В такой “пиковой ситуации” переживается *кризис идентичности*, вследствие которого человек отказывается либо от нового опыта как чужеродного, навязанного обстоятельствами, либо от себя-прежнего ради себя-будущего. Третий этап самопознания носит реконструирующий характер, он инициирует вторичную (*активную*) идентичность. Д. Г. Трунов настаивает на открытости самоопределения, на “циклах самопознания, включающих *накопление* знаний о себе и их *трансформацию*: поступательность и скачок, непрерывность и переход, течение и преодоление, спокойствие и конфликт, повседневность и драматизм” (курсив автора) [8, с. 113].

Формулируя определение *личной идентичности*, французский философ и социолог П. Рикёр, основываясь на семиотике знака, разводит по двум полюсам проявление этого социокультурного феномена, настаивая на их неразрывной связи: идентичность как *одинаковость* (*identité*, от

лат. *idem*) и идентичность как *самость* (*ipséité*, от лат. *ipse*) [4, с. 145]. Полнос “одинаковости” носит устойчивый и неизменяемый характер, даже с течением времени, а полнос “самости” открыт изменениям. Так, по мнению П. Рикёра, идентичность предполагает дуалистичность, оставаясь одновременно неизменной и меняющейся.

Развитие приведенной выше точки зрения находим в работе французского историка и социолога Ж. Нуарьея. Анализируя эволюцию французской национальной идентичности и основываясь на семиотике знаков идентичности, он постулирует, что национальная идентичность (*identité*) определяется двумя критериями: *самостью* (*ipséité*) и *тождественностью* (*mêmeté*, от фр. *le même*, “такой же, тот же самый”), что, таким образом, предполагает наличие гипогиперонимических отношений в системе терминов, характеризующих понятие идентичности. Ж. Нуарьея считает, что критерий *mêmeté* реализуется в виде понимания того, что все французы идентичны друг другу в противопоставлении, например, немцам (*tous les Français sont identiques par opposition aux Allemands*), тогда как критерий *ipséité* реализуется в представлении о том, что каждый из них испытывает одинаковое чувство принадлежности к нации, так как все представители французского общества, безусловно, объединены чувством единой истории (*les Français partagent le même sentiment d'appartenance parce qu'ils ont la même histoire*) [16, с. 19–20]. В данном случае, находим развитие идеи Г. Таджфела о социальных группах и социальной самооценке, когда каждый индивидуум, понимая свою идентичность как уникальность (*ipséité*), вместе с тем признает наличие схожей идентичности в Другом (*mêmeté*) благодаря наличию единой системы социальных и когнитивных категорий (ценностей, моделей поведения, идей и т.д.).

Понятие *идентичность* дихотомично по своей природе, оно базируется на понимании себя как индивидуальности (“отличность в своей единичности”) и на соотношении себя с Другим (“инаковость” или “аутентичность”), а ее соотношение с многоаспектностью *Другого* может предполагать [10, с. 28–29]:

- так называемого “экзотического *Другого*” (*l'autre exotique*), который актуализируется сквозь призму некоего “мы”, предполагаемого как идентичное;
- этнического или культурного *Другого* (*l'autre ethnique ou culturel*), репрезентируемом посредством местоимения “они” и названия этноса;
- социального *Другого* (*l'autre social*), предполагающем гендерное, профессиональное либо политическое разделение.

Идентичность представляет собой продукт социального взаимодействия. Она возникает как результат проекции индивидами на себя ожиданий и норм других. Членом этнической группы – и тем самым носителем определенной “этнической идентичности” (по А. П. Садохину) – индивидов делает не происхождение (биологическое или культурно-историческое), а та роль, которую эти индивиды играют в социальном взаимодействии.

Термин “чувство принадлежности” (*sentiment d'appartenance*) во многих зарубежных трудах, посвященных проблеме идентичности, выступает синонимическим субститутом *коллективной идентичности* и определяется как “индивидуальное осознание принадлежности к одной или нескольким референциальным группам и принятия их основных идентифицирующих черт (ценностей, моделей поведения и понимания, символов, коллективного воображаемого, общих умений)” [13, с. 19]. Такая трактовка проблемы подводит к необходимости рассмотрения анализируемого феномена этнокультурной идентичности [1] или женской идентичности [3] в рамках определенной социальной группы, объединенной общностью идей, ценностных доминант, стратегий поведения.

В одном из новейших французских словарей, посвященных проблеме инаковости в рамках межкультурной коммуникации [13], в статье *Identité* Ф. Бланше и М. Франкар подчеркивают процессуальный характер идентичности, считая необходимым анализировать этот социокультурный феномен с конструктивистских позиций [13, с. 155]. Авторы статьи соотносят понятия *идентичность* и *инаковость* (*identité/altérité*), справедливо полагая, что без признания существования Другого и без его “законного права на отличие” (*reconnu légitimement différent*) невозможна самоидентификация личности.

Обратимся к семиотике понятия “идентичность” по данным лингвистических исследований.

При описании структуры понятия *идентичность* в работе Д. А. Шевляковой [9] выделяется три структурных компонента: *когнитивный*, *аффективный* (эмоционально-ценностный),

*поведенческий*. Когнитивный компонент представляет собой содержательное наполнение (знание и представления о том или ином виде идентичности, критерии дифференциации и идентификации), аффективный компонент обобщает комплекс чувств, вызываемых фактом осознания своей идентичности, поведенческий компонент реализует совокупность моделей поведения, стереотипов, закрепленных за определенным видом идентичности, традиций и обычаев, связанных с процессами идентификации.

При обращении к проблеме гендерной идентичности проведенный С. В. Михайловой этносемиотический анализ термина *идентичность* и способов ее репрезентации в языке исследования (русском) и в языке исследуемого материала (французском) показал следующее [3]. Согласно толковым словарям русского и французского языков, слово *идентичность* латинского происхождения. Но если французские специалисты настаивают на адъективной этимологии, непосредственно от прилагательного *idem* или его средневекового схоластического деривата *identicus* [14, с. 1774], то в русской традиции этимологией считается средне-латинский глагол *identificare, отождествлять* (от класс. лат. < *idem + facere*, делать таким же, похожим) [7, с. 182]. Поскольку латинское прилагательное все-таки присутствует в русском описании этимологии, исследователь делает закономерный вывод о том, что в основе означивания понятия *идентичность* в когнитивии двух языков лежит признаковая природа, указывающая на наличие некоторого качества, которое может быть установлено у любого предмета, человека или феномена окружающей действительности.

При рассмотрении формальной представленности парадигмы *идентичность* во французском языке выяснилось, что она объединяет следующие элементы [3, с. 20–23]:

1) существительные:

- абстрактное существительное *identité*, обозначающее одновременно **тождественность**, т.е. схожесть с другими (синонимы *communauté, accord, ressemblance*), и **уникальность**, т.е. самобытность, позволяющую точно определить предмет / человека (синоним *unité*),
- отглагольное процессуальное существительное *identification* – **отождествление** или **опознание**,
- терминологические существительные, адъективные по способу образования, *identificateur, identifieur* – уникальный/е признак/и, позволяющий/е обозначить данные, определить их и затем отличать от других (например, в информатике);

2) прилагательные *identique* (характеризующее лицо/предмет по признаку его **тождественности, схожести** с другими представителями его класса или по признаку **целостности, уникальности**), *identifiable, identitaire* (отглагольные прилагательные) – поддающийся **опознанию**, позволяющий **установить личность**;

3) глагол *identifier* и его возвратную форму *s'identifier* – **устанавливать личность, принадлежность** по совокупности характеристик;

4) наречие *identiquement* – для обозначения способа функционирования сущности.

Отмечается, что феноменология идентичности во французском языке носит как **признаковый**, так и **функциональный** характер: наряду с нарицательными существительными, адъективными существительными и прилагательным, данный конструкт репрезентируется знаками действия и деятельности – глаголом, наречием, отглагольными существительными и прилагательными. Более того, адъективация существительных *identificateur, identifieur* является вторичной по способу порождения. Таким образом, правомерно сделать вывод о доминирующем **функциональном** освоении феномена во французском сознании, “что соответствует в семиозисе означиванию ситуации жизненной вовлеченности носителя признака в некоторый вид деятельности” [5, с. 452].

Аналогично представлена парадигма *идентичность* и в русском языке:

– описательное освоение феномена выражается в прилагательном *идентичный* и абстрактном существительном *идентичность*,

– деятельностное – в глаголе *идентифицировать(ся)*, существительных действия *идентификация, идентификатор*, наречии *идентично*.

Во всех элементах парадигмы отмечается сема “тождественность, равнозначность, сходность”. Вместе с тем, сема “целостность, единство” толковыми словарями русского языка не отмечается [7].

Остановимся более подробно на диахроническом анализе семиотрии парадигмы *идентичность* во французском языке. Безусловно, ядро парадигмы представлено глаголом

*identifier*, существительным *identité* и прилагательным *identique*. Прилагательное *identique* не принадлежит к исконному латинскому лексическому фонду французского языка и возводится “Историческим словарем французского языка” [14] к средневековому схоластическому заимствованию *identicus* (*похожий*), образованному на основе прилагательного классической латыни *idem*. Официально появление прилагательного *identique* фиксируется в 1610 г., но авторы “Исторического словаря” допускают более раннее его употребление, что косвенно подтверждается дериватом *identité*, отмечаемого словарями с XIV века и трактуемого как “качество того, что является подобным” (*qualité de ce qui est le même*). Ранняя субстантивация (существительное зафиксировано словарями раньше прилагательного) говорит о том, что необходимость в понятийном содержании для французского языкового сознания оказалась выше, чем в содержании в виде признака.

Возводя этимологию рассматриваемого прилагательного к периоду средней латыни, авторы словаря приводят первичный этимон *idem* классической латыни и поясняют его значение латинской пословицей *idem nec unum* (*похожий, но не тот же*). Действительно, *identique* трактуется словарем как характеристика объектов действительности, которые “полностью похожи между собой, но при этом остаются различными” (*parfaitement semblables tout en restant distincts*). С 1825 г. у прилагательного зафиксировано новое значение – “одинаковый в различные моменты своего существования” (*le même à différents moments de son existence*). Подобным образом развивается семантика существительного *identité*, определяющего характер того, “что является постоянным, целым” (*ce qui est permanent, ce qui est un*) [14, с. 1774].

Важно, что понятие *identité* и признак *identique* на каждом этапе своего существования имели как антропологическое, так и неантропологическое значение, характеризуя как человека, так и предмет. С середины XVIII века происходит значительное расширение неантропологического, предметного, употребления, в основном, в сфере абстрактных наук (математика, логика, философия), что свидетельствует о развитии отвлеченного знания и о возникновении связанного с ним понятийного аппарата [15].

Французский глагол *identifier* отмечается словарями с 1764 г. в значении “рассматривать в качестве подобного другому” (*considérer comme identique à autre chose*); в 1784 г. фиксируется значение “узнавать кого-л., распознавать что-л.” (*reconnaître qqn, qqch*); в 1836 г. исходное значение “делать похожим” признается редким. В XIX–XX веках в результате более широкого толкования слова добавляются новые значения: в 1864 г. – “распознавать природу кого-л., чего-л.” (*reconnaître la nature de qqn, qqch*); в конце XIX века – “определять с точки зрения гражданского состояния” (*reconnaître du point de vue de l'état civil*) и, наконец, в 1935 г. “признавать принадлежащим к какому-нибудь классу, виду” (*reconnaître comme appartenant à une classe, une espèce*) [14, с. 1773]. Таким образом, изначальная смысловая доминанта “похожести” присутствует на протяжении всей истории существования этой лексической единицы, однако с точки зрения содержательных характеристик наблюдается появление более узкого значения за счет дополнительного соотношения – “схожесть с определенной группой предметов или людей”.

Диахроническая этносемиотрия лексемы *идентичность* во французском языке позволяет сделать следующие выводы:

- 1) языковые репрезентанты понятия *идентичность*, будучи заимствованиями из средневековой схоластической латыни, представляют собой абстрактно мыслимые понятия;
- 2) ядерными смыслами этносемиотрии лексемы *идентичность* следует считать “схожесть, тождественность”, а также “отличие в своем подобии”;
- 3) двойная семантика данной понятийной области конституируется как антропологическим, так и неантропологическим значением на основе семы “похожесть, но не полное совпадение”. Если неантропологическое значение развивается в специализированное терминологическое значение в математике и логике, то антропологическое значение получает новый виток абстрагирующего развития в философии и социогуманитарных науках.

Французская школа дискурсивной лингвистики одной из первых обратилась к выявлению процессов идентификации в речи. Французские дискуртологи для определения *идентичности* оперируют понятиями *субъекта речи* (*Я-говорящего, sujet parlant*) и *Другого* (*Наблюдателя, Autre*). При речепроизводстве Я-говорящий сопоставляется с Другим, и, таким образом, определяются отличительные черты субъекта речи. Идентичность говорящего дуалистична по своей природе, так как она конструируется в процессе высказывания в двух направлениях,

независимых друг от друга, но при этом взаимодополняющих: формирование *персональной идентичности (identité personnelle)* и *идентичности позиционирования (identité de positionnement)*.

Актуальным представляется мнение французского дискурсолога П. Шародо, который предлагает разделить *персональную идентичность* на

- внешнюю, носящую психосоциальный характер: речь идет о совокупности черт, которые характеризуют индивида согласно его возрасту, гендерной принадлежности, социальному статусу, уровню аффектации и т. д.;
- внутреннюю, или дискурсивную, описываемую с точки зрения прагматической интерпретации высказывания при помощи локутивных категорий (*modes de prise de parole, rôles énonciatifs, modes d'intervention*) [12, с. 299–300].

Дискурсивная стратегия говорящего является, таким образом, результатом различных комбинаций, составляющих внешнюю и внутреннюю персональную идентичность индивида. Считаем необходимым обратить внимание на рассмотрение *идентичности позиционирования* как с формальной точки зрения (в выборе лексикона, языкового регистра, дискурсивного жанра и т. д.), так и с содержательной (в частности, в отстаивании некоторых идеологических установок, в сознательной или бессознательной защите некой системы ценностей). Пример анализа идентичности позиционирования находим в работе О. А. Кулагиной [1], показавшей, что ценностными координатами языковой картины мира французского социума в диахронической перспективе, диагностирующими социальную эволюцию в коммуникации с Другим, являются этническая идентичность, инаковость, этнические стереотипы. Специфически французскими репрезентантами инаковости и идентичности являются базисные лексемы *étranger* (чужой), *autre* (другой) и *même* (такой же), коммуникативно-социальная релевантность которых детерминирована в опосредованной литературной коммуникации ценностными ориентирами, отражающими знание о человеке говорящем в ситуации этнокультурного диссонанса, обусловленного установками поведения коммуникантов, а также их социально-статусной принадлежностью.

Социогуманитарная научная парадигма, изучающая идентичность как сложный многоуровневый феномен, объединяет труды философов, социологов, антропологов, психологов, политологов, культурологов, лингвистов, дискурсологов. Таким образом, можно сделать вывод, что термин *идентичность* находится в центре внимания современного антропоцентрического вектора исследований в науке и что на сегодняшний день в данном векторе доминирует междисциплинарный подход. Полученные данные семиотрии могут способствовать более углубленному анализу лингвосемиозиса данного понятия с точки зрения трансформаций его концептуального потенциала как способа перехвата важнейшей сущности бытия человека и общества.

### Литература

1. Кулагина О. А. Языковое портретирование чужого как способ передачи этнокультурного диссонанса во французском языке: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.05 / Ольга Анатольевна Кулагина. – М., 2012. – 201 с.
2. Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов: коллективн. монография / Отв. ред. Л. Г. Викулова. – М. : ТЕЗАУРУС, 2011. – 352 с.
3. Михайлова С. В. Фемининная идентичность и способы ее объективации во французском художественном дискурсе XVII века: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / С. В. Михайлова. – М., 2012. – 249 с.
4. Рикёр П. Я-сам как другой / Поль Рикёр. – М. : Изд-во гуманитарн. лит-ры, 2008. – 416 с.
5. Серебренникова Е. Ф. Семиотрия слова “странный” в сравнительном культурологическом аспекте анализа // Этносемиотрия ценностных смыслов: коллективн. монография / Евгения Федоровна Серебренникова. – Иркутск: ИГЛУ, 2008. – С. 445–458.
6. Скредина Л. М. Школа Гийома: психосистематика / Л. М. Скредина: учеб. пособ. к курсу “История лингвист. учений и методов анализа”. – М. : Высш. шк., 2009. – 367 с.
7. Словарь иностранных слов [гл. ред. Петрова Ф. Н.]. – М. : Рус. яз., 1988. – 608 с.
8. Трунов Д. Г. Феноменология самопознания: регионы самобытия / Д. Г. Трунов : монография. – Пермь : ПермГУ, 2011. – 318 с.
9. Шевлякова Д. А. Доминанты национальной идентичности итальянцев / Д. А. Шевлякова : монография. – М. : Университетская книга, 2011. – 496 с.

10. Augé M. Non-Lieux: Introduction à une anthropologie de la surmodernité [Text] / M. Augé. – Paris : Éditions du Seuil, 1992. – 158 p.
11. Barreto A. Exclusions et maladies d'âme / A. Barreto // Où vont les valeurs? Entretiens du XXIe siècle. – Paris : Éditions UNESCO, 2004. – P. 437–445.
12. Charaudeau P. Identité / P. Charaudeau // Dictionnaire d'Analyse du Discours. – Paris : Editions du Seuil, 2002. – P. 299–300.
13. Dictionnaire de l'altérité et des relations culturelles [Sous la direction de G. Ferréol, G. Jucquois]. – Paris: Armand Colin, 2010. – 354 p.
14. Dictionnaire historique de la langue française [Sous la direction d'A. Rey]. – Paris : Robert, 2006. – 4304 p.
15. Drapeau Contim Ph. Qu'est-ce que l'identité? / Ph. Drapeau Contim. – Paris : LIBRAIRIE PHILOSOPHIQUE J. Vrin, 2010. – 128 p.
16. Noiriel G. À quoi sert "l'identité nationale"? / G. Noiriel. – Marseille : Agone, 2007. – 154 p.
17. Portella E. La culture au XXIe siècle: clonage ou métissage? / E. Portella // Où vont les valeurs? Entretiens du XXIe siècle. – Paris: Éditions UNESCO / Albin Michel, 2004. – P. 321–327.
18. Shayegan D. Une "schizophrénie apprivoisée"? / D. Shayegan // Où vont les valeurs? Entretiens du XXIe siècle. – Paris: Éditions UNESCO, 2004. – P. 221–227.

#### **Аннотація**

**Л. Г. Викулова, Е. Ф. Серебренникова. Идентичность как элемент универсума человека и универсума языка: аксиологический аспект интерпретации**

*Статья посвящена проблеме современного лингвистического аксиологического анализа и обоснованию этносемиотрии в качестве одного из возможных способов его реализации. Уточняются принципы и контексты использования этносемиотрии, и на этой основе осуществляется аксиологический анализ лексемы "идентичность" во французском языке.*

**Ключевые слова:** идентичность, лингвистический аксиологический анализ, этносемиотрия.

#### **Анотація**

**Л. Г. Вікулова, Є. Ф. Серебреннікова. Ідентичність як елемент універсуму людини та універсуму мови: аксіологічний аспект інтерпретації**

*Статтю присвячено проблемі сучасного лінгвістичного аксіологічного аналізу й обґрунтуванню етносеміотрії як одного з можливих способів його реалізації. Уточнюються принципи та контексти використання етносеміотрії, і на даній основі здійснюється аксіологічний аналіз лексеми "ідентичність" у французькій мові.*

**Ключові слова:** ідентичність, лінгвістичний аксіологічний аналіз, етносеміотрія.

#### **Abstract**

**L. G. Vikulova, Y. F. Serebrennikova. "Identity" as an Element of the Person Universum and Language Universum: Axiological Aspect of Interpretation**

*The article deals with the modern linguistic axiological analysis and offers a detailed account of "ethnosemiometry" as one of its possible implementations. It has been indicated that the research method of "ethnosemiometry" is an interdisciplinary integration between contemporary cognitive and discourse linguistics and cross-cultural communication studies. The work specifies the principles and contexts of the method employment and features an axiological analysis of the lexeme "identity" in the French language on the basis of which it becomes possible to formulate the general existential condition of the modern person and human society. It has been emphasized that the term "identity" is in the focus of attention of modern anthropocentric researches in science and that an interdisciplinary approach dominates in this sphere nowadays.*

**Key words:** identity, linguistic axiological analysis, ethnosemiometry.

І. Ф. Винокурова  
(Горлівка)

УДК 82 (091).82.0

СТИЛІСТИЧНА ІНВЕРСІЯ ЯК ПОЕТИКАЛЬНА ДОМІНАНТА ТРИЛОГІЇ  
“ВОЛОДАР КІЛЕЦЬ” ДЖ. Р. Р. ТОЛКІНА

Трилогія “Володар кілець” британського письменника Дж. Р. Р. Толкіна стала яскравою подією в культурно-літературному процесі ХХ століття. У 2014 році виповнюється шістдесят років з появи бестселера, а увага до твору не знижується. “Толкініана” запропонувала різнобічні підходи до книги і порушила чимало проблем літературознавчого характеру, з-поміж яких інтертекстуальність твору (О. Апенко, Р. Кабаков, В. Бойницький, О. Тихомирова, С. Ліхачова, М. Каменкович), жанрова природа твору (С. Кошелєв, Н. Мамаєва, М. Штейнман), філософсько-теологічні засади трилогії (Я. Кротов, В. Куріцин, В. Гаков, М. Свердлов, А. Ніколаєва, В. Муравйов), архетиповий вимір літературного шедевра (Т. О’Ніл, Х. Кінан, А. Петті, У. Оден, Н. Ситник), моделювання можливого (вторинного) світу у творі (А. Єскадумов, Н. Прохорова, С. Алексєєв). Останній напрям дослідження видається досить продуктивним, бо теорія можливих світів, давня за походженням й осучаснена на ґрунті літературознавства В. Рудневим [5; 6], та дотична до неї віртуалістика [4, с. 171-173] пропонують методологічні засади для подальшого вивчення трилогії “Володар кілець”, для глибинного проникнення в ідейно-філософський задум художника. Мистецьким інструментом письменника-філолога Дж. Р. Р. Толкіна була рідна йому англійська мова й експериментально-фантазійні мовні витвори, до яких він вдавався на правах високоосвіченої й науково налаштованої людини – професора Оксфордського університету.

*Мета* запропонованої розвідки полягає в аналізі вербального механізму розбудови можливого (вторинного) світу в трилогії “Володар кілець”. Варто згадати настанову академіка Л. В. Щерби про те, що метою тлумачення твору є “показ лінгвістичних засобів, які виражають ідейний і пов’язаний з ним емоційний зміст літературних творів. Що лінгвісти мають доводити до відома всі ці засоби, у цьому немає жодного сумніву. Але це саме мають робити й літературознавці, бо вони не можуть задовольнитись інтуїцією й міркувати про ідеї, які вони, можливо, хибно вичитали з тексту” [10, с. 97].

*Об’єктом* дослідження є синтаксичний рівень художнього мовлення Дж. Р. Р. Толкіна. *Предметом* дослідження постає стилістична інверсія як синтактико-стилістична фігура, конфліктна з граматичною будовою англійської мови й *apriori* знецінена при перекладі українською через принципову розбіжність аналітизму й синтетизму цих мов.

Заявлена мета дослідження окреслює безпосереднє завдання – поступовий розгляд стилістичної інверсії у певних реченневих патернах (моделях). *Матеріалом* дослідження постає оригінальний англійський текст “The Lord of the Rings”, створений Дж. Р. Р. Толкіном.

Мовленнєва експресія в усій її різноманітності притаманна не тільки звукам, словам та їхнім граматичним формам, а й більшою мірою синтаксичній організації мовлення. Стиль будь-якого мовленнєвого твору, зокрема художнього, як і стиль окремого автора, визначається переважно синтаксисом.

Основною одиницею синтаксичного рівня мови є речення, яке в різних галузях лінгвістики визначається по-своєму. З погляду лінгвостилістики, речення може визначатись як предикативний ланцюжок словоформ, який складається з підмета, присудка і придієслівних членів речення, що перебувають між собою в певних лінійних і формальних відносинах. Моделі речень, так само як елементи інших рівнів мови, вступають у синонімічні відношення одне з одним і, як наслідок, створюють синтактико-стилістичні парадигми. Як зауважує І. В. Арнольд, “стилістичний ефект на рівні синтаксису ґрунтується на синонімії різних типів синтаксичних конструкцій, з яких одна, з традиційним використанням синтаксичних зв’язків, є нейтральною, а друга, з переосмисленням їх, є експресивною й емоційною, тобто стилістично маркованою” [2, с. 160].

На рівні синтаксису стилістично нейтральна (немаркована) модель речення, не звантаженого конотативною інформацією, – це модель простого розповідного поширеного речення типу:  $S - P - O_{dir} - O_{ind} - A_{dv. mod}$ . Трансформація цієї моделі в інші моделі розповідних речень зумовлює виникнення стилістично маркованих моделей речення, які функціонують як *експресивні засоби синтаксису* [1, с. 7]. Отже, експресивні засоби на синтаксичному рівні мови – це синтаксичні моделі речень з певним логічним чи емоційним навантаженням, що підсилює прагматичну ефективність висловлення і мовлення в цілому.

З-поміж експресивних засобів синтаксису, наявних у творі “Володар кілець” Дж. Р. Р. Толкіна, виокремлюємо насамперед пов’язані з порушенням порядку слів у нейтральній реченнєвій моделі або з послабленням зв’язку між компонентами реченнєвої моделі. До них належать інверсія, дистантне розташування елементів висловлення й відокремлення.

Порядок слів у реченні германських мов, до яких належить англійська, характеризується сталістю і відтворює рух від даного до нового, від теми до реми, тобто відповідає актуальному членуванню речення. У випадку, коли нейтральний порядок слів порушено і рема опиняється в початковій позиції, її, як логічний предикат, виокремлює підсилений наголос, який робить інтонацію в цілому емпатичною. Експресивність при цьому виникає внаслідок розбіжності між узусом і ситуативністю.

Навмисне порушення нормативного порядку слів з метою емоційного або смислового виділення певного компонента речення розглядається в синтаксичній стилістиці як інверсія. Термін інверсія походить від латинського *inversio* (перестановка, перевертання) і потрактовується в сучасному літературознавстві як “стилістична фігура художнього мовлення, що полягає у незвичайному, часто одивненому розташуванні слів у реченні, очевидному порушенні синтаксичної конструкції задля смислового увиразнення висловлення” [3, с. 419].

Порядок слів вважається інвертованим, якщо перестановці піддається один (залежний) член з двох синтаксично пов’язаних членів речення: присудок щодо підмета, прямиї додаток щодо присудка, предикатив щодо дієслова-зв’язки тощо. Таким чином, стилістична інверсія притаманна таким членам речення: присудку, додатку, означенню, обставинам.

У стилістичному потрактуванні інверсії варто зважати, за О. М. Мороховським, на її “додаткову стилістично-функційну роль, а саме: зміну ритму речення, подрібнення поширеного додатка, означення, предикативної групи. Усе зазначене посилює прагматичний ефект мовлення” [7, с. 149].

Стилістична інверсія реалізується в кількох типових моделях, які ми послідовно розглянемо.

1. *Предикатив* (з дієсловом-зв’язкою), виражений іменником / займенником, *передусь підмету*, містячи в собі смисловий предикат (центр) висловлення. Показовою у цьому відношенні видається пейзажна замальовка: *Dark is the water of Kheled-zâram, and cold are the springs of Kibil-nâla, and fair were them any-pillared halls of Khazad-dûm in Elder Days before the fall of mighty kings beneath the stone* [11, p. 467].

У наведеному реченні предикативи *dark, cold I fair* (з дієсловами-зв’язками *is, are i were*) вживаються перед відповідними групами підметів і сукупно містять три реми повідомлення. Автор вдається до перестановки задля увиразнення суворой природи ворожої хобітам країни.

Темна вода й холодні на дотик потоки створюють сумний і тривожний настрій, який гармонує з холодною красою палацу Хазад-дум, де знайшли спокій попередні могутні правителі. Наведений уривок цікавий для нас тим, що виявляє додаткову стилістичну функцію інверсії, а саме: зміну ритму речення. У результаті комбінації інверсії й синтаксичного паралелізму виникає неримований верс, наближений до верлібру, джерелом якого є фольклор (замовляння, голосіння та інші форми неримованої народної поезії). Традиція використання верлібру в художній літературі дуже давня, тому його можна вважати більш традиційним, ніж римовані вірші, особливо з твердою строфічною формою, що з’явилися за доби пізнього середньовіччя, поширились у ренесансний та постренесансний періоди.

Варто зауважити, що у процитованому уривку поряд із синтаксичними стилістичними засобами, – інверсією й паралелізмом, – спостерігаємо стилістичну експресію на фонетичному (сингармонізм у “географічних назвах” *Kheled-zâram, Khazad-dûm*), графічному (діакритичний знак ^) і семантичному (*ElderDays*) рівнях.

Зазначимо, що семантика можливого світу, створеного Дж. Р. Р. Толкіном, актуалізується багатьма складниками, з-поміж яких є “історичні реалії” на кшталт *Elder Days*, часто вживані на сторінках “Володаря кілець”. Відомо, що велика літера в англійській мові має доволі широкий ужиток і стала традицією: з великої букви пишуться назви суспільно-державних інституцій, місяців і днів тижня, історичних і культурних подій тощо. Використання великих букв *E* і *D* в авторському кліше *Elder Days* надає йому статусу історичної реалії з претензією на документальність.

Сукупність виразних засобів у процитованому уривку виконує сугестивну функцію, пропонуючи альтернативний світ і задовольняючи читацький запит на незвичайність.



Запропонований коментар ще раз доводить, що мовні рівні є взаємозалежні й один без одного функціонувати не можуть. Штучне виокремлення того чи іншого елемента виразності є методично доцільним і процедурно виправданим лише на проміжному етапі аналізу, який урешті-решт завершується синтезом і відновленням літературно-художнього твору в цілому, заради чого аналіз власне й запроваджувався.

2. *Присудок*, виражений дієсловом, *передуює підмету*. Така інверсійна модель характеризує живе мовлення, висуваючи на перше місце *емоційно домінуючий елемент* (термін Л. Блумфілда): *You need rest before your venture, if go you must* [11, p. 524] (*Ти потребуєш відпочинку перед походом, якщо йти ти мусиш*).

Інвертоване смислове дієслово *go* наголошує на невідкладності, важливості й надзвичайності дії, зазначеної цим дієсловом. Іменник *venture* (ризик, ризиковане починання) у попередньому головному реченні семантично підсилює інверсійну емфазу. У цьому пункті спираємось на думку В. Є. Шевякової: “Розташування реми на початку (або в середині) речення може бути зумовлено також: *необхідністю її позиційної контактності зі співвідносним членом попереднього речення*; подрібненням поширеної реми; ритмом; бажанням мовця висловити головне якомога швидше” [9, с. 23].

3. *Прямий додаток у початковій позиції* виділяє об’єкт з-поміж інших, йому подібних, акцентуючи його важливість і неординарність: *And Ethir Anduin he saw, the mighty delta of the river...* [11, p. 526].

“Географічна назва” *Ethir Anduin* функціонує як прямий додаток на початку речення, що доводить логічну перевагу реми: саме на її користь зроблено перестановку. Пояснення не відомої нам географічної реалії здійснюється відокремленою дистантною прикладкою *the mighty delta of the river* (*плідна дельта ріки*). Її коментарна функція реалізується в постпозиції після коми на письмі й паузи в мовленні, яка дає час на осмислення «географічної назви». Постпозиція означення або прикладки в художній прозі надає стилю урочистості, піднесеності й певної музикальності. Так виникає зачин, композиційний елемент, що зазвичай розпочинає казки, билини, замовляння, іноді легенди, історичні перекази та ліричні пісні, де набуває етноісторичної атрибутики. Під впливом фольклорного дискурсу Дж. Р. Р. Толкін також використовує цей прийом у тканині власного неоміфу.

4. *Прийменниковий додаток на початку речення* виділяє й увиразнює окремий аспект (ракурс) явища чи предмета подібно до великого плану в кінематографі.

Кінематографічним видається інверсійний літературний портрет Елронда, лорда Рівендела. Три речення починаються прийменниковими додатками *in it, upon it, in them*: *The face of Elrond was ageless, neither old nor young, though in it was written the memory of many things both glad and sorrowful. His hair was dark as the shadows of twilight, and upon it was set a circlet of silver: his eyes were grey as a clear evening, and in them was a light like the light of stars. Venerable he seemed as a king crowned with many winters, and yet hale as a tried warrior in the fullness of his strength. He was the Lord of Rivendell and mighty among both Elves and Men* [11, p. 297].

Завдяки “образотворчим інверсіям” [2, с. 163] ми послідовно зосереджуємось на обличчі лорда, у якому живе пам’ять про минулі події; на посивілому волоссі, прикрашеному короною із срібла; на очах, що сяють, як зорі. Отже, інверсії послідовно виділяють найбільш характерні і неповторно-індивідуальні риси Елронда. Інверсійні речення, наведені нами, належать відповідно до трьох розлогих конструкцій, тотожних між собою за синтаксичною будовою й граматичною оформленістю. Процитовані паралельні конструкції створюють зорову (кінематографічну) експресію. Водночас однотипність трьох синтаксичних блоків з інверсіями породжує, за А. Ткаченком, певну “фонічну організацію художньої мови” [8, с. 302].

Завершуючи літературний портрет лорда-ельфа, Дж. Р. Р. Толкін підсумовує: *Venerable he seemed* (*Освятий він був*). Переставлений у початкову позицію предикатив *venerable* звучить патетично і якнайкраще домальовує портрет шляхетного ельфа.

У літературному портреті леді Рівендел автор уживає аналогічну за моделлю інверсію: “... *yet queenly she looked*”. Інвертований предикатив *queenly* підкреслює знатне походження, королівську поставу, вишукані манери, ошатне вбрання і високочолість леді Рівендел, про що йдеться далі: *Above her brow her head was covered with a cap of silver lace netted with small gems, glittering white* [11, p. 298].

Поетично-архаїчний іменник *brow* (чоло, лоб) із прийменником *above* складають інверсійну обставину місця, яка переконує нас в мудрості ельфійської леді й гармонійному поєднанні в ній високих чеснот із високим статусом.

Стилістичні інверсії в розглянутих літературних портретах утамовують ностальгію читача за справжніми героями й величним минулим, хай навіть ідеалізованим, підносять над буденними справами й потребами та уможливають жаданий дотик до Історії.

5. *Означення*, розташоване в *постпозиції*, не є типовим для англійської мови. У художньому мовленні воно може спричинитись комунікативно-прагматичною метою, а саме: увиразнити думку, закладену в означенні, донести її до реципієнта (читача або слухача) і переконати стати на свій бік.

Загадкові чорні вершники переслідують Фродо із супутниками впродовж їхньої тривалої подорожі до Мордора. Від жаху хобіти майже непритомніють, коли чують цокіт копит і харчання чорних коней: *The Riders seemed to sit upon their great steeds like threatening statues upon a hill, dark and solid* [11, p. 280] (*Здавалосьь, вершники сиділи на могутніх конях, як загрозові статуї на постаменті, темні й непохитні*).

Постпозиційні означення, виражені прикметниками *darkisolid*, виокремлюють провідні риси переслідувачів: підступність, що асоціюється з темним або навіть чорним кольором, і непереможність. Інверсія створює певну психологічну напругу і, що дуже важливо, пробуджує в серці читача почуття солідарності з хобітами й щирю симпатію до них. Варто зауважити, що експресія у наведених рядках виникає водночас на двох рівнях: синтаксичному (завдяки інверсії) і лексичному (через архаїзм *steed* на позначення коня-скакуна).

Означення, виражене прикметником (прикметниками), за появи після антецедента, надає розповіді урочисто-піднесений, психологічно-напружений, дещо архаїзований характер, а також особливу ритмомелодію, що інколи акцентується сполучниками:

*Suddenly he heard the tinkle of water, a sound hard and clear as a stone falling into a dream of dark shadow. Light grew, and lo! the company passed through another gateway, high-arched and broad; and rill ran out beside them; and beyond, going steeply down, was road between sheer cliffs, knife-edged against the sky, far above. So deep and narrow was that chasm that the sky was dark, and in it small stars glinted* [12, p. 27].

Постпозиційне означення-епітет *knife-edged* виконує образотворчу функцію, увиразнюючи пейзаж ворожої країни Мордор, де скелі (*cliffs*) височіли на тлі неба лезоподібними (*knife-edged*) верхівками. Експресія ґрунтується на зіставленні двох далеких один від одного об'єктів. Через їх належність до різних семантичних груп порівняння видається неочікуваним, а вдало схоплена подібність – свіжою й гострою.

Доцільно зауважити, що наведений уривок складається з кількох інверсійних речень. Тут спостерігаємо інвертовані означення *hard and clear; high-arched and broad, knife-edged*; інвертований предикатив з дієсловом-зв'язкою *deep and narrow was*; інвертований прийменниковий додаток *init*; а також анафоричний сурядний сполучник *and*, що послідовно вводить три речення, і риторичний вигук *lo!* Поєднання кількох засобів виразності – інверсії, анафори й риторичного вигуку – створює підвищену експресію образу Чарівної Країни і візію очима хороброго, але розгубленого учасника квесту гнома Гімлі.

6. *Обставини*, що зазвичай ідуть після присудка, *можуть розпочинати речення*, акцентуючи місце, час, напрям, причину, спосіб, мету дії або супутні обставини, на тлі яких відбувається дія присудка, тощо.

У прямій мові Гендалфа обставина кількості (міри) *thrice* на початку речення виражає три дії, необачно виконані Фродо, тобто ступінь ризику й небезпеки, на які наражався хобіт: *Only thrice have you set the Ring upon your finger since you knew what you possessed. Do not try!* [11, p. 481] (*Тричі надів ти кільце з тих пір, як усвідомив, чим володієш. Не роби цього надалі!*).

Закид мага Гендалфа на адресу Фродо видається експресивним через поєднання дворівневих інверсій: синтаксичної, про яку щойно йшлося, і морфологічної (*have you set*).

Інверсія, як доводить аналіз художнього тексту на синтаксичному рівні, є надзвичайно поширеною в трилогії стилістичною фігурою, що виконує функції образності, незвичайності й одивнення. Висока частотність використання інверсії перетворює її на стилістичну домінанту, що характеризує ідіостиль Дж. Р. Р. Толкіна. Інверсія забезпечує естетичну цінність дискурсу, музикальність, ритм і мелодію, що спонукають до рецитації і перегукуються з верлібром та більш давніми формами неримованого версу (замовлянням, голосінням), перекидаючи місток від авторського тексту до фольклору. Репрезентований доробок може бути внеском у дослідження жанрової природи "Володаря кілець" та ідіостиллю Дж. Р. Р. Толкіна.

## Література

1. Александрова О. В. Проблемы экспрессивного синтаксиса. На материале английского языка : учеб. пособие / О. В. Александрова. – М. : Высш. шк., 1984. – 211 с.
2. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка (Стилистика декодирования) : учеб. пособие / И. В. Арнольд. – М. : Просвещение, 1990. – 300 с.
3. Літературознавча енциклопедія : У двох томах. Т. 1 / Авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. – К. : ВЦ “Академія”, 2007. – 608 с.
4. Можейко М. А. Виртуальная реальность / М. А. Можейко // Новейший философский словарь / Сост. и гл. науч. ред. А. А. Грицанов. – 3-е изд., испр. – Минск : Кн. дом, 2003. – С. 171–173.
5. Руднев В. П. Энциклопедический словарь культуры XX века : Ключевые понятия и тексты / В. П. Руднев. – М. : Аграф, 2003. – 608 с.
6. Руднев В. П. Прочь от реальности : исследования по философии текста / В. П. Руднев. – М. : Аграф, 2000. – 428 с.
7. Стилистика английского языка : Учебник / А. Н. Мороховский, О. П. Воробьева, Н. И. Лихошерст, З. В. Тимошенко. – К. : Вища шк., 1991. – 272 с.
8. Ткаченко А. О. Мистецтво слова (Вступ до літературознавства) : підручник для гуманітаріїв / А. О. Ткаченко. – К. : Правда Ярославичів, 1998. – 448 с.
9. Шевякова В. Е. Актуальное членение предложения / В. Е. Шевякова // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – С. 22–23.
10. Щерба Л. В. Опыты лингвистического толкования стихотворений. II. “Сосна” Лермонтова в сравнении с её немецким прототипом / Л. В. Щерба // Щерба Л. В. Избранные работы по русскому языку. – М. : Учпедгиз, 1957. – С. 97–109.

## Джерело ілюстративного матеріалу

11. Tolkien, J.R.R. The Fellowship of the Ring (being the first part of The Lord of the Rings) / J.R.R. Tolkien. – London : Harper Collins Publishers, 1994. – 535 p.
12. Tolkien, J.R.R. The Return of the King (being the third part of The Lord of the Rings) / J.R.R. Tolkien. – London : Harper Collins Publishers, 2008. – 1567 p.

## Аннотація

**І. Ф. Винокурова. Стилистическая инверсия как поэтикальная доминанта трилогии “Властелин колец” Дж.Р.Р. Толкина**

Статья рассматривает вербальный механизм создания возможного мира в трилогии “Властелин колец” Дж.Р.Р. Толкина. Анализируются экспрессивные средства синтаксического уровня, в первую очередь стилистическая инверсия, которая противоречит фиксированному порядку слов в английском языке и неизбежно девальвируется при переводе на украинский/русский язык. Стилистическая инверсия исследуется в различных моделях предложения.

**Ключевые слова:** стилистическая инверсия, поэтикальная доминанта, изобразительная инверсия, тема-рематические отношения, верлибр, неомиф.

## Анотація

**І. Ф. Винокурова. Стилiстична iнверсiя як поетикальна доmінанта трилогiї “Володар кiлець” Дж. Р. Р. Толкiна**

Статтю присвячено вербальному механiзму створення можливого свiту в трилогiї “Володар кiлець” Дж. Р. Р. Толкiна. До уваги взято експресивний синтаксис, насамперед стилiстичну iнверсiю як доmінувальний засiб. Конфлiкт зi сталим порядком слiв i знецiнення при перекладi з англiйської мови українською чи російською вмотивовують аналіз стилiстичної iнверсiї в рiзноманiтних реченневих моделях.

**Ключові слова:** стилiстична iнверсiя, поетикальна доmінанта, образотворча iнверсiя, тема-рематичні вiдношення, верлiбр, неомiф.

## Abstract

**I. F. Vinokurova. The Stylistic Inversion as a Poetical Dominant of the Trilogy “The Lord of the Rings” by J. R. R. Tolkien**

“The Lord of the Rings” by J.R.R. Tolkien published in 1954-1955 has been a great success for almost sixty years. Both youngsters and adults have enjoyed it immensely. The bestseller gave rise to different

research papers the number of which has been increasing up to now. Among them there are essays on theological and philosophical fundamentals of the book, intertextuality of the trilogy, genre and archetype nature of the masterpiece. It is commonly acknowledged that J.R.R. Tolkien's book is much more than a fairy-tale. "Tolkieniana" prevents from trivial approach to this piece of literature "for children" and suggests for consideration what is termed a secondary/parallel/alternative world, commonly recognized and not yet explained. It's time to clarify the problem, the possible world's theory being helpful. Owing its birth to the rapid development of computer technologies in the last third of the XX<sup>th</sup> century the theory of possible worlds is fruitfully exercised in many spheres of human activity. So fruitfully it is expected to work in the investigation of J.R.R. Tolkien's imaginary world, enchanting and fascinating. The possible world's theory being applied to the "The Lord of the Rings" by J.R.R. Tolkien, we face a question: how did J.R.R. Tolkien, a man of letters, create the possible world? It's no need saying whatever an author writes consists of words (if not letters, every of which matters). The word is a tool and instrument of a writer. The suggested article is an attempt to analyze J.R.R. Tolkien's wording on the syntactical level; primary attention focuses on the stylistic inversion due to frequency of occurrence. Hardly compatible with the grammar structure of the English language the stylistic inversion is sure to serve right in revealing the controversial character of the possible world. Another reason for the selection is unavoidable leveling of inversion in translation from English into Russian/Ukrainian. The stylistic inversion is analyzed in various sentence patterns, stylistic connotations being paid due attention to.

**Key words:** stylistic inversion, poetical dominant, close-up inversion, theme-rheme relations, verslibre (free vers), neomyth.

А. Р. Габидуллина  
(Горловка)

УДК 81'42

## ПОНЯТИЕ "РЕЧЕВОЙ ЖАНР" В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ И ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ РИТОРИКЕ

*Цель статьи* – показать, как трактуется понятие "речевой жанр" в исследованиях, объектом которых является учебно-педагогический дискурс, с тем чтобы обосновать собственное понимание этого явления и построить классификацию жанров учебно-педагогического дискурса (УПД).

Исследования в области педагогического жанроведения демонстрируют неоднозначность подходов авторов к описанию речевого жанра. Среди наиболее заметных работ здесь можно назвать докторские диссертации и монографии Л. Г. Антоновой, Н. Д. Десяевой, Л. И. Дергун, В. Н. Мещерякова, Л. Е. Туминой и ряд кандидатских диссертаций, характеризующих отдельные профессиональные жанры речи учителя (О. В. Гордеева, Е. Л. Ерохина, И. В. Журавлева, О. В. Ивашкина, Т. Ю. Перова, О. Г. Усанова, Л. В. Хаймович).

В работах Л. Г. Антоновой и В. Н. Мещерякова речевой жанр ассоциируется с определенным текстотипом (текстемой в широком понимании этого термина) – "инвариантной текстовой единицей, которой соответствует определенный комплекс коммуникативно-прагматических условий текстообразования, определяющих программу порождения текста и его релевантные признаки" [9, с. 7]. В. Н. Мещеряков моделирует такие оценочные письменные жанры речи педагога, как характеристика, отзыв, рецензия и педагогическое эссе [8, с. 109]. Особое внимание автор уделяет контексту, в котором функционируют эти жанры. В него включается целый комплекс знаний, умений и навыков учащихся.

Л. Г. Антонова характеризует педагогическое эссе, инициативное письмо, дневник и педагогическую рецензию как высказывания с повышенным статусом субъективности. Модель этих жанров включает следующие факторы:

- целевое назначение (функция, интенция), которое определяется интеллектуальной волей адресанта и направлена на эмоциональную и интеллектуальную сферу адресата (побуждать его к действиям, прояснять для него интеллектуальные истины, оправдывать то или иное понятие, приглашать к размышлению и т. д.);
- предметно-смысловой (объективный) план речи, или "диктум". Так, для педагогического эссе объективной реальностью будут события социальной или учебно-научной практики, требующие критической оценки;

- адресат, его статус, конкретные черты;
- автор, субъект текста;
- субъектно-адресатные отношения [1, с. 61-65].

Еще одним основанием классификации жанров речи в лингвистике и педагогической риторике служит оригинальность-производность жанровой формы, на основании чего жанры делятся на первичные и вторичные, т. е. онтологически производные от первичных и отличающиеся от них сферой функционирования или стилистической обработкой (М. М. Бахтин). По мнению Т. Б. Цыпляевой, “принятая в литературоведении схема деления на жанры применима в полном смысле лишь к текстам неучебным. Учебные тексты входят в научную стилистическую сферу и составляют отдельный жанр учебной литературы. Учебные иноязычные тексты в зависимости от происхождения либо образуют жанр адаптированного учебного текста (вторичного), либо, будучи заново созданными составителями, делятся на две группы: “живые”, подпадающие под жанровую классификацию реальных сфер общения, либо “неживые”, не существующие в реальной речевой практике носителей языка, “конструируемые учебные тексты”. Они составляются специально для конкретных методических целей, наполняются определенными языковыми средствами” [11, с. 13]. Отметим в этой связи, что под эту классификацию подпадают тексты упражнений из учебников и тексты дидактического материала.

Нередко под речевым жанром понимаются тексты в узком смысле, т. е. совокупность семантически и грамматически объединенных высказываний, характеризующихся единством темы и особыми синтаксическими связями составляющих. Это могут быть обособленные фрагменты другого текста: например, предисловие, послесловие, комментарии, справочный аппарат книги и т. д. В данном случае РЖ ассоциируется с текстемой в узком понимании (Е. Агрикола, В. Кох) – единицей членения текста, совокупностью грамматически объединенных высказываний, характеризующихся единством темы и особой синтаксической связью составляющих. Например, в монографии Л. И. Дергун описываются такие жанры учебника, как дефиниция, характеристика изучаемого явления, классификация объектов и др. [5].

В исследованиях лингвистов М. Ю. Олешкова, В. Б. Черник, Н. А. Антоновой, методистов Н. Д. Десяевой, О. В. Ивашкиной речевой жанр рассматривается как единица речевого поведения учителя.

Вслед за Н. Д. Арутюновой, Т. Баллмер и В. Брененштуль, Г. Браун, М. А. Кормилицыной, М. Л. Макаровым, О. Розеншток-Хюсси, С. Н. Черемисиной, М. Ю. Федосюком, Г. Р. Шамьеновой, Т. В. Шмелевой, Г. Юле и др. («лингвистическое» направление в генологии) они характеризуют речевой жанр как идеальную схему протекания коммуникативно-речевого акта, “горизонтальную модель” (динамическую структуру), которая может воплощаться в некотором множестве конкретных речевых произведений. РЖ – это системно-структурный феномен, представляющий собой сложную совокупность многих речевых актов, выбранных и соединенных по соображениям некой особой целесообразности и относящихся к действительности не непосредственно, а через РЖ в целом. Данный подход преимущественно ориентирован на адресанта-учителя, его интенции и иллокутивные силы; изучаются композиция, или синтактика жанра, осуществляется семантико-лексикологическое описание РЖ, включая построение семантической структуры метаимен речевых жанров.

Часто авторы работ в области педагогического жанроведения не проводят различия между первичными РЖ (в понимании М. М. Бахтина) и речевыми актами. Цель / функция выступают как главный критерий классификации высказываний. Исследуются следующие жанры речи учителя: замечание, приветствие, обращение, поздравление и т. п. (В. Б. Черник, О. В. Ивашкина.).

В работах методистов из Саранского университета (профессор Н. Д. Десяева и ее последователи) показаны особенности учебно-научного высказывания как наименьшей единицы педагогического общения. Выделяется несколько групп подобных высказываний. К первой группе относятся формулировки учебных проблем, гипотез; высказывания, формулирующие выводы о результатах языкового анализа; высказывания, обобщающие познавательную деятельность и ее результаты. Во вторую группу входят высказывания, отражающие особенности организации процесса обучения русскому языку: формулировки учебных задач, различных видов заданий, учебные вопросы, развернутые оценки ответов учащихся и пр. Если в высказываниях первой группы преобладают элементы, характерные для любого научного общения на темы лингвистики, то особенности высказываний второй группы характерны для любой предметной учебно-научной речи [6].

Модель большинства профессиональных речевых жанров педагога строится с помощью “анкеты” РЖ Т. В. Шмелевой (О. В. Гордеева, Е. Л. Ерохина, И. В. Журавлева, О. В. Ивашкина, Т. Ю. Перова, О. Г. Усанова, Л. В. Хаймович). Она основана на понимании жанра как ситуативно-речевого действия и включает в себя семь конституирующих признаков: 1) коммуникативную цель (на основании этого критерия автор противопоставляет четыре типа РЖ: информативные, императивные, этикетные и оценочные); 2) образ автора; 3) образ адресата; 4) образ прошлого (инициальные и реактивные РЖ); 5) образ будущего (дальнейшее развитие речевых событий, воплощающееся в появлении других РЖ); 6) тип диктумного содержания, вносящий ограничения в отбор информации о мире; 7) языковое воплощение [13, с. 93-97].

Необходимо заметить, что в ряде работ (О. В. Гордеева, Л. В. Хаймович) эта модель распространяется не только на элементарные РЖ (просьба, замечание и др.), но и на более крупные образования, например лекцию учителя [3, с. 8-13]. Мы считаем, что вышеназванные авторы в определенной степени преодолели некоторые недостатки лингвистической генологии, которую упрекали в отрыве от сферы общения, использовании преимущественно системно-структурных методик исследования, схематизации, атомизме, потере диалога и собственно текста. В модель профессионального РЖ педагога здесь включаются и социальные характеристики учителя как агента определенного социального института и текст.

Мы, вслед за сторонниками социопрагматического направления в жанроведении (Т. В. Анисимова, Ф. С. Бацевич, М. Б. Бергельсон, Л. Бреур, В. К. Бхатъя, В. Е. Гольдин, Е. И. Горошко, В. В. Дементьев, К. А. Долинин, О. Н. Дубровская, Д. Йетс, Н. К. Кравченко, К. Менг, К. Миллер, В. Орликовски, Д. Свейлес, К. Ф. Седов, Е. А. Селиванова и др.), связываем понятие жанра с регулярно повторяющимися ситуациями, которые составляют континуум жизни, структурируя его, являясь формой события. Главное различие лингвистического (распространенного в педагогической риторике) и социопрагматического изучения РЖ заключается, на наш взгляд, в следующем: 1) ориентация на монолог – ориентация на диалог; 2) ориентация на логику, грамматику – ориентация на взаимодействие, помещенное в социально-культурные условия конкретной ситуации; 3) ориентация социопрагматического направления в генологии на определенную сферу общения.

Жанры здесь отражают “вертикальные” модели поведения человека как стереотипных ситуациях. РЖ характеризуется как “социально закрепленная форма коммуникативного взаимодействия, которая определяется единством его условий, функций и инвариантными признаками речевого поведения его участников, заданными социальными нормами и правилами” [2, с. 50]. Речевой жанр (жанр речевого события) отражает: 1) тип речевого поведения, задаваемый речевой ролью и регулируемый жанровыми предписаниями и/или взаимными ожиданиями партнеров по общению; 2) допустимые и социально одобряемые нормы и правила речевого поведения; 3) стратегии и тактики речевого поведения, стандартные в данной ситуации речевые поступки коммуникантов; 4) жанры речевых продуктов (текстов).

Один и тот же текст может использоваться в составе различных речевых жанров. Е. Я. Шмелева и А. Д. Шмелев подчеркивают важность идентификации речевого жанра “именно на основе признаков используемого в его составе текста; поэтому, чтобы понять специфику того или иного речевого жанра, необходимо определить, какие ограничения накладываются на тексты, способные использоваться при реализации этого жанра” [12, с. 19].

Совокупность РЖ создает “рамку” для статусно-ориентированной коммуникации и внутренне связана с дисциплинарной методологией и профессиональными практиками. По мнению Д. Свейлеса, жанр играет роль посредника между индивидом и обществом и связан с дискурсивной практикой, принятой в обществе и зависящей от заранее оговоренных и установленных целей и социальных механизмов, его регулирующих. Они обуславливают цели жанра, от которых зависит его структура, и эти цели предопределяют некие конвенции, влияющие на выбор содержания и стиля. Модель РЖ должна включать следующие параметры: 1) класс коммуникативных событий; 2) коммуникативную цель; 3) уровень прототипичности конкретного представителя того или иного жанра; 4) содержательные и структурные ограничения; общую интерпретацию логической основы жанра; 5) роли членов дискурсивных сообществ в создании наименования жанра и жанровых номенклатур [14].

Украинские лингвисты Е. А. Селиванова и Н. К. Кравченко описывают речевой жанр как целостный каркас коммуникативной ситуации, “образец классов коммуникативных событий, основанных на соответствующих текстовых клише, характеризующихся определенными

стандартними установками, коммунікативними стратегіями, особливостями інтерактивності, коммунікативної середовища» [10, с. 367]. Розуміння жанра як типу/образця, який задає інваріантні дискурсивні характеристики, випливає з визначення дискурсу як цілісної, замкнутої коммунікативної ситуації, яка здійснюється на основі тексту як матеріальної форми коммунікації. «Упрощаючи, можна сказати, що «знизу» цілісність і замкнутість дискурсу забезпечується формально-сеmiotическим простором тексту, знакова природа якого є не тільки джерелом процесуальності дискурсу, але і її обмежувачем. «Зверху» замкнутість дискурсу забезпечується жанром, який вираховує ієрархію дискурсивних складових в відповідності до своєї когнітивної структури. На мовному рівні жанр співпадає з текстом» [7, с. 135]. Таким чином, жанрово оформлена коммунікативна ситуація матеріалізується тільки в одному тексті або його фрагменті.

В той же час існують коммунікативні ситуації, які сприймаються як щось цілісне, але реалізуються в декількох взаємодіючих текстах. Поняття «речевого жанру» в таких випадках може використовуватися достатньо широко. В дослідженнях К. Ф. Седова, В. Е. Гольдіна, О. Н. Дубровської під РЖ розуміються і речеві акти, і власне речеві жанри, і типи складних речевих подій. Складному речевому подію (наприклад, уроку) відповідає гіпержанр (гіпержанрова форма); простому речевому подію (основа форми простого речевого подію – речевий процес або дія) – речевий жанр (мікроряд, який представляє собою вербальне оформлення взаємодії партнерів коммунікації, т. є. це достатньо тривале спілкування, породжує діалогічне єдинство або монологічне висловлювання, яке містить декілька мікротекстових одиниць); субжанр – мінімальна одиниця типології жанрів мови, відповідає одному речевому подію, речевому акту [4, с. 162].

Аналіз РЖ тільки як моделі (типу) тексту застосуємо до підручника і його складових. В цьому випадку останній розглядається як елемент освітнього надтексту і потребує спеціального вивчення. При його аналізі будемо використовувати термін «текстема» як абстрактну інваріантну одиницю текстового рівня мовної системи (в відміння від актуалізованого тексту), яка характеризується визначеним тематическим змістом, композиційною структурою, відбором лексико-фразеологічних, граматических, стилістических засобів і інтенціонально-прагматическими особливостями. В підручнику роль текстем можуть грати формулювання правил, визначення, вправа, алгоритм і пр. Те ж можна сказати про продукти УПД – сочинення, викладки і інших виробленнях учасників поза умов їх створення (аналізується відповідність підручника до теми, ідеї, характеризуються композиційно-структурні і мовні особливості творчих робіт учасників і т. п.).

Жанри коммунікативного подію/дискурсу мають процесуальний, динамічний характер. Вони відображають абстрактну обобщенну модель коммунікативно релевантних умов і обставин, задають соціальні обмеження коммунікативного поведіння вчителя і учасників в поточному подію спілкування. Екстралінгвістическі і соціальні параметри коммунікативного подію детермінують стиль, композицію, тему і структуру породжуваного в ній тексту (текстів). Текстема є мовною основою РЖ. Наприклад, текстема «визначення» є матеріальною основою простого РЖ «визначення».

Складний речевий жанр складається з сукупності інтертекстуально пов'язаних текстів.

Відправною точкою в класифікації речевих жанрів УПД є загальна жанрова таксономія, яка має рівневу структуру.

Перший рівень – *функціонально-системний*. Він характеризує умови реалізації РЖ в сфері організованого навчання:

1. Типична ситуація спілкування: лекція, консультація, коучинг, екзамен, урок, семінар, лабораторне заняття і т.п. Кожна з них характеризується своїм набором речевих жанрів, загальних і спеціалізованих.

2. Тип коммунікативного подію. Дискурс ділиться на визначені коммунікативні події: складні і прості. Назви цих подій нерідко співпадають з назвами РЖ. В дискурсивному просторі УПД можна виділити різні жанрові освіти: *складні РЖ*: перевірка домашнього завдання, опитування, диктант, пояснення нового матеріалу, підсумкова бесіда і пр.; *прості (комплексні і елементарні* – за М. Ф. Федосюком) жанри мови.

Урок як коммунікативне подію складається з послідовності епізодів, втілених в складних і простих РЖ. Ми співносимо складний РЖ з поняттям «макроструктури» (або

глобальной структуры), которая композиционно членит целостное коммуникативное событие на крупные составляющие и имеет в его структуре статус эпизода, “сложного речевого события”. Внутри крупных фрагментов дискурса наблюдается единство – интенциональное, тематическое, композиционное и т. д. Материальной основой сложного РЖ в УПД обычно выступает совокупность интертекстуально взаимосвязанных текстов учителя и учащихся: претекст (учебника или дидактического материала), метатекст учителя, текст-исполнение учащегося и оценочный текст учителя и/или учащихся-оппонентов. В основе возможных многочисленных вариантов употребления (пересказа, конспекта, плана или другой фиксации) претекста лежит некая абстрактная модель инвариантного свойства, возникшая как системная единица вербального уровня, служащая в данной коммуникативной ситуации способом теоретического или практического освоения учебной темы.

Каждое сложное коммуникативное событие состоит из простых коммуникативных событий, материализующихся в одном тексте / высказывании. Так, СРЖ “индивидуальный опрос” состоит из следующих простых жанров речи: вопрос (формулировка задания) учителя, ответ школьника, оценочные тексты учителя или оппонентов, корректирующие тексты. Простые речевые жанры (комплексные и элементарные) ассоциируются с “микроструктурой” (локальной структурой) дискурса (Е. В. Падучева, Т. ван Дейк, Т. Гивон, Э. Шеглофф, А. Н. Баранов, Г. Е. Крейдлин, И. Н. Борисова и др.). Они так же, как и СРЖ, имеют процессуальный характер и выступают в роли тактик, реализующих стратегии участников интеракции. Комплексный ПРЖ – это многошаговый речевой ход одного коммуниканта, представленный последовательностью высказываний, объединенных единством глобальной темы в один смысловой блок (например, комментарий). Элементарный ПРЖ равен одному речевому действию.

3. Первичный или вторичный РЖ (по М. М. Бахтину). В структуре сложного речевого жанра могут сочетаться первичные (неподготовленные) и вторичные (риторические) жанры речи. Как правило, первичными в УПД являются фатические жанры речи (приветствие, обращение, замечание и т. д.). Вторичные РЖ формируются на протяжении всего обучения в школе: школьная лекция, тест и пр.

Второй уровень – *стратегический*. Дальнейшая дифференциация РЖ в УПД зависит от стратегий коммуникативного события: эпистемических, метадискурсивных и коммуникативно-прагматических. Эпистемические (моделирующие и верификационные) РЖ призваны изменить картину мира адресата. Метакоммуникативные РЖ направлены на организацию процесса усвоения материала (рекомендации, разъяснение, формулировка правила, формулировка задания, комментарий и т. п.) и не обусловлены логикой содержания УТ. Фатические (коммуникативно-прагматические) жанры речи предназначены для регулирования межличностных отношений между коммуникантами: приветствие, утешение, разрешение, похвала, возражение и пр.

Третий уровень – *тактический*. Выбор речевого жанра определяется тактикой одного из коммуникантов. На этом уровне создается:

1) модель простого речевого жанра (ее можно описать с помощью “анкеты” Т. Г. Шмелевой – см. выше);

2) жанр текста как продукта речемыслительной деятельности учителя и/или учащихся в рамках коммуникативного события;

3) факультативным является параметр “канал коммуникации”, с помощью которого различаются устные, “бумажные” и “компьютерные” (интерактивный диктант) РЖ.

Таким образом, речевой жанр трактуется в современной педагогической риторике и лингвистике как модель (Textsorten) текста, как тип речевого действия, как тип коммуникативного события. Дифференцируются статичные, обычно письменные жанры текста и процессуальные, динамичные РЖ (жанры дискурса, т. е. коммуникативной ситуации, имеющей событийную природу).

### Литература

1. Антонова Л. Г. Письменные жанры речи учителя : учеб. пособие / Л. Г. Антонова. – Ярославль : ЯГПУ, 1996. – 114 с.
2. Борисова И. Н. Русский разговорный диалог : проблема интегративности: дисс. ... докт. филол. наук : 10.02.01 / Борисова Ирина Николаевна. – Екатеринбург, 2001. – 430 с.
3. Гордеева О. В. Проблемная учебная лекция в профессиональной речи учителя: автореф. дисс. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / О. В. Гордеева. – Ярославль, 2003. – 21 с.



4. Горелов И. Н. Основы психолінгвістики: уч. пособие / И. Н. Горелов, К. Ф. Седов. – М. : Лабиринт, 2001. – 304 с.
5. Дергун Л. И. Тексты школьных учебников: типология, лингводидактическая модель и коммуникативный потенциал / Л. И. Дергун. – СПб : Изд-во СПбГУ, 2004. – 158 с.
6. Десяева Н. Д. Учебно-научная речь учителя и пути ее формирования в педагогическом вузе: автореф. дисс. ... докт. пед. наук: 13.00.02 / Н. Д. Десяева. – М., 1997. – 35 с.
7. Кравченко Н. К. Интерактивное, жанровое и концептуальное моделирование международно-правового дискурса / Н. К. Кравченко. – К. : Реферат, 2006. – 320 с.
8. Мещеряков В. Н. Жанры учительской речи / В. Н. Мещеряков. – М. : Флинта, 2003. – 248 с.
9. Радзієвська Т. В. Комунікативно-прагматичні аспекти текстотворення : автореф. дис. ... докт. філол. наук / Т. В. Радзієвська. – К. : НАН України. Ін-т укр. мови. – К., 1999. – 33 с.
10. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми : Підручник / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля. – К, 2008. – 712 с.
11. Цыпляева Т. Б. Предметный план учебного текста (дидактико-методический аспект): автореф. дисс. ... канд. пед. наук: 13.00.01; 13.00.02 / Т. Б. Цыпляева. – М., 2000. – 19 с.
12. Шмелева Е. Я. Русский анекдот. Текст и речевой жанр / Е. Я. Шмелева, А. Д. Шмелев. – М. : Языки славянской культуры, 2000. – 143 с.
13. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра / Т. В. Шмелева // Жанры речи. – Саратов : Колледж, 1997. – С. 88–98.
14. Swales J. M. Genre Analysis: English in Academic and Research Settings / J. M. Swales. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – 260 p.

#### Аннотація

#### **А. Р. Габидулліна. Поняття “речевої жанр” в сучасній лінгвістиці та педагогічній риторикі**

В статті розглядаються жанри текстів та жанри комунікативних подій. В першому випадку названо імя текстемі, в другому – дискурсивного жанру. Відправною точкою в класифікації речевих жанрів УПД являється загальна жанрова таксономія, маюча рівневу структуру. Перший рівень – функціонально-системний. Він характеризує умови реалізації речевого жанру в сфері організованого навчання: лекція, консультація, коучинг, екзамен, урок, семінар, лабораторне заняття і др. Другий рівень – тип комунікативної події. Дискурс члениться на певні комунікативні події: складні і прості. Імена цих подій часом збігаються з іменами мовленнєвого жанру. В дискурсивному просторі УПД можна виділити різні жанрові утворення: складні речеві жанри – перевірка домашнього завдання, опитування, диктант, пояснення нового матеріалу, підсумкова бесіда тощо; прості речеві жанри. Третій рівень – тактичний. Вибір речевого жанру визначається тактикою одного з комунікантів.

**Ключові слова:** учебно-педагогический дискурс, речевої жанр, речеве подія, жанрова таксономія.

#### Анотація

#### **А. Р. Габідулліна. Поняття “мовленнєвий жанр” у сучасній лінгвістиці та педагогічній риторикі**

У статті розглянуто жанри текстів та жанри комунікативної події. У першому випадку названо ім'я текстемі, у другому – дискурсивного жанру. Відправною точкою в класифікації мовних жанрів НПД є загальна жанрова таксономія, що має рівневу структуру. Перший рівень – функціонально-системний. Він характеризує умови реалізації мовленнєвого жанру у сфері організованого навчання: лекція, консультація, коучинг, іспит, урок, семінар, лабораторне заняття тощо. Другий рівень – тип комунікативної події. Дискурс членується на певні комунікативні події: складні і прості. Імена цих подій часом збігаються з іменами мовленнєвого жанру. У дискурсивному просторі НПД можна виділити різні жанрові утворення: складні мовленнєві жанри – перевірка домашнього завдання, опитування, диктант, пояснення нового матеріалу, підсумкова бесіда тощо; прості жанри мови. Третій рівень – тактичний. Вибір мовленнєвого жанру визначається тактикою одного з комунікантів.

**Ключові слова:** навчально-педагогічний дискурс, мовленнєвий жанр, мовна подія, жанрова таксономія.

**Abstract****A. R. Gabidullina. The Notion of “Speech Genre” in Modern Linguistics and Pedagogical Rhetoric**

*Different genres of texts and genres of communicative events are examined in the article. The textema name is singled out in the first case, in the second one it is the name of the discourse genre. Speech genres of TPD are classified on the basis of the common genre taxonomy which has level structure. The first level is functional and systematic. It characterizes the following conditions of speech genres realization in the sphere of formal education: a lecture, a tutorial, a coaching, an exam, a lesson, a seminar, a laboratory work and others. The second level is the type of communicative event. Discourse contains a sequence of definite communicative events: complex and simple. The names of these events often coincide with the names of speech genres. In the TPD discourse we can distinguish different genres: complex speech genres – home-assignment checking, an examination, dictation, new material explanation, conversation and others; simple speech genres. The third level is tactical. The choice of speech genres is determined by the tactics of a communicator.*

**Key words:** *teaching-pedagogical discourse, speech genre, speech event, genre’s taxonomy.*

**Н. К. Кравченко**  
(Київ)

УДК 371.334 (076) (100)

**ТИПОЛОГИЯ КОНТЕКСТА В РАКУРСЕ ЗАДАЧ СОВРЕМЕННОГО  
ДИСКУРС-АНАЛИЗА**

*Актуальность* исследования контекста как категории дискурс-анализа обусловлена ролью этого лингвокоммуникативного феномена в осуществлении дискурса как семиозиса, когнитивного процесса, динамизирующего текстовые смыслы посредством соотнесения значений текста с релевантными для его интерпретации контекстами.

Обоснование контекста как основного дискурсивного параметра имеет определенное *теоретическое значение*, учитывая разнообразие точек зрения в отношении его природы, типологии, функций и параметров, а также терминологическую нечеткость в определении этого феномена, который нередко подменяет понятия жанра, ситуационной модели, самого дискурса (как коммуникативной ситуации), становясь настолько всеобъемлющим, что теряет свою объяснительную силу.

*Цель статьи* – систематизировать основные подходы к определению контекста, выявить тенденции дальнейшего развития этого понятия, предложить собственное понимание контекста в ракурсе задач и исследовательских принципов дискурс-анализа.

В современной зарубежной дискурсологии термин “контекст” используется в двух основных значениях. В первом – как глобальные условия осуществления дискурса (глобальный контекст), опосредующие связь между текстом и порождающе-рецептивной деятельностью коммуникантов. Основной исследовательский ориентир – определение взаимосвязи и обусловленности семиотических структур дискурса социальным, когнитивным, политическим, историческим и культурным контекстами (Й. Брокмейер, М. Визерел, Дж. Гумперц, Б. Дэллинджер, Г. Кресс, Р. Фаулер, Н. Фейрклау, Дж. Фьорс, Р. Харре) [1–4; 6; 8; 14–16]. Во втором значении контекст отождествляется с когнитивной категорией, определяется как “субъективный” конструкт участников дискурса, ментально представленная структура тех характеристик социальной ситуации, которые релевантны для производства и понимания дискурса [8; 9; 14; 16]. Вместо внешнего контекста исследуются его когнитивные проекции в виде знаний / представлений коммуникантов о физических, социокультурных, психологических, коммуникативно-конвенциональных, этномаркированных и других характеристиках ситуации общения.

Параметры глобального контекста могут быть представлены как отдельные типы контекста, на которых фокусируется исследовательский интерес различных направлений дискурс-анализа. Следует отметить, что “привязка” определенного подхода к той или иной школе является весьма условной и применяется исключительно в целях структурирования материала, так как каждым из направлений дискурс-анализа изучаются различные виды контекста – хотя и с преимущественным вниманием к тому типу, изучение которого наиболее соответствует исследовательским принципам и задачам направления. В частности, критическим дискурс-

анализом изучаются все перечисленные виды контекста – с фокусировкой на глобальном контексте и его когнитивной составляющей [14]. Конверсационный анализ интересуется, в первую очередь, контекст локальных интеракций [10; 11], хотя на ход интеракции способны влиять ситуационный и межличностный контексты, которые попадают в поле зрения конверсационных аналитиков, если их роль эксплицитно индексируется речевыми ходами собеседников.

Анализ литературы позволил нам выявить десять основных исследовательских позиций, которые в наибольшей мере повлияли на понимание контекста в современной дискурсологии: 1) глобальный контекст (см. выше); 2) надтекстуальный / интертекстуальный контекст; 3) интердискурсивный контекст; 4) текстуальный контекст; 5) межличностный контекст; 6) коммуникативный контекст; 7) этнокультурный контекст; 8) ситуационный контекст (непосредственного окружения); 9) контекст локальных интеракций; 10) когнитивный контекст.

*Интертекстуальный контекст* исследуется в ракурсе сопоставления текстов с аналогичными топиками, макротопиками, культурными сценариями, концептуальными метафорами, прецедентными феноменами, аргументами / топосами и др. В критическом дискурс-анализе изучаются совокупности текстов, связанных со смысловой интерпретацией концептуальных метафор “демократия”, “народ”, “справедливость”, “порядок” [16] и др. Теория позиционирования изучает интертекстуальный контекст как универсальные культурные сценарии, “базисные нарративы”, “культурные ожидания о типичном ходе событий”, универсальные сюжетные линии, проявляющие интертекстуальную природу речевых ходов, социально-сконструированную природу участников разговора [5; 13; 15]. В частности, ролевые позиции собеседников могут опираться на базисный нарратив чудесной трансформации (Золушки, Гадкого утенка), культурную модель Рокки, Тарзана и т. д. Нарративный дискурс-анализ исследует интертекстуальный контекст как всеобъемлющую связь дискурса с неопределенным множеством текстов [2; 4]. Нарратив определяется как динамическое вербальное интертекстуальное пространство, в котором спонтанно (с определенной долей учета макроинтенций коммуникантов) интегрируется множество текстов. Основанием для объединения служит не столько тематическая, сколько смысловая общность “рассеянных” в социуме текстов.

*Интердискурсивный контекст* отождествляется с инкорпорацией и трансформацией в дискурсе элементов других жанров, регистров и стилей, что связано с проблемой жанровой гибридности и реконтекстуализации. Последняя осуществляется посредством жанровой цепочки, которая работает как регулятивное устройство для отбора одних дискурсов и исключения других (медиа-жанры трансформируют жанры политического и официального правительственного дискурсов и, в свою очередь, реконтекстуализируются в других дискурсах – например, в обсуждении новостей в повседневных диалогах) [1, с. 21].

*Текстуальный контекст* – контекст всего текста или его отдельных фрагментов, поддерживающих или опровергающих исходную смысловую интерпретацию.

Если обратиться к теории критического дискурс-анализа [6], то “текстуальное” понимание контекста будет соотноситься, на наш взгляд, с ракурсом анализа дискурса “как текста” и с этапом его дескрипции (фокусируется на текстуально-лингвистических характеристиках дискурса), интертекстуальное и интердискурсивное – с анализом дискурса как дискурсивной практики (процессов производства текста) и с методологией “интерпретации” (выявления “общего” в понимании дискурса на основе “разделяемых” контекстов коммуникантов), наконец, глобальный контекст привлекается на уровне анализа дискурса как социальной практики (институциональные и другие условия осуществления коммуникативного события) и соотносится с заключительной исследовательской процедурой “объяснение”, которая предполагает приостановление интерпретационной деятельности адресата с целью извлечения им из текста различных возможных смыслов (политических, социальных и др.), поиска импликаций и когнитивных структур, выявляющих условия создания и толкования дискурсов.

*Межличностный контекст* отождествляется со знаниями коммуникантов друг о друге (социопсихологические характеристики, уровень знакомства, власть, социальная дистанция). На изучение таких контекстов ориентирована, в частности, теория кооперативных максим и импликаций Г. Грайса (общие фоновые знания интерактантов друг о друге и о ситуации общения мотивируют отклонение от кооперативных правил и, как следствие, образование импликаций) [7], концепция лица и вежливости [3] (такие контекстуальные переменные, как власть и

социальная дистанция, определяют количество “работы лица” и соответствующие стратегии позитивной и негативной вежливости), теория речевых актов (межличностный контекст в виде учета социальных статусов и ролей коммуникантов как одно из условий успешности речевых актов [12]), интеракционная социолингвистика (разделяемые фоновые знания собеседников как членов одной социальной группы, микрогруппы, субкультуры позволяют им распознавать сигналы контекстуализации) [8; 9].

*Коммуникативный контекст* включает знание собеседников о социокультурных нормах коммуникации и интеракции: универсальных правилах общения (максимах кооперации) [7], условиях успешности речевых актов [12], жанровых прототипах, стратегиях и максимах вежливости [3], о коммуникативных, социальных и институциональных ролях участников в определенных социальных ситуациях, об их целях, мнениях, установках, идеологиях и др. Согласно критическому дискурс-анализу, такая информация является частью контекста как ментальной структуры тех характеристик социальной ситуации, которые релевантны для производства и понимания дискурса [14]. Работы по конверсационному анализу [10; 11], несмотря на декларирование его представителями принципа эмпиризма и запрета на категоризацию (определение релевантных контекстуальных составляющих), также являются вкладом в развитие теории коммуникативного контекста – как некоторого “базисного” нормативного порядка, структуры социокоммуникативных практик и ожиданий, на основе которых участники конструируют собственное поведение и интерпретируют поведение другого. Именно этот порядок выявляется в структурах / регулярностях разговора и определяет универсальные стратегии интерактантов и правила мены коммуникативных ролей.

Коммуникативный контекст может быть детерминирован *этнокультурным контекстом* в виде знаний интерактантов о культурных и социально обусловленных различиях коммуникативного этикета и конвенций межличностной коммуникации, отмеченных этнокультурной и субкультурной спецификой. Например, социальный код японцев в отношении вежливости, который называется “*wakimae*” (проницательность), требует применения стратегии “неприятия” (“non-acceptance”) как конвенциональную реакцию на комплимент себе или своим близким, поскольку комплимент, предназначенный для “членов внутренней группы” (семьи, мужа, жены), интерпретируется как “самовосхваление”, возвышающее того, кому он предназначен, над другими, и согласие с комплиментом было бы нарушением стратегии вежливости, требующей быть “чрезвычайно скромным”. Коммуникативные сбои в процессе собеседования при приеме на работу выходцев из Юго-Восточной Азии обусловлены неспособностью таких претендентов (несмотря на более чем 10-летний опыт проживания в Англии и свободный английский язык) распознавать сигналы контекстуализации интервьюера-англичанина, так как соискатели “социализированы” таким образом, чтобы рассматривать его как “начальника”, в общении с которым нежелательно “концентрироваться на личностных склонностях или предпочтениях”, “производить впечатление излишней самоуверенности и напористости” [9]. Соответственно, этнокультурная составляющая коммуникативного контекста в виде знаний таких соискателей о практиках интервьюирования, принятых в их странах, не позволяет им понять намеки собеседника и использовать тактики “приведения примера”, “успешных историй”, уточнения и др., которые обычно применяются в ходе собеседования. Вместо этого соискателями используются однозначные ответы, повторы и буквальное перефразирование слов интервьюера.

*Ситуационный контекст* – непосредственный визуальный интеракциональный контекст (конверсационный анализ, интеракционная социолингвистика, теория релевантности), который воздействует на протекание дискурса. В параметры ситуационного контекста включаются такие ситуативные переменные, как место и время (теория речевых актов), артефакты материального окружения, на которых фокусируется внимание участников в процессе разговора и которые способны изменить ход интеракции (конверсационный анализ), серьезность требований и формальность (теория лица и вежливости).

*Контекст локальных интеракций* – основная исследовательская позиция этнометодологии и конверсационного анализа [10; 11]. Под таким контекстом понимается совокупность высказываний, которые порождают речевой ход и иницируются им. Это динамический, разворачивающийся во времени процесс, который осуществляется посредством текущей перестройки структур разговора (контекст как проект и продукт последовательных интеракций). Вклад, вносимый участниками в интеракцию, контекстуально ориентирован, то есть

интеракция предполагает обязательный процесс индексирования высказывания к контексту. Каждая реплика сформирована контекстом и обновляет его. Таким образом, интеракция рассматривается как продукт локального контекста разговора. В свою очередь, контекст служит продуктом интеракции – следствием взаимной интерпретации собеседниками речевого (социального) поведения друг друга и конструирования “общего” смысла происходящего. Контекст рассматривается конврсационным анализом одновременно и как проект интеракции, поскольку порядок организации реплик в разговоре предсказуем общим (разделяемым) собеседниками знанием о правилах и способах формулирования вопросов и ответов, о нормах кооперации в диалоге.

Все представленные выше теории контекста включают “когнитивный” компонент, так как понимают контекст как различные виды “знания” интерактантов – друг о друге, о нормах общения, о характеристиках социальной ситуации, которые релевантны для производства и понимания дискурса и др.

Таким образом, в современной дискурсологии отчетливо наметилась тенденция к интерпретации контекста как когнитивного явления, “субъективного” конструкта участников, ментальной репрезентации (модели), что предполагает возможность свести различные виды контекста к схемам / моделям восприятия и понимания. Исследование контекста в когнитивном ракурсе позволяет объяснить, с одной стороны, способ воздействия социокультурной реальности на структуры текста / дискурса и, с другой – конструирующую роль дискурса в формировании социокультурного контекста. Такой подход представляется нам оправданным в качестве методологического принципа современного дискурс-анализа, поскольку обосновывает конституирующую роль контекста (внетекстового явления) в производстве / восприятии / понимании текста и дискурса, то есть функцию различных видов контекста как собственно дискурсивных характеристик. Когнитивная “составляющая” контекста в дискурсивной интеракции становится опосредующим звеном между “социумом” и текстом.

На основе анализа, проведенного в статье, мы предлагаем следующее определение исследуемого дискурсивного параметра. Контекст, понимаемый в ракурсе задач современного дискурс-анализа, – это совокупность синхронизированных знаний коммуникантов о всех факторах и аспектах дискурсивного семиозиса, которые активируются на основе знаковой формы текста и, одновременно, динамизируют и генерируют текстовые смыслы, вычлняют текст из семиозиса, соотнося его с миром (с контекстуальными моделями мира). Взаимодействие и пересечение контекстов адресанта и адресата является условием осуществления дискурса, понимания и интерпретации текста. Контекст возникает в результате интеракции (на основе текста) рецептивного и порождающего сознания и представлен в виде совокупности контекстуальных фреймов: фреймов взаимодействия (интерактивных фреймов) – когнитивного уровня организации коммуникативного опыта участников дискурса, а также фреймов интерпретации (фреймов референции, ситуационных моделей), обобщающих опыт переживания коммуникантами социокультурных, политико-идеологических, жизненных сценариев, аналогичных референтных ситуаций, в рамках которых интерпретируются содержательные части сообщения.

### **Литература**

1. Кравченко Н. К. Практическая дискурсология: школы, методы, методики современного дискурс-анализа / Н. К. Кравченко // Научно-практическое пособие. – Луцьк : Волиньполіграф, 2012. – 251 с.
2. Олешков М. Ю. Дискурс и текст: нарративная интеграция смыслов / М. Ю. Олешков и др. // Дискурс, текст, когниция: коллективная монография / Отв. ред. М. Ю. Олешков. – Нижний Тагил : НТГСПА, 2010. – 496 с.
3. Brown P. Universals in language usage: Politeness phenomena / P. Brown, S. C. Levinson // Questions and politeness: Strategies in social interaction / E. Goody ed. – Cambr. etc. : Cambr. UP, 1987. – P. 56–324.
4. Bruner J. S. The Narrative Construction of Reality / J. S. Bruner // Critical Inquiry. – 1991. – Vol. 18. – P. 1–21.
5. Davies B. Positioning: The Discursive Production of Selves / B. Davies, R. Harré // Journal for the Theory of Social Behavior, 1990. – № 20 (1). – P. 43–63.
6. Fairclough N. Textual analysis for social research / N. Fairclough. – New York : Routledge,

2003. – 270 p.
7. Grice H. P. Logic and conversation / H. P. Grice // Syntax and semantics / ed. by P. Cole and J. L. Morgan. – N. Y. : Academic Press, 1975. – Vol. 3. – P. 41–58.
  8. Gumperz J. J. Contextualization and understanding / J. J. Gumperz // ed. by A. Duranti and C. Goodwin // Rethinking Context: Language as an Interactive Phenomenon. – Cambridge : Cambridge University Press, 1992. – P. 229–252.
  9. Gumperz John. Interactional Sociolinguistics: A Personal Perspective / J. Gumperz. – Режим доступа: [http://www/blackwellreference.com](http://www.blackwellreference.com). – 2003.
  10. Sacks H. Lectures on Conversation / H. Sacks / ed. by G. Jefferson, E. A. Schegloff. – Oxford : Wiley-Blackwell, 1992. – Vol. 1, 2. – 1520 p.
  11. Schegloff E. A. Turn Organization: One Intersection of Grammar and Interaction / Emanuel A. Schegloff / E. Ochs, E. A. Schegloff and S. Thompson (eds.) // Interaction and Grammar. – Cambridge: Cambridge University Press, 1996. – P. 52–133.
  12. Searle John R. “How performatives work” / John R. Searle / D. Vanderveken, S. Kubo (eds.) // Essays in Speech Act Theory. – Amsterdam : John Benjamins, 2001. – P. 85–117.
  13. Swan D. Positioning as a means of understanding the narrative construction of self: A story of lesbian escorting / D. Swan, C. Linehan // *Narrative Inquiry*. – 2001. – № 10 (2). – P. 403–427.
  14. Van Dijk T. A. Discourse and Context. A Sociocognitive Approach / T. A. Van Dijk. – New York : Cambridge University Press, 2008. – 267 p.
  15. Wetherell M. Positioning and interpretative repertoires: Conversation analysis and post-structuralism in dialogue / M. Wetherell // *Discourse and Society*. – 1998. – Vol. 9. – P. 387–412.
  16. Wodak R. A new agenda in (Critical) Discourse Analysis. Theory, methodology and interdisciplinarity / R. Wodak, P. Chilton. – Philadelphia, PA : John Benjamins Publishing Company, 2005. – 320 p.

#### **Аннотація**

##### ***Н. К. Кравченко. Типологія контекста в ракурсе задач сучасного дискурс-аналізу***

*Стаття досліджує контекст як комунікативну категорію, пропонує таксономію типів контекста, обобщає вклад в розвиток теорії контекста впливливих напрямів сучасного дискурс-аналізу.*

**Ключевые слова:** контекст, типи контекста, дискурс-аналіз.

#### **Анотація**

##### ***Н. К. Кравченко. Типологія контексту в ракурсі завдань сучасного дискурс-аналізу***

*Стаття досліджує контекст як комунікативну категорію, пропонує таксономію типів контексту, узагальнює внесок у розвиток теорії контексту впливливих напрямів сучасного дискурс-аналізу.*

**Ключові слова:** контекст, типи контексту, дискурс-аналіз.

#### **Abstract**

##### ***N. K. Kravchenko. The Typology of Context as a Cognitive Category of Discourse Analysis***

*The article deals with the notion of context and its role in discourse analysis. What precisely constitutes context (whether it is limited to the locally produced utterances or is extended to include the world outside of the text or talk), and how much context should be considered in the analysis has been discussed. The paper explores the context as a communicative concept, proposes a taxonomy of types of context considering the influential trends in contemporary discourse analysis that have made the most significant contribution to the development of the theory of context. It has been admitted that it is not the social situation itself that influences the structures of text and talk, but rather the definition of the relevant properties of the communicative situation by the discourse participants. The new theoretical notion developed to account for the subjective mental constructs is that of context models, which play a crucial role in interaction and in the production and comprehension of discourse. It has been stated that viewing this phenomenon from multiple dimensions will further broaden the already broadly defined notion of context.*

**Key words:** context, types of context, discourse analysis.

Л. В. Мальцева  
(Горловка)

УДК 81'42

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ СУБТЕКСТ В УЧЕБНО-НАУЧНОМ ТЕКСТЕ

Методологический аспект представляет собой один из важных компонентов научно-познавательной деятельности. *Цель статьи* – рассмотреть способы функционирования методологического субтекста в учебно-научном тексте. *Задачи статьи* – выделить основные функции методологического субтекста; выявить материальные показатели методологического субтекста; дать обоснование термина “методологический субтекст”.

*Актуальность данного исследования* состоит в том, что учебно-научный текст, взаимодействуя с экстралингвистическим контекстом, а также являясь способом накопления знания, приобретает свойства не только лингвистического, но и социально-культурного феномена. Благодаря методологическому субтексту учебный текст способен оказывать прямое влияние на знания читателя, а также на его языковую картину мира. *Новизна заключается* в попытке анализа учебно-научного текста с позиции политекстуальности.

Научное знание в учебном тексте должно быть не просто предоставлено в готовом виде, но и правильно изложено, чтобы реципиенты могли усвоить, понять и отложить в памяти научную информацию. Методологический аспект характеризует познавательную деятельность со стороны способов получения, развития, обоснования и интерпретации научного знания. Иными словами, для учебно-научного текста важно не только, какая информация предоставлена, но и каким образом она реализуется в тексте. Важно отметить, что онтологический аспект заключается в знаниях о мире, а методологический аспект заключается в знаниях о знании.

Способом речевой реализации методологического аспекта эпистемической ситуации является методологический субтекст. Благодаря ему, научное знание предстает в учебно-научном тексте как понятная для определенного круга читателей и соответствующая фоновым знаниям реципиентов информация.

Методологический субтекст реализуется дискретно, то есть пронизывает всю ткань учебно-научного текста. Его задача состоит в том, чтобы репрезентировать методы, способы и пути получения, развития и обоснования нового знания. Следовательно, он отражает способы формирования новых понятий, обоснования и интерпретации основных и уточняющих понятий, иными словами, устанавливает логико-семантические отношения между ними. Можно сказать, что “методологический субтекст – это своеобразные навигационные средства, при помощи которых учитель указывает школьнику путь к правильному пониманию лингвистического явления; помогает понять адресату, каким образом должно быть распределено его внимание, чтобы учебная информация была усвоена им оптимальным образом” [4, с. 33].

Как известно, основная цель учебно-научного текста – это обучить адресата, сформировать его научную картину мира, а также передать читателю устоявшиеся в мире науки знания. А коммуникативная задача, стоящая перед автором учебно-научного текста, заключается в передаче реципиенту коммуникативной основы дисциплинарного знания той или иной науки, в формировании ядра понятий по специальности, то есть профессионального или научного тезауруса. Средствами достижения этих целей и задач традиционно принято называть стратегии. Стратегии – это весь комплекс связанных между собой действий, нацеленных на достижение коммуникативной цели. В современной лингвистике, традиционно, стратегией называют некоторую инвариантную модель действия или нескольких действий, направленных на преодоление определенного затруднения, а также на решение коммуникативных и учебно-педагогических задач. Важнейшими характеристиками стратегии являются целенаправленность, системность, интерактивность.

Обычно методологический субтекст представлен в виде маркеров, то есть материальных показателей. Маркеры – это лингвистические единицы, которые введены в текст с целью приводить адресата к определенным умозаключениям в процессе усвоения новой информации.

Маркерами методологического субтекста выступают:

– глаголы, обозначающие ментальность и последовательность действий: *рассмотрим, найдем, покажем, отметим, будем иметь в виду, обозначим, уточним*. Например, в учебнике по теоретической грамматике французского языка под ред. В. Г. Гака находим: “*Рассмотрим*

два предложения: (1) *Le chien court*; (2) *Le combat se poursuit*. Менталистическое определение (подлежащее – носитель или исполнитель действия) подходит к предложению (1) и не подходит к предложению (2), где подлежащее обозначает не действие субъекта, но длительность самого действия” [5, с. 20]. Обращаем внимание на то, что подобные маркеры методологического субтекста в изучаемых нами учебно-научных текстах встречаются крайне редко. Вышеперечисленные глаголы как бы “раскрывают” автора учебно-научного текста и показывают больше субъективное знание, чем объективное, а, как известно, учебно-научные тексты обычно характеризуются безличностью автора и объективностью знаний;

– неопределенно-личные предложения, инфинитивные конструкции и безличные глаголы: *выделяют, считается, различают, относят, принято считать, необходимо отметить, следует обратить внимание, легко заметить* и др. Такие маркеры свидетельствуют о наибольшей информационной нагрузке, так как зачастую предложения, которые начинаются с подобных конструкций, несут в себе знания, которые в обязательном порядке должны быть усвоены адресатами. Они являются для реципиентов своеобразными сигналами о том, что научное знание, которое содержится в том или ином предложении, обязательно для усвоения: “*On distingue deux groupes d’adjectifs: les adjectifs qualificatifs et les adjectifs de relation qui diffèrent d’après plusieurs indices d’ordre lexico-syntaxique*” [3, с. 40]. “*Легко заметить, что в существительных III типа ударение используется как дополнительное средство выражения надежных значений в формах множественного числа*” [7, с. 119]. “*It should be remembered that the phonemic interchange is utterly unproductive in English as in all the Indo-European languages*” [2, с. 26];

– союзы и их аналоги, выражающие причинные, следственные, уступительные, целевые, условные, сопоставительные, пояснительные, противопоставительные, градационные отношения между компонентами: *в связи, с чем, так как, хотя, однако, напротив*. “*Однако числительные один, тысяча, миллион, миллиард во многих отношениях отличаются от счетных существительных*” [7, с. 137];

– вводные слова и конструкции: *прежде всего, во-первых, соответственно, однозначно, конечно, следовательно* и др.: “*Donc, sur le plan du contenu du genre les pronoms, comme les noms, ont sphères: sémantique (c’est-à-dire motivée par l’appartenance au sexe), asémantique (le genre n’est pas motivé)*” [3, с. 31];

– сложноподчиненные предложения с общей семантикой объяснения: *чтобы... нужно, о том... что*: “*Эта форма глагола получила название неопределенной потому, что она, обозначая процесс, действие, не указывает на лицо, которое осуществляет это действие*” [7, с. 152].

В состав операторов методологического субтекста входят общенаучные понятия: *структура, проблема, вывод, закон, система, свойство параметры, категория* и др., а также глаголы и их синтаксические дериваты, обозначающие ментальные действия субъекта по отношению к предмету исследования [1, с. 15]: *классифицировать (классификация), конкретизировать (конкретизация), обосновать (обоснование), ограничить (ограничение), описать (описание), определить (определение), подтвердить (подтверждение), предположить (предположение), рассуждать (рассуждение), систематизировать (систематизация)* и др.

Вслед за А. Р. Габидуллиной мы считаем, что основными речевыми жанрами, образующими методологический субтекст, являются объяснение, уточнение, пояснение, конкретизация и обобщение. В учебниках по теоретической грамматике введение и обоснование нового знания чаще всего производится с помощью объяснения и пояснения.

Таким образом, методологический субтекст выполняет важную коммуникативную функцию: его операторы, инкрустирующие всю текстовую ткань, исполняют роль своеобразных смысловых вех на пути от незнания к знанию.

*Перспективы дальнейшего исследования.* Рассматривая учебно-научный текст с позиции политекстуальности, нельзя оставить без внимания различные способы адаптации научного знания, включая такой способ адаптации, как парафразирование. Дальнейшие исследования – способы адаптации учебно-научного текста к учебно-педагогической ситуации.

### Литература

1. Баженова Е. А. Научный текст в аспекте политекстуальности / Е. А. Баженова. – Пермь : Изд-во Пермского ун-та, 2001. – 272 с.
2. Блох М. Я. Теоретическая грамматика английского языка / М. Я. Блох. – М. : Высш. шк., 1983. – 383 с.



3. Васильева Н. М. Французский язык. Теоретическая грамматика / Н. М. Васильева. – М. : Высш. шк., 1991. – 298 с.
4. Габидуллина А. Р. Учебно-педагогический дискурс / А. Р. Габидуллина. – Горловка : ГППИИЯ, 2009. – 292 с.
5. Гак В. Г. Теоретическая грамматика французского языка / В. Г. Гак. – М. : Добросвет, 2000. – 832 с.
6. Раевская Н. Н. Теоретическая грамматика современного английского языка / Н. Н. Раевская. – К. : Высш. шк., 1976. – 304 с.
7. Шанский Н. М. Современный русский язык. Словообразование. Морфология / Н. М. Шанский, А. Н. Тихонов. – М. : Просвещение, 1987. – 256 с.

#### **Аннотация**

##### ***Л. В. Мальцева. Методологический субтекст в учебно-научном тексте***

*В статье дано описание способа реализации методологического аспекта научно-познавательной деятельности в учебно-научном тексте. Автор показывает основные цели и задачи учебно-научного текста, а также способы их реализации. В статье дается полное описание методологического субтекста, а также его основных функций. Особое внимание в статье уделяется маркерам методологического субтекста.*

**Ключевые слова:** *методологический субтекст, маркеры, учебно-научный текст, стратегии.*

#### **Анотація**

##### ***Л. В. Мальцева. Методологічний субтекст у навчально-науковому тексті***

*У статті запропоновано опис способу реалізації методологічного аспекту науково-пізнавальної діяльності в навчально-науковому тексті. Автор визначає основну мету та завдання навчально-наукового тексту, а також засоби їх реалізації. Зроблено опис методологічного субтексту, а також його основних функцій. Особливу увагу автор приділяє маркерам методологічного субтексту.*

**Ключові слова:** *методологічний субтекст, маркери, навчально-науковий текст, стратегії.*

#### **Abstract**

##### ***L. V. Maltseva. A Methodological Subtext in the Educational and Scientific Text***

*The article deals with the problem of a methodological subtext in the educational and scientific text. The method of realization of a methodological aspect of scientifically-cognitive activity in the educational and scientific text has been described. The main purpose and tasks of the educational-scientific text have been identified. The description of a methodological subtext and its basic functions has been given in the article. The markers of a methodological subtext have been emphasized. The ways of educational-scientific text realization have been pointed out. Some communicative strategies have been described. The main goal of the educational-scientific text (to teach the addressee, form his scientific vision of the world, and impart some scientific knowledge) has been identified. Cognitive activity has been characterized from the point of view of scientific knowledge reception, development, and interpretation. Basic speech genres that form a methodological subtext have been described.*

**Keywords:** *methodological subtext, markers, educational-scientific text, strategies.*

**Е. И. Панченко**  
(Днепропетровск)

УДК 811.161.1

#### **СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ ЛУДИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В ПАРОДИЙНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ**

Данная статья написана в русле *актуальных филологических исследований*, поскольку создание лудического эффекта является очень важным как с точки зрения лингвистических произведений, так и в экстралингвистическом плане при написании тех или иных конкурентоспособных сочинений.

*Целью данного исследования* является создание номенклатуры и краткое описание способов создания лудического эффекта. Для достижения указанной цели необходимо прежде всего

определить сами понятия лудического эффекта и пародийной литературы. Термин “*ludic*” был введен в лингвистику Дэвидом Кристелом [6]. Корень термина имеет латинское происхождение: “*ludere*” – “*играть*”, “*шутить*”. Данный термин получил двойное толкование в современных научных трудах. С одной стороны, он рассматривается в одном ряду с устоявшимися терминами “комический” и “юмористический”. Подчеркивая сложную онтологию того явления, которое вызывает смех, а также широкий диапазон соответствующих эмоций, в которых может преобладать то положительная ориентация, то отрицательная, исследователи указывают на чересчур узкий объём терминов “юмористический” и “комический”. Наличие юмористического, комического (точнее – лудического эффекта) усматривается в каламбуре, перифразе, гиперболе, бафосе, парадоксе, иронии и т. д. Другое значение термина связано с названием книги Иоганна Хейзинги “*Homo Ludens. Человек играющий*”, то есть является значительно более широким.

То, что можно считать лингвистической единицей, создающей лудический эффект, имеет разные названия в разных работах (острота, шутка, аллюзия, цитата и пр.). Исследователи, тем не менее, выделяют ряд общих признаков, идентифицирующий лудическую ориентацию таких единиц:

- 1) все они являются стилистическими синонимами узуальных номинантов;
- 2) все они устанавливают отношения контраста с узуальным номинантом по типу обманутого ожидания, проявляющегося на поверхностном уровне в виде гиперболы, бафоса, каламбура, иронии, оксюморона, парадокса и других алогизмов;
- 3) единицы такого рода следует относить к когнитивным, так как избранный способ описания ситуации противоречит общепринятому: все они предлагают новый взгляд на мир;
- 4) снижение стилистического тона – бафос – важнейший сигнал лудической функции, что проявляется в “тяготении” соответствующих единиц к специальным словарям сленга, жаргонизмов, неологизмов, табуизированной лексики [2].

Одним из жанров, успешно создающим лудический эффект, является жанр пародии. Пародии были присущи всем временам и народам; первые образцы пародии появились еще в античности. Следует подчеркнуть, что существует множество трактовок определения жанра пародии. В театральной энциклопедии она определяется следующим образом: “Пародия (греч., от – против, вопреки, и песнь, букв. – песнь наизнанку) – литературный жанр, произведение, представляющее собой комическое или сатирическое переосмысление какого-нибудь явления искусства. Темой пародии может быть также определенное общественно-политическое, бытовое или другое событие” [5, с. 282].

“Словарь литературоведческих терминов” отмечает, что “пародия может быть направлена против определенных особенностей литературных произведений – тематики, идейного содержания, особенностей сюжетов, образов героев, композиции, языка. Основное ее средство – ироническое подражание осмеиваемому образу, передача в гиперболлизированном, шаржированном виде свойственных ему характерных черт, доведение их до абсурда, нелепости, чем и достигается сатирико-комический эффект” [<http://slovar.lib.ru/dict.htm>].

В энциклопедическом словаре предложено следующее определение: “Пародия – в литературе и (реже) в музыкальном и изобразительном искусстве – комическое подражание художественному произведению или группе произведений” [4, с. 268].

Процесс пародирования может происходить не только на уровне тематики, но может быть пародирован и стиль, и время и множество других аспектов. Это подчеркивается в краткой литературной энциклопедии, где пародия определяется как “жанр литературно-художественной имитации, подражание стилю отдельного произведения, автора, литературного направления, жанра с целью его осмеяния. Автор пародии, сохраняя форму оригинала, вкладывает в нее новое, контрастирующее с ней содержание, что по-новому освещает пародируемое произведение и дискредитирует его” [3, с. 604].

Естественным и неизменным фактором воздействия пародии является текст-оригинал, то есть пародия существует в паре со своим оригиналом. Изменение оригинала достигается полной или частичной карикатурой, заменой, добавлением или выпуском различных элементов текста и является определенной интенцией пародиста, в большинстве случаев для него это или только лишь развлечение, или сатирическая критика.

Пародия как жанр характеризуется некоторыми универсальными законами ее построения, которые, при всем многообразии типов пародийных произведений, присущи в той или иной

мере кожному з них, незалежно від мови, на якій вони написані: зниження стилю, введення нового матеріалу, його вставка і підставка; заміна поетическої лексики прозаїческою; гротеск; перевертання сюжету; створення пародійного персонажа; відхилення композиції і др.

Матеріалом нашого дослідження є серія книг Дмитрія Емец про Таню Гроттер – своєобразний пародійний сиквел романів Дж. Ролінг про Гаррі Поттера.

Одним із засобів досягнення лудического ефекту в даному творі є використання своєобразних афоризмів. В перекладі з грецького “*aphorismos*” – коротке висловлювання; “це думка, виражена в предельно стислому і стилістично досконалій формі. Дуже часто афоризм представляє собою поучительний висновок, широко узагальнюючий зміст явища”. В якості прикладу достатньо серйозних філософських роздумів автора наведемо наступні афористичні висловлювання:

“...любовь мы хотим все-таки магическую, но чтоб она была настоящей... И страстно, и на халяву! Как бы ни за что, но одновременно и за что-то, чтоб совесть не зажрала! Навек, но пока самому не надоест!..”

“Что бы тебя ни грызло и как бы скверно все ни казалось, это еще не повод, чтобы не помогать другим и не любить людей” (питекантроп Тарарах).

“Преувеличение своих заслуг – основа всякой интеллектуальной деятельности” (Ржевский).

“Когда ко всему подходишь с тяжеловесной серьезностью, через очень короткое время люди вообще перестают воспринимать тебя всерьез”.

Однією з найбільш цікавих лінгвістических особливостей даної книги є широке використання лексических одиниць, слівосформ, які потенційно членіми, що дозволяє сприймати їх як синтаксическі одиниці або навіть мікротексти. Виникає парцелляція імені, яке перетворюється з номінативної одиниці в синтаксическу: *О-Фея-Ли-Я*, *Тут-Он-Хам-Он*, *Юра Идиотсюдов*; стилізація імені під іноязычне при збереженні російських компонентів: *Гулькинд-Нос*, *Сауд-Вали-Шербет*, *Гюль-Буль-Шах*; градація, або “*нализывание*” великої кількості варіантів того або іншого мовлячого імені: *Мамарама*, *Рамарама*, *Кашавара*, *Людидури*; *Глеб Бейбарсов - Кусайтесиков*, *Догоняйжирафчиков*, *Потрошислоничев*, *Топимикробкин*, *Садись-на Ежиков*; створення мовлячих імен, описуючих професійну діяльність або характер їх носіїв: *економічний експерт Харлампій Завиральний*, *корреспондент Трепун Заболтальський*, *радіокоментатор Грызиана Припятская* і інші прийоми.

Цікавими мікротекстами в складі даних книг є заклинання, які за сюжетом вивчаються юними чарівниками в школі Тибидохс. В серії книг є особливий розділ, в якому перераховані всі заклинання. Вони будуються з допомогою уподіблення латинським або грецьким формам (*Какновус* – ремонтне заклинання). В заклинаннях яскраво проявляється стилесва контамінація, коли серйозне наукове або офіційно-делове поняття поєднується з різко зменшеною лексикою, наприклад, *Ноуменус кантус выпулялис*. Значення даного заклинання – звільнення магіческої сутності; тут поєднується посилання на філософське вчення Канта про сутність речей з розмовною лексемою, яка має значення “*з'явлення, виявлення*”. В заклинаннях трансформовані і деякі стійкі словосполучення нашого часу. Заклинання примусового відкриття дверей звучить так: *Омонус всемлежатус*.

Прецедентні феномени також є важливим компонентом лудического дискурсу. Серед прецедентів, до яких звертається автор описуваного твору, можна назвати наступні.

1. Звернення до російського фольклору, балад, казок. Герої носять імена *Соловей О. (Одихмантьевич) Разбойник*, *Бессмертник Коцеев*, *Баб-Ягун* і т. п. Одним із популярних змагань є гонки на *Избушках-на-курьих-ножках*. Більш сучасний фольклор представлений *поручком Ржевским*, який в даній книзі є привиденням.

2. Широко представлено в романі антична міфологія. Тут діють доцент *Медузия Горгонова*, *титани Котт*, *Бриарей* і *Гьетт*, в програму навчання входить вміння змінювати *подковы у Пегаса*, у одного із героїв є *путеводная нить Ариадны*, виготовлена на фабриці в Іванове.

3. В книгах багато посилань на літературні джерела, зокрема на А. С. Пушкіна. Діяння романів відбувається на *острове Буяне*, куди директор школи *Черноморов* в своє час запрошував найбільшого поета. Мелькають шекспіровські алюзії. Крім *принца Омлета* і *О-Феи-Ли-И*, є згадка про те, що жребий доставляють із *черепи батька Гамлета*,

то есть здесь преднамеренно или случайно контаминированы тень отца Гамлета и череп Йорика. Одна из преподавательниц читает в подлиннике Горация, а молодых нимф (нимфеток) пугают страшным дядькой Набоком.

4. Важное место занимают исторические аллюзии. Здесь действует троянский конь Ш. У. Лер, титаны похожи на противотанковые ежи, нарушителю порядка нужно показать кузькину мать и т.п.

5. С выдумкой отражена в книгах современная общественно-политическая и экономическая ситуация. Самый добрый депутат Думы Герман Дурнев торгует зубными щетками секонд-хенд, все вопросы пытается решить Магщество Продрыглых Магций, на шее у чучела медведя висит табличка “Ай лав Гринпис”. Герои романа смотрят балет “Торгулий пруд” и читают газеты Лопухоид-таймс, Безлунный магомалец, Шаман-ньос и т. д.

В анализируемых нами текстах широко и удачно используется языковая игра, в частности ложный перевод: имя *Бэд-Фэт-Рэт* (плохая толстая крыса) переведено как “хорошая худая выдра”; окказиональное словообразование: *магщество*, *магвокот*, *магвосты* и т. п. Другим способом окказионального образования слов является телескопия, например, *драконюхи* (дракон + конюхи), *лопухоид* (лопух + гуманоид) и др.

*Исследованный нами материал позволяет сделать следующие выводы*, Жанр пародии, в том числе в псевдетской литературе, насыщен разнообразными лексическими, словообразовательными и синтаксическими компонентами, служащими для создания лудического эффекта. Все эти компоненты характеризуются окказиональностью, парцелляцией и градуированностью. Прецедентный характер данного привлекательного лингвистического антуража может стать *перспективной дальнейшого исследования*.

### Литература

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / Ольга Сергеевна Ахманова. – М. : Сов. энциклопедия, 1976. – 245 с.
2. Каргаполова И. А. Лингвистические и социокультурные факторы лудического речевого поведения : дисс. ... докт. филол. наук: 10.02.04 / Ирина Александровна Каргаполова / ГОУВПО “Российский государственный педагогический университет”. – Санкт-Петербург, 2008. – 483 с.
3. Краткая литературная энциклопедия: В 9 т. – М. : Сов. энциклопедия, 1962. – 1978.
4. Лингвистический энциклопедический словарь / [гл. ред. Ярцева В. Н.]. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – 683 с.
5. Театральная энциклопедия / [ред. Марков Г. П.]. – М. : Сов. энциклопедия, 1963. – 1211 с.
6. Crystal David. Language BLANK literature: from conjunction to preposition // English Today, vol. 15, No. 3, July 1999. – P. 13–21.

### Аннотация

#### **Е. И. Панченко. Способы создания лудического эффекта в пародийной литературе**

*В статье рассматривается понятие лудического (юмористического) эффекта и некоторые способы его достижения в художественной литературе. Материалом исследования является пародийная детская литература, в частности серия детских книг Д. Емца.*

**Ключевые слова:** лудический эффект, юмористический эффект, афоризм, прецедент, контаминация.

### Анотація

#### **О. І. Панченко. Способи створення лудичного ефекту в пародійній літературі**

*У статті розглянуто поняття лудичного (гумористичного) ефекту та деякі засоби його реалізації в художній літературі. Матеріалом дослідження є пародійна дитяча література, зокрема серія дитячих книг Д. Емця.*

**Ключові слова:** лудичний ефект, гумористичний ефект, афоризм, прецедент, контамінація.

### Abstract

#### **Y. I. Panchenko. The Ludic Effect and Some Ways of its Creation in Fiction**

*The article deals with the notion of ludic (humorous) effect and some ways of its creation in fiction. The material of investigation is based on parody kid literature, a series of books by D. Emets*

*in particular. The definition of parody and its functions have been considered in the article. Some humorous items have been studied in order to understand their mechanisms. The analysis of different approaches to the definition of the term “ludic” has been done. The language devices used in fiction, such as pun, allusion, paradox, humour based on misinterpretation, and others have been analyzed in detail. Word play techniques widely used in humourous context have been mentioned. Some precedent phenomena (folklore, tales, myths, novels, etc) serving to create humour have been considered in the paper. It has been stated that parody is characterized by various lexical, syntactic and word-formation components that serve to create a humorous effect. All of them are occasional and graded.*

**Key words:** ludic effect, humourous effect, aphorism, precedent, contamination.

Л. А. Петрова  
(Одесса)

УДК 802.0-73

## РЕФЕРЕНЦИАЛЬНЫЕ СООТВЕТСТВИЯ В СТРУКТУРЕ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПАРАДИГМЫ

Одним из основных способов концептуального анализа является описание концептов в виде выделения концептуальных признаков. Связано это с тем, что когнитивная категоризация осуществляется на основе какого-либо наиболее яркого признака. Сторонники теории когнитивной категоризации (Н. П. Анисимова, Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев, А. Вежбицкая, В. И. Карасик, Е. С. Кубрякова, З. Д. Попова, И. А. Стернин, Ю. Е. Прохоров, Е. В. Рахилина и др.) подчеркивают, что эти признаки, как правило, не поддаются четкому определению, поэтому говорят о типичном представителе категории, которая в наиболее полном и совершенном виде обладает прототипичными когнитивными признаками.

Объединения, в которых сконцентрированы максимально релевантные для обыденного сознания свойства, формируют базовый уровень категоризации. Доказано, что в процессе называния определенного предмета люди придерживаются стратегий, заставляющих выбирать из целого ряда возможных имен те, которые помещают этот предмет в категорию, используемую наиболее часто и приемлемую для описания многих ситуаций. В связи с этим становится необходимым учет предпочитаемого для номинации уровня референции. Исследование референциальных соответствий в структуре художественной парадигмы является *целью предлагаемой статьи*.

Ученые выдвигают положение о том, что концепт вступает в отношения с другими концептуальными образованиями (С. А. Кошарная, А. А. Павлова, В. А. Пищальникова). Это свойство исследователи называют **концептуальной валентностью**. Концептуальная валентность может быть потенциальной или реализованной, ее характер определяется культурной коннотацией. Концептуальная валентность рассматривается во взаимосвязи с компонентной моделью значения, включающей различного рода модальные рамки или фреймы. На основе валентностных связей в концептосфере художественной картины мира вычленяются **концептуальные триады**, например: “человек – умный – дурак”; “человек – душа – жизнь”; “родина – отчизна – русский”; “голова – лицо – глаза”; “лицо – глаза – взгляд”; “ум – желание – любовь”. В качестве связующих в концептуальных триадах выступают денотативные, понятийные, коннотативные или ассоциативные признаки, формирующие художественные парадигмы.

Термин “парадигма” в науке трактуется в узком и широком смысле. Первоначально это понятие использовалось в морфологии и обозначало систему форм одного слова. Постепенно границы употребления данного термина расширились, и в современной лингвистике известны, кроме морфологической, синтаксическая, лексическая и словообразовательная парадигмы.

Н. В. Павлович вводит в научный оборот термин “образная парадигма”. Трактую образ как совокупность всех самых широких ассоциаций, которые он порождает, автор предлагает его описание через ряд сходных с ним образов. Языковые закономерности выражения определенного смыслового инварианта и представляют образную парадигму. Следовательно, “каждый поэтический образ, если он таковым является (т. е. есть двучленность, противоречие и отождествление), имеет инвариант, т. е. реализует некую парадигму” [10, с. 55]. Полагаем, что художественная парадигма может быть интерпретирована как инвариант образной парадигмы. Она включает совокупность языковых единиц, объединенных эстетической функцией образного

выражения объекта.

Известно, что художник как творческая личность выбирает особую форму представления референтной ситуации, которая базируется как на универсальных законах мироустройства, так и на уникальных, индивидуально-авторских идеях. Созданный писателем мир литературно-художественного текста выстраивается в соответствии с эстетикой и поэтикой жанра, но поддается системному лингвокогнитивному анализу, поскольку “для того, чтобы быть интерпретируемым, смысловое пространство художественного текста обязательно опирается на общие механизмы лингвокогнитивного представления о мире и семантико-когнитивные основания речемыслительной деятельности” [4, с. 240].

Представим фрагмент художественной парадигмы в концептуальной триаде “лицо – глаза – взгляд”. В сферу нашего внимания вошли когнитивные структуры, отражающие процессуальное поле соматизма “глаза”.

1. Действие глаз как зрительный процесс:

**Обвести глазами** (*Пров Акациев вздохнул, обвел ввалившимися глазами беспредельный морской горизонт, охваченный пламенем красного заката, – и просто, без рисовки, ответил: – Конечно, дороги... [Аверченко, Робинзоны]. ...Смотрим, скачет сам старший командир... Стал на бревно, обвел всех глазами и говорит: – Я, говорит, знаю, товарищи, что все вы доблестные защитники свободной страны... [Романов, Зеленая армия или умные командиры]. Председатель взошел на возвышение и, разобрав исписанные листы, прочел, обведя глазами собрание: – Организационный период... [Романов, Хороший начальник].*

**Поднять глаза** (*Хозяйка торопливо подняла глаза к потолку и, облегченно вздохнув, перекрестилась [Романов, Рулетка].*

**Пялить глаза** (*“Какой любезный народ эти иностранцы”, – подумал инженер и с радостью воспользовался предложением, тем более что при разезде с аэродрома очень трудно разыскать своего извозчика. Все они, позабыв свой номер и своё имя, пялят глаза на небо [Тэффи, Аэродром].*

**Шарить глазами** (*На этот домик я бы и вниманья своего не обратил, да какая-то каналья со второго этажа дрянью в меня плеснула... Стал я шарить глазами по дому [Зощенко, Утонувший домик].*

2. Действие глаз как выражение чувств (любви, волнения, восхищения, ревности, злости):

**Закатить (выкатить, подкатить) глаза – глаза закатились** (*Он <старик> вдруг приподнял голову, выкатил злые желтые глаза и весь затрясся [Тэффи, О нежности]. Тетя Женя, та подкатывает глаза и качает головой, точно с укором. Вот, значит, так надо любить [Тэффи, Подземные корни]. Пели “Да исправится”, и Петенька, любовно подкатывая глаза и выговаривая твердое оборотное “э” вместо мягкого, нежно склонялся к плечу дьяконицы... [Тэффи, Поручик Каспар]. Все уже были в сборе и делились друг с другом своим волнением. – У меня каждую минуту сердце останавливается на полчаса! – говорила первая ученица, закатывая глаза [Тэффи, Экзамен]. Он <Котомко> сам был в ужасе. Глаза у него закатились, как у покойника, голова свесилась набок, и одна нога, неловко поставленная, дрожала отчетливой крупной дрожью [Тэффи, Концерт].*

**Закрывать (прикрыть) глаза** (*И отчего у нее <у Ольги> в словах прорывается какая-то тоска? И сквозь тоску такая нежность, что хочется закрыть глаза и забыть все, все [Романов, Осень]. Мясорыбов прикрыл глаза рукой. – Довольно уж! Довольно! – стонал он. ... Мясорыбов уже не оборачивался. Он весь скорчился, закрыл глаза, заткнул уши и не шевелился [Тэффи, Факир].*

**Раскрыть (открыть, приоткрыть) глаза** (*Глаза ее <девушки> жадно раскрыты на мир. Щеки часто вспыхивают румянцем. И когда она слушает, как я говорю, то, широко раскрыв глаза и как бы забывшись, смотрит на меня и держится за руку моего друга [Романов, Зима]. Кума хотела было почесать голову и только подсунула руку под платок, да так и осталась с поднятой рукой, удивленно раскрыв глаза [Романов, Яблоневый цвет].*

**Косить глаза – косить глазами** (*Жена его, оставшись на ступеньке одна, не повернула головы, не шевельнулась, только чуть скосила в его сторону глаза недоверчиво и злобно [Тэффи, Соловки]. Дьяконица смущалась и виновато косила выпуклыми глазами [Тэффи, Поручик Каспар].*

**Моргают глаза – моргать глазами** (*Оставшаяся посмотрела на свой мешок, который был ровно вдвое меньше, и глаза ее опять жалко и часто заморгали [Романов, Дар божий.*

Эпоха 1920 г.]. – *Что случилось?* – спросила она <мама> и **заморгала глазами** [Тэффи, Где-то в тылу]. – *Сын-то ничего такого не говорил – откуда, дескать, все сие окружающее? Не химия ли это?* – *Не говорил,* – сказала Фекла, **моргая глазами** [Зоценко, Исповедь]).

**Хлопать глазами** (Он <капитан> чуть не плакал. Вчерашние хохотуньи отворачивались друг от друга, сгорая со стыда. Бессарабский герой **растерянно хлопал глазами**. Минута была торжественная [Тэффи, Святой стыд]).

**Опустить глаза** (Кузнечиха **опустила глаза**, как опускают, когда собеседник высказывает какое-нибудь истерзавшее душу горе и не может удержать слез [Романов, Соболий воротник]).

**Поднять глаза** (Лидия Николаевна **удивленно подняла глаза** и вдруг в этом чужом мужественном лице узнала знакомые черты [Романов, Арабская сказка]).

**Пучить глаза** (Это был толстый весельчак, остряк и хохотало. От смеха весь трясся, **пучил глаза**, и в горле у него что-то щелкало [Тэффи, Святой стыд]. Папочка густо краснел и **пучил глаза** [Тэффи, Банальная история]).

**Следить глазами** (В это вечер весь отряд нервничал. Все были настроены тревожно, подозрительно, и **глаза всех невольно следили** за Чугуновым [Романов, Суд над пионером]. Она <русалка> притихла и молча **следила за мной** своими печальными глазами, в которых **светился ужас** [Аверченко, Русалка]).

**Глаза сверкают – сверкать глазами** (– Куш... кушайте! – **сверкая безумными глазами**, взвизгнул хозяин [Аверченко, Широкая масленица]. Химиков **пробирался** в дальний угол, садился, драпируясь в свой плащ, и **старался сверкать глазами** из-под надвинутой на них шляпы.

И всегда он таинственно озирался, хотя за ним никто не следил и мало кто интересовался этой маленькой фигуркой в театральном черном плаще и шляпе, **с выглядывающими из-под нее тусклыми глазами**, которые никак не могли **засверкать**, несмотря на героические усилия их обладателя [Аверченко, Страшный человек]. – Мотя, у меня не было друзей, кроме тебя... Хочешь, я тебе подарю, что мне дороже всего, – мой кинжал?

На минуту Мотькины **глаза засверкали радостью** [Аверченко, Страшный человек].

**Бешеный огонь ревности сверкнул в глазах** Троцкого [Аверченко, Короли у себя дома]. Мальчик из другой компании **засвистал от избытка чувств** и похвастался: – А к нам вчера на огородах журналист **забежал**. Что смеху было! Никешка ему руку перебил, а Ванька Гайкин **глаза выколол**. Веревкой за ноги **зацепили** и по всему огороду **таскали**.

**Глазенки мальчишки с мешком засверкали завистью** [Аверченко, Современный роман]. Он побледнел, как мрамор, только **глаза его дивно сверкают** ... Разбуженная этим шепотом, я **выбежала в сад в капоте из серебряной парчи**, закрытая, как плащом, моими распущенными волосами (у меня коса очень отросла за это время, ей-Богу), и граф заключил меня в свои объятия. Я ничего не сказала, но вся побледнела, как мрамор; только **глаза мои дивно сверкали**... [Тэффи, Катенька]. **Глазки Виктории злобно сверкнули**: – Но ведь вы, кажется, что-то проектировали? [Тэффи, Банальная история].

**Глаза наполняются слезами** – на глазах **выступили (накапывают, дрожат) слезы** (Тихие слезы **умиления накопили у меня на глазах**, когда я мимолетно кидал взгляд на ее милое загорелое личико, простенькую шляпу с голубым бантом и серое платье, простое и трогательное [Аверченко, Смерть девушки у изгороди]. **Начинаются безрезультатные поиски на полу**, осматриваются снова ваши руки, рукава, **заглядывают даже в ваш рот; на ваших глазах дрожат слезы негодования** невинно оскорбленного человека, потому что никакой шпаргалки не обнаруживается [Аверченко, О шпаргалке]. У дамы **выступили слезы смущения на глазах**, и она дрожащим голосом сказала Лешке: – Ничего, ничего, мальчик... Вы можете не затворять двери, когда пойдете... [Тэффи: Выслужился]).

2. Действие глаз как результат испуга:

**Пучить (выпучить) глаза** (**Выпучив в ужасе и недоуменье глаза**, смотрел на него гость, и рука с последней ложкой икры **недвижно застыла в воздухе** [Аверченко, Широкая масленица]).

**Устремить глаза (куда, на кого)** (Сколько времени прошло, он не знал, потому что времени не было. **Глаза против воли были устремлены по тому направлению**, куда скрылись страшные волосатые существа, он не мог отвести их, не мог двинуть ни рукой, ни ногой [Романов, Страх]).

3. Действие глаз для выражения притворства:

**Закатить (выкатить, подкатить) глаза** – **глаза закатились** (*Кшишиш подкатила глаза и*

смастерила окончательно святое лицо, с раздутыми ноздрями [Тэффи, Кишмиш]).

**Косить глаза – косить глазами** (Она <Варенька> только улыбнулась в ответ, только чуть лукаво скосила глаза, и он прижал ее к себе еще крепче [Тэффи, Шляпа]).

**Мигать глазами** (Она <гражданка> **замигала глазами**, глянула в окно, засуетилась и объявила пассажирам, что проехала свою остановку [Зошенко, На живца]).

**Опустит глаза** (Застолом, уставленным вкусными штуками, она <демоническая женщина> **опускает глаза, влекомые неодолимой силой** к заливному поросенку [Тэффи, Демоническая женщина]. Но те три “аристократки” только переглянулись и снова **презрительно опустили глаза** [Тэффи, Святой стыд]).

Таким образом, одним из возможных направлений в исследовании базового уровня эстетической категоризации является изучение референциальных соответствий в структуре художественных парадигм, входящих в состав концептуальных триад. Предлагаемый анализ позволяет выявить не только основные характеристики этих объединений, но и приблизиться к познанию механизмов объективации окружающего мира.

### Литература

1. Анисимова Н. П. Проблема категоризации: теория прототипов или модель необходимых и достаточных условий? / Н. П. Анисимова // Семантика слова и текста: психолингвистические исследования. – Тверь, 1998. – С. 44–52.
2. Булыгина Т. В. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) / Татьяна Витальевна Булыгина, Алексей Дмитриевич Шмелев. – М. : Школа “Мастера русской культуры”, 1997. – 576 с.
3. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. Пер. с англ. А. Д. Шмелева / Под ред. Т. В. Булыгиной / Анна Вежбицкая. – М., 1999. – 780 с.
4. Ильинова Е. Ю. Приемы эстетической концептуализации смысла в литературном тексте / Е. Ю. Ильинова // Язык. Культура. Коммуникация: Материалы Международной научной конференции, г. Волгоград, 18–20 апреля 2006 г. – Волгоград, 2006. – С. 238–244.
5. Карасик В. И. Культурные доминанты в языке / Владимир Ильич Карасик // Языковая личность: культурные концепты. Сб. науч. трудов. – Волгоград – Архангельск, 1996. – С. 3–16.
6. Кошарная С. А. Миф и язык: Опыт лингвокультурологической реконструкции русской мифологической картины мира / Светлана Алексеевна Кошарная. – Белгород, 2002. – 287 с.
7. Краткий словарь когнитивных терминов / Под ред. Е. С. Кубряковой. – М., 1996. – 110 с.
8. Кубрякова Е. С. Языковое сознание и картина мира // Филология и культура: Материалы II-й Международной конференции. 12–14 мая 1999 г. / Отв. ред. Н. Н. Болдырев: редкол. Е. С. Кубрякова, Т. А. Фесенко, В. Б. Гольдберг и др.: В 3 ч. – Ч. I. – Тамбов, 1999. – С. 3–5.
9. Павлович Н. В. Язык образов. Парадигмы образов в русском поэтическом языке / Н. В. Павлович. – М., 1995. – 491 с.
10. Пищальникова В. А. Концептуальный анализ художественного текста: Учеб. пособие / Вера Анатольевна Пищальникова. – Барнаул, 1991. – 160 с.
11. Попова З. Д. Язык и национальная картина мира / Зинаида Даниловна Попова, Иосиф Абрамович Стернин. – Воронеж : Изд-во Воронежского ун-та, 2002. – 59 с.
12. Прохоров Ю. Е. В поисках концепта / Юрий Евгеньевич Прохоров. – М. : ГИРЯ им. А. С. Пушкина, 2004. – 204 с.
13. Рахилина Е. В. Когнитивный анализ предметных имен: семантика и сочетаемость / Екатерина Владимировна Рахилина. – М. : Русские словари, 2000. – 416 с.

### Аннотация

**Л. А. Петрова. Референциальные соответствия в структуре художественной парадигмы**

В статье рассматривается проблема определения базового уровня эстетической категоризации мира. На материале функционирования в художественном пространстве лексемы “глаза” выявляются референциальные соответствия в структуре художественной парадигмы, обуславливающие формирование ментальных структур в языковом сознании личности.



**Ключевые слова:** эстетическая категоризация мира, художественная парадигма, референция, прототип.

#### Анотація

**Л. О. Петрова. Референційні відповідності в структурі художньої парадигми**

Статтю присвячено проблемі визначення базового рівня естетичної категоризації світу. На матеріалі функціонування в художньому просторі лексеми “очі” виявляються референційні відповідності в структурі художньої парадигми, які зумовлюють формування ментальних структур у мовній свідомості особистості.

**Ключові слова:** естетична категоризація світу, художня парадигма, референція, прототип.

#### Abstract

**L. O. Petrova. The Referential Correspondence in the Structure of Artistic Paradigm**

The article deals with the problem of determining the basis of aesthetic categorization of the world. The notion of “concept” and its relations to other conceptual formations have been described. The terms “paradigm” and “artistic paradigm” have been considered in the article. Different approaches to their understanding have been analyzed. It has been stated that the artistic paradigm can be interpreted as an invariant of a figurative paradigm. It includes a set of linguistic units, which perform an aesthetic function of figurative expression of the object. The referential correspondence in the structure of artistic paradigm, which contributes to the formation of mental structures in the linguistic individual consciousness, has been detected on the material of the lexeme “eyes” and its function in the artistic space. The cognitive structures that reflect the field “eyes” have been identified.

**Keywords:** aesthetic categorization of the world, concept, figurative, the artistic paradigm, the reference, the prototype.

**О. В. Столярчук  
(Макіївка)**

УДК 811.1112.2+81'276.2, 811.111+81'276.2, 811.161.2+81'276.2

### ХАРАКТЕРНІ РИСИ МОЛОДІЖНОГО ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ АНГЛІЙСЬКОЇ, НІМЕЦЬКОЇ, РОСІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ

Швидкий розвиток інформаційних технологій кардинально змінює наше життя, і, за оцінкою багатьох дослідників, саме Інтернет є однією з найважливіших речей, що створило людство [6, с. 21]. За визначенням таких науковців, як Девід Крістал, перенесення комунікації до Інтернету зумовило з'яву альтернативної форми існування мови [5, с. 28]. Якщо раніше говорили лише про усну та писемну мови, то поява так званої «нетспік» засвідчила наявність нової форми мови, яку неможливо визначити однозначно як писемну або як усне мовлення, оскільки для неї характерними є ознаки обох форм існування мови.

Інтернет-сленг є досить розмитим поняттям, він активно розвивається та містить багато інших жаргонів, і тому цей феномен на сьогодні не має чіткого визначення й лінгвістичного трактування. Аудиторія користувачів Інтернету досить велика, розмаїта, що унеможливорює кваліфікацію всього загалу Інтернет-сленгової лексики як різновиду суто молодіжного сленгу. На нашу думку, як один із шарів молодіжного сленгу варто розглядати тільки частину, безумовно, значну частину Інтернет-сленгу, оскільки основними покориствачами мережі є молодь. Згідно зі статистичними даними щодо відсоткового співвідношення вікових груп інтернет-користувачів таких країн, як Великобританія, США, Німеччина, Україна та Росія, можна зробити висновок, що найактивнішою групою користувачів Інтернету є молоді люди віком до 25 років (див. Додаток).

*Метою нашої статті* є розгляд названого соціолекту, зокрема аналіз характерних особливостей молодіжного Інтернет-сленгу.

Молодіжний сленг – це нелітературна додаткова лексична система, що має паралельну експресивно-оцінну синонімію позначень загальновідомих понять і належить певній соціальній субкультурі (молоді); різновид соціолекту – соціально маркованої лексики певної суспільної групи в межах національної мови [2, с. 560].

Однією з найхарактерніших ознак молодіжних Інтернет-сленгізмів англійської, німецької, російської та української мов постає скорочення слів. Широке використання такого способу формування нових сленгізмів зумовлене необхідністю прискорення та спрощення процесу набору тексту задля максимально швидшого обміну смс або Інтернет повідомленнями та задля наближення цього виду комунікації до прямого (усного) спілкування.

Зафіксовано такі види лексичних скорочень:

1. Усічені слова: **англ.**: *tnx, thx, thanx* = thanks “дякую”, *rly* = really “правда”, *PLZ, PLS* = please “будь ласка” [9]; **нім.**: *gg* = gegen “напроти”, *eig* = eigentlich “насправді” [7]; **укр.**: *прив* “привіт”, *Інет* “Інтернет”, *дяки* “дякую” [4]; **рос.**: *спс* = спасибо “дякую”, *чз* = через “через”, *лю* = люблю “люблю” [3].

2. Абревіація – досить популярний спосіб словотвору, що дозволяє економити час, місце та зусилля на набір слова, фрази або цілого речення. У межах молодіжного Інтернет-сленгу виокремлено три види абревіації:

а) акроніми – складання початкових звуків слів. Користується великою популярністю, оскільки, унаслідок перетворення цілої фрази, речення на кілька букв, дозволяє економити найбільшу кількість місця, зусиль та часу: **англ.**: *ASAP* = *As Soon As Possible* “якомога швидше”, *HAND* = *Have A Nice Day* “доброго дня”, *LOL* = *Laughing Out Loud* “голосно сміятись” [9]; **нім.**: = *Denk an mich* “згадуй мене”, *NEWS* = *Nur ein wenig sauer* “дещо важко”, *LOVE* = *Liebe ohne Vertrauen endet* “любов без довіри не можлива” [7]; **укр.**: *НМХР* = *на мій хлопський розум*, *НМД* = *на мою думку* – аналог англ. *ІМНО*; *МНБМ* = *москаль неправий, бо він москаль* (іронічно про сумнівні доводи) [4]; **рос.**: *ЯП* = *ясный перец, ясен пень (само собою)* “зрозуміло”, *ЕВПОЧЯ* = *Если Вы Поняли, О Чем Я* “якщо ви зрозуміли, що я маю на увазі” [3].

Такий вид абревіації зазнав поширення з-поміж молодіжної аудиторії, оскільки новостворений акронім може за звучанням та написанням нагадувати слово, яке вже існує, що додає сленгізму яскравості й збільшує його шанси сподобатись молоді та закріпитись у спілкуванні.

б) ініціальна абревіація: **англ.**: *OMG* = *Oh, my God!* “О, Боже!”, *BRB* = *Be Right Back* “зараз буду” [9]; **нім.**: *bb* = *bis bald* “до побачення”, *bd* = *bis dann* “поки що”, *DDR* = *Du darfst rein* “тобі не дозволено” [8]; **укр.**: *ХЗ* = *хто зна?* «хто знає?» [1]; **рос.**: *МЧ* = *молодой человек* “молодий чоловік”, *ПМСМ* = *По Моему Скромному Мнению*, аналог *ІМНО* “на мою думку” [3].

в) складова абревіація, коли нові сленгізми утворюються шляхом поєднання початкових складів окремих слів у фразі або реченні: **нім.**: *HASE* = *Habe Sehnsucht* “тужити за кимось”, *Katze?* = *Kannste Tanzen?* “потанцюємо?”, *KOALA!* = *Komm allein, Amigo!* “приходь сам, друже!” [8]; **рос.**: *ЧАВО* = *Часто задаваемые ВОпросы* (аналог англ. *FAQ*) “часті питання” [3].

Смс-мова заклала основу формування нового виду скорочень, який тепер активно застосовується в Інтернет спілкуванні та при якому звукова оболонка фонем, складу або слова збігається зі звуковою оболонкою окремої букви або цифри. При вимові скороченого слова, репрезентованого на письмі лише однією літерою, нічого не змінюється. Якщо у вищенаведених прикладах усічень змінюється й графічна, і фонетична структури слова або фрази та утворюється нове за звучанням та написанням слово, то завдяки такому виду скорочень змінюється лише написання слова:

а) літеро-звукові скорочення (одна літера замінює ціле слово через схожість звучання слова та літери): **англ.**: *c* [sɪ:] = *see* [sɪ:] “бачити”, *u* [ju:] = *you* [ju:] “ти”, *b* [bi:] = *be* [bi:] “бути” [9];

б) цифро-звукові скорочення (одна цифра замінює ціле слово через однакову вимову слова та цифри): **англ.**: *1* [wʌn] = *won* або *one* [wʌn] мин. час. від дієсл. “перемагати” або “один”, *2* [tu:] = *to* або *too* [tu:] прийменник на позначення місця, частка перед інфінітивом або присл. “також”, *4* [fɔ:] = *for* [fɔ:] “для”, *8* [eɪt] = *ate* [eɪt] мин. час від дієсл. “їсти” [9];

в) частково літеро-звукові або частково цифро-звукові скорочення (цифра, буква чи знак замінює фонему чи склад слова): **англ.**: *2day* = *today* “сьогодні” (заміна складу), [9]; **нім.**: *8ung* = *Achtung!* “увага” (заміна через однакове звучання фонем та за аналогією *8 Acht* = *Acht*-), *N8* = *Nacht* “ніч” (заміна через однакове звучання фонем та за аналогією *8 Acht* = *-acht*) [7]; **рос.**: *7я* = *семья* “сім’я” [3];

г) літеро-цифро-звукові скорочення (цифра та буква, які схожі за звучанням на якусь фонему у слові, замінює певний склад слова): **англ.**: *b4* = *before* [bɪfɔ:] “перед” (заміна через однакове звучання фонем – *4* [fɔ:]), *2mro*, *2moro*, *2mrw* = *tomorrow* “завтра” (заміна складу за аналогією *2* [tu:] = *to-* [tu:] та *-mro/-moro/-mrw* [ˈmɔrəu] = *-morrow* [ˈmɔrəu]).

Такий вид скорочення спостерігаємо і в інших досліджуваних мовах, що пояснюється аналогією словотвірних процесів різних мов через запозичення молодіжного сленгу англійської мови, який диктує модні вирази. Це відбувається завдяки процесу глобалізації та Інтернету, що об'єднав світ і надав можливість людям різних культур спілкуватись, попри значний простір, що їх розділяє. Наступний факт став визначальним чинником, що сприяв становленню в Інтернеті саме англійської мови як міжнародної: глобальна мережа та більшість сучасних технологій виникли або зазнали розвитку в США та інших англомовних країнах, що дозволило населенню цих країн, на відміну від України та Росії, раніше отримати доступ до Інтернету. Активний розвиток німецького Інтернету й Рунету спричинює поширення німецької й російської мов у межах світової мережі та виникнення власних молодіжних Інтернет-сленгізмів, які все ж мають відповідники відомих англійських сленгізмів. Так створюються «бакроніми» (бленд від англ. back + acronym = backronym): **нім.**: *FOF?* = *Freund oder Feind* ? від англ. *FOF?* = *Friend or Feud* ? ‘друг чи ворог?’ (запит у чаті) [8]; **рос.**: *ИМХО* = *истинное мнение, хрен оспориш; имею мнение, хочу озвучить*, від англ. *ИМНО* = *In My Humble Opinion* ‘на мою думку’ [3].

Російській молодіжний Інтернет-сленг створює нові аббревіації через неправильну розкладку клавіатури. Написання деяких англійських аббревіатур на російській розкладці клавіатури сприяло виникненню нових слів: **рос.**: *ЗЫ, ЗЫЖ* еквівалент *P. S. (PS* або *PS*: від лат. *Post Scriptum*, «після підпису»)) – логічне доповнення до основного тексту [3].

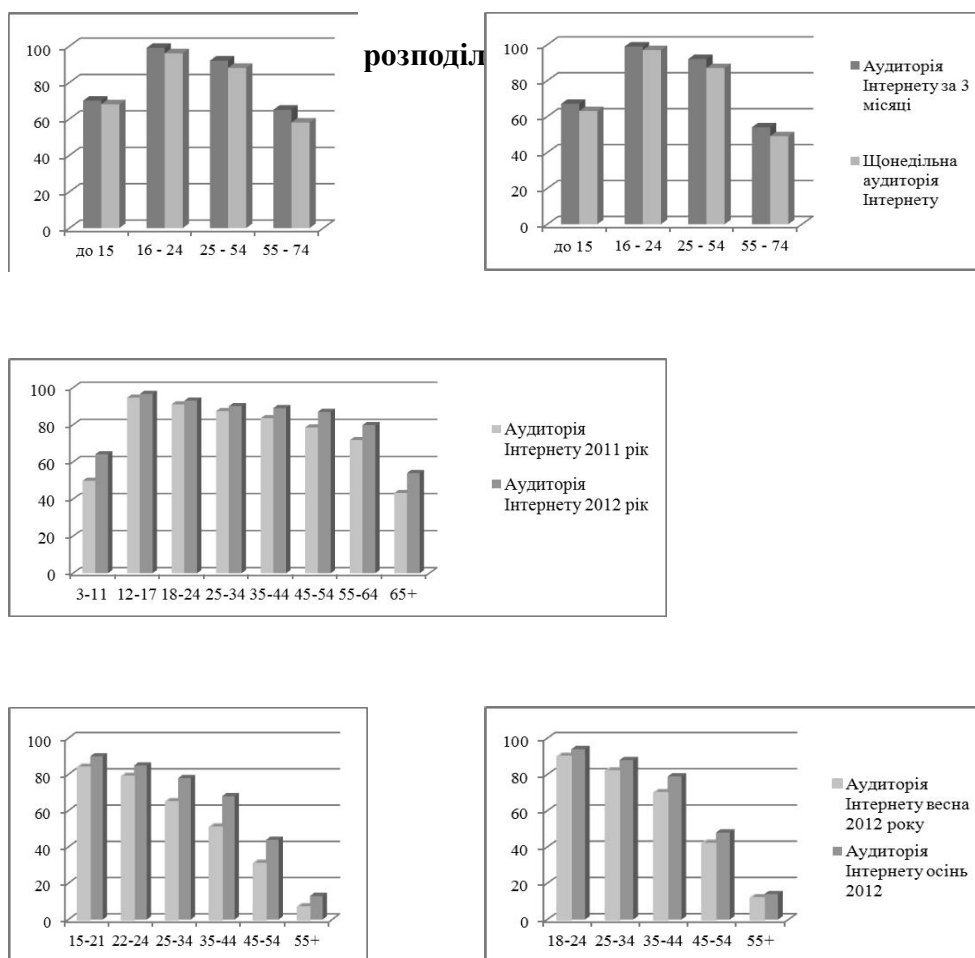
Через схожість написання деяких англійських та російських літер створюються досить цікаві інтерпретації англійських аббревіатур: **рос.**: *XPюша, XPя, ХэРэшник, XРень, ХеРня* – ОС Windows XP. Латинські літери «X» та «P» схожі за написанням на російські літери «Х» та «Р», що призвело до виникнення таких «бакронімів» як *ХреновоРаботает, ХренРазберешь* від англ. *XP* [3].

Отже, основна частина сленгізмів, що влилась до молодіжної мови через мережу, є скорочення та аббревіації. Унаслідок домінування англійської з-поміж контент-мов Інтернет-сайтів у німецькому, російському та українському молодіжному Інтернет-слензі спостерігаємо засилля запозичень з англійської мови або успадкування словотвірних процесів цієї мови. Але німецько-, російсько- та україномовна молодь прагне вирізнитись по-своєму, тому створює оригінальні «бакроніми». Перспективним у цьому плані видається дослідження модифікацій лексичного складу молодіжного сленгу різноструктурних мов у діахронічному та синхронічному зрізі.

### Література

1. Лунін В. Смс-сленг: правила змінюються [Електронний ресурс] / В. Лунін // Alls.in.ua. – 2010. – Режим доступу : <http://alls.in.ua/16035-sms-sleng-pravila-zminyuyutsya.html>.
2. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля – К., 2006. – 716 с.
3. Сокращения, применяемые на форумах в интернете [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://forum.myjane.ru/viewtopic.php?t=17699>. – Назва з екрана.
4. Український комп'ютерний та інтернет-сленг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://www.myukrainci.com/book532.html>. – Назва з екрана.
5. Crystal D. Language and the Internet / David Crystal. – Cambridge : Cambridge University Press, 2004. – 284 p.
6. Naughton J. A Brief History of the Future : The Origins of the Internet / John Naughton. – London : Phoenix, 2000. – 336 p.
7. SMS Abkürzungen. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : [http://home.arcor.de/gratis-sms/free\\_sms\\_abkuerzungen\\_sms\\_kuerzel/free\\_sms\\_abkuerzungen\\_sms\\_kuerzel.htm](http://home.arcor.de/gratis-sms/free_sms_abkuerzungen_sms_kuerzel/free_sms_abkuerzungen_sms_kuerzel.htm) – Назва з екрана.
8. SMS Abkürzungen. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://www.sms77.de/SMS-Abkuerzungen.html>. – Назва з екрана.
9. Text Message Translator, Online Text Message Dictionary. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://www.lingo2word.com/>. – Назва з екрана.

Додаток



Джерела: UNECE Statistical Database, compiled from national and international (Eurostat) official sources. Internet use by age and sex. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : [http://w3.unece.org/pdxweb/Dialog/varval.asp?ma=02\\_GEICT\\_InternetUse\\_r&path=../database/STAT/30-GE/09-Science\\_ICT/&lang=1](http://w3.unece.org/pdxweb/Dialog/varval.asp?ma=02_GEICT_InternetUse_r&path=../database/STAT/30-GE/09-Science_ICT/&lang=1). – Назва з екрана.

Zickuhr K. Older adults and internet use [Електронний ресурс] / K. Zickuhr & M. Madden // Pew Internet. – 2012. – Режим доступу: <http://www.pewinternet.org/Reports/2012/Older-adults-and-internet-use/Main-Report/Internet-adoption.aspx>.

#### **Анотація**

**О. В. Столярчук. Характерні риси молодіжного Інтернет-сленгу англійської, німецької, російської та української мов**

У пропонованій статті розглянуто Інтернет-сленг як один із шарів молодіжного сленгу та проаналізовано характерні риси цього феномена, а саме: скорочення та аббревіації як найпоширеніші способи поповнення лексичного складу молодіжного Інтернет-сленгу англійської, німецької, української та російської мов. У роботі здійснено порівняльну характеристику скорочень та аббревіацій Інтернет-сленгізмів у зіставлюваних мовах.

**Ключові слова:** Інтернет-сленг, нетспік, скорочення, аббревіація.

#### **Аннотация**

**О. В. Столярчук. Характерные черты молодёжного Интернет-сленга английского, немецкого, русского и украинского языков**

В данной статье рассмотрен Интернет-сленг как один из видов молодёжного сленга и его характерные черты, а именно сокращения и аббревиатуры как самые распространённые способы пополнения лексического состава молодёжного Интернет-сленга английского, немецкого, украинского и русского языков. В работе осуществлена сравнительная характеристика сокращений и аббревиаций Интернет-сленгизмов исследуемых языков.

**Ключевые слова:** Интернет-сленг, нетспик, сокращение, аббревиация.

#### Abstract

**O. V. Stoliarchuk. The Characteristic Features of Youth Internet Slang in English, German, Russian and Ukrainian**

This article researches the phenomenon of Internet slang in English, German, Russian and Ukrainian because, due to technological progress, it has gained a great importance in today's world and changed the communication process with the appearance of the so-called "netspeak". The paper is aimed to show that the major part of Internet slang enters the youth slang as one of its spheres because young people are the main users of Internet as proved by the statistical data represented in diagrams. The paper gives the definition of youth slang and discovers the characteristic features of youth Internet slang, namely, acronyms and abbreviations as the most common ways to enrich the vocabulary of youth Internet slang in the English, German, Russian and Ukrainian languages. Such types of word-building became popular due to their ability to minimize the time and efforts spent on typing a message, in order to fasten the process of communication through the Internet, and to create catchy expressive words to display the wit of young people. The comparative analysis of abbreviations and acronyms of Internet slang words of the languages under the study is carried out in the paper. Its results show the dominant role of the English Internet slang in coming up with the popular trends of building slang words; moreover, the vocabulary of the Internet slang of the other languages studied have been enriched due to borrowings from English or following the same word-building type. Nowadays, with the growing number of websites where German and Russian are content languages, the specific slang words/phrases appear as way to show the uniqueness of those languages.

**Key words:** Internet slang, netspeak, acronym, abbreviation.

О. В. Широких  
(Горлівка)

УДК 81'33

#### ПРО СУЧАСНЕ ПОНЯТТЯ СЛЕНГУ

*Постановка проблеми.* Основною рисою мовного процесу кінця ХХ – початку ХХІ століття стає широке вживання нелітературних та неформальних елементів не тільки в розмовному стилі мовлення. Майже нічим не обмежене використання сленгізмів спостерігається при віртуальному спілкуванні в мережі Інтернет. У пропонованій статті зроблено спробу аналізу груп сленгізмів, що виділяються нами у лексиконі Інтернету. Нами досліджено особливості інтерпретації дійсності в Інтернеті за допомогою засобів сучасного сленгу.

*Аналіз останніх досліджень та публікацій.* Певний час сленг залишався поза увагою вчених. Лише наприкінці 90-х років минулого століття сленг як особливий різновид соціолекту постає предметом вивчення внаслідок свого активного розвитку. Можливим поясненням поширення сленгової лексики є демократизація суспільства, внутрішня свобода мовного самовираження особистості. Сленгом почали цікавитися дослідники як російської (Н. С. Валгіна, В. В. Химик), так і української (Н. Я. Дзюбишина-Мельник, І. А. Гонта, Л. О. Ставицька, С. Пиркало та ін.) мов.

*Формулювання цілей статті та постановка завдання.* Сленг містить слова та фразеологізми, що виникли та спочатку використовувалися в окремих соціальних групах, відображаючи ціннісну орієнтацію цих груп. Ставши загальноновживаними, тобто ставши вже не компонентами сленгу, а "сленгізмами", ці слова часто зберігають емоційно-оцінні обертони. Елементи сленгу або швидко зникають, або переходять до мови літератури, створюючи в тексті, у якому вони використовуються, своєрідний тонкий стилістичний ефект. Метою статті є встановлення типології сленгів та визначення причин їхнього виникнення та концептуалізації дійсності.

Термін «сленг» походить від англ. *slang* та позначає: 1) мову соціально або професійно відокремленої групи (часто у цьому значенні термін сленг постає синонімом до терміна жаргон);

2) елементи мовлення, що не збігаються з нормою літературної мови (зазвичай експресивно забарвлені) [2]. На наш погляд, це більш влучне визначення, оскільки ми вважаємо сленг саме вкрапленням спеціальної лексики у розмовну діяльність людини.

Останнім часом термін “сленг” використовують активніше, ніж термін “жаргон”, що пояснюється впливом двох чинників: сьогодні англійська мова у світі починає домінувати, тому й у мовленні вживається англійське найменування. Інколи в роботах здійснюється розмежування термінів «сленг» та «жаргон». Останній уживають на позначення згрубілої, невитонченої мови, а на позначення соціального варіанта мови використовують термін “сленг” [19]. Таким чином, сленг, на думку деяких учених, постає вторинним утворенням щодо жаргону та аргю [15, с. 21].

Лінгвістична думка щодо можливості використання терміна “сленг” на позначення одного з численних соціолектів не є усталеною. З-поміж типів соціальних діалектів звичайно виокремлюють професійні й групові жаргони, аргю, різновиди таємних засобів спілкування. Нерідко за пропозицією використовувати термін соціолект замість аргю, жаргон, сленг тощо стоїть бажання спростити термінологію, проте це рішення має і мовне мотивування. Характерною рисою вищезазначених утворень, що належать до категорії соціального діалекту, є, по-перше, обмеженість їхньої соціальної основи, по-друге, те, що вони виступають засобом спілкування окремих соціально-станових, виробничо-фахових груп і вікових колективів [15, с. 2]. Треба особливо наголосити на тому, що сленг – це не лише мовлення декласованих елементів. Сленг можуть використовувати у своєму мовленні й освічені люди, представники певної вікової або професійної групи. Часто саме вживанням сленгу й підкреслюється приналежність особи до конкретної групи людей.

З-поміж причин, що зумовлюють виникнення умовно-професійної лексики, дослідники називають декілька основних чинників.

По-перше, сленг виникає внаслідок прагнення при спілкуванні в присутності сторонніх приховати певну частину інформації від останніх. Але, на відміну від аргю, конспіративному перетворенню тут підлягає не повний текст – у ньому лише з’являються особливі слова, що й стають ознакою сленгу, який, на нашу думку, є лише системою лексичних вкраплень, наприклад: *Катай до деканату, Шуруй додому, Вона ж нічого у цьому не шарить* [5, с. 19].

Наведемо приклади вживання саме одиниць, що виконують конспіративну функцію. Так, слово “*штрих*” (або *штрих*) у словнику Л. О. Ставицької визначається як: “1. крим. Літня людина. 2. мол. Людина, суть якої не зрозуміла. 3. мол. Чоловік, хлопець. *Нічогенький штрих!*” [14, с. 382]. Представник молодіжної групи, який використовує зазначений сленгізм, знає, що *штрих* має саме негативне значення і вживається для позначення людини, до якої мовець не відчуває симпатії. Якщо ж говорити про межі цієї групи, то можна стверджувати, що цей хлопець не є членом угруповання, до якого належить мовець, тобто при вживанні сленгізму здійснюється своєрідне протиставлення на рівні “свій-чужий”.

По-друге, уживання сленгізмів створює нове експресивне буття мови англ.: *airhead, ass, ass fuck, ass monkey, buffoon, mule head* – “дурна людина”; *fuck, shit* – “вигук, використовуваний для наголосу на чомусь”; нім.: *Das ist mir Banane / wurscht / scheißegal, Das geht mir am Arsch vorbei* – “вирази байдужості”; *Ach Scheiße!, Was für ein Scheiß?!, Arschloch* – “лайливі слова” [9, с. 33]; укр.: *валянок, гальмо, затурканий, лохан, дятел* – “обмежена людина” [14, с. 192].

Сьогодні у зв’язку з розвитком і використанням комп’ютерних технологій та Інтернету в усіх сферах життєдіяльності людини процес номінації в сленгу отримує нові особливості. Розвиток віртуальної комунікації за допомогою сучасних інформаційних технологій поставив перед лінгвістами цілу низку питань, пов’язаних з необхідністю визначення параметрів існування нової спеціальної мови Інтернету, яка, з одного боку, є близькою до розмовної, а з іншого – до професійної та сленгової і складається з великої кількості термінів [3, с. 119–125].

З-поміж великої кількості різновидів сленгу, які відбиваються в Інтернет-комунікації, найбільш поширені зараз такі:

1. Військовий сленг, наприклад, *Мул* (від англ. *MULE*) “багатофункційний автономний транспортний засіб нового покоління”; *Горбатий* – “військово-транспортний літак Іл-76”; *Перл-Харбор* – “непередбачуваний напад” [1, с. 165].

2. Журналістський сленг, наприклад, *блоха* – “зміна порядку літер у слові в уже опублікованому матеріалі”; *вудочка* – “мікрофон на довгому тримачі, що використовується, коли немає можливості близько підійти до об’єкта інтерв’ювання”; *верниголови* – “коректори, що читають матеріал догори ногами” [7, с. 56].

3. Комп'ютерний сленг, наприклад, *варез* (від англ. "warez") – "нелегально розповсюджене програмне забезпечення та ліцензійні ключі до нього; музика, фільми тощо"; *гіфка* – "графічний файл у форматі GIF"; *геста* (від англ. guest-book) – "скрипт, на якому гості сайту залишають свої коментарі та побажання" [4, с. 8].

4. Ігровий сленг: *вливати реал* – "оплата реальними грошима якоїсь речі в он-лайн грі"; *казуар* (від англ. *casual* "нерегулярний, непостійний") – "людина, яка серйозно і постійно не займається предметом та глибоко їм не захоплюється, а час від часу виявляє цікавість; зазвичай уживається щодо комп'ютерних гравців"; *сейв* (від англ. to save "зберігати") – "збережена гра, точка збереження в грі, до якої потім можна повернутися".

5. Молодіжний сленг: *бубен* – "обличчя"; частіше використовується у контексті *дати в бубен* "ударити по обличчю"; *знати хвилю* – "накаляти обстановку, йти на конфлікт"; *дихалка* – "органи дихання та деякі частини тіла, які можуть збити дихання"; найчастіше або легені, або сонячне сплетіння; уживається в контексті *слабка дихалка* "слабкі легені" або *удар в дихалку* "удар у сонячне сплетіння".

6. Музичний сленг, наприклад, *сікти галявину* – "оркестрант добре розуміє бажання диригента"; *чесати* – "успішно виконувати важкі пасажі"; *бекар* – "якщо музикант ходив вирішувати організаційне питання й не зміг домогтися результату" [8, с. 73–74].

7. Сленг наркоманів *агрегат* – "важелі для зважування наркотиків та інгредієнтів для їх виготовлення"; *двинутись* – "перейти з тверезого стану в стан наркотичного сп'яніння"; *пластилін* – "гашиш, що нагадує за консистенцією пластилін".

8. Сленг футбольних фанів: *махачі* – "конфліктні ситуації як з правоохоронними органами, так і з фанами інших команд; часто набувають агресивного характеру із застосуванням фізичної сили"; *жаба* – "фанат, який поміняв клуб"; *шпаківня* – "коментаторська кабіна" [12, с. 139–140].

Наведеними типами реєстр різновидів сленгу не вичерпується: нами тут було презентовано лише найпоширеніші.

*Висновки.* На наш погляд, сленг – різновид соціолекту, який уживається задля вираження експресивності, презентує експресивно знижене позначення понять та використовується певною соціальною групою, тобто це "мовний засіб виокремлення маленької групи у великому суспільстві" [10, с. 26]. З іншого боку, це спеціальна лексика, що почасти виконує парольну функцію, як арго, але, знову-таки, лише в окремих випадках: *Вот бы про всех нас анимешку сняли* (Комп'ютерна анімація – мистецтво створення рухливих зображень шляхом застосування комп'ютерів; є різновидом комп'ютерної графіки та анімації [18]). Проте сленг усе ж характеризується соціальною обмеженістю: це соціолект, яким користуються "швидше низи суспільства, ніж верхи, швидше молодь, ніж люди похилого віку", він орієнтований, зазвичай, на соціально близьких, "своїх", ніж "чужих" [16, с. 15].

### Література

1. Аксьонова В. С. Сучасна військова лексика в українській мові / В. С. Аксьонова. – Стиль і текст. – Випуск 11. – 2010. – С. 165.
2. Большой толковый словарь русского языка [гл. ред. С. А. Кузнецов]. – СПб. : Норинт, 1998. – Режим доступу до роботи : <http://softacademy.lnpu.edu.ua/Programs/Dictionaries/Kuznetsov.htm>
3. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке / Н. С. Валгина : Учеб. пособие для студентов вузов. – М. : Логос, 2001. – С. 119–125.
4. Гонта І. А. Адаптація запозичень з англійської мови в російському та українському комп'ютерному сленгу / І. А. Гонта // Вісник Луганського нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. – № 9 (220). – Ч. II. – 2011. – С. 8.
5. Горіна Ж. Феномен маргінальної мовної особистості / Ж. Горіна // Вісник Луганського нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. – № 22 (209). – Ч. I. – 2010. – С. 19.
6. Дзюбишина-Мельник Н. Я. Сучасний жаргон і сучасне розмовне мовлення / Н. Я. Дзюбишина-Мельник // Наукові записки Національного університету "Києво-Могилянська Академія". – Том 20 : Філологічні науки. – 2002. – С. 16.
7. Євграфова А. О. Корпоративний журналістський жаргон : до питання про лінгвістичний статус / А. О. Євграфова // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації, 2012. – № 3. – С. 55–59.

8. Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов / Н. Г. Комлев. – Москва : ЭКСМО-Пресс, 2000. – 669 с.
9. Лесовиченко А. М. До питання вивчення музичного аргю як складової традиційної кобзарської педагогіки / А. М. Лесовиченко, С. Л. Марциновський // Таврійський вісник освіти. – 2011. – №2 (34). – С. 73–74.
10. Михайлова Н. Молодежный язык Германии / Н. Михайлова, Д. Кипнис, А. Кипнис. – Мюнхен : “Im Werden Verlag” – некоммерческое электронное издание, 2006. – 33 с.
11. Пиркало С. В. Сленг : ненормативно, але нормально / С. В. Пиркало // Урок української. – К. : Наук. думка, – 2002. – № 2. – С. 26–28.
12. Соловйова Я. Ю. Субкультура футбольних фанів України (на прикладі фанів клубів преме’р-ліги України) / Я. Ю. Соловйова // Вісник Луганського нац. ун-ту ім. Т. Г. Шевченка. – №2 (237). – 2012. – С. 139–140.
13. Ставицька Л. О. Аргю, жаргон, сленг : Соціальна диференціяція української мови / Л. О. Ставицька. – К. : Критика, 2005. – 464 с.
14. Ставицька Л. О. Український жаргон. Словник / Л. О. Ставицька. – К. : Критика, 2005. – 494 с.
15. Халабузар О. А. Особливості комп’ютерного дискурсу / О. А. Халабузар // Актуальні проблеми іноземної філології : лінгвістика та літературознавство : міжвуз. зб. наук.ст. / відп. ред. В. А. Зарва. – Бердянськ : БДПУ, 2010. – Вип. 5. – Ч. 1. – С. 21–28.
16. Химик В. В. Поэтика низкого, или просторечие как культурный феномен / В. В. Химик. – СПб. : Изд-во Филологического факультета СПбГУ, 2000. – 272 с.
17. Хоткевич Г. М. Твори: [У 8 т.] / Г. М. Хоткевич. – Х. : Рух, 1928 – 1932. Т. 5: Оповідання. – 1929. – 252 с.
18. Цитатник Рунета : форум. – Режим доступу до роботи : <http://www.bash.org.ru/index>
19. Britannica’97 / Encyclopedia Britannica and Merriam Webster’s Collegiate Dictionary: Tenth Edition on CD-Rome. – Режим доступу до роботи : <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/376313/Merriam-Webster-dictionary>.

#### *Аннотація*

##### ***О. В. Широких. О современном понимании сленга***

*В статтє проанализирован сленг как особенный вид социодialecta, приведены самые распространенные группы сленгизмов; обозначены основные причины формирования условно-профессиональной лексики.*

***Ключевые слова:*** сленг, сленгизмы, разновидность сленга.

#### *Анотація*

##### ***О. В. Широких. Про сучасне розуміння сленгу***

*У статті проанализовано сленг як особливий рідновид соціолекту, наведено найпоширеніші групи сленгизмів; окреслено основні причини формування умовно-професійної лексики.*

***Ключові слова:*** сленг, сленгизми, різновиди сленгу.

#### *Abstract*

##### ***O. V. Shyrokykh. Modern Slang Interpretation***

*The article focuses on the analysis of slang and its specific characteristics, the use of informal words and expressions that are not considered standard in the speaker’s language or dialect but are considered acceptable in certain social settings. The most commonly used groups of slangisms have been singled out. The main reasons for slang formation have been defined as well. It has been noted that the words used as slang may be new coinages; existing words may acquire new meanings; narrow meanings of words may become generalized; words may be abbreviated, etc. Slang expressions are created in basically the same way as standard speech. Expressions may be metaphors, similes, and other figures of speech. However, in order for the expression to survive, it must be widely adopted by the group who uses it. It is used to differentiate members of a group from others, and to foster a sense of collective belonging in the group. Slang makes speech expressive and emotionally coloured. It is a way in which the languages changes and is renewed.*

***Key words:*** slang, slangism, informal words and expressions.



О. А. Шутова  
(Горловка)

УДК 811.161.1'42

## ПОУЧАЮЩИЙ ДИСКУРС В НАРОДНОЙ СКАЗКЕ

Начиная с середины 70-х годов в лингвистике стал широко употребляться термин дискурс. В наше время его изучению посвящено множество исследований, авторы которых по-разному трактуют это явление: Н. Д. Арутюнова, В. Г. Борботько, А. Р. Габидуллина, И. А. Герасименко, Т. ван Дейк, О. В. Жукова, Е. В. Клобуков, Н. К. Кравченко, М. Л. Макаров, Г. Г. Почепцов, О. Г. Ревзина, Е. А. Селиванова, К. С. Серажим, П. Серио, D. Schiffrin и др.

*Цель нашей работы* – описать поучающий тип дискурса в народной сказке. *Задачи нашего исследования*: во-первых, описать дидактизм в народной сказке; во-вторых, проанализировать коммуникативные стратегии в сказке; в-третьих, охарактеризовать позиции адресата и адресанта.

Под дискурсом мы понимаем вербализованную коммуникативную ситуацию, описанную в тексте сказки. Поучающий дискурс интерпретируется нами как типичная, имеющая диалогическую природу форма организации коммуникации и речевого поведения персонажей сказки в устном дидактическом взаимодействии. Основной интенцией одного из персонажей здесь является суггестивное волеизъявление.

Определяющей чертой поучающего дискурса является дидактизм. Этот термин известен еще с древних времен. Сначала дидактика существовала в культуре скорее как функция, нежели как тип текста; она была свойственна большинству синкретичных образований, и первой “выкристаллизовавшейся” из нее специальной разновидностью был жанр поучения – фольклорного (в виде сказок, пословиц, поговорок, загадок), социально-бытового, религиозного... [6, с. 75], а потом уже дидактизм был одним из ведущих принципов всей “учительной” литературы, направленной на “ученье, на обличенье, на управленье, на наказанье” [7, с. 96].

Народные сказки – древнейший жанр устного народного творчества, который учит человека жить, вселяет в него оптимизм, утверждает веру в торжество добра и справедливости. Вместе с эстетическим удовольствием сказки несут одновременно и определенный объем жизненно необходимой информации. “У народа, – писал Г. С. Виноградов, – были и есть известные представления, взгляды на жизнь, на воспитание и обучение появляющихся новых поколений, известные цели и задачи воспитания и обучения их, известные средства и пути воздействия на юные поколения и т. д. Совокупность и взаимосвязанность их и дают то, что следует называть народной педагогикой” [4, с. 15-16].

Передовые русские педагоги всегда были высокого мнения о воспитательном и образовательном значении народных сказок и указывали на необходимость широкого их использования в педагогической работе. Так, В. Г. Белинский ценил в сказках их народность, их национальный характер. Он полагал, что в сказке за фантазией и вымыслом стоит реальная жизнь, действительные социальные отношения. В. Г. Белинский, глубоко понимавший природу ребенка, считал, что у детей сильно развито стремление ко всему фантастическому, что им нужны не абстрактные идеи, а конкретные образы, краски, звуки. Н. А. Добролюбов считал сказки произведениями, в которых народ выявляет свое отношение к жизни, к современности. Он стремился понять по сказкам и преданиям взгляды народа и его психологию, хотел, “чтобы по преданиям народным могла обрисоваться перед нами живая физиономия народа, сохранившего эти предания” [4, с. 70].

Великий русский педагог К. Д. Ушинский был о сказках настолько высокого мнения, что включил их в свою педагогическую систему. Причину успеха сказок у детей Ушинский видел в том, что простота и непосредственность народного творчества соответствуют таким же свойствам детской психологии. “В народной сказке, – писал он, – великое и исполненное поэзии дитя-народ рассказывает детям свои детские грезы и, по крайней мере, наполовину сам верит в эти грезы” [4, с. 16].

Сказка представляет большую общественную ценность, состоящую в ее познавательном, идейно-воспитательном и эстетическом значениях, которые неразрывно связаны между собой. Обычно чем ярче и полнее проявляется одно из них, тем ярче и полнее проявляются и другие.

Познавательное значение сказки проявляется прежде всего в том, что она отражает

особенности явлений реальной жизни и дает обширные знания об истории общественных отношений, труде и быте, а также представление о мировоззрении и психологии народа, о природе страны. Познавательное значение сказки увеличивается тем, что ее сюжеты и образы заключают в себе широкую типизацию, содержат обобщения явлений, жизни и характеров людей.

В народных сказках много поучений, наставлений, назиданий, наказов, советов. Их дают люди, старшие по возрасту, социальной, психологической и коммуникативной роли.

По мнению М. Ю. Олешкова, в процессе поучающего вербального взаимодействия говорящий реализует четыре коммуникативных стратегии: информационно-аргументирующую, манипулятивно-консолидирующую, экспрессивно-апеллятивную и контрольно-оценочную, – которые реализуются посредством использования коммуникативно-речевых тактик на уровне тактических ходов в нарративной или диалоговой форме [5, с. 4].

Основная цель манипулятивно-консолидирующей стратегии – вызвать желаемые изменения в широком экстракоммуникативном контексте ситуации. Эта стратегия может быть реализована в виде четырех коммуникативно-речевых тактик: подчинение, контроль над инициативой, контроль над темой, контроль над деятельностью. Так, во многих сказках есть персонаж, который помогает положительному герою сохранить свои моральные ценности и сам олицетворяет такие моральные качества, как добрая воля и готовность помочь, а также он может испытывать нравственные качества других (“Мороз Иванович”). Чаще всего это мудрый старец, который поучает, дает наставления, советы как надо поступить в сложившейся ситуации, контролирует действия героя, таким образом, манипулируя им.

Основная цель говорящего при реализации экспрессивно-апеллятивной стратегии – выразить свои чувства, эмоции, оценки, коммуникативные интенции, предпочтения, настроения в отношении речевых проявлений адресата и коммуникативной ситуации в целом. Диалоги в рамках экспрессивно-апеллятивной стратегии демонстрируют регулярный характер модальных реакций. В фокусе этих реакций находятся не факты или знания говорящих, как в информационно-аргументирующем диалоге, а их мнения, интенции, мотивы, планы, личностные предпочтения. В поучающем аспекте при этом решаются задачи, связанные с толерантной “образовательной средой”, с эмоциональной оценкой развития коммуникативной ситуации.

Реализация контрольно-оценочной стратегии в речи адресанта-рассказчика является выражением общественной значимости его статуса как представителя социума и хранителя его норм, что реализуется в праве давать ему оценку событиям, обстоятельствам и достижениям адресата-слушателя [2, с. 54]. Часто в сказке чувствуется присутствие самого автора, он контролирует героя, оценивая его действия и, таким образом, наставляет его на путь истинный.

Почающий дискурс в народной сказке характеризует связь общественного и индивидуального опыта и знаний с эмоциональностью и абстрактностью, четкой спланированности со спонтанностью и креативностью. Цель такого дискурса - передача информации, воспитание в процессе общения, а также воздействие на познавательную, эмотивную и мотивационную сферы адресата.

Каждый народ умело использовал сказку для воспитательных целей. Для каждого возраста имелись свои сказки. Были “сказки маленьким”. Это небольшие сюжетные произведения с “небыличным” содержанием. Они развивали фантазию детей, несли определенную дозу информации. С возрастом объем информации увеличивается. Все это делалось без принуждения, в занимательной форме [4, с. 70-71].

Итак, показывая и объясняя, сказки учат. Но поучение в них облечено в столь совершенную поэтическую форму, так тонко действуют на психику, эмоции, обращено больше к чувству, чем к разуму, что позволяет вместе с занимательным сюжетом незаметно усваивать назидание. Бывают, что дети остаются в доме / квартире одни и бесконечные повторения матери “не выходи на улицу” вряд ли подействуют так, как сам собой напрашивающийся вывод сказки о петухе, который ослушался наказа кота, высунулся в окошко и попался в лапы хитрой лисы. Сказка не дает прямых наставлений детям (типа “*Слушайся родителей*”, “*Уважай старших*”, “*Не уходи из дома без разрешения*”), но в ее содержании всегда заложен урок, который они постепенно воспринимают, многократно возвращаясь к тексту сказки.

Например, сказка “Маша и медведь” предостерегает: в лес одним нельзя ходить – можно попасть в беду, а уж если так случилось – не отчаивайся, старайся найти выход из сложной

ситуації. Наказ слухатися родителів, старших звучить в казках “Гуси-лебеди”, “Сестрица Аленушка и братец Иванушка”, “Снегурочка”, “Терешечка”. Страх и трусость высмеиваются в сказке “У страха глаза велики”, хитрость – в сказках “Лиса и журавль”, “Лиса и тетерев”, “Лисичка-сестричка и серый волк”, жадность – в английской сказке “Midas the King of Greed” и т. д. Трудолюбие в народных сказках всегда вознаграждается (“Хаврошечка”, “Мороз Иванович”, “Царевна-лягушка”), мудрость восхваляется (“Мужик и медведь”, “Как мужик гусей делил”, “Лиса и козел”), забота о близком поощряется (“Бобовое зернышко”, “Like Meat Loves Salt”).

В сказках даны нравственные законы народа: в основе жизни лежит труд, и как бы ты ни был мал и слабосилен, трудись (“Репка”); к какому роду-племени ни относились люди, надо с ними жить в мире (“Теремок”, “Зимовье зверей”, “Рукавичка”); слово старших несет народную мудрость, послушание избавляет детей от многих бед (“Коза и козлята”); будь верен дружбе, не оставляй слабого в беде, будь смелым и честным (“Про вірного товариша”, “Кот, петух и лиса”, “Лиса, заяц и петух”, “The Girl Who Wanted to Be a Witch”); не лги, не причиняй другим зла (“Коза-дереза” (украинская народная сказка)).

Итак, поучающее общение предполагает, кроме прямой передачи опыта и знаний, еще и нравственное воздействие на личность. Следовательно, поучающий дискурс в народной сказке требует четкого отбора лексико-грамматических средств, учета личного фактора собеседника и ситуации общения. Рассказчик должен не просто развлечь слушателей, но и побудить их к изменению внешнего мира в лучшую сторону на основе своего опыта и знаний. Доминирующим в данном случае является интеллектуальное воздействие, т. е. воздействие через интеллект в сочетании с воздействием на чувство и волю. Большую роль здесь играют невербальные средства общения, которые рассматриваются как подчиненные словесной стороне поучающего дискурса [1, с. 7].

Вербальное выражение поучающего дискурса в народной сказке проявляется в виде речевых жанров: поучения, назидания, наставления, наказа, совета. Данным жанрам присущи институциональность, облигаторность выполнения действия, бенефактивность, приоритетность адресанта из-за более высокой социальной роли. Рассматривая фрагмент сказки, в котором употребляется один из перечисленных речевых жанров поучающего дискурса, следует учитывать его двойную интенцию: с одной стороны – это интенция персонажей, с другой стороны – реализация дидактической интенции. Например, в сказке “Коза и козлята” Коза учит своих козлят (используя речевой жанр поучающего дискурса наставление) не открывать никому дверь, в то время как намерение рассказчика показать адресату-слушателю, что необходимо слушаться взрослых.

Таким образом, исследуя поучающий дискурс в народной сказке, мы можем выделить адресанта-персонажа сказки, адресанта-рассказчика, адресата-персонажа сказки и адресата-слушающего.

Адресант-рассказчик – это автор сказки, который с помощью определенных действий персонажа реализует коммуникативную интенцию поучающего дискурса.

Адресант-персонаж – это герой сказки либо ее фрагмента, который выступает адресантом речевого жанра поучающего дискурса.

Адресат-персонаж – это тоже герой народной сказки либо ее фрагмента, но уже в роли адресата поучающего речевого жанра.

Адресат-слушающий – это адресат, на которого ориентирован поучающий дискурс.

И адресант-рассказчик, и адресант-персонаж являются инициаторами, они обладают способностью “создавать” речь и реализуют ее в виде собственного поучающего текста, оказывая планируемое воздействие на адресата (преследуя определенную цель) в конкретной ситуации общения. Обязательными характеристиками адресанта поучающего текста являются осознанная потребность и необходимость в самореализации в дидактическом общении; умение создавать, исполнять и рефлексировать собственный текст по “дидактическим” правилам, т. к. под доминирующей дидактической интенцией адресант стремится донести до адресата социально значимые нормы, хочет обучить или покритиковать адресата и т. п., т. е. привести положительную норму поведения человека при тех или иных обстоятельствах. Из этого следует, что продуцент дидактического текста – автор, “хозяин”, тот, кому есть что сказать (потому что он личность и профессионал), и тот, кто умеет это сделать (потому что он обладает профессиональной компетентностью).

Адресат-персонаж и адресат-слушающий – это те, кому предназначено высказывание,

получатели информации, то есть в большей степени объекты, нежели субъекты общения. Адресат выполняет требуемое или в связи с информативной потребностью, или под давлением внутренних или внешних обстоятельств, связанных с актуальной для него прагматической ситуацией. Адресность в дидактическом контексте указывает на диалогичность с разной степенью ее выраженности: аудитория может ответить автору сообщения, вступить с ним в диалог, может откликнуться (или не откликнуться) эмоциональной или вербальной реакцией-ответом, а персонаж сказки ведет непосредственный диалог с персонажем-адресантом. Так как поучающий дискурс стремится к “социализации нового члена общества” [3, с. 41], то целеполагание адресанта – это “планируемое воздействие”, следовательно, осознанный акт, детерминированный особенностями (в первую очередь, личностными) самого адресанта и его адресата.

Эффективность поучающего дискурса, то есть достижение участниками общения коммуникативной кооперации, взаимопонимания является результатом интеракционных отношений коммуникантов, посредником которых служит текст сказки. Эффективность может рассматриваться и односторонне – как достижение адресантом перлокутивного эффекта, адекватного собственной иллюзии [2, с. 51].

Следует отметить, что поучающий дискурс успешен:

а) при условии систематического, методически целесообразного учета адресантом-рассказчиком и адресантом-персонажем необходимых характеристик, компонентов и средств общения;

б) при условии осуществления контроля за состоянием речевой атмосферы;

в) при условии употребления адресантом-персонажем этикетных речевых жанров в процессе общения.

*Итак, поучающий дискурс* есть творческий процесс осуществления речевой деятельности адресанта-рассказчика и адресанта-персонажа, имеющий определенную коммуникативную цель, обладающий совокупностью прагматических и функциональных качеств, служащий материалом для восприятия, понимания и интерпретации участниками дискурса в процессе их взаимодействия, а продуктом этой деятельности является текст народной сказки. Составляющими такого дискурса является речь, обусловленная социально-личностным контекстом взаимодействия, система вербальных и невербальных средств общения.

### Литература

1. Авдосенко Е. В. Коммуникативно-прагматическая категория назидания в поучающем дискурсе в современном немецком языке: автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Е. В. Авдосенко. – Иркутск, 2003. – 17 с.
2. Габидуллина А. Р. Жанры речи и жанры дискурса: к проблеме терминологии / А. Р. Габидуллина // Вісник Харківського національного університету ім. В. М. Каразіна. Серія Філологія. – Вип. 50. – № 765. – 2007. – С. 51–55.
3. Карасик В. И. Типы жанровой компетенции / В. И. Карасик // Языковая личность: жанровая речевая деятельность. – Волгоград : Перемена, 1998. – С. 41-42.
4. Мельников М. Н. Русский детский фольклор / М. Н. Мельников : Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. № 2101 “Русский язык и литература”. – М. : Просвещение, 1987. – 240 с.
5. Олешков М. Ю. Системное моделирование институционального дискурса (на материале устных дидактических текстов): автореф. дисс. ... канд. филол. наук / М. Ю. Олешков. – Нижний Тагил, 2007. – 34 с.
6. Ученова В. В. Полифония текстов в культуре / В. В. Ученова, С. А. Шомова. – М. : Омега. – Л. : ИМПЭ им. А. С. Грибоедова, 2003. – 392 с.
7. Хуторской В. А. Современная дидактика / В. А. Хуторской : Учебник для вузов. – СПб. : Питер, 2001. – 554 с.

### Аннотация

**О. А. ШUTOVA. Поучающий дискурс в народной сказке**

*В статье исследуется поучающий дискурс в народной сказке. Выделяется основная его черта – дидактизм, которая прослеживается и характеризуется в фольклорном тексте. Анализируются коммуникативные стратегии сказки: манипулятивно-консолидирующая,*

экспрессивно-апеллятивная и контрольно-оценочная. Указываются жанры поучающего дискурса в фольклорном дидактическом тексте: поучение, назидание, наставление, наказ, совет. Описываются типы адресата и адресанта данного дискурса в народной сказке – адресант-персонаж сказки, адресант-рассказчик, адресат-персонаж сказки и адресат-слушающий.

**Ключевые слова:** поучающий дискурс, дидактизм, коммуникативная стратегия, адресат, адресант.

#### Анотація

##### **О. О. Шутова. Повчальний дискурс у народній казці**

У статті досліджено повчальний дискурс у народній казці. Виокремлено основну його рису – дидактизм, що простежується й характеризується у фольклорному тексті. Проаналізовано комунікативні стратегії казки: маніпулятивно-консолідуєча, експресивно-апеллятивна та контрольно-оцінна. Зазначено жанри повчального дискурсу у фольклорному дидактичному тексті: повчання, наставляння, наказ, порада. Описано види адресата та адресанта даного типу дискурса в народній казці – адресант-персонаж казки, адресант-оповідач, адресат-персонаж казки та адресат-слухач.

**Ключові слова:** повчальний дискурс, дидактизм, комунікативна стратегія, адресат, адресант.

#### Abstract

##### **O. A. Shutova. Folk Tales Teaching Discourse**

The teaching discourse of folk tales has been investigated in the article. Its main feature, didacticism, has been distinguished, examined and characterized in the folklore text. The purpose of this discourse is to transfer information, bring up children in the process of communication, and influence the cognitive, emotive and motivational sphere of the listener. Such communicative strategies of the tale as manipulative, consolidating, expressive, appealing, as well as a control and evaluation function have been analyzed. Some genres of the teaching discourse in the folklore deductive text have been singled out: teaching, moral admonition, lecture, order, advice. The types of the addresser and the addressee in the folk tale type of discourse have been described – an addresser-character of the tale, an addresser-teller, an addressee-character of the tale and an addressee-listener.

**Key words:** teaching discourse, didacticism, communicative strategy, addressee, addresser.

Т. Ю. Щуклина  
(Казань, Россия)

УДК 811.161.1

### СЛОВОТВОРЧЕСТВО КАК СРЕДСТВО ЭКСПРЕССИВИЗАЦИИ РУССКОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

Язык рекламы не раз становился предметом внимания многих ученых. Разноаспектному изучению рекламы посвящены работы Л. Амири, Л. И. Батуриной, В. А. Евстафьева, Е. Л. Головлевой, Е. Е. Корниловой, А. В. Костиной, Н. Н. Кохтева, А. Н. Назайкина, А. А. Романовой, М. В. Томской, Л. Е. Тригубенко и др. В настоящей статье проводится исследование окказиональных слов как средства создания выразительности рекламы. *Основная задача работы* – определение приемов и способов словотворчества, использующихся с целью экспрессивизации русского рекламного текста. Сейчас, когда происходит активизация рекламного рынка, исследование языкового поля рекламы особенно *актуально*. С одной стороны, это приведет к накоплению теоретического и практического материала, стимулирующего творческий потенциал креатора, и окажет помощь в поиске оптимального пути ведения диалога с потребителем. С другой стороны – позволит изучить возможности творческого, индивидуального использования языкового материала для повышения выразительности текста. Как известно, реклама представляет собой так называемый “односторонний” тип коммуникации, целью которого является привлечение внимания и убеждение реципиента в пользу рекламируемого товара, услуги, компании и т.д. Главная задача копирайтера – сделать текст более действенным, запоминающимся, что становится возможным, если он обладает множеством отличительных качеств (информативностью, эмоциональностью,

точностью, лаконичностью, доходчивостью, неординарностью, экстравагантностью), среди которых важное место занимает экспрессивность. Лаконичность рекламы влечет за собой необходимость создания на достаточно ограниченном пространстве максимально высокой концентрации приемов и средств речевой выразительности. Особую значимость среди лингвистических средств экспрессивизации рекламного текста имеет словотворчество, результатом которой являются окказионализмы – слова яркие, нестандартные, реализующие творческую компетенцию их создателей, тем самым способные привлечь к себе внимание и усилить воздействие речи на подсознание потребителя.

В российской рекламной практике одной из активных является модель суффиксального словопроизводства. При этом регулярным и частотным приемом образования окказионализмов в языке рекламы представляет собой изменение характера производящей основы: производное создается от основы иной семантики или иных грамматических свойств, чем это характерно для языка, с той целью, чтобы вызвать определенные ассоциации у потребителей, клиентов и сосредоточить их внимание на каком-то важном с точки зрения рекламистов аспекте товара (в широком смысле этого слова). Так, по аналогии с отчествами людей с суффиксом *-ыч*, которые обычно производятся от существительных, обозначающих имена людей, возникают окказиональные имена собственные, называющие тот или иной продукт или входящие в состав наименования какого-либо заведения (торговой точки, пункта питания): “Сам Самыч” – “пельмешки без спешки” (реклама пельменей “Сам Самыч”). “Самыч” образовано от несвойственной для производных слов подобного типа производящего местоимения *сам*. В названии пельменей авторы текста дважды подчеркивают, что их качество такое, как если бы вы сделали их сами; “Шкаф Шкафыч” произведено от существительного “шкаф”, тем самым название торгового заведения становится “говорящим”: оно указывает на продажу в данном мебельном магазине шкафов. “Крашные апельсины” (апельсины от компании “Краш”). Неологизм “крашный” подчеркивает принадлежность продукта именно этой компании; кроме того, он созвучен с цветовым определителем зрелости фрукта – прилагательным “красный”. “Пепсизм-коллализм” (“Пепси”). Новообразования возникли по аналогии с существительными на *-изм*, которые называют какие-либо политические или идейные течения (ср: *марксизм-ленинизм*). Видимо, авторы рекламы хотели сказать, что “пепсизм” – это идея поколения *Next*. “Сникерсни в своем формате!” Окказиональный глагол “сникерсни” образован от несвойственной ему мотивирующей основы – названия продукта. Аналогично: “Чупсуйтесь вместе!” Оба производных созданы по аналогии с нормативными словами “перекуси” (“съешь”), “веселитесь” (“тусуйтесь”), которая существует в виде своеобразного фона, способствующего пониманию рекламных слов.

Успешно используется в рекламных текстах такой способ, как замена одного элемента слова другим, или заменительная деривация. Конкретный образец может быть как производным словом, так и непроизводным, но вычленивающим какие-то сегменты. Создавая окказионализм, творец может отчетливо осознавать связь с прообразом и эксплицировать ее. При этом в качестве форманта, структурирующего окказионализм, часто используется не аффикс, а какой-либо фрагмент слова-прообраза. К примеру, новообразование “фругурт” воспринимается на фоне слова “йогурт”. Создатели этого производного заменили начало в слове “йогурт” элементом *фру-* (т.к. йогурт фруктовый). Тем самым данная модификация позволила уточнить и сакцентировать внимание покупателей на том, что это не просто йогурт, а йогурт, полный фруктов. Слово “фрутешествие” (из рекламы сока “Фруктовый сад”) произведено путем замены элемента *пу-* в слове *путешествие* на элемент *фру-*, мотивируясь словосочетанием “фруктовое путешествие”. “Мебелизуй фантазию!” (из рекламы фабрики мебели “Роникон”): в слове “мобилизуй” (от “мобилизовать”) элемент *мобил-* заменяется на *мебел-* в целях прямого побуждения потребителя к действию (активизируй свою фантазию в “мебельном” плане).

Примечательны образования, в которых в качестве основной части используются иностранные слова, а в качестве словообразовательной морфемы (или ассоциируемой с ней части слова) – русский элемент: “Веерлога” – “ресторан в центре города!” В слове *берлога* произошла замена части *бер-* на фонетически схожую *beer*, представляющую собой английское слово “пиво”. Вторая часть *-лога* обозначает логово, то есть место, служащее жилищем. Следовательно, “Веерлога” – “пивной ресторан, где можно собраться и попить пиво в спокойной, безмятежной обстановке”.

Префиксальная модель словообразования в рекламной практике реализуется за счет активного использования элемента *-супер*. Современная тенденция к повышенной эмоциональности и экспрессивности привела к возникновению таких образований: *“Суперупаковка – веселая тусовка!”* *“Супер-пупер перемена!”* (конфеты *“M&Ms”*); *“супермама”* из ролика *“Супердень. Супернастроение. Суперидея. Суперзолотой бульон Maggi”*; *“супердышащие подгузники Huggies”*; *“Суперкачество по суперцене!”* (стиральный порошок *“Сорти”*); *“Суперраспродажа!”* *“Супершубы по суперцене!”* (реклама скидок цен в меховом магазине *“Белка”*) и др.

Нередко создатели “рекламных” окказионализмов, стремясь к поиску яркой речевой экспрессии и неожиданных образов, а, следовательно, и к уходу от избитых фраз, наскучивших формулировок, прибегают к метафорическому творчеству. Копирайтеры часто сближают слова, не имеющие тенденции к сближению вне метафорических отношений. С одной стороны, происходит нарушение смысловой сочетаемости между словами, с другой – в результате процесса метафоризации осуществляется расширение смысла, которое наблюдается при своеобразном перенесении качеств одного слова на другое, находящееся с ним в синтаксических отношениях определяемого и определяющего. Метафора нацеливает на поиск того общего, что роднит используемые компоненты (сопоставляемые явления). Все это производит неоспоримый эффект на потребителей: *“чемоданное настроение”* (обозначает настроение в любой момент сорваться с места, поехать, двинуться в путь, при этом сохраняет структурно-семантическую связь со своим производящим *“чемодан”* (ср. с фразеологизмом *“сидеть на чемоданах”*); *“вкусная защита”* (жевательная резинка *“Орбит”*); *“трудный жир”* (средство для мытья посуды *“Fairyt”*); *“вкусная сказка”* (майонез *“Ряба”*); *“добрый стиль”* (реклама фабрики мягкой мебели); *“мягкая аура”* (реклама порошка *“Tide”*); *“сладкая парочка”* (реклама печенья *“Twix”*) и др. Более того, рекламисты нередко устанавливают подобие компонентов, выраженных глаголом и существительным: *“Самые низкие цены барахтаются в этом пакете!”* (реклама на фирменном пакете магазинов бытовой техники *“Эльдорадо”*), *“Кэтсан” запирает запах на замок!”* (реклама средств гигиены для кошек *“Кэтсан”*), *“В нем так много молока, он того и гляди замычит”* (реклама шоколадного батончика *“Milky Way”*) и т. д.

Довольно часто происходит образование сленговых “относительных” прилагательных от семантически переосмысленных сленговых производящих глаголов. Таким образом производится слово *“обвальный”* от глагола *“обвалиться”* (в “переносном” значении). В выражении *“обвальное снижение цен”* подчеркивается, что цены не просто снижены, а очень сильно снижены, произошло резкое и сильное падение цен. *“Новый “Пикник” – улетный микс вафель и орехов.”* *“Улетный”* (от основы глагола *“улетать”* в значении *“перенестись куда-либо в мыслях, в воображении”* путем присоединения суффикса *-н-*) значит *“очень вкусный, вкусный до головокружения”*. Аналогично: *“Прикольные молочные продукты “Скелетоны” (прикольный – “интересный, оригинальный, выделяющийся чем-либо, смешной”); “Музыка для продвинутых” (реклама автомагнитол) (“продвинутый” – “передовой, очень современный, идущий в ногу со временем”)*.

В последнее время в рекламных текстах наблюдаются свободно функционирующие слова, представляющие собой высвобожденные части узуальных слов или связанные части узуальных словосочетаний. Например: *“ГУМанее”* (реклама ГУМа), *“МУМ” – “Мебели максиМУМ!”* (из рекламы мебельного магазина); *“САМА РАдость жизни” – пиво “Самара”*; *“ЛюБИМое радио” – “БИМ-радио”*; *“ЦелУеМ” – “ЦУМ”* и т. д. Подобный прием высвобождения части слова или частей словосочетания способствует концентрированию внимания потребителя на рекламируемом товаре, торговом центре или компании.

Обращает на себя внимание используемый рекламистами такой эффективный прием, как словообразовательный куст, под которым понимается набор производных от одной основы. Как правило, таким образом создаются имена существительные, называющие тот или иной рекламируемый товар. К примеру, в рекламе шоколада *“Сникерс”*, создатели которой не перестают обогащать язык рекламы окказионализмами, создана целая серия плакатов, информирующих о наличии в большом количестве орехов в шоколадном батончике: *“Ореходуй – орехов немерено!”*; *“Орехомет – орехов немерено!”*; *“Орехопровод – орехов немерено!”*

Достаточно распространенным способом создания окказионализмов в рекламных текстах является включение иноязычных слов или их частей, несущих основную смысловую нагрузку, зачастую с одновременным их вычленением: *“Открыв пачку Lays можно выиграть TV-*

подушку”, “TV-блюдо и плазменный телевизор” (по аналогии с уже имеющимися образованиями типа TV-парк); “ПозиTVизация всей страны!” (Суть ролика такова: пейте пиво, участвуйте в розыгрыше, выигрывайте телевизоры и получайте позитив от всего этого).

Продуктивны в языке рекламы окказионализмы, образованные с помощью аффиксоидов: “Теперь в Казани есть роллердром” (реклама центра развлечений “Какаду”). “Роллердром” – “площадка, где катаются на роликах” – произведено по аналогии с словами типа “ракетдром”, “танкодром”, “космодром”, в которых -дром обозначает пространство, место для бега, движения. “Радио “Максимум” представляет рок-фестиваль “Максидром” (т.е. площадка, место, где радио “Максимум” будет проводиться динамичное, креативное мероприятие).

Словообразовательная модель с элементом -град, традиционно лежащая в основе образования названий российских городов (Волгоград, Кировоград, Ленинград), нашла свою реализацию при образовании “рекламных” имен собственных. Копирайтеры таким образом стремятся заострить внимание потребителя на размерах того или иного магазина и на широте предлагаемого ассортимента: “Мебельград – вы всегда получаете больше”; “Цифроград – настоящее цифровое качество фотографий; Автоград – лучший выбор автозапчастей”.

Окказионализмы с элементом -ландия образуются по аналогии с названиями типа Финляндия, Гренландия, Шотландия, Исландия, Лапландия: “Мама, хочу в Спортландию!” (новый магазин, изобилующий спортивными товарами); “Шторландия” (реклама фирмы по производству и продаже штор).

Порождение окказионализмов в рекламном тексте зачастую происходит путем контаминации, междусловного наложения, когда при соединении двух узуальных языковых единиц часть одного слова устраняется, она не входит в структуру нового слова, но остается в том фоне, который служит двойному осмыслению окказионализма. В контаминированных неологизмах переплетаются значения обоих слов, что приводит к усилению выразительности и дает эффект каламбурности: “Сближающая аромагия” (реклама кофе “Якобс Монарх”). Последнее слово образуется на базе слияния “аромат” + “магия” путем наложения одного слова на другое, усечения -т- в слове аромат; “Экспериментос” (эксперимент + “Ментос” – освежающие конфетки). Или: “музыкайф” (“музыка” + “кайф”) – слоган радиостанции “Европа+”.

Таким образом, исследование текстов рекламной коммуникации позволило прийти к заключению о том, что функционирующие в них словообразовательные окказионализмы имеют особую значимость в плане достижения яркости, экстравагантности, привлекательности, запоминаемости рекламы. Они представляют собой текстовый стимулятор и катализатор создания рекламного образа в сознании потребителей. Вызывая у реципиента недоумение, в дальнейшем заинтересованность, окказиональные образования способны эффективно привлечь и самое главное – удержать внимание аудитории, тем самым усиливая экономическую эффективность рекламы. Стремление копирайтеров к установлению партнерских отношений с реципиентом, к психологическому сближению рекламного послания с адресатом способствовало активизации словотворчества как средства экспрессивизации рекламного сообщения. В качестве наиболее распространенных и эффективных приемов рекламного словотворчества можно назвать суффиксацию с изменением характера производящей основы, заменительную деривацию, семантическую деривацию, основанную на метафорических отношениях слов, высвобождение частей узуальных слов, аффиксное словообразование, контаминацию. Работа над заявленной темой представляется перспективной. Активизация рекламного рынка в скором будущем потребует дальнейшего исследования словотворческих аспектов рекламы. Вызывает научный интерес изучение рекламных окказионализмов не только с точки зрения их структурно-семантических особенностей, но и с точки зрения функционально-дискурсивных, лингвокультурологических факторов, влияющих на их использование в русских рекламных текстах.

#### Аннотация

**Т. Ю. Щуклина. Словотворчество как средство экспрессивизации русского рекламного текста**

В статье анализируется язык современной рекламы. Рассматриваются словообразовательные способы и средства создания экспрессивности русских рекламных текстов.



**Ключевые слова:** *словотворчество, язык рекламы, способы и средства словообразования, речевая экспрессия, рекламные окказионализмы.*

**Анотація**

**Т. Ю. Щукліна.** *Словотворення як засіб експресивізації російського рекламного тексту*

*У статті проаналізовано мову сучасної реклами. Розглянуто словотвірні способи та засоби створення експресивності російських рекламних текстів.*

**Ключові слова:** *словотворення, мова реклами, способи словотворення, мовна експресія, рекламні окказіоналізми.*

**Abstract**

**T. Yu. Tschouklina.** *Word Formation as a Means of Expressivity of the Advertizing Text in Russian*

*The article deals with some changes observed in the lexicon of modern Russian. It has been admitted that language is constantly developing its resources, adapting to ever changing circumstances of social life, generating new forms, and improving its expressive means and devices.*

*The lexicon of modern advertisement has been analyzed in this article. Occasional words as tools for expressivity of advertisements have been studied. Nonce words created as part of advertising campaigns serve to draw attention, make a person think over or guess its meaning, denotative and connotative, it may as well puzzle or stir strong emotions.*

*Modes and means of word formation which create the expressivity of the Russian advertizing text have been described. It has been stated that occasionalisms frequently arise through the combination of an existing word with a familiar prefix or suffix, in order to meet a particular need. The study has also determined some other ways and means in which the advertizing vocabulary has grown (composition, abbreviation, semantical and phraseological derivation).*

**Key words:** *word creation, the language of advertisement, modes and means of word formation, speech expression, linguistic innovations.*

## КОМУНІКАТИВНА ЛІНГВІСТИКА

Л. Н. Синельникова  
(Луганск)

УДК 811. 161. 1 42

О ТЕХНОЛОГИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:  
ЖУРНАЛИСТИКА И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗХочешь знать правду, –  
включи программу о животных.  
(Афоризм житейской мудрости)

Проблемность ощутима на уровне сравнения инвективного содержания эпиграфа, содержание которого проявляет обыденное сознание, и позиционирования паблик рилейшнз как стратегии доверия [1]. Во всяком случае трудно не согласиться с тем, что в этом специфическом виде коммуникации и доверие конструируется специфическими методами и технологиями. Реально PR-специалист “из романтического “вестника доверия” всё больше превращается в “проектировщика” и “конструктора” социальных процессов, в “созидателя” социальной реальности» [6, с. 20]. Может быть, справедливее было бы говорить о формировании средствами PR *выгодного* доверия.

*Постановка проблемы.* Назрела острая необходимость теоретического осмысления новых видов коммуникаций. Векторы и критерии такого осмысления могут быть разными. Но в любом случае важно, в условиях какой познавательной ситуации находится исследователь. Здесь уместно сослаться на теоретические позиции философа Д. И. Дубровского, касающиеся взаимозависимости знания и незнания. Исследователь говорит о трёх познавательных ситуациях: когда мы знаем, что нечто знаем; когда мы знаем, что чего-то не знаем; когда мы знаем, что не знаем. Движение от одного состояния к другому – это переход от допроблемной к предпроблемной и проблемной ситуации [5]. У нас нет полного описания кода многих видов коммуникаций, ряд новых типов и жанров межличностного и публичного общения не имеет научного объяснения и пребывает не только в проблемном, но и в допроблемном состоянии.

*Цель статьи* – обратить внимание на интеграцию журналистской и пиар-деятельности, оказывающую влияние на публичное общение в разных его видах и на формирование социальной реальности.

Роль “проектировщика” и “конструктора” социальных процессов разделяют с пиар СМИ, что даёт основание для акцентирования проблемы соотношения этих двух видов общественно значимой деятельности. Пиар всё больше включается в медиaprостранство как полноправный сегмент медиамейнстрима: медиасобытия, будучи сопряжёнными с PR-задачами и PR-акциями, подаются в стилистически коллажевом варианте – формируется медиареальность, которая воспроизводится в бесконечном процессе автокоммуникаций и автокомментариев, ориентированных на позиционирование базового субъекта. Позиции многих изданий и каналов определяются PR-стратегиями. PR-присутствие в медиа нарастает, и СМИ постепенно, но целенаправленно трансформируются, что проявляется в выборе коммуникативных стратегий, в жанровой палитре, в диалогизации монолога и т. д., то есть, по сути, происходит маркетологизация публицистики.

“Отличительная черта современных СМИ состоит в переходе в подаче информации от убеждения к внушению” [3, с. 13]. Убеждение воздействует на сознание, внушение – на психику. Пиар и СМИ, действуя в одном направлении, выводят социальную коммуникацию на некий новый уровень, свидетельствующий о поглощении публицистики маркетинговыми коммуникациями. Журналист и специалист по связям с общественностью оказываются совмещёнными медиакторами, общими усилиями создающими медиареальность. Не случайно, что вопрос о том, кто такой пиарщик: журналист, менеджер по продажам и рекламе, спичрайтер, организатор репутации и имиджа, технолог, – принципиально не может получить однозначного ответа. Следствием такого рода интеграции оказывается сближение понятий PR-текст и медиатекст. Речевые стратегии в пиар полностью совпадают с профессиональными рекомендациями для журналиста: уметь говорить и писать 1) то, что нужно, 2) там, где нужно, 3) тому, кому нужно [7; 8; 9].

В медиасфере появились новые бизнес-стратегии, технологии, каналы, формирующие

новый контент в работе с аудиторией. Дискурс публичных рилейшнз и журналистский дискурс максимально сблизились. Понятие “медиа-рилейшнз” детерминировано и структурировано фактом такого рода сближения. Медиа-рилейшнз – основная парадигма пиар и основной сегмент журналистской деятельности.

Современные СМИ и пиар по большей части ориентируются на прикладные теории коммуникации и практические приёмы по их ситуативному применению. “Прикладные теории коммуникации выступают своего рода “сенсорами”, с помощью которых происходит движение общей системы теории и практики коммуникации, а также осуществляется непрерывная адаптация коммуникативных практик к изменяющемуся социально-культурному ландшафту” [6, с. 20]. Широкое развитие получает область практических рекомендаций по формированию информационной среды средствами пиар. Описываются критерии измерения медиа-рилейшнз, даются алгоритмы анализа эффективности предпринимаемых шагов, советы по стимулированию дальнейших коммуникативных действий [9].

Журналистика и публичных рилейшнз объединены многими технологиями информационной деятельности, такими как поиск привлекательных событий и фактов, создание интриги, установка на сенсационность, применение коммуникативных методов получения и текстовой “обработки” информации и др. Общая для СМИ и пиар ориентация на прикладные теории коммуникации цементируется фактором целевого адресата (целевой аудитории), от которого зависит выбор тактических средств коммуникации. Экстралингвистическая проекция, “восстановление контекста», осуществляются прежде всего целевым адресатом. Отсюда языковые предпочтения журналистов и специалистов по связям с общественностью в их публичных действиях, планирование и моделирование обратной связи с адресатом, то есть всё то, что позволяет вызвать доверие адресата (аудитории). Поликодовость и креализованность многих журналистских и пиар-текстов также в значительной мере объясняется “фактором адресата”. Интегрирование целевых аудиторий – общая для обоих видов деятельности задача. Как журналисту, так и специалисту по связям с общественностью для знания мотивов и ожиданий адресата равно необходимо обращение к социологии и к социальной психологии, поскольку для успешной работы с целевым адресатом необходимо знание социологических и социопсихологических методов сбора и анализа информации [4]. Критерий оценки эффективности также общий: хороша та технология, которая свидетельствует о включении аудитории в проблему и хотя бы о некотором желании согласовать своё социальное поведение с полученными установками.

Двусторонние симметричные коммуникации лежат в основе большинства коммуникативных практик СМИ и пиар. Совпадают технологии конструирования этих практик: установка на интерактивность, быстрота жанровой реализации интерактивности, иллюзия интерактивности (вопросы могут придумываться теми же людьми, которые готовят ответы на них), моделирование обратной связи через приобщение к коммуникативной деятельности адресата. Происходит работа с множеством чужих мнений при жёстком управлении коммуникативными процессами и стимулирующей их информацией.

Иммунитет к информационным воздействиям пиар и СМИ сформировался также в результате совместных действий. Эта совместность всё больше проявляет себя как “навязываемый дискурс”. Навязываются мнения, оценки, диктуются нормы электорального поведения. “Насилие входит в язык, семантику передач, повседневные коммуникации” [3, с. 3]. Реестр модусов информационного насилия включает поставленные на поток сенсации, скандалы, имиджевый прессинг (утверждение себя за счёт другого) безостановочный креатив и др.

Несилое воздействие на ментальную сферу осуществляется с помощью манипуляций. Для маркетинговых коммуникаций важно ускорение поведенческих реакций адресата. Поведение же в значительной мере основывается на эмоциональном факторе. Отсюда возрастание в журналистском и пиар-тексте степени доверительных отношений с адресатом, что ведёт к утрате границ между внутренним и внешним, к утверждению в ряде жанров интимности как “принудительной экстраверсии всего внутреннего” (Ж. Бодрийер).

СМИ и пиар связывает событийный маркетинг, условия которого в значительной мере определяют использование текстовых форм в сфере публичных коммуникаций. Текст – инструмент связей с общественностью, средство и способ социальной коммуникации, инструмент воздействия. В связях с общественностью текст – один из видов PR-технологий, которые имеют свои “секреты” (см. статьи А. Д. Кривоносова о секретах байлайнера, факт-

листа, приглашения, биографии, пресс-релиза в ж. “PR-диалог” за 2000-2001 годы).

Основной “секрет” PR-текстов – манипулятивность. Манипуляции создаются и совершенствуются в пиар-акциях, а утверждаются как набор податливых к креативу технологий в СМИ. Мотивация общая – обеспечить выгодное положение чего-либо или кого-либо. Фокусировка информативных блоков, кумулятивность действий, селекция фактов, их неверифицируемость, недостаточная легитимность информации – всё это, с одной стороны, симулякры насилия, с другой – проявители манипулятивных коммуникаций. Неясности, создаваемые с помощью перифразирования и эвфемизации, “обтекаемость” оценки предлагаемых услуг, сопряжённая с немотивированным пафосом описания их качества, уловки в доказательствах, стереотипизация этнокультурных представлений и многое другое заполняют расширяющееся пространство манипуляций. Многие манипулятивные ходы и тактики называют особыми, “известными только специалистам” [2]. Важно, чтобы это было известно более широкому кругу специалистов наук о человеке: продуцирование манипуляций меняет аксиологическую систему личности и имеет все основания рассматриваться как антропологический фактор развития современного общества. Это подтверждают исследователи проблем социальной философии: “Интегративно-посредническая по отношению к социуму природа масс-медиа мутировала в манипулятивную, придающую медиареальности новое социоантропологическое измерение. Пластическая форма медиареальности, обусловленная диалектическим характером её основных категорий, воплотилась в многомерности понятия манипулятивности. Сегодня это не только обман, подтасовка, сознательное искажение, шулерство, но также перекомбинация, монтаж, вид медиальной стратегии, особая форма политкорректности и пр. Манипуляция является основной разновидностью медиавоздействия на человека” [10, с. 3]. Делается крайне неутешительный вывод: “Потребительство, сверхчувственность, приводящая к иллюзорности и отсутствию логики, технологизм, уничтоживший субъекта восприятия, заменивший культурный диалог экспрессивными формулами, – таковы итоги медиального освоения культурного пространства” [10, с. 23]. Манипулятивные технологии – аксиологическая и психологическая доминанта информационного воздействия в СМИ и в пиар.

Есть и другая позиция: рассматривать манипулятивные коммуникации как особый вид обмана, считать его фундаментальным фактором социальных или личностных отношений, присутствующих во всех сферах деятельности [6]. Признаки такого рода обмана консолидированы в содержании концепта “блеф”. Словарное толкование этого понятия: выдумка, ложь, рассчитанная на запугивание, введение в заблуждение кого-нибудь; блефовать – играть, имея на руках плохие карты, но делая вид, что карты выигрышные; вводить в заблуждение показной уверенностью при объективно плохом положении дел. Блеф – категория универсальная, включённая в “психологию обмана”, поскольку ориентирован на заведомое преувеличение, приукрашивание, рассчитанное на легкое доверие принимающей стороны [11, с. 683]; это неотъемлемая часть любой игры, которая, по мнению Й. Хейзинга, пронизывает едва ли не все сферы человеческой культуры. В коммуникативном плане блеф представляет собой игровой сценарий, имитирующий процесс понимания и принятия декларируемого положения дел. В пиаре блеф – это креатив как новая, неожиданная комбинация возможностей, как искусство расставлять эмоциональные и логические ловушки, необходимые для выгодного толкования реальности. Один пример: *Трудно быть скромным, если ты лучший* (рекламный слоган химчистки). Здесь блеф проявлен с помощью миксирования двух “трендов”: памяти об этически значимом славянском концепте “скромность”, который перекрывается неверифицируемой оценкой превосходства над всеми. Налицо блеф: есть обман, но нет лжи. “Одна из важнейших социальных функций обмана состоит в том, что он способен обеспечивать возможность сохранения наличных коммуникативных структур в условиях расходящихся или практически несовместимых интересов” [5, с. 81].

Общественно значимое событие может быть по-разному организовано в коммуникативном и оценочном отношениях в зависимости от того, в какую модальную рамку помещаются языковые средства и риторические приёмы. Фрейм как когнитивная структура идентифицируется типовыми ситуациями общения, обобщающими сложившийся в определённой культуре опыт. Рефрейминг означает переобрамление, “перемену рамки у картины”, что позволяет внести изменения в привычный стереотипизированный взгляд, затормозить действие прежней доминанты и заменить её новой. Рефрейминг активен в практической психологии, используется в нейро-лингвистическом программировании, привычен в организации подтекстового смысла анекдота. Рефреймирование в телевизионных СМИ и в пиар-текстах может осуществляться

благодаря применению приёма фасцинации – использованию сопутствующего фона, меняющего восприятие события. Приём рефреймирования широко применяется в так называемых информационных войнах, строящихся на борьбе интерпретаций, в имиджевых текстах, одна из целевых установок которых – “отстройка” от конкурентов. Рефрейминг в пиар и в СМИ – один из набирающих силу приёмов управления репутацией. Приём эффективен для реализации установки на необычное отождествление вещи или события.

В мировой науке обозначились четыре мегатехнологии (NBIC), от которых зависят не только судьбы людей, но и судьбы цивилизаций и на основе которых происходят преобразования природы человека, формируются новые типы общества, новые виды общественного сознания: нанотехнологии (изучение структур микромира), биотехнологии (конструирование новых существ на биохимическом и инженерном уровнях), информационные технологии (новые каналы, формы, способы передачи информации, новые сценарии и нормы общения), когнитивные технологии (проблемы знания и познания, соотношение эмпирического и теоретического знания, чувственного и рационального и т.д.). Конвергенция названных технологий – путь преобразования человека, человеческого общества и даже цивилизаций. СМИ-дискурс и PR-дискурс в совместности определяют уровень информационных и когнитивных технологий. Увеличение масштабов и разнообразия человеческой деятельности, усиление её воздействия на природную и социокультурную среду, широкое распространение новых информационных технологий лишает науку возможности фиксировать состояние коммуникационной среды в простых и ясных терминах, а тем более прогнозировать развитие процессов. Постнеклассическая социальная реальность может быть описана с помощью понятий синергетики, предметом которой являются самоорганизация, вариативность изменчивости и развития, спонтанность, постоянное балансирование между порядком и хаосом.

### Литература

1. Баури Филипп А. Паблик рилейнз, или стратегия доверия / Филипп А. Баури. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 178 с.
2. Бердников И. П. PR-коммуникации : практическое пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. – М. : Дашков и К., 2010. – 208 с.
3. Борщов Н. А. Социально-философские проблемы информационного насилия : автореф. дис. ... канд. философ. наук : 09.00.11 “Социальная философия” / Н. А. Борщов. – Саратов, 2004. – 19 с.
4. Власова М. Л. Социологические методы в маркетинговых исследованиях / М. Л. Власова. – М. : ГУ ВШЭ, 2006. – 712 с.
5. Дубровский Д. И. Обман. Философско-психологический анализ / Д. И. Дубровский. – М. : Изд-во РЭИ, 1994. – 120 с.
6. Клягин С.В. Игра в “классики” : методология PR-коммуникации и динамика научных парадигм / С. В. Клягин, Е. Н. Осипова // Актуальные проблемы теории коммуникации : сб. науч. тр. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2004. – С. 20–34.
7. Кривонос А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций / А. Д. Кривонос. – СПб. : Петербургское Востоковедение, 2002. – 288с.
8. Кривонос А. Д. Основы спичрайтинга : учеб. пособие / А. Д. Кривонос. – СПб. : СПбГУ, 2003. – 56 с.
9. PR сегодня : новые подходы, исследования, международная практика. – М. : Консалтинговая группа “ИМИДЖ-Контакт”; МНФРА, 2002. – 493 с.
10. Фортунатов А. Н. Взаимодействие субъектов социальной коммуникации в медиареальности : автореф. дис. ... докт. философ. наук : 09.00.11 “Социальная философия” / А. Н. Фортунатов. – Нижний Новгород, 2009. – 37 с.
11. Щербатых Ю. Искусство обмана. Популярная энциклопедия / Ю. Щербатых. – М. : Изд-во Эксмо, 2004. – 720 с.

### Аннотация

**Л. Н. Синельникова. О технологиях информационной деятельности: журналистика и паблик рилейнз**

*В статье рассматривается проблема интеграции журналистской и PR-деятельности, получившая номинацию “медиарилейнз”. Такого рода интеграция выводит социальную*

коммуникационановыйуровень, в котором PR-текстимедиа текстозаказываютсясовмещёнными по ряду признаков: установке на сенсацию, интригу, вербальный креатив, моделирование желаемой для отправителя информации обратной связи. Актуальность “фактора адресата” для обеих сфер деятельности проявляется в культивировании манипулятивных приёмов воздействия, таких как блеф, рефрейминг, позволяющих трансформировать реальность, с тем чтобы акцентировать необходимые смыслы. В пространстве медиарелейнз формируются новые сценарии и утверждаются специфические нормы коммуникации. Вызовы коммуникационной среды, ориентированной на усиление влияния (“навязываемый дискурс”), меняют технологии информационной деятельности как таковой.

**Ключевые слова:** PR-коммуникации, пиар, PR-текст, медиатекст, медиарелейнз, целевая аудитория, приёмы манипуляции.

#### Анотація

**Л. М. Синельникова. Про технології інформаційної діяльності: журналістика та публік релейнз**

У статті розглянуто проблему інтеграції журналістської та PR-діяльності, що отримала номінацію “медіарелейнз”. Такого роду інтеграція виводить соціальну комунікацію на новий рівень, у якому PR-текст та медіатекст постають суміщеними за низкою ознак, як-от: установка на сенсацию, інтрига, вербальний креатив, моделювання бажаної для відправника інформації зворотного зв'язку. Актуальність “фактора адресата” для обох сфер діяльності зреалізовується в культивуванні маніпулятивних прийомів впливу, таких, як блеф та рефреймінг, що дозволяють трансформувати реальність з тим, щоб акцентувати увагу на необхідних смислах. У просторі медіарелейнз формуються нові сценарії і затверджуються специфічні норми комунікації. Виклики комунікаційного середовища, які орієнтовані на посилення впливу (“нав'язуваний дискурс”), змінюють технології інформаційної діяльності як такої.

**Ключові слова:** PR-комунікації, піар, PR-текст, медіатекст, медіарелейнз, цільова аудиторія, прийоми маніпуляції.

#### Abstract

**L. N. Sinelnikova. Mass Media Technologies: Journalism and Public Relations**

The article deals with the problem of integration of journalistic and PR-activity which has been called “mass media relations”. It has been stated that this integration leads to a new level of social communication where the PR-text overlaps with the media-text having a set of common features: sensationalism, intrigue, creative ideas, and the expected feedback formation. The significance of the “addressee factor” for both spheres of activity becomes apparent while cultivating manipulation methods such as bluff and reframing which allow transforming reality in order to emphasize special meanings. New ways of behaviour are formed and specific norms of communication are established in the field of media relations. Public events can be interpreted in different ways depending on language and rhetorical devices used. Challenges of communication environment oriented towards the increased influence (“imposed discourse”) change the media technologies.

**Key words:** PR-communication, PR, PR-text, media-text, media relations, targeted audience, manipulation methods.

**О. В. Юр'єва**  
(Донецьк)

УДК 81'1=16+81'373.2+81'373.21

#### СПЕЦИФІКА КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ І ХОДІВ У СЛОГАНІ СОЦІЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

Актуальність проблематики, запропонованої у статті, пов'язана з сучасними напрямками розвитку комунікативної лінгвістики в ракурсі вивчення мовних (експліцитних та імпліцитних) способів побудови і передачі текстів особливої прагматичної спрямованості, що забезпечують спілкування у сфері масової комунікації, до яких належать рекламні слогани. Дослідження виконане в межах дискурсивної парадигми вивчення мовного спілкування, коли мова розглядається як знаряддя та засіб дії адресанта на адресата.

Вивчення прагматичних особливостей рекламного слогану вимагає міждисциплінарного підходу, адже слоган водночас можна вважати і соціальним явищем, яке несе на собі відбиток соціального впливу, і лінгвістичним феноменом, тому що він реалізується в дискурсі і через дискурс.

Аналіз дискурсу як соціальної практики зорієнтований на виявлення зв'язків тексту з іншими елементами соціальних подій, соціальними практиками і структурами, тобто між дискурсом і контекстом, мікро- і макро- рівнями аналізу, граматичною системою і соціальними або особистісно зорієнтованими потребами, які реалізуються за допомогою використання мови [8, с. 22].

Мовленнєві варіації відображають різні інтерпретації дійсності. Те, які лексичні одиниці і граматичні форми обирає мовець, по-перше, вказує на його уявлення про соціальну дійсність і, по-друге, на те, яку версію реальності він намагається нав'язати реципієнтові [8, с. 22]. Адресант, обираючи фрази, надає перевагу певним засобам вираження картини світу, нав'язуючи адресатові свою думку.

Таким чином, дискурс усвідомлюється не лише як упорядкована структура, яка вносить логіку в процес комунікації, відображення подій та явищ, але і як феномен, що моделює світ в онтологічному й епістемологічному аспектах [8, с. 11].

Уперше розуміння дискурсу як “зв'язаного тексту” було введено як самостійний термін американським лінгвістом З. Харрісом, який 1952 р. опублікував статтю “Аналіз дискурсу”, присвячену мові реклами, і згодом це поняття стає предметом ретельного аналізу в численних працях зарубіжних та вітчизняних учених.

Рекламний дискурс є “прагматичним дискурсом” на тій підставі, що в ньому актуалізуються комунікативні стратегії. Кожен рекламний текст розрахований на певний перлокутивний ефект, адже прагматична спрямованість такого повідомлення виявляється у необхідності спонукати адресата до відповідних дій. Ефективність комунікації за допомогою реклами залежить від того, наскільки вдалим є цей вплив. Адресант рекламного повідомлення завжди має уявлення про те, яким чином створений ним текст повинен інтерпретуватися одержувачем. Проте результат і успішність інтерпретації, тобто тлумачення повідомлення одержувачем, визначається низкою чинників: перлокутивною складовою повідомлення, його здатністю впливати на концептосистему узагальненого адресата, лінгвальними і стилістичними характеристиками дискурсивного зразка реклами.

Рекламний вплив спрямований на когнітивні та психологічні структури адресата, він здійснюється за допомогою створеного певною мовою повідомлення – фрази-гасла, яка легко запам'ятовується і виражає зміст рекламної пропозиції (слогану).

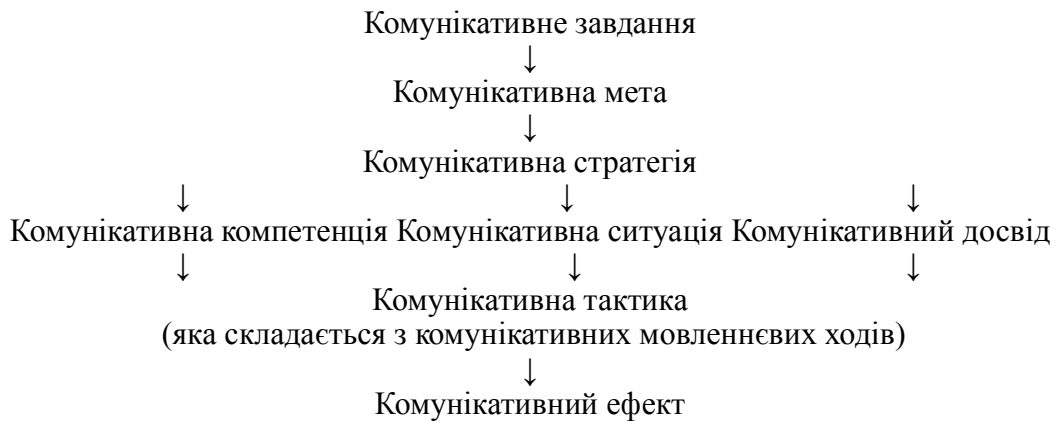
У наш час існує чимало лінгвістичних досліджень, присвячених мовленнєвим особливостям рекламного тексту і рекламного слогану [2, 6, 9–11]. Але видається проблематичним знайти комплексний підхід до вивчення прагматичних особливостей слогану. У зв'язку з цим, *метою нашого дослідження* є прагматичний аналіз слогану соціальної реклами, який дозволить визначити мовленнєві засоби, стратегії, ходи і тактики, що використовує адресант; систематизувати, диференціювати та класифікувати основні комунікативні стратегії залежно від їхнього впливу на свідомість адресата.

Зазначена проблематика висвітлюється у працях таких лінгвістів, як Р. Водак, О. Горячев, Т. ван Дейк, І. Дзялошинський, С. Дороніна, О. Іссерс, Д. Колесник, Ю. Пирогова, М. Потапова, у яких дається визначення таким поняттям: “мовленнєва стратегія”, “комунікативна тактика”, “мовленнєвий хід”.

Мовленнєві стратегії – це спроектовані в галузь мовленнєвої взаємодії когнітивні стратегії, спрямовані на ефективне маніпулювання продукованими умовиводами [1].

Комунікативна тактика – це “одна або кілька дій, які сприяють реалізації стратегій” [5, с. 184]. Тактика складається з конкретних мовленнєвих ходів. У зв'язку з особливостями рекламної комунікації будь-яке використання мовленнєвих засобів у рекламному тексті є стратегічним вибором адресанта який, у свою чергу, діє відповідно до певних інституційних вимог.

Співвідношення понять “комунікативна мета”, “комунікативна стратегія”, “комунікативна тактика” та їх місце в структурі мовленнєвого впливу ілюструє схема, запропонована М. Потаповою [11, с. 59].



Мовленнєвий вплив розглядається дослідницею як система взаємопов'язаних комунікативних стратегій. Комунікативні стратегії, у свою чергу, розглядаються не ізольовано одна від одної, оскільки комунікативний ефект залежить від їх взаємовпливу.

О. Іссерс вважає, що з “функціональної точки зору можна виокремити основні (семантичні, когнітивні) і допоміжні стратегії” [5, с. 184]. На її думку, “основною можна назвати стратегію, яка на даному етапі комунікації взаємодії є найбільш вагомою з точки зору ієрархії мотивів і мети. У більшості випадків до основних стратегій належать ті, які безпосередньо пов'язані із впливом на адресата, на його картину світу, систему цінностей, його поведінку”. Допоміжні стратегії, на думку автора, сприяють оптимальному впливу на адресата [5, с. 184]. Поділ стратегій О. Іссерс пов'язує з ієрархією комунікативних завдань: семантичні (когнітивні стратегії) співвідносяться з найголовнішими завданнями, тобто з безпосередньою метою впливу, а усі інші корелюють з другорядними [5, с. 184].

Створюючи образ об'єкта рекламування, адресант намагається пов'язати цей об'єкт із чимось, що оцінюється адресатом позитивно або негативно. Не випадково В. Карасик вважає оцінність однією із шести найголовніших якостей рекламного тексту [6]. Пряма або прихована оцінка, яку містить рекламний текст, впливає на використання мовленнєвих засобів. Зазвичай, текст реклами побудований на антитезі, і його мовленнєві засоби поділяються на дві групи, залежно від висловленої ними оцінки (позитивної або негативної). Оцінність у рекламі реалізується не лише шляхом виявлення прямої оцінки (*The World is just Awesome*), але й за рахунок пов'язання об'єкта рекламування з об'єктами, ідеями або явищами, які вже оцінюються адресатом позитивно або негативно.

В основі будь-якого рекламного тексту є прототипний рекламний текст, який є ідеальною моделлю основних компонентів, що беруть участь у рекламній комунікації [10, с. 104]. На думку О. Попової, трансформація прототипної моделі знаходиться в основі рекламного маніпулювання. Беручи до уваги систему опису, запропоновану О. Поповою, ми пропонуємо власну модель основних компонентів слогану соціальної реклами:

- 1) я (адресант)
- 2) прошу
- 3) тебе (адресата)
- 4) змінити своє ставлення до певних соціальних норм, проблем тощо.

Ця зміна можлива лише за умови вдалого поєднання основних стратегій і стратегій оптимізації комунікативного впливу рекламного слогану.

Серед **основних стратегій** нами було виділено *стратегії диференціації або стратегії нейтрального самостійного вибору*, які допомагають виділити об'єкт рекламування [9], *стратегії асоціювання*, які підкреслюють зв'язок об'єкта рекламування із позитивним досвідом, і *стратегії дисоціювання*, які підкреслюють відмінності між об'єктом рекламування і ментальними репрезентаціями інших об'єктів, ідей, явищ тощо [2, с. 79]. Умовно можна відзначити певні кореляції між стратегіями асоціювання і дисоціювання, з одного боку, і стратегіями негативної репрезентації і позитивної самопрезентації, визначеними Т. ван Дейком [1]. На наш погляд, останні дві стратегії є когнітивним планом першої пари стратегій, оскільки дозволяють пояснити когнітивні механізми й результати асоціювання і дисоціювання.

*Когнітивні стратегії негативної репрезентації* здійснюються, на думку Т. ван Дейка, за допомогою когнітивних операцій *розширення / транспозиції та узагальнення* [1].

Мета «розширення або транспозиції» – ефективно побудувати нові або активізувати старі моделі ситуацій, пов'язавши їх з негативними схемами чужих мовцю груп. Це здійснюється



за допомогою перенесення негативного досвіду з однієї когнітивної сфери на іншу. Якщо в моделі або схемі отримала вираження яка-небудь негативна деталь, негативне відношення поширюється на всю модель або схему, як, наприклад, у слогані “Скажи “НЕТ” наркотикам! Включи модем!”. Когнітивна когерентність досягається шляхом об'єднання негативних моделей або схем за допомогою атрибуції якостей [1].

Когнітивна стратегія *узагальнення* (часткової моделі до групової схеми) реалізується в мовленнєвих ходах *узагальнення і наведення прикладу* [1]. Узагальнення використовується, щоб показати, що наведена інформація не “випадкова”, вона здатна підсилити деяку загальну думку, наприклад, “*What is delight for you – can be dangerous for your health*”. За допомогою ходу “наведення прикладу” адресат розуміє, що загальна думка базується на конкретних фактах або досвіді: “*-The end- If you smoke, statistically your story will end 15% before it should*”.

Серед інших засобів маніфестації мовленнєвих стратегій, які безпосередньо або опосередковано пов'язані з моделюванням суспільної думки, уявлень і оцінок, Т. ван Дейк і сучасні зарубіжні й вітчизняні мовознавці виокремлюють семантичні ходи *контрасту, твердження* [1, 12], *протиставлення, “ілюзії вибору”* [3, 7], *специфічності, повноти* [3], *звинувачення, виправдання, докору, глузування, дискредитації, посилання на авторитети* [5].

*Контраст* – хід, який має кілька когнітивних функцій: семантичну – підкреслення позитивних і негативних оцінок людей, їх дій або якостей, з метою реалізації стратегії протиставлення МІ – групи і ВОНИ – групи; риторичну – залучення уваги до учасників відношень контрасту (структурування інформації). Цей хід використовується для моделювання ситуацій, де простежується конфлікт інтересів, наприклад: “*Warsaw. 1960 Berlin. 1961 Gaza. 1994 West Bank. 1994 China. 1998 Cairo. 2011 Oppression is oppression. Lines are meant to be crossed. Barriers are meant to be broken. You are meant to be free*”.

*Специфічність, повнота* – метод добору інформації. Адресант використовує лише ту інформацію, яка спрямована на те, щоб викликати у адресата негативну оцінку: “*More than 4,700 toxic substances against you. Stop smoking*”.

*“Ілюзія вибору”* або *вибір без вибору* – створення ситуації уявного вибору, навіюється лише одне певне ставлення до предмета дійсності або явища: “*46 Days in hospital bad. Speed limit 25. Slower is better*”.

Крім стратегій, які формують негативне ставлення до об'єкта рекламування, існує велика кількість стратегій, які призначені для асоціювання об'єкта рекламування з позитивними характеристиками або досвідом. Цій групі стратегій ми дали назву “*когнітивні стратегії позитивної презентації*”, до яких належать стратегії *тотожності із позитивним досвідом* (“*В жизни как в небе*”), *узагальнення із позитивним досвідом або якостями* (“*Бесплатный пакет? Спасибо, нет! Мой город против пластикового мусора*”), *включення до позитивного досвіду* (“*Смени поход: отход в доход*”), *перетинання із позитивним досвідом* (“*Стань чьей-то любимой маркой. Отдай одежду*”), *апеляція до зміни на краще* (“*Открой окно в своё сердце!*”), *топоси* – апеляція до найвищих цінностей, серед яких Р. Водак виокремлює користь, гуманізм, справедливість, відповідальність, дійсність, реальність, історію, культуру та ін. (“*Я люблю эту землю*”, “*Будьте достойны доверия*”).

На межі цих двох груп стратегій визначаються стратегії, які найчастіше займають нейтральну позицію щодо оцінки об'єкта рекламування, дають змогу адресату самому зробити вибір і дозволяють адресантові уникнути негативних зауважень. Серед семантичних ходів, які використовуються для реалізації стратегій “*нейтрального самостійного вибору*”, ми виокремлюємо *припущення*, наприклад: “*Global warming won't stop, unless you act*”; *хід референційний/номінацію* (конструювання кола зі спільними інтересами [12]), наприклад: “*We are all guilty*”, “*Sécurité routière. Tous responsables*”; *предикацію* (надання соціальним суб'єктам більш-менш позитивних або негативних ярликів; засудження або схвалення, стереотипні оцінні характеристики негативних або позитивних рис [12]), наприклад: “*Warming: Cigarettes cause cancer*” (на думку Р. Водак, номінація і предикація – це дискурсивні стратегії, але ми вважаємо їх семантичними ходами, адже за допомогою цих ходів можна реалізувати різні види стратегій: позитивну, негативну і нейтральну репрезентацію зокрема); *непрямий мовленнєвий акт* (під виглядом запитання адресант має на увазі дещо більше), наприклад: “*You worry about me. But why not about yourself?*”; семантичний хід «*дедуктивного умовиводу*» (логічний зв'язок, який наштовхує адресата на висновок), наприклад: “*Вода даёт жизнь. Водоканал даёт воду. Оплати услуги водоканала*”.

Перелік основних комунікативних стратегій наведено в таблиці 1.

Таблиця 1.

### Основні комунікативні стратегії

Стратегії		Ходи і тактики
<i>диференціації</i>	стратегії нейтрального вибору самостійного адресата	припущення, хід референційний/номінація, предикація, непрямий мовленнєвий акт, семантичний хід “дедуктивного умовиводу”
<i>асоціювання</i>	комунікативні стратегії позитивної презентації	тотожності із позитивним досвідом, узагальнення із позитивним досвідом або якостями, включення до позитивного досвіду, перетинання із позитивним досвідом, апеляція до зміни на краще, топоси
<i>дисоціювання</i>	комунікативні стратегії негативної репрезентації	розширення / транспозиція, узагальнення і наведення прикладу, контраст, твердження, протиставлення, “ілюзія вибору”, специфічність / повнота, звинувачення, виправдання, докір, глузування, дискредитація, посилення на авторитети

Як зазначалося вище, крім стратегій, спрямованих на викладення аргументів на користь об'єкта рекламування або його негативну оцінку, існує велика кількість стратегій, які створюють умови для ефективної комунікації. Ми поділяємо думку О. Горячева і Ю. Пирогової про те, що цій групі слід дати назву “*стратегії оптимізації*” (у російському варіанті – “оптимизирующие”).

Стратегії оптимізації визначено за динамічним принципом – залежно від умов успішної взаємодії і в тому порядку, у якому відбувається взаємодія реципієнта із текстом (отримання повідомлення, сприймання, запам'ятовування, виникнення бажання діяти) [2, с. 95].

Слід погодитись із російською дослідницею О. Іссерс, що ці стратегії можна поділити на три підгрупи:

1) *прагматичні* – стратегії, спрямовані на виникнення у свідомості адресата такого способу поточної комунікативної ситуації, який максимально сприяє впливу [2, с. 96]; на диференціацію рекламного слогану серед інших подібних; на емоційне налаштування адресата;

2) *діалогові* – стратегії, спрямовані викликати довіру у адресата повідомлення, фокусують увагу адресата на повідомленні, розраховані на обробку інформації адресатом, на полегшення розпізнання і розуміння інформації, спонукають до рішення щодо виконання певних дій;

3) *риторичні* – спрямовані на підвищення зацікавленості повідомленням, на підсилення ефекту комунікації, на викликання позитивних або негативних емоцій адресата, на полегшення процесу читання і на ефективне запам'ятовування інформації.

Аналіз слогану соціальної реклами дозволив визначити основні мовленнєві тактики й семантичні ходи, що використовуються для реалізації стратегій оптимізації зазначеного дискурсивного зразка.

Таблиця 2.

### Комунікативні стратегії оптимізації

Стратегії		Ходи і тактики
<i>прагматичні</i>	стратегії статусні і рольові; стратегії дискурсивного позиціонування; стратегії підвищення розпізнання рекламного повідомлення; стратегії, які емоційно налаштовують адресата	авторизація як спосіб вираження “Я” мовця, ефект новизни, використання фактору гумору, комплімент, апеляція до “мрії”, використання емоцій страху
<i>діалогові</i>	стратегії, які використовуються для моніторингу теми; стратегії розподілення інформації вздовж вісі “більш/менш важливе”; стратегії керування увагою; стратегії управління декодуванням та інтерпретацією; стратегії управління критичністю сприйняття; стратегії прямого впливу на процес прийняття рішення	прийом несподіваності, інтрига, трукізм, спрощення проблеми, модальність, простий синтаксис, твердження під виглядом запитання, пряма команда, команда прихована в запитанні, використання лексики, що позначає одвічні людські цінності, використання займенників (інклюзивне “ми”, неформальне “ти”)

<i>риторичні</i>	стратегії залучення уваги, стратегії драматизації, стратегії підвищення читаності повідомлення, мнемонічні стратегії, стратегії інтенсифікації	тропи (алюзія, цитатія, метафора, фонетичний і ритмічний повтор, вживання епітетів, замовчування, спроба афоризму, уособлення), способи композиційно-ритмічного об'єднання літер у рядку, "гра слів", запозичення іншомовних слів, препозиційні означення (ефект першого слова), постпозиційні означення (ефект краю), шрифти
------------------	--	---

Отже, текст слогану соціальної реклами визначається низкою особливостей, зумовлених його комунікативною спрямованістю як специфічного засобу моделювання суспільної свідомості. Для досягнення комунікативного ефекту цього дискурсивного зразка використовуються основні стратегії і стратегії оптимізації впливу на адресата, які реалізуються за допомогою тактик і комунікативних ходів, що визначають специфіку мовленнєвих засобів слогану.

### Література

1. Ван Дейк. Когнитивные и речевые стратегии выражения этнических предубеждений (фрагмент). – [Электронный ресурс] / Ван Дейк. – Режим доступа до роботи : <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk1.htm>
2. Горячев О. О. Моделирование речевого воздействия в рекламной коммуникации / О. О. Горячев : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Российский государственный пед. ун-т им. А. И. Герцена. – СПб., 2010. – 296 с.
3. Дзялошинский И. М. Манипулятивные технологии в масс-медиа / И. М. Дзялошинский // Вестник Моск. ун-та. – 2005. – № 1. – Сер 10. Журналистика. – С. 29–54.
4. Доронина С. В. Эпистемические функции коммуникативных ходов в рамках речевых стратегий дискредитации / С. В. Доронина // Известия Алтайского государственного ун-та. – 2010. – № 22 (66). – С. 107–111.
5. Иссерс О. С. Коммуникативный менеджмент: типы речевых стратегий / О. С. Иссерс // Культуры народов Причерноморья. Научный журнал. – № 82. Т. 1. – Симферополь, 2006. – С. 183–185.
6. Карасик В. И. Язык социального статуса. – [Электронный ресурс] / В. И. Карасик. – Режим доступа до роботи: <http://philologos.narod.ru/texts/karasik/status00>
7. Колесник Д. М. Стратегії впливу на адресата рекламного дискурсу. – [Електронний ресурс] / Д. М. Колесник. – Режим доступа до роботи: [http://www.nbu.gov.ua/portal/SocGum/Gv/2008\\_12/2/articles/Volume%2](http://www.nbu.gov.ua/portal/SocGum/Gv/2008_12/2/articles/Volume%2)
8. Кравченко Н. К. Практическая дискурсология: школы, методы, методики современного дискурс-анализа : Практическое пособие / Н. К. Кравченко. – Луцк : Воляньполиграф, 2012. – 251 с.
9. Пирогова Ю. К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации / Ю. К. Пирогова. – Режим доступа до роботи: <http://www.dialog21.ru/materials/archive.asp?id=6778&y=001&vol>
10. Попова Е. С. Прототипический рекламный текст в структуре манипулятивного воздействия / Е. С. Попова // Слово. Словарь. Словесность: социокультурные координаты: Материалы Всероссийской конференции 15-17 ноября 2006 года. – СПб. : Сага, 2006. – С. 103–108.
11. Потапова М. М. Ролевая игра как приём активизации обучения русскому языку как иностранному студентов гуманитарных факультетов / М. М. Потапова : дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Рос. гос. пед. ун-т им. А.И. Герцена. – СПб., 2000. – 226 с.
12. Wodak R. Discourse / R. Wodak // In Ph. Essed, D. T. Goldberg, A. Kobayashi (Eds.) // A companion to gender studies. – Oxford : Blackwells, 2005 a. – P. 519–530.

### Аннотація

**Е. В. Юр'єва. Специфіка комунікативних стратегій і ходів в слогане соціальної реклами**

*Исследование выполнено в рамках прагмалингвистики и посвящено одной из самых важных её проблем – взаимодействию коммуникативных стратегий, ходов, тактик. В работе*

рассмотреть классификации коммуникативных стратегий отечественных и зарубежных исследователей. На основе анализа слоганов социальной рекламы разработана таксономия основных и оптимизирующих коммуникативных стратегий.

**Ключевые слова:** коммуникативная стратегия, речевой ход, коммуникативная тактика, основная стратегия, оптимизирующая стратегия.

#### **Анотація**

**О. В. Юр'єва. Специфіка комунікативних стратегій і ходів у слогані соціальної реклами**

Дослідження виконано в межах прагмалінгвістики і присвячено одній із найголовніших її проблем – взаємодії комунікативних стратегій, ходів, тактик. Розглянуто класифікації комунікативних стратегій вітчизняних і зарубіжних дослідників. На основі аналізу слоганів соціальної реклами розроблено власну таксономію основних комунікативних стратегій і комунікативних стратегій оптимізації.

**Ключові слова:** комунікативна стратегія, мовленнєвий хід, комунікативна тактика, основна стратегія, стратегія оптимізації.

#### **Abstract**

**O. V. Yuryiva. Specificity of Communicative Strategies and Acts in the Slogan of Social Advertising**

The study has been conducted in the field of pragmalinguistics and devoted to one of its most important issues – the interaction of communication strategies, approaches, and tactics. The article focuses on the study of organization of social advertising slogan as a specific means of modeling of public consciousness. The text of advertising slogan is viewed as an instrument of the influence of an addresser on an addressee. The means of this influence are communicative strategies, speech acts, and communicative tactics. The definitions of such concepts as “communicative strategy”, “speech act”, “communicative tactic” are given in the article. The classifications of communicative strategies proposed by Ukrainian and foreign researchers are represented.

The taxonomy of basic and optimizing communicative strategies is worked out on the basis of social advertising slogans. The analysis of these strategies' usage allows us to make a conclusion that basic strategies are used to make a certain perception of the object of advertising, optimization strategies create the conditions for effective communication. Speech acts and communicative tactics used to implement these strategies are also represented.

**Keywords:** communicative strategy, speech act, communicative tactic, basic strategy, optimizing strategy.

## ЭТНОЛІНГВІСТЫКА. ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЯ. ЛЕКСІКОГРАФІЯ

С. М. Аніськова  
(Гомель, Беларусь)

УДК 811.161.3'373

### УСТОЙЛІВАЕ НАРОДНАЕ ПАРАЎНАННЕ Ё ЛІНГВАКУЛЬТУРЫ БЕЛАРУСАЎ: АНІМАЛІСТЫЧНЫ КОД

Параўнанне – адзін са сродкаў пазнання і ўспрымання рэчаіснасці. Пільнае людское вока прыкмячае падобныя ўласцівасці прадметаў і з’яў, бачыць агульныя і прыватныя праявы жывой і нежывой прыроды. Чалавек усведамляе тонкія адценні свайго фізічнага і псіхічнага стану, заўважае адметнасць стану іншых асоб і жывых істот. Паводле слушнай заўвагі Ф. М. Янкоўскага, параўнанне пачуеш, калі касец расказвае пра навальніцу, якая наспела яго на лузе. Параўнанне сустрэнеш у мове пісьменніка, калі той апісвае штосьці ці разважае або аддае свайму герою маналог. Параўнанне вычытаеш у навуковым трактаце пра рост расліны. Параўнанне напаткаеш у апавяданні падарожніка [9, с. 364].

Характэрнай рысай устойлівых народных параўнанняў лічыцца не толькі тое, што яны маюць мэтай знайсці ў навакольным жыцці канкрэтныя прыклады, якія служаць трапнай і вобразнай аналогіяй, але і выступаюць нагляднай формай выражэння імкненняў, перажыванняў, асаблівасцей характару і паводзін чалавека як носьбіта нацыянальнай свядомасці, інакш кажучы, з’яўляюцца спосабам культурнага кадзіравання вынікаў пазнання.

Канцэптуальнае асэнсаванне катэгорый культуры знаходзіць сваё адлюстраванне ў мове. Так, народны менталітэт і духоўная культура адлюстроўваюцца ў адзінках мовы перш за ўсё праз іх вобразны змест. Адным з яркіх вобразных сродкаў, якія здольныя даць ключ да разгадкі нацыянальнай свядомасці, з’яўляецца ўстойлівае параўнанне, якое і паслужыла аб’ектам нашага даследавання.

Тэарэтычнае асэнсаванне ўстойлівых параўнанняў у рускім мовазнаўстве пачалося ў 60-я гады ХХ стагоддзя. Адным з першых на іх звярнуў увагу В. У. Вінагадаў як на своеасаблівы тып фразеалагічных канструкцый, у якіх унутраная ўмоўнасць фразы вызначаецца традыцыйнай нацыянальнай характарыстычнасцю вобраза, яго трапнасцю, побытавым рэалізмам і экспрэсіўнасцю.

Псіхалагічная аснова параўнання была адзначана І. М. Сечанавым: “Усё, што чалавек успрымае органамі пачуццяў і ўсё, што з’яўляецца вынікам яго мысленчай дзейнасці (ад суцэльных карцін свету да асобных прыкмет і ўласцівасцей, адцягненых ад рэалій, да расчлянёных канкрэтных уражанняў), можа аб’ядноўвацца ў нашай свядомасці асацыятыўна” [5, с. 66]. У яго параўнанне паўстае як адзін са спосабаў успрымання свету ў пэўных прыметах. Аналагічную ролю параўнанням адводзіў і А. А. Патабня, сцвярджаючы, што сам працэс пазнання ёсць працэс параўнання.

У беларускім мовазнаўстве руплівым збіральнікам і даследчыкам моўных народных скарбаў (прыказак, прымавак, параўнанняў) быў Ф. М. Янкоўскі, які, па словах У. Калесніка, “застаўся на варце дастойнага і народнага, беларускага і агульначалавечага” [9, с. 14].

*Наша мэта* – прааналізаваць заонімы ў структуры прыад’ектыўных устойлівых параўнанняў у беларускай мове.

Шырокае выкарыстанне найменняў жывёл у якасці аб’екта супастаўлення ў межах параўнальных канструкцый абумоўлена “паралелізмам жывёльнага свету і свету чалавека” [1, с. 8], паколькі ў працэсе практычнай дзейнасці чалавек часта параўноўваў сябе менавіта з жывёламі, якія яго акружалі, аналізаваў іх паводзіны, вылучаў найбольш кідкія асаблівасці і пераносіў некаторыя характарыстыкі паводзін жывёл і іх выгляду на сябе. У выніку фарміраваліся ўстойлівыя асацыяцыі, што затым занатоўваліся ў адпаведных моўных формах, у складзе якіх кампаненты-заонімы маглі часам страчваць сваю прадметную суаднесенасць, намінатыўную функцыю і выступаць часцей у метафарычных значэннях, рэалізуючы пры гэтым эталонныя ўласцівасці, актуальныя ў свядомасці носьбітаў пэўнай мовы.

У беларускіх народных параўнаннях заонімы прадстаўлены наступнымі тэматычнымі групамі: а) назвы свойскіх жывёл; б) назвы дзікіх жывёл; в) назвы птушак (арнітонімы); г) назвы рыб (іхтыёнімы); д) назвы насякомых (энтамонімы).

Паколькі ў межах выданняў, якія паслужылі крыніцай для збору фактычнага матэрыялу [8, 9], усе варыянты параўнальных канструкцый групуюцца пры адным і тым жа ад'ектыве (апорным слове, выражаным прыметнікам), мы палічылі мэтазгодным падаваць пашпартызацыю толькі пасля поўнага пераліку ланцужка параўнанняў пры апошнім прыкладзе.

Устойлівыя народныя параўнанні з заакампанентам як выразна акрэсленыя групы складаюць важную і адметную частку мовы. Яны выконваюць розныя функцыі ў мове і нясуць адмысловыя семантычныя нагрукі. Названыя моўныя адзінкі адлюстроўваюць асаблівасці розных сістэм каштоўнасцяў у розных лінгвакультурных супольнасцях і ўяўляюць вялікую цікавасць для супастаўляльнага аналізу з пункту погляду лінгвакультуралогіі і сацыялінгвістыкі.

Сярод зааморфных характарыстык асобы вылучаюць 2 разрады: “пэўна-асабовыя характарыстыкі і сацыяльна-ролевыя характарыстыкі” [6, с. 15]. Заонімы могуць характарызаваць чалавека:

1) па фізічных якасцях: а) дужы: *дужы, як зубр, як мядзведзь, як тур* (с. 384); б) спрытны: *спрытны, як леў, як зубр* (с. 384), *як вавёрка* (с. 406), *як кот* (с. 406), *як уюн* (с. 406), *як верхаводка* (*яльчык*) – рыба з сямейства карпавых (с. 406), *як качка на вадзе* (с. 406); *вяртлявы, як уюн* (с. 373); в) жвавы (няўрымслівы): *жвавы, як верабей* (*верабейка*) (с. 380); *хуткі* (*шпаркі*), *як стронга* (с. 415) – вельмі асцярожная і чуйная рыба, водзіцца ў крынічных рэчках, ручаях, галоўным чынам у тых, якія пачынаюцца з Беларуска-Літоўскага ўзвышша [9, с. 483]; *борзды, як рысак* (с. 297); г) здаровы: *здоровы, як вол, як леў, як зубр*; *здоровы, як рыба* (с. 384); д) лёгкі: *лёгкі, як птушка, як матыль* (*матылёк*) (с. 388); ж) глухі: *глухі, як цецярук* (с. 375); з) жывучы: *жывучы, як кот* (с. 380);

2) па знешнім выглядзе: а) тлусты: *тлусты, як барсук, як парсюк* (с. 368), *як вяпрук, як кабан* (с. 409); *гладкі, як лён, як мянёк* (*мянтуз*) (с. 375), *як парсюк, як вяпрук, як кабан, як бычок* (с. 375); б) танканогі: *танканогі, як сітка* (*як сітаўка*) – *невялікая пералётная птушка атрада вераб'іных* [9, с. 409]; в) даўганогі: *даўганогі, як бусел* (с. 378); *дзыбаты, як журавель* (с. 378); *цыбаты, як бусел* (с. 416); г) даўгашыі: *даўгашыі, як бусел* (с. 378); д) плоскі: *плоскі, як лешич* (с. 301); ж) брудны: *брудны, як свіння* (с. 369); з) лысы: *лысы, як барсук* (с. 389); к) кудлаты: *кудлаты, як баран*; л) худы: *худы* (*сухі*), *як таран* (*як рак*) (с. 414);

3) па адносінах да людзей: а) задзірлівы: *задзірлівы, як певень* (с. 382); б) надзьмуты: *надзьмуты, як індык* (с. 402); в) шкодны: *шкодны, як пацук* (с. 418), *як тхор*; *шкядлівы, як кот* (с. 418); г) назойлівы: *назойлівы, як муха, як аса, як авадзень* (с. 392); д) куслівы: *куслівы, як сляпень, як камар, як авадзень* (с. 387);

4) па характары, маральных і валявых якасцях: а) *упарты, як казёл* (с. 370); б) палахлівы: *палахлівы* (*баязлівы*), *як заяц* (с. 367); в) пакорны: *пакорны, як авечка* (с. 396); г) злосны: *злосны, як сабака* (с. 385); *ліхі* (*злы*), *як аса* (с. 378); д) хітры: *хітры, як ліс* (с. 413); ж) вольны: *вольны, як птушка* (*птаха*) (с. 371); з) вясёлы: *вясёлы, як ластаўка* (с. 373).

Літаральна адзінкавымі прыкладамі прадстаўлены наступныя групы параўнанняў з заонімамі, якія трапна і ёміста характарызуюць чалавека паводле наступных уласцівасцей:

5) па адносінах да працы: працавіты: *працавіты* (*руплівы, старанны*), *як мурашка, як пчолка* (с. 398, 402, 407); *цягавіты, як вол* (с. 373);

б) па разумовых здольнасцях: дурны: *дурны, як авечка, як цяля, як варона* (*варона загуменная*), *як цецярук* (с. 380), *як сініца* (с. 379);

7) па камунікацыйных якасцях: балбатлівы: *балбатлівы, як цецярук* (с. 367); *звяглівы, як сабака* (с. 383);

8) па адносінах да ежы: галодны: *галодны, як сабака, як воўк* (с. 374); *ненаедны* (*ненажэрны*), *як качка* (*пры вадзе*) (с. 393).

Сярод устойлівых народных параўнанняў з кампанентам-заонімам можна вылучыць як асобную такую групу, дзе якасць чалавека раскрываецца праз адваротнае супастаўленне: *здатны, як вол да карэты* (с. 384), *падобны, як свіння да лебедзя* (с. 395), *тоненькі, як бочка* (с. 409). У такіх канструкцыях узнікае шэраг дадатковых асацыяцый, што не толькі павялічвае інфармацыю, але і ўзмацняе экспрэсіўны эффект: чым далей адзін ад аднаго ў рэальнасці аб'екты, якія параўноўваюцца, тым ярчэй іх экспрэсія. У гэтым праяўляецца таксама “эўрыстычная функцыя параўнанняў: яны дазваляюць глыбей і шырэй пазнаць рэаліі свету, асэнсаваць іх з самых розных, часам нечаканых бакоў” [2, с. 148].

Прадуктыўнасць тых або іншых заонімаў пры фарміраванні ўстойлівых выказаў вызначаецца наступнымі экстралінгвістычнымі фактарамі: 1) ступенню пашыранасці той ці іншай жывёлы у

арэале пражывання пэўнай моўнай супольнасці; 2) роляй жывёлы ў сельскагаспадарчай культуры народа; 3) вядомасцю экзатычнай жывёлы на дадзенай тэрыторыі і яе папулярнасцю [1, с. 10].

*Такім чынам*, аналіз фактычнага матэрыялу дазваляе зрабіць *наступныя высновы*: 1) заонімы з'яўляюцца дзейным сродкам вербалізацыі працэсу параўнання ў народнай культуры беларусаў; 2) найбольшую актыўнасць у межах устойлівых народных параўнанняў праяўляюць назвы свойскіх і дзікіх жывёл; 3) значная колькасць заонімаў сустракаецца ва ўстойлівых параўнаннях, якія характарызуюць чалавека паводле фізічных уласцівасцей і асаблівасцей знешняга выгляду; 4) заалексіка валодае высокай ступенню ідыяматычнасці і вобразнасці, што абумоўлена ўласцівасцямі саміх заонімаў: прыналежнасцю іх да актыўнага слоўніка, канкрэтнасцю іх семантыкі, актыўнасцю пераасэнсавання; 5) назвы жывёл змяшчаюць у сабе багаты лінгвакультурны матэрыял, адлюстроўваючы нацыянальную карціну свету.

### **Літаратура**

1. Козлова Т. В. Идеографический словарь русских фразеологизмов с названиями животных / Т. В. Козлова. – М. : Дело и сервис, 2001. – 208 с.
2. Маслова В. А. Лигвокультуролагія / Валентина Авраамовна Маслова. – М. : АСADEMIА, 2004. – 208 с.
3. Мілач С. Заонімы ў лексічнай і фразеалагічнай сістэмах беларускай і нямецкай моў / С. Мілач // Актуальныя праблемы мовазнаўства і лінгвадыдактыкі: матэрыялы Рэспубліканскай навуковай канферэнцыі, Брэст, 20-21 сакавіка, 2008. – Брэст : БрДу імя А.С.Пушкіна, 2008. – С. 114–117.
4. Покровська І. Л. Національна спецыфіка семантыкі турецькіх фразеологізмаў з кампанентам-зоонімом: авторэф. дис. ... канд. філал. наук: 10.02.13 / І. Л. Покровська. – К., 2007. – 20 с.
5. Сеченов И. М. Кому и как разрабатывать психологию: Психологические этюды / Иван Михайлович Сеченов. – СПб, 1873. – С. 190.
6. Солнцева Н. В. Сопоставительный анализ зоонимов русского, французского и немецкого языков в этносемантическом аспекте: авторэф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 “Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание” / Н. В. Солнцева. – М., 2006. – 32 с.
7. Чепкова Т. П. Отанималистические фразеологизмы в языковой картине мира / Т. П. Чепкова // И. А. Бодуэн де Куртенэ и современные проблемы теоретического и прикладного языкознания: материалы III Междунар. Бодуэновских чтений, Казань, 23-25 мая, 2006. – Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2006. – Т. 2. – С. 274–277.
8. Янкоўскі Ф. М. Беларускія народныя прыказкі і прымаўкі / Ф. М. Янкоўскі. – Мн. : АН БССР, 1957. – 452 с.
9. Янкоўскі Ф. М. Беларускія прыказкі, прымаўкі, фразеалагізмы / Ф. М. Янкоўскі. – Мн. : Навука і тэхніка, 1992. – 491 с.

### **Анотацыя**

*С. М. Аніськова. Устойчивое народное сравнение в лингвокультуре белорусов: анималистический код*

*Статья посвящена исследованию зоонимов в структуре приадективных устойчивых сравнений. Выделены тематические группы зоонимов, проанализирована смысловая нагрузка и культурологические функции зоолексики.*

**Ключевые слова:** зооним, объект сравнения, устойчивое сравнение, эталон, языковая картина мира.

### **Анотацыя**

*С. М. Аніськова. Стале народне парівняння в лінгвокультуры білорусів: анімалістичний код*  
*Статтю присвячено дослідуванню зоонімов у структуры пріадективних стійких парівнянь. Виділено тематичні групи зоонімів, проаналізовано смислове навантаження та культурологічні функції зоолексики.*

**Ключові слова:** зоонім, об'єкт порівняння, стійке порівняння, еталон, мовна картина світу.

**Abstract****S. M. Aniskova. Comparative Set Expressions with Zoonymic Components in Belarusian: Animal Code**

*The article deals with the study of zoonyms as components of comparative set expressions in the Belarusian language. Some thematic groups of zoonyms have been singled out; their meanings and functions have been analyzed. The motivation of comparative set expressions has been examined. An attempt has been made to explain the choice of zoonyms in the nomination process. Culturological aspect in secondary nomination has been considered. It has been emphasized that there are different ways in which language and culture are intimately related. The animal code used by native speakers of Belarusian reflects cultural phenomena (human behavior that includes thoughts, communications, language, practices, beliefs, values, customs, manners of interacting and roles, relationships etc). It has been admitted that studying figurative vocabulary helps to disclose mechanisms of human thinking and describe some peculiarities of the Belarusian language and culture.*

**Key words:** zoonym, the object of comparison, the standard.

**Т. В. Лановая**  
(Симферополь)

УДК 81'27: 81'374

**РАЗВИТИЕ ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКОЙ ЛЕКСИКОГРАФИИ**

Постановка проблемы о взаимосвязи языка и культуры была четко сформулирована В. фон Гумбольдтом, который первый выдвинул идею о связи народа и характера языка, его обслуживающего. Данный тезис не теряет своей актуальности, т. к. он стал базовым для многих разделов лингвистики, в основе которых лежит утверждение о том, что специфичность культуры, способа мышления и восприятия действительности народа находит отражение в языке. Среди таких разделов назовем лингвострановедение, лингвокультурологию, социолингвистику, этнолингвистику и многие др. Работа по этим направлениям ведется активно отечественными и зарубежными лингвистами, особенно в социолингвистическом плане, поскольку такие области знания, как социолингвистика и лингвокультурология, пересекаются, а наиболее показательными примерами этого служат концепты и лексика с национально-культурной маркировкой. Результатом подобных исследований являются лингвострановедческие словари. Мы не уверены, что термин «лингвострановедческий словарь» в полной мере отражает всю сущность работы, но именно его используют в современной лексикографии. Мы считаем справедливым называть предшественницей лингвострановедения лингвистическую географию, занимающуюся изучением вопросов территориального распространения языков и языковых явлений (изоглосс), соответственно, прародителями лингвострановедческих словарей были языковые карты и словари диалектологии. А их созданием и разработкой занимались социолингвисты.

Основа концепции лингвострановедческого словаря заложена в работах Е. М. Верещагина, В. Г. Костомарова, В. В. Морковкина, Н. Г. Николау, Г. Д. Томашина, Ю. Е. Прохорова, А. Р. Рума, Г. В. Чернова и др.

*Проблематика.* Сегодня перед лингвистами стоят новые задачи – анализ и фиксация в словарях этой связи, систематизация ценностей культуры, заложенных в словах и называемых культурными концептами, т. е. фрагментов действительности, отражающих культурную информацию особой картины мира, свойственной каждой этнической группе. Таким образом, *актуальность* данной работы обусловлена необходимостью теоретического осмысления лингвострановедческих словарей в рамках социолингвистики.

*Цель:* описать путь развития современной лексикографической науки в аспекте лингвострановедения. *Задачи,* которые необходимо решить для достижения цели:

1. Проанализировать лингвострановедение как раздел лингвистики.
2. Описать концепцию лингвострановедческого словаря.
3. Проанализировать функции лингвострановедческих словарей в рамках теории развития языков.

Наиболее значимыми исследованиями в современной лингвистике в рассматриваемом нами аспекте назовем работы В. И. Беликова, А. Вежбицкой, В. В. Воробьева, Ю. Н. Караулова, В. В. Красных, Л. П. Крысина, Г. Д. Томашина, А. Н. Рудякова, Ю. С. Степанова и др.



Практика составления словарей, пособий, энциклопедий и другой литературы, отражающей территориальные различия (диалектизмы, этнографизмы, экзотизмы и под.) в употреблении языков, настолько богата, что уже в 80-х гг. Е. М. Верещагиным в работе “Лингвострановедческая теория слова” определены цели и задачи лингвострановедения. Ученый считает, что лингвострановедением следует называть работу преподавателя по ознакомлению с современной действительностью иностранцев посредством русского языка и в процессе его изучения [1, с. 5]. Действительно, большинство работ по лингвострановедению в советское время написаны учеными, работающими с иностранцами, т.к. в процессе обучения становятся явными отличия в репрезентации, идентификации языковых личностей, языковой картине мира, в способах восприятия и передачи информации и в используемых языковых средствах. Сегодня тематика подобных исследований значительно расширяется. Существуют работы по-прежнему ориентированные на изучение русского как иностранного и на тех, для кого русский – родной язык, и с помощью него они знакомятся с английским, немецким, французским и др. языками (Л. Ф. Гаврилова, Н. П. Полякова, Е. П. Некрасова).

В советское время было издано несколько лингвострановедческих словарей под редакцией Е. М. Верещагина и В. Г. Костомарова, облегчающих изучение русского языка иностранным студентам. Материалом для словника послужили русские фразеологизмы.

Известны словари, направленные на раскрытие особенностей культуры быта Великобритании (литература, театр, кино, музыка, танец, балет, живопись, скульптура, архитектура, дизайн). Один из таких словарей охватывает более 10 тыс. статей (А. Р. Рум, Г. Д. Томахин).

Особенно хочется отметить англо-русский лингвострановедческий словарь “Американа”, который является первым двуязычным словарем, предлагающим многочисленные энциклопедические сведения о США. Издание содержит более 20 тыс. единиц. Этот словарь выпущен в Смоленске в 1996 г., рекомендован к изданию Ученым советом Института США и Канады РАН, был назван Ассоциацией российских книгоиздателей “Лучшей книгой года” и получил премию ЮНЕСКО.

Авторами лингвострановедческих словарей о Германии являются Д. Г. Мальцева, Л. Г. Маркина и др. Словарь включает такие разделы, как традиции, особенности образа жизни, исторические события, религия, достопримечательности, музеи, литература, театр, кино, архитектура, изобразительное искусство, музыка, СМИ, образование и наука и др.

Под редакцией Л. Г. Ведениной в 1997 г. выпущен лингвострановедческий словарь Франции, содержащий 7000 французских слов и словосочетаний, обозначающих понятия, связанные с особенностями общественной, политической, экономической и культурной жизни Франции, а также реалии, относящиеся к повседневной жизни французов, сведения о русско-французских связях. Спустя 12 лет, в 2009 г., под её же руководством словарь переиздали с изменениями (8 тыс. словарных статей).

Подобные лексикографические издания посвящены Австралии и Новой Зеландии, Северной Ирландии, Греции.

На территории СНГ в 2008 г. вышел словарь “Россия. Большой лингвострановедческий словарь” под общей редакцией Ю. Е. Прохорова. Словарь содержит около 1000 словарных статей, охватывающих важнейшие стороны жизни РФ, ее историю, национальные традиции, особенности быта, культуру, науку и под.

Несмотря на долгую практику зарубежных и советских ученых составления лингвострановедческих словарей, до сих пор нет четких критериев, разграничивающих энциклопедический, лингвокультурологический и лингвострановедческий словари. Так, в советское время выходили энциклопедические словари и справочники, посвященные географии, истории, экономике, культуре, международным отношениям отдельных стран и континентов (Африка, Латинская Америка и др.). Подобные справочники состояли из тысяч словарных статей (3-5 тыс.), были снабжены картами и другим иллюстративным материалом.

Из особенностей лингвострановедческих словарей назовем главные:

- наличие иллюстраций;
- тематика (от особенностей государственного устройства до специфики народного творчества);
- наличие элементов толкового, этимологического, синонимического и этимологического словарей;

- широкий круг справочной / энциклопедической / исторической информации (тираж газет и журналов, количество студентов в университетах и колледжах и т.д.);
- впервые значительную часть словаря составили имена собственные: названия компаний, организаций, агентств, обществ, газетных концернов, журналов, теле- и радиопрограмм и передач, культурных центров;
- ориентация на широкий круг читателей (от школьника до ученого).

Одним из главных отличий является изменение в структуре словарной статьи и наполнении самого словника. Таким образом, мы говорим о качественном отличии словаря лингвострановедческого от толкового и большинства энциклопедических. Традиционно эти словари не включали в свои словники собственные имена, т.е. названия городов, фильмов, мультиков, горных вершин и т.д. Иногда эти номинативные единицы выносились в “приложение”.

Говоря об именах собственных, мы упомянули, что иногда их выносили за пределы основного словника и включали в соответствующие дополнительные разделы. Эти разделы были посвящены названиям городов, горных массивов и вершин, рек, водопадов, морей и т.д., но никогда – артистам, режиссерам, главным героям популярных кинолент, отдельным персонажам произведений, названиям учебных заведений и под.

Сегодня лингвострановедческий словарь может включать от 1000 до 10 тыс. словарных статей, тогда как словарь С. И. Ожегова охватывал описание от 50 до 80 тыс. слов. Мы наблюдаем уменьшение количества описываемых единиц и увеличение толковой статьи. Авторы лингвострановедческих словарей включают не только лексическое значение, но и всевозможные фоновые и энциклопедические знания. Фактически, перед составителями такого словаря стоят следующие задачи:

- составление словника, отражающего концепцию словаря и охватывающего все стороны общественного развития;
- составление словарной статьи (соотнесение лингвистической и страноведческой информации);
- нахождение заголовочного слова, удобного для его поиска (учитывалась вариативность / синонимичность лексемы).

Мы не говорим о таких требованиях к словарю, как достоверность, краткость, доступность и др., считая их общими и обязательными при составлении любого издания.

Изучение лингвострановедческих словарей дает возможность для исследования не только современной лексикографии, но и теории взаимодействия языковых миров и становления национальных вариантов языков. На примере различных словарей мы видим дифференциацию английского и немецкого языков, которые в ряде государств получили статус национального (на это указывают уточнения страны в названии словаря, например, немецкий Германии и Австрии, английский США, Великобритании, Северной Ирландии, Австралии и Новой Зеландии).

Сегодня нет лингвострановедческих словарей на русском языке, демонстрирующих, например, неоднородность русского, французского или греческого языков. Говоря о вариативности русского языка, нельзя не упомянуть работу, которая ведется в направлении описания его национальных вариантов. Уточним, что мы не имеем в виду регионализмы и диалектизмы, которые присущи даже единому государственному языку страны и может иметь небольшую лексическую вариативность на уровне поселения. Мы говорим о самостоятельном национальном варианте языка, который формировался в границах другого государства, например, национальный вариант русского языка в Украине, Казахстане, Белоруссии, Латвии и т.д. (Ю. В. Дорофеев, Ш. К. Жаркынбекова, Е. А. Журавлева, Р. В. Забашта, Л. С. Москоленко, А. Н. Рудяков).

*Перспективу исследования мы видим* в разработке концепции лингвострановедческого словаря украинского национального варианта русского языка.

### Литература

1. Верещагин Е. М. Лингвострановедческая теория слова / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М. : Рус. яз., 1980. – 320 с.
2. Дорофеев Ю. В. Лингвистический функционализм и вариантность языка: монография / Ю. В. Дорофеев. – Симферополь : Таврида, 2012. – 306 с.
3. Зиновьева Е. И. О соотношении терминов “лингвострановедение” и “лингвокультурология” /

- Е. И. Зиновьева // Русский язык как иностранный. Теория. Исследования. Практика. – Вып. 9. – СПб., 2000. – С. 14–18.
4. Красных В. В. Этнопсихолінгвістика і лінгвокультуролагія. Лекцыйны курс / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2002. – 284 с.
  5. Лучинина Е. Н. Лінгвокультуролагія ў сістэме гуманітарнага ведаў / Е. Н. Лучинина // Тверскай дзяржаўнага ўніверсітэта Крытыка і семиотыка. Вып. 7. – 2004. – С. 238–243.
  6. Рудяков А. Н. Язык, или Почему люди говорят / А. Н. Рудяков. – К. : Грамота, 2004. – 224 с.
  7. Томахин Г. Д. Понятие лингвострановедения. Его лингвистические и лингводидактические основы / Г. Д. Томахин // Иностранные языки в школе. – 1980. – № 3. – С. 77–81.

**Анотацыя**

**Т. В. Лановая. Развитие лингвострановедческой лексикографии**

В статье дано описание лингвострановедческого словаря как самостоятельного лингвистического явления сквозь призму теории языковой вариативности. Выделены отличительные особенности составления такого словаря, описана общая концепция.

**Ключевые слова:** лінгвокультуролагія, лінгвострановедчэнне, лінгвострановедчы слоўнік, языковая вариативность.

**Анотацыя**

**Т. В. Ланова. Розвиток лінгвокраїнознавчої лексикографії**

У статті проаналізавано лінгвокраїнознавчы слоўнік як самастойнае лінгвістычнае явішча крізь призму тэорыі мовнага вар'ятыўнасці. Вызначана асаблівасці ўкладання такога слоўніка, падана загалёўнае канцэпцыю.

**Ключові слова:** лінгвокультуролагія, лінгвокраїнознаўства, лінгвокраїнознавчы слоўнік, мовна вар'ятыўнасць.

**Abstract**

**T. V. Lanovaya. Linguistics and Area Studies (Cultural Studies) Lexicography**

At the beginning of the 21<sup>st</sup> century structural, functional and social interactions between languages have become the main issue of linguistics. The article focuses on the role that modern lexicography takes in the development of Linguistics and Area / Cultural Studies. The concept of a dictionary containing linguistic and cultural information on some particular country has been given. Its basic functions have been analyzed. The main principles, on which the dictionary can be compiled, have been described. This dictionary serves as a guide to a better understanding of a foreign language and target culture. The lexicographic work that should go into the creation of this dictionary must be based on the analysis of authentic materials: books, newspapers and other resources which will enhance the understanding of language and culture by language learners. It has been pointed out that lexicographic works aim at further investigation of language interaction and the formation of national variants of the language.

**Key words:** linguistics, lexicography, dictionary of language and culture, linguistic variability.

**В. А. Ляшчынская  
(Гомель, Беларусь)**

УДК 811.161.3:398.9

**АБ АДНЫМ ФРАГМЕНЦЕ ФРАЗЕАЛАГІЧНАЙ  
КАРЦІНЫ СВЕТУ БЕЛАРУСАЎ**

Цікавасць да фразеалагічных адзінак, у прамым значэнні якіх бачыцца “предтеча” канцэптаў, абавязана фарміраванню кагнітыўнай лінгвістыкі як самастойнай галіны мовазнаўства, у межах якой выдзелілася і актывізаваўся ў апошні час лінгвакультуролагія, якая “арыентавана на культурны фактар у мове і на моўны фактар у чалавеку” (В. М. Тэлія). Фразеалагічныя адзінкі (ФА), створаныя народам, найперш і больш за ўсё скіраваны да чалавека, таму дазваляюць спазнаць свайго творцу і носьбіта з самых розных бакоў. Пры гэтым у фразеалогіі, у адрозненне, напрыклад, ад лексікі, фіксуецца не ўсё, а толькі найбольш істотнае для чалавека: “у мове ... фразеалагізуюцца менавіта тыя вобразныя выразы, якія асацыіруюцца з культурна-

нацыянальнымі эталонамі ... і якія пры выкарыстанні ў маўленні ўзнаўляюць характэрны для той ці іншай лінгвакультурнай супольнасці менталітэт” [7, с. 233].

ФА ў сукупнасці складаюць фразеалагічную карціну свету (ФКС), пад якой разумеецца сукупнасць чалавечых уяўленняў, ведаў пра свет, рэпрэзентаваных ФА. ФКС характарызуецца, з аднаго боку, унікальным спалучэннем рацыянальнай і эмацыянальнай інфармацыі пра акаляючы свет чалавека, а з другога боку, адлюстраваннем асобных, найбольш актуальных для прадстаўнікоў пэўнага народа фрагментаў свету. У межах артыкула аб’ектам даследавання намі абраны адзін фрагмент ФКС беларусаў, рэпрэзентаваны ФА беларускай літаратурнай мовы, што аб’яднаны агульным значэннем “ежа”.

*Актуальнасць даследавання* адзначнага семантычнага поля, у склад якога ўключаны “поўны набор ФА-ідыём, аб’яднаных адной тэматыкай” [4, с. 80], абумоўлена пільнай увагай сучаснай лінгвістыкі да праблем катэгарызацыі і канцэптуалізацыі свету і дзеяннем адной заканамернасці: з дапамогай семантычных палёў “становіцца рэальнай спроба пранікнення ў семантыку ФА-ідыём, вывядзення з унутранай формы вобраза, які вызначае – па Гумбальду – нацыянальна-культурную спецыфіку ФА-ідыём, узнаўлення нацыянальна-моўнай карціны свету ў асобных фрагментах, зададзеных тэматычнай класіфікацыяй семантычных палёў” [3, с. 81].

*Зварот да аналізу выразэння* аднаго фрагмента ФКС беларусаў – ежы, харчавання і ўсяго, што звязана з гэтым у жыцці нашага народа, неабходна для рэканструкцыі і поўнага і сістэмнага даследавання ФКС беларусаў, якое магчыма шляхам паступовага і паслядоўнага вывучэння фрагментаў гэтай карціны.

*Асноўная мэта артыкула* – выяўленне культурнай інфармацыі названага семантычнага поля ФА, іх карэляцыі з культурна-нацыянальнымі традыцыямі, стэрэатыпамі і эталонамі, ці ўстанаўленне тых ведаў і вопыту, якія захоўваюцца ў ФА беларускай мовы адносна аднаго фрагмента ФКС, які прадстаўляе важны аспект жыцця беларусаў, і якія перадаюць ад пакалення да пакалення ў часе і прасторы культурныя набыткі народа.

Для правядзення даследавання метадам суцэльнай выбаркі з фразеалагічнага слоўніка беларускай мовы [5] была створана эмпірычная база – больш за 80 ФА, якія з прымяненнем метаду дэфініцыйнага аналізу ў выніку супастаўлення слоўнікавых дэфініцый былі раздзелены на семантычныя мікрапалі паводле размеркавання вакол лексем-намінантаў ці эмасем у складзе лексікаграфічнай семантыкі ФА (паводле тэрміналогіі В. І. Шахоўскага).

Найменшая колькасць ФА ўтварае семантычнае мікраполе “прадукты харчавання”: (клёцкі) *з душамі* “начынены мясным ці іншым фаршам з прыправамі”; *чым бог наслаў* “тым, што ёсць (перакусіць, частавацца, сілкавацца, карміць і пад.)”; *што бог наслаў* “тое, што ёсць (есці, каштаваць, вячэраць і пад.)”; *хлеб-соль* “харч, яда”, “пачастунак” і (хлеб) *і да хлеба* “іншыя, апрача хлеба, прадукты харчавання”. Як відаць, яда не з’яўляецца паказчыкам гурманства ці прадметам пільнай увагі беларусаў, бо чалавек абыходзіцца тым, *што бог наслаў* ці *чым бог наслаў*, дзе зафіксаваны напамін нам аб знаку ўдзячнасці нашых продкаў Усявышньому за ежу як самае неабходнае для яго існавання. Звычайна гэтыя ФА выкарыстоўваюцца ў якасці ветлівага і характэрнага для беларусаў запрашэння каго-небудзь да яды, якая можа быць спецыяльна і непадрыхтаванай, а так, на скорую руку, ці якая нярэдка і спецыяльна падрыхтаваная, але ФА выражае сціпласць гаспадароў у ацэнцы яе. Блізкая да названых паводле выкарыстання, але адметная сваім вобразам выклічнікавая ФА *чым хата багата*.

ФА (клёцкі) *з душамі* выклікае асацыяцыю аб размяшчэнні фаршу ў клёцках, як душы ў целе, у іх сярэдзіне, у цэнтры, а адсюль і тая станоўчая ацэнка, якая, як і душы, надаецца страве, дакладней, яе начынцы – фаршу.

ФА *хлеб-соль* рэпрэзентуе сімвалічна маркіраваныя кампаненты і захоўвае ў сваёй будове напамін пра старажытны звычай падносіць хлеб і соль, якія сталі для беларусаў і іншых славянскіх народаў сімваламі гасціннасці. Менавіта гэтым можна патлумачыць узнікненне яшчэ і выклічнікавых ФА *хлеб-соль* і *хлеб ды соль* як пажаданне прыемнага, добрага апетыту. Акцэнт на гэтых сімвалічных прадуктах тлумачыцца, тым, што хлеб (і вада) – мінімальнае ежа для выжывання чалавека, а з соллю асацыіруецца адно з галоўных выказванняў у Евангеллі Ісуса сваім вучням: “Вы – соль зямлі”. А вось ФА (хлеб) *і да хлеба* з празрыстай матывацыяй (чалавек мае не толькі самую неабходную яду для выжывання – хлеб) сведчыць пра больш позняе асэнсаванне яды як паказчыка заможнага жыцця ў параўнанні з жыццём, калі *сядзяць на хлебе і /ды <на> вадзе* ці перабіваюцца *з хлеба на квас /ваду*.

Нягледзячы на амаль адсутнасць “меню” страў, зафіксавана некалькі ФА, што выдзяляюцца ў адметнае мікраполе, бо называюць смакавыя ўласцівасці ежы. Аднак, паводле ацэнкі ежы, ФА падзяляюцца на дзве супрацьлеглыя групы: са значэннем “смачны” (*за вушы не адцягнеш; пальчыкі абліжаеш; у роце растае; язык праглынеш*) і са значэннем “нясмачны” (*хоць на сабаку вылі*).

Да іх далучаюцца яшчэ дзве ФА з супрацьлеглай ацэнкай: ФА *просіцца ў рот* “абуджае апетыт”, якая ўжываецца ў сітуацыі, калі неабходна падкрэсліць якасць стравы часцей з нагоды яе знешняга выгляду, прыемнага паху і пад., і ФА *з душы верне* “каму-н. агідна, гідка, праціўна, моташна (часцей ад якіх-н. харчовых прадуктаў)”, якая ўскосна адмоўна ацэньвае ежу, бо асноўнае тут – канстатацыя дрэннага фізічнага стану чалавека пасля ўжывання такой ежы.

Аналіз кампанентнага складу і ўлік вобраза кожнай з прыведзеных ФА гэтага мікраполя дазваляе заўважыць, што асноўнымі “інструментамі” вызначэння добрага смаку ежы выступаюць кампаненты-саматызмы *вушы, пальчыкі, рот, сліна / слінка*) як вынік назірання, пазнання і вобразнага адлюстравання чалавекам рэчаіснасці праз сябе, свае органы, найменні якіх у складзе ФА выступаюць стэрэатыпнымі эталонамі ацэнкі смаку ежы. А дрэнны смак звязаны з традыцыйнай адмоўнай ацэнкай вобраза сабакі: “паколькі гэтая жывёла – стараж гаспадаркі, то яна асацыіруецца са злосцю”, “сабаку трымаюць у будцы і на ланцугу – жыццё яе цяжкае”, а прыручанае і поўная залежнасць ад чалавека даюць падставы выцерпець ёй усё [2, с. 651].

Найбольш колькасна (звыш 20 ФА) прадстаўлена семантычнае мікраполе “многа”. Аналіз семантыкі і кампанентнага складу ФА гэтага мікраполя дазваляе іх падзяліць на дзве мікрагрупы ў залежнасці ад двух тыпаў ўяўлення чалавека пра вялікую колькасць яды: многа ежы, якую можа ці з’ядае чалавек, і многа ежы ў сувязі з пэўнай прычынай.

Да ФА першай мікрагрупы адносяцца: *ад пуза* “ўволю, удосталь, без абмежаванняў, колькі захочацца (есці, наесціся, напіцца і пад.)”; *да адвалу* (есці, наесціся) “уволлю, без абмежаванняў, колькі захочацца”; *за трох /семярых дурных* (есці, з’есці) “вельмі многа, ненасытна”; *колькі душа жадае* “ўволю, удосталь, без усякага абмежавання (гуляць, адпачываць, есці і пад.)”; *колькі ўлезе* “вельмі многа”; *на поўную губу* “ўволю, колькі хочацца (есці)”; *на ўсю губу* (есці, жэрці) “уволлю, колькі хочацца”; *не ў свой дух* (есці) “вельмі многа, ненасытна”; *хоць жывот /пуза /пуп расперажы* “ўволю, колькі хочаш (есці, з’есці)”; *хоць заліся* “вельмі многа (пра малако, ваду)”; *хоць расперажыся* “ўволю, колькі хочаш (есці, з’есці)”; *як на Дзяды* “выдатна, уволлю (наесціся, пад’есці)”.

Амаль усе з пералічаных ФА нясуць негатыўную ацэнку, якая выяўляецца праз выкарыстанне ацэнчых прыслоўяў *ненасытна, пражэрліва*, экспрэсіўна-эмацыянальнага дзеяслова *жэрці* пры лексікаграфічнай семантызацыі ФА і асабліва выразна праз кампаненты *пуза, пуп, адвалу, дурных, заліся, расперажыся, за трох /семярых* у складзе ФА. Негатыўная канатацыя характэрна і кампаратыўным ФА *як на ўбой, як не ў сябе, як у прорву*, якія, з аднаго боку, набылі прыкметы фразеалагізмаў, а з другога боку, не страцілі поўнасцю свайго пачатковага значэння. Выключэнне складаюць ФА *як на Дзяды*, якая ўжываецца хутчэй з адценнем іранічнасці ці жартоўнасці, і ФА *колькі душа жадае*, у якой кампанент *душа* не “дазваляе” браць лішняе і выступае эталонам меры.

Адзначаныя ФА выкарыстоўваюць з мэтай асуджэння ці ва ўсякім выпадку папярэджання, што так нядобра, непрыгожа, часам з іранічнай усмешкай. У ФА захоўваюцца і перадаюцца ўсё новым пакаленням нормы этычных паводзін ва ўжыванні ежы, своеасаблівыя правілы, якія перасцярагаюць ад ужывання ежы ў вялікай колькасці.

Да першай мікрагрупы далучаюцца яшчэ некалькі ФА, якія акцэнтуюць увагу на спосабе ўжывання агенсам ФА ежы ў вялікай колькасці. Так, ФА *як дурны на памінках* (есці, наесціся) “залішне, больш, як трэба” ўжо фразеалагічным значэннем указвае на перабор яды; ФА *як не ў сябе* (есці, піць) “уволлю і ненасытна” і *як у прорву* (есці) “уволлю і ненасытна, пражэрліва” паведамляюць не столькі пра вялікую колькасць з’едзенага (уволлю), колькі пра такую негатыўную рысу чалавека, як ненасытнасць, пражэрлівасць ва ўжыванні ежы. А ФА *на самую завязку* “поўнасцю, як толькі можна (накарміць, запоўніць і пад.)” і *як на ўбой* (карміць) “вельмі сытна, спажыўна”, акрамя семы “многа, у вялікай колькасці”, вылучаюць семы “поўнасцю”, “сытна” і “спажыўна”, а іх вобразы, кампанентны склад нясуць негатыўную ацэнку.

Другую мікрагрупу складаюць ФА, у якіх фіксуецца ўяўленне пра наяўнасць мноства харчовых прадуктаў, часцей нагатаваных страў у сувязі з пэўнай прычынай (госці, свята і пад.)

і выстаўленых на стол: *бяры не хачу; еш не хачу; стол ломіцца; як на Дзяды* “вельмі многа. Пра яду”. Названыя ФА, наадварот, выкарыстоўваюцца са станоўчай ацэнкай і служаць для выражэння здзіўлення, захаплення, радасці і іншых станоўчых эмоцый ад мноства прадуктаў ці страў у сувязі з якой-небудзь падзеяй. ФА выяўляюць станоўчую канатацыю як вынік асэнсавання адной з асноўных рыс беларусаў – гасціннасці, часту, ад якога, паводле трапнай заўвагі У. Каратевіча, нават гасцям бывае цяжка. У ФА захоўваюцца былыя ўяўленні беларусаў пра частаванне гасцей, пэўныя рытуалы, традыцыі пры гэтым і пад. Так, кампаратыўная ФА *як на Дзяды* захавала адгалоскі пра абрадавы дзень памінення беларусамі ў мінулым памерлых (свята Дзяды) і выяўляе абагуленае ўсведамленне пра падрыхтаваную вялікую колькасць страў, каб задобрыць душы памерлых, якія ў гэты дзень наведваюць хату (рыхтавалі, паводле розных крыніц, ад 7 да 12 страў, кожную з якіх патрэбна было пакаштаваць).

Як відаць, ФА семантычнага мікраполя ‘многа’ захавалі і перадаюць вопыт беларусаў мінулых пакаленняў пра адзін найбольш важны аспект ужывання ежы чалавека. Ва ўнутранай форме ФА знаходзіць месца адлюстраванне культурна-нацыянальная форма ведаў: падлягае асуджэнню ўжыванне чалавекам вялікай колькасці ежы (*як дурны на памінках; як не ў сябе і інш.*) і ўхваляецца мноства страў, багацце стала пры частаванні гасцей, сяброў і інш., тым самым выяўляючы адметнасці менталітэту беларусаў. Семантыка ФА апіраецца на архетыпы нацыянальнай свядомасці: з аднаго боку, ашчаднасць, мера, разумны падыход беларуса да харчавання; з другога боку, гасціннасць, шчырасць і шырыня, багацце душы беларусаў. Да месца будзе ўгадаць парэмію беларусаў *Адзін з’ясі і вала – адна хвала*, якім выражаецца асуджэнне і адначасова “правіла”, павучанне.

Яшчэ адно колькаснае мікраполе складаюць ФА, што аб’яднаны агульным значэннем “есці, не есці, галадаць”, Але яны называюць не толькі дзеянне, абазначанае эквівалентнай лексмай *есці* “прымаць ежу, перажоўваючы яе і глытаючы” ці “не прымаць”, але, у адрозненне ад дзеясловаў-семантызатараў *есці /з’есці*, “абрастаюць” самымі рознымі “дэталямі” гэтага працэсу. Так, акрамя значэння “есці” ці “не есці”, ФА дапоўнены інфармацыяй паводле пэўных адметнасцяў гэтага дзеяння: *есці, з’есці няшмат, ці перакусіць (на зуб; узяць на зуб; пакласці на зуб; пражывіць душы) ці есці шмат (на ўсю губу)*; *перакусіць спешна (замарыць чарвячка)*; *есці з мэтай пакаштаваць страву (узяць на зуб) ці з’есці што-небудзь пасля прыёму спіртнога (душу заткнуць)*; *з’есці лёгка і хутка (як за сябе)*; *есці, але толькі смачнае (выкладаць бакі) ці есці са смакам і ўсё, што дадзена (хадзіць каля посуду чыста)*; *не есца па пэўнай прычыне (не лезе ў рот /горла; расце ў роце; станавіцца калом у горле)*. Як відаць, параўнанне фразеалагічнага значэння прыведзеных вышэй ФА і семантыкі дзеяслова *есці*, сапраўды яшчэ раз пацвярджае, што значэнне ФА “заўсёды больш насычана “дэталямі”, чым значэнне слова” [1, с. 85].

ФА *не браць у рот* “не есці”, *святым духам* “нічога не еўшы (жыць)”, *і крошкі ў роце не было* “хто-н. зусім нічога не еў” і *макавай расінкі /зерня /зярняці ў роце не было* “хто-н. нічога не еў”, нягледзячы на блізкае фразеалагічнае значэнне да папярэдніх, характарызуюцца наборам сваіх актуальных значэнняў, тымі адметнымі рысамі семантыкі гэтых значэнняў, дзякуючы вобразу кожнай, які “дзейнічае як кагнітыўная схема – структура ведаў, змешчаны ў згорнутым выглядзе вопыт узаемадзеяння чалавека з акаляючым светам” [1, с. 25]. Менавіта гэты паказчык уплывае на выбар і ўжыванне іх у маўленні.

Супрацьлеглае паводле значэнню папярэдняму семантычнаму мікраполю выступае мікраполе, якое складаюць ФА, аб’яднаныя агульным значэннем “галадаць”: *класці зубы на паліцу; ляскаць зубамі; садзіць на вадку; смактаць лапу; сядзець на хлебе і /ды <на> вадзе; учорным целе (трымаць); з хлеба на квас /ваду*. Кожная з названых ФА мае свае адметнасці ва ўжыванні, патрабуе свой кантэкст, пэўную сітуацыю камунікацыі, што абумоўлена найперш іх ўнутранай формай, тым вобразным складнікам значэння, які ўласцівы і замацаваны за кожнай.

Так, унутраная форма ФА *ў чорным целе* выяўляе негатыўнасць чорнага колеру цела галоднага чалавека ў супрацьлегласць звычайна беламу. Акрамя таго, яна, як і ФА *садзіць на вадку*, характарызуе жыццё, стан каго-небудзь надгаладзь, якія не залежыць ад чалавека, а абумоўлены воляй, жаданнем іншага і поўнасцю залежаць ад яго. Менавіта гэта выяўляе яшчэ адну адметнасць ФА *ў чорным целе*, бо яна спалучаецца толькі з дзеясловам *трымаць* (каго), напрыклад: [Змітро:] *Што ж вас у чорным целе трымаюць, не кормяць? Выкінулі сюды, як непрыкаяных, і забыліся, што есці хочаце.* (Г. Марчук).

Усе астатнія ФА гэтага мікраполя, нягледзячы на агульнасць семантыкі, сваім вобразам, унутранай формай прэзентуюць розныя прычыны і спосабы чалавека быць галодным і

выражаюць розную ацэнку, нясуць розную экспрэсіўна-эмацыянальную характарыстыку і дадатковую інфармацыю.

ФА *класці зубы на паліцу* прэзентуе абагуленую сітуацыю, калі агенс ФА ў выніку нястачы галадае, вядзе напаўгалоднае існаванне. Вобраз ФА (з-за адсутнасці работы зубам, іх можна класці на паліцу) падкрэслівае працягласць такога існавання чалавека, з аднаго боку (зубы можна класці на паліцу), і адсутнасць самага неабходнага, з другога. Блізкай да ФА *класці зубы на паліцу* паводле значэння і выкарыстання агульнага кампанента *зубы з'яўляецца ФА ляскаць зубамі*, але выток яе – намёк на вобраз звера, вечна галоднага і ў пошуках корму – і створаны вобраз адрознівае. З-за адсутнасці работы зубам зубы аб зубы ляскаюць, тым самым выяўляючы больш моцную заклапочанасць, змрочнасць настрою і нават агрэсіўнасць.

А вось ФА *смактаць лапу* ўжываецца з іроніяй і тады, калі хто-небудзь жартам гаворыць пра сябе ці пра іншага, называючы не адсутнасць, а недахоп ежы ў пэўны час і пры пэўных абставінах. Сваім вобразам ФА адрасуе да звычкі мядзведзя смактаць лапу ў зімовы перыяд, які жыве за кошт жыравых запасаў і смактання лапы. У гэтым бачыцца і адметнасць культурнай інфармацыі ў параўнанні з папярэдняй ФА (запасы ёсць, але іх трэба ашчаджаць), а ў выніку і розныя ўмовы і мэты выкарыстання ў параўнанні з папярэднімі дзвюма ФА.

Дзве ФА – *сядзець на хлебе і <на> вадзе* “жыць надгаладзь, галадаць” і *з хлеба на квас /ваду* (перабівацца, перакідацца) “сяк-так, надгаладзь, не наядаючыся, галадаючы” ці *часам з квасам, а парою з вадою* (жыць) “па-рознаму – сытна і надгаладзь” – сваім значэннем збліжаюцца з папярэднімі і асабліва з апошняй з папярэдніх (штосьці ёсць есці). Але кампанентны склад, вобразы гэтых ФА зусім іншыя, што збліжае іх, па-першае, паміж сабой і, па-другое, адрознівае ад іншых ФА гэтага мікраполя. Тут кампаненты *хлеб і вада* нясуць інфармацыю аб дастатковасці еды для выжывання: лічылася і традыцыйна было вядома, што хлеб і квас /вада – мінімум ежы. Вось чаму іншым разам сам агенс ФА “садзіць” сябе на такое харчаванне па добрай волі ці вымушаны па пэўных прычынах і ў пэўны час жыць у вялікай беднасці, перабівацца з хлеба на квас ці ваду, якія выступаюць і паказчыкам сацыяльнага становішча.

Яшчэ адно макраполе складаюць ФА з агульным значэннем “адчуваць голад, мець жаданне есці”: *кішкі марш граюць; падцягвала жывот; салаўі пяюць /спяваюць у жываце; жывот да спіны /хрыбетніка /паясніцы прырос*. Да іх далучаем яшчэ тры ФА з бліжнім значэннем – “адчуваць жаданне есці”, праўда, не з прычыны голаду, як у вышэй пералічаных, а з нагоды жадання з’есці штосьці смачнае: *слінка цячэ; аж сліна /слінка пацякла*, а таксама ФА з *галоднага краю <прыехаў>* “вельмі галодны, прагаладаўся”, якая прэзентуе інфармацыю пра надзвычайна галоднага чалавека, прычынай чаго служыць канстатацыя факта пра тое месца, дзе вельмі голадна жывуць (*галодны край*). Ацэнка апошняй ФА залежыць ад абставін, сітуацыі: яна можа быць амаль нейтральнай, але часцей ФА выкарыстоўваецца для асуджэння каго-небудзь праз параўнанне з людзьмі з галоднага краю, якія гатовы на ўсё, нават дрэннае.

Ва ўсіх ФА семантычнага мікраполя “адчуваць жаданне есці” асноўную ролю ў перадачы зместу адыгрываюць кампаненты-саматызмы *кішкі, жывот, спіна /хрыбетнік /паясніца* і ўмоўна аднесены да іх кампанент *сліна /слінка*. Яны дазваляюць адзначыць тую аснову, на якой ажыццяўляецца канцэптуалізацыя сэнсу і ствараюцца ФА, што адлюстроўваюць мінулы вопыт чалавека адносна адчування голаду і перадаюць спосаб мыслення, адлюстраванне і захаванне поглядаў, меркаванняў праз самапазнанне.

Асобнае семантычнае мікраполе складаюць ФА з агульным значэннем “спосаб ужывання ежы”, у якіх сфармуляваны правілы этыкету пры ўжыванні ежы. У кожнай ФА фіксуецца і перадаюцца разнастайныя спосабы ўжывання ежы: з апетытам, са смакам (*аж за вушамі трашчыць*) і без яго (*як на плот /пляцень вешаць*), з прагнасцю і папоўніцы (*на поўны рот; на поўную губу; на ўвесь рот*), з апетытам і прагна (*аж нос гнецца*), з апетытам і спешна, прагна (*за абедзве ішакі*), поўнасцю (*да крошкі*), ахвотна, са смакам (*за маліну*). Амаль ва ўсіх ФА выяўляецца адмоўная канатацыя, бо падкрэсліваецца не так апетытнасць ужывання стравы, колькі негатыўны спосаб такога ўжывання ежы – спешнасць, прагнасць, на поўны рот і пад. Выключэнне складаюць ФА *за маліну і да крошкі*, якія становяць ацэньваюць спосаб яды і ўскосна саму ежу, праўда, вызначаючы і падкрэсліваючы ў першым выпадку штосьці смачнае, прыроўненае да “маліны” як эталону смаку, а ў другім выпадку – ашчаднасць, беражлівасць. ФА *аж за вушамі трашчыць* можа выражаць розныя, нават кантрастныя адносіны і ацэнку спосабу ўжывання ежы.

Як відаць, семантыка ФА абаліраецца на своеасаблівыя эталоны і стэрэатыпы беларускай нацыянальнай культуры, у выніку чаго зафіксаваны своеасаблівыя правілы ці, дакладней, антыправілы, як нельга есці, ужываць ежу. Стэрэатыпнае ўяўленне пра негатыўнасць ужывання такімі спосабамі ежы рэпрэзентуюць саматызмы (*поўны /увесь рот, губа, абедзве шчакі, нос, які гнецца*), якія адлюстроўваюць нацыянальна-спецыфічнае самапазнанне, калі пэўныя нормы выступаюць вынікам экстрапаляцыі ў іх меркаванняў пра самога сябе, часткі цела, апошнія з якіх выступаюць эталонамі абходнага вопыту.

У беларускай фразеалогіі не абдызена ўвагай асоба чалавека з яго фізіялагічнай патрэбай есці. Праўда, гэта, па-першае, разрозненыя ФА, якія не складаюць пэўнага мікраполя, па-другое, у іх, як правіла, называецца асоба паводле пэўных адмоўных якасцей, звычай адносна ежы, яе ўжывання, што яшчэ раз падкрэслівае своеасаблівы закон фразеалогіі адлюстроўваць пераважна адмоўнае, фармулюваць “правілы жыцця” наадварот: не як рабіць, быць, жыць і пад., а як не трэба рабіць, якім не трэба быць і пад.

Асобныя ФА даюць найменне асобе альбо ўскосна называюць яе праз выкананне дзеяння, а як другасныя адзінкі наймення падаюць яшчэ другую частку інфармацыі, якая сведчыць пра “тыповае ўяўленне аб’екта, абазначанага ўжо існуючым іменем, у тыповае ўяўленне новага наймення, захоўваючы некаторыя свае “рысы” як вобразная гештальт-структура, якая і з’яўляецца стымулам для эмацыянальнай рэакцыі” [7, с. 127]. У ФА захоўваецца тая культурная інфармацыя, дзякуючы якой выражаецца, як правіла, негатыўная ацэнка, даецца адмоўная характарыстыка таму, хто: 1) любіць многа есці (*плячысты на жывот /на пуза; не дурань*); 2) знаходзіцца на ўтрыманні каго-небудзь (*есці хлеб; лішні рот; на ласкавым хлебе*); 3) жабруе (*хадзіць па кусках; спяваць на хлеб*).

Названыя ФА, як і большасць ФА ўсіх вышэй выдзеленых мікрапалёў семантычнага поля “яда”, вызначаюцца ўнутранай складанасцю, наяўнасцю аб’ёмнай інфармацыі, “яны знешне анамальныя, але за кошт гэтага набываюць рознааспектную інфармацыйную “памяць” [7, с. 152]. Негатыўная канатацыя большасці ФА выражаецца найперш з дапамогай унутранага вобраза і пэўных кампанентаў кожнай з іх. Так, вобраз ФА *плячысты на жывот /на пуза* “вымушае” шукаць шырокія плечы на месцы жывата (лексічны варыянт *пуза* яшчэ больш узмацняе адмоўнае стаўленне да асобы з такой адметнасцю), тым самым ужо выказваючы іронію, нярэдка насмешку і нават знявагу да такіх асоб. Якраз знявагу нясе ФА ў кантэксце верша “Фрыцавы трафеі” К. Крапівы, якому яна абавязана першым ужываннем у літаратурнай мове [6, с. 307]: *Сала, масла, цукар, мёд гітлераўца вабяць: фрыц плячысты на жывот і мастак паграбіць. ФА не дурань*, на першы погляд, адмоўем не прэтэндуе на станоўчую характарыстыку агенса ФА, але лексема *дурань* усё ж “перацягвае” ацэнку ў адмоўны бок, бо гэта яшчэ горш, калі чалавек мае розум (*не дурань*), але ўсё ж неразумна рабіць, у нашым выпадку, мае цягу, любіць выпіць і многа паесці.

ФА *есці хлеб; лішні рот і на ласкавым хлебе* (быць, жыць) выяўляюць розныя вобразы, але ўсе яны характарызуюць чалавека, які корміцца ў каго-небудзь і пры гэтым нічога не рабіць. Менавіта апошняе – хто не вырошчвае хлеб, не працуе – і падпадае пад асуджэнне, а таму і знаходжанне чалавека на ўтрыманні ў каго-небудзь, існаванне ў якасці нахлебніка асуджаецца, бо гэта лішні ядок (*рот*), які з ласкі корміцца (*ласкавы хлеб*) і есць чужое (*есці хлеб*).

Адносна ФА *хадзіць па кусках* (у аснове вобраз кускаў хлеба як прадуктаў харчавання, якія падавалі жабракам, што прасілі міласціню) і ФА *спяваць на хлеб* ацэнка залежыць ад сітуацыі і асабліва часу. Справа ў тым, што раней на Беларусі ніколі не асуджалася жабраванне, якое было абумоўлена няшчасцем, калецтвам і пад., а таму да гэтага адносіліся са шкадаваннем, разуменнем і спагадай, хаця і з асцярогай (не дай Бог такое). Сёння сярод тых, хто *хадзіць па кусках*, шмат ашуканцаў, але ўсё роўна чулівы, богабаязны чалавек не асуджае: лепш даваць, чым прасіць. Што датычыць ФА *спяваць на хлеб* (у аснове вобраз старца ля царквы ў свята, які спявае), то яна вельмі рэдка выкарыстоўваецца з-за адсутнасці такіх.

Унутраная форма ФА *на галодны /пусты жывот* “не пад’еўшы, хочучы есці” прэзентуе стан чалавека, дзе жывот у выніку метанімічнага пераносу прадстаўляе чалавека, які, як правіла, не можа, не хоча працаваць.

Пра адсутнасць ежы сведчаць дзве ФА: *хоць зубы на паліцу кладзі і ні цыбулькі ні ўкрышыць* <у што>, якія па-рознаму інфармуюць аб такой сітуацыі. У першай ФА перадаецца інфармацыя пра адсутнасць ежы працяглы час, а значыць і адсутнасць работы зубам як “інструментам” чалавека ў працэсе яды, у выніку чаго іх як асноўную “прыладу працы” можна класіфікаваць на



паліцу. А другая канстатуе, з аднаго боку, гаротнае становішча толькі ў пэўны час у сувязі з пэўнымі абставінамі, з другога боку, называе такі прадукт харчавання (цыбулю), які ніяк без іншых відаў ежы нельга з'есці, а дзеяслоў *укрышыць* сігналізуе пра цыбулю як прыправу пры гатаванні страў.

Толькі ФА *чытаць газеты* “галадаць” сваім вобразам і кампанентным складам прэзентуе параўнальна новы культурны “пласт” жыцця беларусаў, а сваім другасным значэннем, дзякуючы метафарызацыі словазлучэння, пераасэнсоўваецца і пераадрасуецца з жыцця чалавека на жыццё жывёл. Звычайна ўжываецца як іранічна-жартаўлівая ці здэклівая канстатацыя факта галоднага стану пэўнай жывёлы і адначасова дае адмоўную ацэнку і негатыўную характарыстыку работніку ці гаспадару, у якога скаціна галадае.

Такім чынам, у беларускай літаратурнай мове выяўляецца даволі вялікая колькасць ФА, унутраная форма, вобраз якіх даводзяць культурную канатацыю, тое значэнне, якое можа быць прадстаўлена як “інфармацыйны тэкст, розныя сэнсы якога праходзяць “скрозь фільтр ментальнасці” таго, хто гаворыць, і таго, хто слухае, *інтэрпрэтуецца* ў прасторы сацыяльных і культурных ведаў, што актывізуецца суб’ектам маўлення ў момант зносін” [7, с. 164]. Культурная маркіраванасць ФА выяўляецца праз кампанентны склад, сімвалічна матываваныя словы-кампаненты, праз унутраную форму, раскрыццё якой дазваляе вызначыць пэўнае бачанне носьбітамі мовы карціны свету, устанавіць правілы паводзін чалавека адносна яды, канкрэтныя сітуацыі, умовы жыцця, тып мыслення і інш. Асноўная ўвага ў ФА скіравана на тым адмоўным, негатыўным, што звязана з ядой чалавека: асуджаецца ўжыванне ежы ў вялікай колькасці (*ад пуза, да адвалу, за трох /семярых дурных, як дурны на памінках, як не ў сябе і інш.*), падпадаюць крытыцы асобныя спосабы прыёму ежы (*аж за вушамі трашчыць, на поўны рот, на ўвесь рот, аж нос гнецца, за абедзве шчакі*), кармлення каго-небудзь (*як на ўбой*) і інш. Не ўхваляецца чалавек з яго адмоўнымі схільнасцямі да яды (*плячысты на жывот, не дурань*), той, хто не працуе, а есць (*есці хлеб, лішні рот, на ласкавым хлебе, хадзіць па кусках, з галоднага краю*) ці любіць есці толькі смачнае (*выкладаць бакі*), трымае іншых галоднымі (*у чорным целе*), рыхтуе нясмачную страву (*хоць на сабаку вылі*) і пад. Значна менш падкрэсліваецца станоўчае, дадатнае: вітаецца вялікая колькасць ежы ў сувязі з частаваннем гасцей, святам у хаце (*еш не хачу, стол ломіцца, як на Дзяды*), лічыцца нормай мінімальнае харчаванне (*узяць на зуб, замарыць чарвячка /чарвяка*), ашчаднасць у ядзе (*да крошкі*), звяртаецца ўвага на добры смак ежы (*пальчыкі абліжаш, у роце растае, просіцца ў рот, язык праглынеш*), выяўляюцца жартаўлівыя адносіны да стану галоднага (*салаўі пяюць у жываце*) і інш.

### Літаратура

1. Баранов А. Н. Принципы семантического описания фразеологии / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский // *Вопр. языкознания*. – 2009. – № 9. – С. 21–34.
2. Бирих А. К. Русская фразеология. Историко-этимологический словарь: ок. 6000 фразеологизмов / СПбГУ; Межкаф. словарный каб. им. Б. А. Ларина; А. К. Бирих, В. М. Мокиенко, Л. И. Степанова; под ред. В. М. Мокиенко. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Астрель: АСТ: Хранитель. 2007. – 926 с.
3. Ковшова М. Л. Опыт семантического поля в описании идиом / М. Л. Ковшова // *Фразеология в Машинном фонде русского языка* / отв. ред. В. Н. Телия. – М. : Наука, 1990. – С. 80–88.
4. Ковшова М. М. *Как с писаной торбой носиться*: принципы когнитивно-культурологического исследования идиом / М. М. Ковшова // *Фразеология в контексте культуры*. – М. : Языки русской культуры, 1999. – С. 164–173.
5. Лепешаў І. Я. Слоўнік фразеалагізмаў. У 2 т. Т. 1. А-Л / І. Я. Лепешаў. – Мінск: Беларус. Энцыклапедыя імя П. Броўкі, 2008. – 672 с.; Т. 2. М-Я / І. Я. Лепешаў. – Мінск : Беларус. Энцыклапедыя імя П. Броўкі, 2008. – 704 с.
6. Лепешаў І. Я. Этымалагічны слоўнік фразеалагізмаў / І. Я. Лепешаў. – Мінск: БелЭн, 2004. – 448 с.
7. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Школа “Языки русской культуры”, 1996. – 288 с.

**Анотація**

**О. А. Лецинская. Об одном фрагменте фразеологической картины мира белорусов**

В статті на матеріалі фразеологізмів білоруського літературного мови реконструйовано один фрагмент фразеологічної картини світу білорусів. Виявлені складові семантичного поля “їжа” – найменування їжі і людини, яка вживає їжу, процес їжі та способи її здійснення, кількість і якість їжі. За допомогою встановлення образів, внутрішньої форми виявлені характеристики і оцінки, правила і “антиправила”, визначені еталони і стереотипи, закріплені в представленнях народу.

**Ключевые слова:** фразеологическая картина мира, фрагмент, еда, фразеологическая единица, внутренняя форма, образ, значение, культурная коннотация, функционирование.

**Анотація**

**О. А. Лециньска. Про один фрагмент фразеологічної картини світу білорусів**

У статті на матеріалі фразеологізмів білоруської літературної мови реконструйовано один фрагмент фразеологічної картини світу білорусів. Виявлено складові семантичного поля “їжа” – найменування їжі й людини, яка вживає їжу, процес їжі та способи її здійснення, кількість і якість їжі. За допомогою встановлення образів, внутрішньої форми виявлено характеристики й оцінку, правила й “антиправила”, визначено еталони й стереотипи, закріплені в уявленнях народу.

**Ключові слова:** фразеологічна картина світу, фрагмент, їжа, одиниця фразеологізму, внутрішня форма, образ, значення, культурна конотація, функціонування.

**Abstract**

**O. A. Leshchinskaya. A Fragment of the Belarusian Phraseological World Picture**

The article presents the reconstruction of a fragment of the Belarusian phraseological world picture based on Belarusian phraseological units related to the topic “food”. The language picture of the world is considered to be a special means of the image of the world representation in human consciousness. The main components of the semantic field “food” (the names of food and the eater, the process of eating and its different ways, the quantity and the quality of food) have been singled out. It has been emphasized that the images and the inner form of phraseological units make it possible to identify their characteristics and evaluative attitudes, do’s and don’ts, standards and stereotypes existing in the national language world picture of these concepts. Culturological aspects of phraseological units in the light of the language picture of the world have been investigated. The specific national vision of the world reflected by these phraseological units has been studied.

**Key words:** phraseological world picture, fragment, food, phraseological unit, image, meaning, cultural connotation, functioning.

**З. У. Шведава, Л. В. Паплаўная  
(Гомель, Беларусь)**

УДК 811.161.3:398.91

**КУЛЬТУРНАЯ ІНФАРМАЦЫЯ ПАРЭМІЙ,  
ЯКІЯ ХАРАКТАРЫЗУЮЦЬ ДАБРО І ЗЛО**

Асаблівасці нацыянальнага характару прама ці ўскосна адлюстроўваюцца ў найбольш распаўсюджаных рысах паводзін, пачуццяў і перажыванняў пераважнай часткі людзей, якія адносяцца да аднаго народа, і перадаюцца праз мову. Парэміі з’яўляюцца аднымі з тых моўных адзінак, якія глыбока і тонка дапамагаюць выявіць менталітэт народа. *Мэта артыкула* – вызначыць ролю беларускіх парэмій, якія характарызуюць дабро і зло і ў якіх яскрава адлюстраваны сацыяльна-культурныя ўяўленні беларускага народа пра гэтыя паняцці маральнай свядомасці, у адлюстраванні менталітэту беларускага народа.

Як вядома, ментальнасць народа складаецца на працягу яго гістарычнага існавання. На долю беларускага народа выпала шмат выпрабаванняў: войны, рэвалюцыі, падзелы краіны і многае іншае, але беларусы заўсёды былі і застаюцца аптымістамі, яны вераць у тое, што дабро заўсёды перамагае зло, што калі нешта не ладзіцца, то неяк абыдзецца, што і сцвярджаюць наступныя прыказкі: *Бог не без літасці, казак не без шчасця* – “кажуць са спадзяваннем, што ўсё абыдзецца, што ўсё павінна быць добра” [1, с. 66]; *Няма тога злога, каб не выйшла на*

*добрае* – “гаворыцца з надзеяй, што вынікам якой-небудзь бяды, непрыемнасці павінна стаць удача, што-н. добрае” [1, с. 297].

За шмат год свайго існавання беларускі народ бачыў шмат добрага і шмат дрэннага, таму людзі прытрымліваюцца больш пазіцыі, калі чалавек мае нешта добрае, то не трэба шукаць іншага, бо можна згубіць тое, што маеш: *Ад добра добра не шукаюць* – “кажуць, калі не бачаць сэнсу мяняць існуючае становішча, прычыны, спосаб жыцця, якія цалкам задавальняюць каго-н.” [1, с. 39], *Да ўдачы не трэба прыдачы* – “кажуць пра нявесту добрую, прыгожую, якой з-за гэтых якасцей і пасаг не патрэбны” [1, с. 120].

Выпрабаванні беларусаў былі звязаны і з надзеламі зямлі, для кожнага селяніна зямля – гэта магчымасць існавання. Беларус – гаспадар, ён заўсёды старанна і ў час апрацоўвае зямлю з надзеяй артымаць добры ўраджай: *Сей у гразь – будзеш князь* – “пра добрыя вынікі і багацце ад ранняй, у непрасохлую глебу, сяўбы” [1, с. 350]; ён шануе і добра даглядае жывёлу: *Хто добры пастух, той і гаспадар добры* – “ужываецца як сцвярджэнне, што на добрым стаўленні гаспадара да пастухоўства можна безпамылкова меркаваць і пра самога гаспадара” [1, с. 405].

Сям’я для беларуса – адна з самых галоўных каштоўнасцей. Цэнтральнае месца ў сям’і займае гаспадар, і ад яго якасцей залежыць сямейны дабрабыт. Таму ў разважлівага беларуса ў запасе ёсць прыказка: *За добрым мужам і варона жонка, а за кепскім і княгіня згіне* – “гаворыцца як сцвярджэнне, што ў сям’і вельмі многае залежыць ад паводзін, якасцей мужа” [1, с. 152]. Жонка, маці займае разам з гаспадаром цэнтральнае месца ў сям’і, таму варта, каб яна была не толькі добрай гаспадыняй, але і добрым чалавекам: *З добраю жонкаю гора – паўгора, а радасць удвайне* – “часцей ужываецца як парада маладому чалавеку пры выбары нявесты” [1, с. 161].

Разважлівасць беларуса праяўляецца ў прыказках, у якіх асуджаюцца карысныя намеры: *Воўк не пастух, а казёл не агароднік* – “нельга дапускаць каго-н. туды, куды ён імкнецца з-за карыслівай мэты і дзе можа толькі нашкодзіць” [1, с. 86], несправядлівасць: *Каб свінні рогі, не саступіла б (не сышла б) з дарогі* – “каб была ў каго-небудзь улада, сіла, магчымасць, то ён крыўдзіў бы іншых, злоўжываў бы сваім становішчам. Гаворыцца з асуджэннем пра несправядлівага чалавека” [1, с. 180], п’янства: *Гарэлка да добра не давядзе* – “кажуць з асуджэннем пра п’янства” [1, с. 99], бо вядома, што чалавек не адказвае за свае ўчынкi ў нецвярозым стане і большасць дрэнных учынкаў адбываецца менавіта ў такім стане.

Трэба памятаць, што добрая слава пра што- або каго-небудзь распаўсюджваецца хутка: *Добрае далёка чуваць* – “ужываецца як станоўчая ацэнка чаго-н., пра што распаўсюджваецца добрая слава” [10, с. 131], але дрэнная слава распаўсюджваецца хутчэй і далей. Тады беларус засцерагае сваіх блізкіх ад непрыемнага, ужываючы наступныя прыказкі: *Добрая слава на паліцы ляжыць, а благая па дарожцы бяжыць* “добрае пра чалавека можа застацца невядомым, а дрэннае слова распаўсюджваецца хутка. Ужываецца як адмоўная ацэнка чаго-, каго-н. дрэннага” [1, с. 134], *Добрае далёка чуваць, а дрэннае яшчэ далей* – “дрэнная слава распаўсюджваецца хутчэй і далей, чым добрая. Ужываецца як адмоўная ацэнка чаго-, каго-н. дрэннага” [1, с. 131].

Не заўсёды і добрыя намеры заканчваюцца станоўча, цвярозая разважлівасць беларусаў характарызуе гэта ў наступных прыказках: *Добрымі (хорошымі) намерамі выслана (вымашчана) дарога ў пекла* – “добрыя намеры не заўсёды ператвараюцца ў рэальнасць, у добрыя вынікі гэтых намераў” [1, с. 135]; *За маё жыта ды мяне і пабіта* – “гаворыцца з незадавальненнем, калі каму-н. за яго дабро адплачваюць злом” [1, с. 154].

Славяцца беларусы і сваёй працавітасцю. Добра пачатая справа варта задаволіць працавіты народ: *Добры пачатак – палавіна справы* – “кажуць з задавальненнем, калі паспяхова пачалася якая-н. справа” [1, с. 135]. Працавітасцю нашага народа нярэдка карыстаюцца, аб чым сведчыць наступная прыказка: *Каторы конь цягне, таго і паганяюць* – “на таго, хто добрасумленна адносіцца да справы, ускладняюць яшчэ большыя абавязкі” [1, с. 198].

Усе тыя выпрабаванні, якія выпалі на лёс нашага народа, пакінулі ў менталітэце беларусаў і такую якасць, як асцярожнасць: *Ехаўшы бачком, ні з кім не зачэпішыся* – “усё будзе добра і цябе не зачэпяць, калі сам будзеш асцярожны і далікатны” [1, с. 142]. Трэба асцерагацца чалавека, якому прычынілі шкоду: *Паранены звер страшны (яшчэ больш небяспечны)* – “чалавек, якому прычынілі шкоду, пакуты, здольны на адчайны, непрадказальны ўчынак” [1, с. 313].

Беларус – сапраўдны хрысціянін. Ён найчасцей аддае перавагу духоўнаму перад матэрыяльным, усведамляючы, што матэрыяльны дабрабыт чалавека – справа “нажыўная” і

больш залежыць ад самой асобы і яе намаганняў, а вось духоўны складнік індывідуума, яго чалавечыя якасці і здольнасці, асабістая свабода, здароўе, каханне і іншыя каштоўнасці часта непадуладныя чалавеку, наканаваныя яму Богам, лёсам: *Гасподзь не без міласці, а казак не без долі* [1, с. 66]. Беларус святая верыць у Бога і лічыць, што вера – засцярога ад непрыемнага: *Хто з богам, з тым і бог* – “сумленнаму, добраму чалавеку шчасціць, шанцуе” [1, с. 406], *Дай божа ў добры час сказаць, а ў ліхі прамаўчаць* – “ужываецца як агаворка, што чалавек змушаны казаць пра што-н. нядобрае, што лепш бы пра гэта не гаварыць” [1, с. 115]; ён з павагай адносіцца да нябожчыкаў: *Пра мёртвых (нябожчыкаў) або добрае, або нічога* – “пра памерлых нічога дрэннага не гавораць” [1, с. 324], умее суцешыць: *Бог даў, бог і ўзяў* – “гаворыцца, часта як суцяшэнне, пра чыю-н. смерць, а таксама пра страту чаго-н.” [1, с. 65].

Паколькі вераванні першабытнага грамадства пакінулі свой адбітак у свядомасці народа, вядома, што нярэдка беларусы вераць у розныя забабоны. Людзі заўсёды хацелі абараніць сябе і сваіх родзічаў ад дрэннага, негатыўнага, таму і спрабавалі ў некаторых выпадках зрабіць гэта з дапамогай слоў, якія з даўніх часоў для народа мелі сваю няведаную сілу, напрыклад: *Куды ноч, туды і сон* – “гаворыцца, калі каму-н. прысніцца нядобры сон, як пажаданне забыцца пра яго” [1, с. 212].

Адной з асноўных ментальных асаблівасцей беларускага народа з’яўляецца яго добразычлівасць. Для беларуса вельмі важна мець добрыя адносіны са сваімі суседзямі, што сцвярджае наступная прыказка: *Добра, як сусед блізкі і пералаз нізкі* – “жартаўлівае, добразычлівае выказванне пра добрага суседа” [1, с. 133]. Добразычлівасць у першую чаргу праяўляецца ў маўленчых зносінах, што адлюстравана ў такіх прыказках, як: *Ласкавае слова што дзень ясны (вясновы)* – “пра добрае ўражанне ад пачутага ласкавага слова” [1, с. 216], *Не дораг абед, а дораг прывет* “ласкавыя, добразычлівыя адносіны да каго-н. прыемнейшыя, лепшыя за пачастунак” [1, с. 268], *Добрае слова і кату (кошцы) прыемнае* – “ужываецца як ацэнка слухнай спагадлівасці, чуласці да іншых людзей” [1, с. 131], *Панскае вока каня тучыць (гадае)* – “ласкавае слова, добрыя адносіны да каго-н. дапамагаюць у справе” [1, с. 311], *Пры добрым падыходзе і кот гарчыцу есць* – “пры добрым падыходзе да каго-н., уменні дагадзіць яму, выклікаць яго прыхільнасць да сябе можна мець значны поспех, дабіцца шмат чаго” [1, с. 327].

Добры чалавек у беларусаў сціплы: *Добраму чалавеку добра і ў запечку, а благой благаце дрэнна і на куце* “гаворыцца пра добрага, памяркоўнага чалавека” [1, с. 132].

Яшчэ адной характэрнай асаблівасцю беларускага менталітэту з’яўляецца павага да законаў, законапаслухмянасць. Вытокі законапаслухмянасці і прававой культуры беларусаў ідуць у глыбіню стагоддзяў і больш блізкія нам часы Вялікага Княства Літоўскага. Напрыклад, у 16 ст. у статуце Вялікага Княства Літоўскага былі вызначаны меры па ахове баброў, так нарадзілася прыказка *Калі заб’еш бабра, то не будзе табе дабра* – “з глыбіні гісторыі ў нашага народа вызначаюцца адносіны да гэтага звярка паводле прыказкі: “Калі заб’еш бабра, то не будзеш мець дабра!” (А. Карпюк. След на зямлі) [1, с. 186].

Справядлівасць у менталітэце беларуса мае сваю, асабістую значнасць. Наш народ увесь час свайго існавання вядзе барацьбу за справядлівасць, што пакінула сваю памяць і ў беларускіх парэміях: *Не за то воўка б’юць, што ён шэры, а за то, што авечку з’еў* – “каго-н. караюць за яго злачынства, а не за якія-н. неістотныя якасці” [1, с. 268], *Адальюцца воўку авечыя слёзкі* – “крыўдзіцель паплаціцца за прычыненыя каму-н. зло, крыўду” [1, с. 38], *Колькі вярвачы не віцца, а канцу быць (канец будзе)* – “нядобрыя ўчынкі, несамавітыя справы, колькі яны б не працягваліся, стануць вядомымі, будуць мець канец. Гаворыцца з упэўненасцю, што дрэнным справам, учынкам прыйдзе канец” [1, с. 204].

Беларусы вераць, што зло заўсёды вяртаецца да таго чалавека, які ім жа і карыстаецца: *Цягаў (цягнуў) воўк, пацягнулі і ваўка* – “прышоў час адплаты каму-н. за прычыненае ім зло” [1, с. 422]. Для беларускага народа не характэрна выкарыстоўваць фізічную сілу. У дачыненні да нядобрага чалавека, які сваімі паводзінамі прыносіць непрыемнасці іншым, у беларуса ёсць прыказка-праклён: *Каб такіх часта сеялі, ды рэдка ўзыходзілі* – “зламысны праклён у дачыненні да нядобрага, шкоднага чалавека” [1, с. 181].

Яшчэ адной адметнай рысай нашага народу з’яўляецца цярымасць: *Любіў добрае, палюбі і злое* – “ужываецца як павучанне цярыліва пераносіць нечаканыя непрыемнасці” [1, с. 226]. Цярымасць народа выражаецца ў непатрабавальнасці. Беларус у некаторых абставінах можа быць задаволены тым, што ёсць, што сцвярджае наступная прыказка: *На бязлюддзі і поп чалавек*

– “калі няма каго лепшага, то і той, хто ёсць, лічыцца добрым” [1, с. 242].

Вельмі трапяткія адносіны ў нашага народа да роднага краю: *Усюды добра, а дома лепей* – “пра замілаванне да роднага краю” [1, с. 389].

Такім чынам, парэміі, якія характарызуюць дабро і зло, выяўляюць характэрныя для беларускага народа ментальныя асаблівасці. Трэба адзначыць, што ў беларускай мове пераважаюць па колькасці парэміі, якія характарызуюць дабро. Гэта звязана з жыццёстойкасцю нашага народа, яго практычнасцю, працавітасцю, цяроплінасцю, схільнасцю да ўнутранага псіхалагічнага аналізу, што дапамагае аптымістычна ўспрымаць жыццё.

У парэміях пра дабро і зло зафіксавана культурная інфармацыя аб тым, што беларус цэніць такія каштоўнасці і яму ўласцівы такія рысы, як: аптымізм, любоў да роднага краю, да зямлі, гаспадаркі, разважлівасць, асцярожнасць, працавітасць. Ён цэніць тое, што мае, асаблівая павага і ўвага да сям’і, добрых адносін у ёй, да суседзяў сваіх, да ўсіх людзей. Беларус – добры хрысціянін, які аддае перавагу духоўнаму перад матэрыяльным. Некаторыя рысы і язычніцкай веры праяўляюцца ў беларускім характары. Людзі вераць, што ёсць час, калі не трэба казаць нешта благое, бо яно можа здзейсніцца, вераць у розныя забабоны. Аднымі з асноўных ментальных асаблівасцей беларускага народа з’яўляецца яго добразычлівасць (добразычлівасць у адносінах, добразычлівасць у маўленчай дзейнасці, добразычлівасць у справе, дапамозе), цяроплінасць (цяроплінасць да таго, што ёсць, цяроплінасць да тых, з кім побач) і справядлівасць (справядлівасць у словах, у справе, у адносінах).

### **Літаратура**

1. Лепешаў І. Я. Слоўнік беларускіх прыказак / І. Я. Лепешаў, А. М. Якалцэвіч. – Мінск: Беларуская навука, 2002. – 511 с.

### **Анотацыя**

**З. В. Шведова, Л. В. Поплавная. Культурная інфармацыя паремій, якія характарызуюць дабро і зло**

*В статье на материале текстов белорусских паремий о добре и зле и комментария к ним выявляются такие преобладающие особенности национального характера, как терпимость, доброжелательность, справедливость, оптимизм, вера в будущее, трудолюбие, рассудительность и др.*

**Ключевые слова:** паремия, добро, зло, белорус, характер, менталитет, история, культура.

### **Анотацыя**

**З. В. Шведова, Л. В. Поплавна. Культурна інфармацыя паремій, які характарызуюць дабро і зло**

*У статті на матеріалі текстів білоруських паремій про добро і зло й коментаря до них виявлено такі домінуючі особливості національного характеру, як терпимість, доброзичливість, справедливість, оптимізм, віра в майбутнє, працьовитість, розсудливість тощо.*

**Ключові слова:** паремія, добро, зло, білорус, характер, менталітет, історія, культура.

### **Abstract**

**Z. V. Shvedova, L. V. Poplavnaya. Culture Information of Bywords which Characterize the Good and Evil**

*The article deals with Belarusian bywords (proverbs, proverbial expressions, sayings, etc) as semiotic phenomena of the language which, on the one hand, are characterized by some paradigmatic features and some syntactical structure; on the other hand, they are micro texts representing different speech genres. The language has been considered as the cultural code of the nation with the help of which we penetrate into the mentality of the nation. The linguoculturological aspect of Belorussian bywords has been studied. Such prevailing features of the national character as tolerance, benevolence, kindness, justice, optimism, faith in the better future, diligence, prudence, etc. have been singled out on the basis of the language phenomena which reveal national culture. Linguocultural value of Belarusian proverbs and sayings has been established.*

**Key words:** proverbs, good, bad, Belarusian, character, mentality, history, culture.

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СОЦІОЛІНГВІСТИКИ ТА ОНОМАСТИКИ

Л. М. Бражник  
(Горловка)

УДК 801.6:81'373.231:82

## “ОНИМНЫЙ КОД” ПОЭЗИИ Н. ГУМИЛЁВА

Мысль о многоплановой природе имени и о разных подходах к ее постижению с позиций номинализма или же реализма В. Н. Топоров в статье “Имя как фактор культуры” поясняет так: “Во всех сферах духовной жизни человека – религиозной, провиденциально-профетической, спекулятивно-философской, художественно-эстетической, социально-общественной – роль имени не только велика, но по-особому отмечена. И то, что поддается учету и пересказу, образует лишь поверхностный слой той тайны, которая связана с именем. Но даже прикосновение к этому слою намекает и на глубину этой тайны, и на ту силу, которая от нее неотделима” [9, с. 380]. Такая таинственность природы имени, утверждает Топоров, дает возможность действовать по отношению к нему в двух направлениях. Имя может быть низведено “до роли конвенционального и ничем кроме этой конвенции не мотивированного знака”, но оно может быть и возведено “на тот уровень, где оно выступает как носитель высшего смысла и в этом отношении (как в религиозных откровениях или поэзии) тяготеет к абсолютной мотивированности” [9, с. 381–382]. Творчество Н. Гумилёва служит тому подтверждением. Мир его собственных имен, фантастически богатый, разнообразный, полный неожиданностей, до сих пор остается практически неизученным. Так, среди работ, посвященных исследованию наследия поэта, следует отметить публикацию И. В. Алонцевой, рассматривающей образ Италии в лирике Н. С. Гумилева через призму итальянских антропонимов, и диссертацию Е. Ю. Раскиной, в которой она вполне обоснованно называет Гумилёва “поэтом сакральной географии” [1; 6]. Библиографической редкостью стала монография Ю. В. Зобнина “Н. Гумилев – поэт Православия”. Автор книги (историк русской литературы XIX–XX веков) утверждает:

– Гумилев занимает исключительное место в русской культуре XX века, поскольку его биография резко выделяется среди прочих писательских судеб некоторыми, импонирующими современному читателю, чертами;

– Гумилев занимает исключительное место в русской культуре XX века, поскольку является непревзойденным мастером стиха, выразившим в возможной полноте специфические особенности новейшего российского поэтического языка;

– Гумилев занимает исключительное место в русской культуре XX века, поскольку его тематика (прежде всего, экзотического толка) не имеет аналогов в современном русском искусстве;

– Гумилев занимает исключительное место в русской культуре XX века, поскольку его поэтическое мировоззрение содержит элементы, отсутствующие или слабо выраженные в русском искусстве нашей эпохи, но жизненно необходимые для позитивного самосознания читателя” [4].

Таким образом, одной из актуальных и нерешенных задач русской ономастики является изучение собственных имён в идиостиле Н. Гумилёва.

Цель предлагаемой публикации заключается в раскрытии “онимного кода” стихотворения “Юдифь” Н. Гумилёва. Для достижения поставленной цели ставятся и решаются следующие задачи:

- определить дополнительные созначения имен собственных;
- охарактеризовать литературный подтекст стихотворения.

Анализ поэтических текстов Николая Степановича показал, что в их семантическую структуру входит значительный пласт проприальной лексики, представляющей собой “онимный код” (термин предложен Ю. А. Рыловым). Вслед за Ю. А. Рыловым, целесообразно применение этого термина, так как онимы служат для воплощения авторских замыслов, то есть приобретают свойства, которыми не обладают в обыденном дискурсе [7, с. 100].

В своем творчестве Н. Гумилёв обращался ко многим видам собственных имен. Их функциональная значимость у поэта подтверждена тем, что они вынесены в заглавие. По мнению И. В. Арнольд, “имя в заглавии – квинтэссенция идеи произведения, оно играет существенную роль в раскрытии иерархии выраженных в произведении образов и идей” [2, с. 40].

“Онимный код” произведения Н. С. Гумилёва понимается нами как читательское восприятие стихотворного текста через совокупность всей проприальной лексики, наполненной прямыми и переносными смыслами.

Обилие имен собственных в лирике Н. С. Гумилёва позволяет предположить, что они являются доминантами его творчества. Именно они определяют то, как мы воспринимаем поэтический текст. Так, в “Юдифи” присутствуют четыре антропонима, которые являются библейскими: “Какой мудрейшею из мудрых пифий / Поведан будет нам нелицемерный / Рассказ об иудеянке **Юдифи**, / О вавилонянце **Олоферне**? / Введь много дней томилась **Иудея**, / Опалена горячими ветрами, / Ни спорить, ни покорствоват не смея, / Пред красными, как зарево, шатрами. / Сатрап был мощен и прекрасен телом, / Был голос у него, как гул сраженья, / И все же девишкой не овладело / Томительное головокруженье. / Но, верно, в час блаженный и проклятый, / Когда, как омут, приняло их ложе, / Поднялся ассирийский бык крылатый, / Так странно с ангелом любви несхожий. / Иль может быть, в дыму камильниц рея / И вскрикивая в грохоте тимпана, / Из мрака будущего **Саломея** / Кичилась головой **Иоканаан**” [3].

Стихотворение написано в 1914 году. В это время началась война. Н. Гумилёв, имевший все права, как “белобилетчик”, решил во что бы то ни стало идти на фронт [5, с. 94]. Сергей Маковский в своих воспоминаниях пишет: “Муза Гумилёва нашла себя в “военных” стихах. Здесь прямая, простая и напряженная мужественность поэта создала себе самое достойное и подходящее выражение. Война, как *серьезное*, строгое и святое дело, в котором вся сила отдельной души, вся ценность напряженной человеческой воли открывается перед лицом смерти. Глубоко религиозное чувство сопутствует поэту при исполнении воинского долга” [5, с. 51]. Искание образов и форм, по своей силе и яркости соответствующих его мироощущению, влечёт Николая Степановича к библейской теме.

Так, **Юдифь**, или **Иудифь** – персонаж ветхозаветной второканонической “Книги Юдифи”. Иудейская героиня, патриотка и символ борьбы иудеев против их угнетателей в древности на Ближнем Востоке. Она “красива видом и весьма привлекательна взором” (Иудифь. 8:7). После того, как войска ассирийцев осадили её родной город, **Юдифь** нарядилась и отправилась в лагерь врагов, где привлекла внимание полководца **Олоферна**. Когда он напился и заснул, она отрубила ему голову, и принесла её в родной город, который таким образом оказался спасен. Библейская энциклопедия архимандрита Никифора считает датой этого подвига 589 год до н. э. [10].

**Саломея** (5 год или 14 год – между 62 и 71) – иудейская царевна, дочь Иродиады и Ирода Боэта, падчерица Ирода Антипы; впоследствии царица Халкиды и Малой Армении. Один из персонажей Нового Завета (однако там она упомянута лишь как дочь Иродиады Мф.14:6). Библейская легенда гласит: “После Крещения Господня святой Иоанн Креститель был заключен в темницу Иродом Антипой, правителем Галилеи. Пророк Божий открыто обличал Ирода в том, что тот сожительствовал с Иродиадой, женой своего брата Филиппа. В день своего рождения Ирод устроил пир. Дочь Иродиады – **Саломея** плясала перед гостями и угодила имениннику. В благодарность девице, он пообещал дать все, что она захочет, даже половину своего царства. По совету матери, **Саломея** попросила у Ирода в награду принести ей на блюде голову святого. **Иоанну Крестителю** тут же отрубили голову и принесли **Саломее**. Божий гнев обрушился на тех, кто решился погубить пророка” [8].

Проведенный анализ поэтического текста показал, что имена собственные действительно являются его смыслообразующими элементами, так как от степени их “узнаваемости” зависит понимание содержания и соответственно формирование у читателя литературного подтекста. Для выражения своего настроения автор вводит семантическую группу “библейских антропонимов” – **Юдифь**, **Саломея**, **Олоферн**, **Иоканаан**. Она приобретает у Н. Гумилёва ведущее положение. Перечисленные онимы вводят в стихотворение четыре коннотации, раскрывающие содержание всего произведения.

Взгляд на войну у Гумилёва особый, глубоко лирический и потому независимый от идеологических шаблонов. Картина, которую рисует гумилевское стихотворение, напоминает композиционное построение, линии которого сходятся в точке, расположенной в имени **Юдифь**. В нём у поэта синтезированы два образа – “Россия” и “война”. Литературный подтекст их следующий: Россия – это не воюющая империя, а навеки данное Отечество, территории, населению и культуре которого угрожает интервенция. Война – это фатальная необходимость, в которой Россия объявлялась “заступницей”, бескорыстно защищающей суверенитет славянских народов. Россия, поднимавшаяся как один человек, отразит дерзкий натиск врага.

Философия стиха раскрывается от строфы к строфе постепенно, по мере проникновения взгляда читателя в содержание имен собственных. Их автор наделяет дополнительными значениями. Так, оним *Олоферн* реализует в строках произведения две коннотации: одна – “враг”, другая – “вероломство немцев”. Далее библейский антропоним *Саломея* отсылает нас к образу Германии – зачинщицы мировой смуты, объявившей войну не раз спасавшей её России. Одновременно с этим значением в имени формируется ещё один оценочный компонент – “война, как угроза”. Таким образом, *Саломея* у Н. Гумилёва становится прототипом “агрессии”, “жестокости” и “смерти”. И, наконец, заключительная строка, исходная точка – оним *Иоканаан*, завершающий стихотворение и синтезирующий в своей структуре две коннотемы: первая – “русский народ, судьба которого неизвестна” и вторая – “трагизм”.

В заключении попытаемся на основе всего сказанного охарактеризовать “онимный код” прочитанного. Так, поэтическое мастерство Гумилёва позволяет нам с помощью семантической группы “библейских антропонимов” понять два основных аспекта “войны”: война, как призыв и фатальная необходимость, и война, как угроза, жестокость и смерть. Однако в стихотворении отсутствует законченная мировоззренческая концепция, и оно (стихотворение) имеет открытый финал: поставленный в последних строках с помощью проприальной лексики вопрос “Кто будет победителем в этой войне?” остается открытым, несмотря на то что антропоним *Иоканаан* напоминает нам о глубинной связи всех представших нам образов с центральным онимом *Юдифь*. Так в сложной образной системе литературных собственных имен отражены духовные искания Н. Гумилёва: фатальная необходимость ведет человека к опасности или гибели (война), и в то же время в самой фатальной необходимости (в страданиях, смерти) скрыта необходимость некоего исхода. Отсюда сложное, неоднозначное, противоречивое восприятие рассмотренного произведения.

Практическая значимость работы заключается в том, что ее материалы и выводы могут быть использованы в обобщающих исследованиях по поэтической ономастике серебряного века, а также в ходе чтения спецкурсов по литературной ономастике.

### Литература

1. Алонцева И. В. Поэтонимастическое пространство “итальянского текста” Н. С. Гумилева... / И. В. Алонцева // Вестник Ставропольского государственного университета. – 2008. – № 54. – С. 73–79.
2. Арнольд И. В. Основы научных исследований в лингвистике : учеб. пособие / Ирина Владимировна Арнольд. – М. : Высш. шк., 1991. – 140 с.
3. Гумилев Н. С. Стихотворения и поэмы / Николай Степанович Гумилёв. – М. : Современник, 1989. – 447 с.
4. Зобнин Ю. В. Николай Гумилев – поэт Православия [Электронный ресурс] / Ю. В. Зобнин. – Режим доступа к работе: [[http://palomnic.org/bibl\\_lit/obzor/gumilev](http://palomnic.org/bibl_lit/obzor/gumilev)].
5. Крейд В. П. Гумилёв в воспоминаниях современников / Вадим Прокофьевич Крейд. – М. : Вся Москва, 1990. – 315 с.
6. Раскина Е. Ю. Геософские аспекты творчества Н. С. Гумилева [Электронный ресурс] / Е. Ю. Раскина. – Режим доступа к работе: [<http://www.dissercat.com/content/geosofskie-aspekty-tvorchestva-ns-gumileva#ixzz2LqRZs39X>].
7. Рылов Ю. А. Антропонимический код в художественном дискурсе // Системные и дискурсивные свойства испанских антропонимов: монография / Ю. А. Рылов. – Воронеж : ВГУ, 2010. – 150 с.
8. Саломея : Википедия – свободная энциклопедия / [Электронный ресурс]. – Режим доступа к работе: [<http://ru.wikipedia.org/wiki/Саломея>].
9. Топоров В. Н. Имя как фактор культуры / Владимир Николаевич Топоров // Исследования по этимологии и семантике. – М., 2004. – Т. 1. – С. 380–383.
10. Юдифь : Википедия – свободная энциклопедия / [Электронный ресурс]. – Режим доступа к работе: [<http://ru.wikipedia.org/wiki/Юдифь>].

### Аннотация

**Л. М. Бражник. “Онимный код” поэзии Н. Гумилёва**

Статья посвящена раскрытию “онимного кода” поэзии Н. Гумилёва, который представлен сложной образной системой собственных имен, наполненных прямыми и переносными смыслами, отражающими духовные искания поэта.



**Ключевые слова:** “онимный код”, коннотации, коннотема, библейский оним.

#### Анотація

**Л. М. Бражнік.** “Онімний код” поезії М. Гумільова

Статтю присвячено розкриттю “онімного коду” поезії М. Гумільова, репрезентованого складною образною системою власних імен, що мають прямі та переносні значення й відбивають духовні шукання поета.

**Ключові слова:** “онімний код”, конотації, конотема, біблейський онім.

#### Abstract

**L. Brazhnik.** “The Onyms code” in N. Humilyov’s Poetry

The article focuses on the linguistic analysis of “the onyms code” in “Judif” by N. Humilyov. Some additional connotations of the proper names of the poetic text have been identified; the types of implication observed in the poem have been singled out and characterized. The semantic group of the Bible anthroponyms: Judif, Salomea, Olofern, Jokanaan, introduced by the poet, has been described. The four mentioned onyms in the poem have the following connotations: “Russia”, “Germany”, “war”, “death”, “the Russian people”, “tragedy”. They emphasize two main aspects of the war: the war, as a call and a fatal necessity, and the war, as a threat, violence and death. The fatal necessity leads a person to danger or death, and at the same time a need for some outcome is hidden in it. It leads to a contradictory perception of the poem. It has been stated that the complex image system of the literary proper names reflects the inner world of the poet and reveals the peculiarities of the “Silver Age” poetry.

**Key words:** “the onyms code”, connotations, connoteme, biblical onyms.

**D. V. Vasylenko**  
(Horlivka)

УДК 81’37.811.111

#### THE CIVILIAN APPROPRIATION OF MILITARY VOCABULARY

In accordance with M. Foucault’s discourse theory, language is not a static bank of words but a dynamic repertoire of vocabulary, phrases, concepts, and context that includes the traditions, institutions, social practices, and symbolic systems in which it’s used [1]. Any specific discourse is inseparable from these features of a society.

Military vocabulary has become part of the English language over many years. This has been a normal process, since people tend naturally to draw upon experiences in one area of life in order to give fresh insight and understanding to experiences in another.

A lot of military words have established themselves quite firmly in people’s modern-day consciousness. American linguists, W. Glowka, R. Goodword, A. Wilson, admit the incredible productivity and flexibility of military vocabulary which has a great impact on the English language [2; 3; 10]. W. Silkett writes that “few specialized vocabularies have been as similarly borrowed, copied, and altered as has the military vocabulary” [7].

One may say that the use of militaristic language is harmless, and serves to make people’s communication more colorful and precise. What has concerned some linguists (G. Lakoff and M. Johnson) is patterns of metaphorical thinking at the metacognitive level [4]. They assert that in English-speaking society people conceive of “argument as war” as shown by a set of conceptual metaphors which may become part of people’s belief system. Linguistic research has proved the influence of language on people’s thinking patterns.

D. Smith has explored these ideas further and proved that the dominant theme of war emerges repeatedly: “Politics is war”, “Electoral reform is war”, “Improvement of the economy is a battle”, “Marketing is war”, “Environmental protection is a battle”, “Medical progress is a battle”, etc. [8].

Ch. Schaffner and A. Wenden assert that these metaphors are related to one another at an ideological level [6]. They conclude that the language of journalists and diplomats frequently represents ideological stances that accept and promote war as a legitimate way of regulating international relations and settling inter-group conflict; that language promotes values, sustains attitudes and encourages actions that create conditions that can lead to war; and that language itself creates the kind of enemy image

essential to provoking and maintaining hostility that can help justify war. The linguists write about the need for critical language education in *Language and Peace*.

Though many researchers cannot make any definite claims about the effects of militaristic language in public speech, they caution its frequent use saying that it might further the militaristic mindset of the American society.

*Some questions remain:* why militaristic vocabulary is frequently borrowed, whether it always has negative effects and whether it has possible good effects or be more effective in some discourse. It's worth questioning whether militarized language has any significant effects on American citizens, whether the public's appropriations of such terminology imply recognition of and resistance to the ideological manipulation at work in military discourse. *The guiding question of this inquiry is:* to what extent militarized vocabulary influences the way the English language is used and the effects of the language use on society. It is important to understand current changes in these spheres better in order to overcome the socio-linguistic barrier between the native culture of learners and the culture of the target language.

*The article aims* at studying the appropriation of military discourse into the public sphere and the infiltration of military terminology into specialized vocabularies. *The following questions have been considered:*

1. What sociolinguistic factors led to the spread of military lexicon in American English at the end of the 20<sup>th</sup> and the beginning of the 21<sup>st</sup> century?
2. What were the main sociofunctional groups of military lexical units?
3. Which core lexemes within military terminology became the bases of lexical innovations?
4. What military words were adopted by the public?
5. What spheres of social life were affected by the military lexicon impact most of all? What specialized vocabularies borrowed military terms?
6. How does the spread of military vocabulary affect the public? Is there any evidence of the militarization of public speech and the social realm that is ongoing on different levels?

Any language is a reflection of different social processes that influence the mentality of people who speak this language. It is always contextualized and situated within a given socio-cultural setting. To study the language changes it is necessary to investigate social, cultural and political situation in the country.

*This investigation is based on* authentic language data: samples of public discourse data (media) in which military lexical units can be found; discourse realizations of military vocabulary which acquire new meanings or, on the contrary, do not actualize their meanings described in the lexicographic sources. A representative sample of extracts from different kinds of text shows how military words and set expressions are used in public speech. It provides some data for the use in research and makes it possible to get a better understanding of the extent to which military terminology infiltrates the language of civilians [5; 9].

To analyze the collected data *the methods of semantic (contextual) analysis and sociolinguistic analysis* have been applied.

This sociolinguistic survey of war words focuses on the regional wars at the end of the 20<sup>th</sup> – the beginning of the 21<sup>st</sup> century. Several factors influence the civilian appropriation of military vocabulary. They are based on the following correlations: 1. “A human being – war”, 2. “A human being – weaponry”, 3. “A human being – military science”.

The correlation between certain extralinguistic and lexico-semantic processes has been established. Two main sociofunctional groups of military lexical units have been distinguished. They reveal: 1. The character, the participants, the aims and goals of the war; war operations and activities (*The War with Iraq 1991; 2003-10 – George Bush's Vietnam*); 2. The Revolution in military affairs and technological changes which have influenced military science (*high-tech weapons, smart weapons, brilliant weapons, precision-guided weaponry, stealth*).

Military core lexemes have been singled out, and the interaction of general lexicon and military terms has been revealed: *weapon* (before 900; ME (Middle English) *wepen*, OE (Old English) *wæpen*), *fight* (before 900; ME *fi(g)hten*, OE *fe(o)htan*), *fire* (before 900; ME; OE *fyr*); *war* (before 1150; ME, late OE *werre*), *kill* (1175-1225; ME *cullen*, *killen* – *to strike, beat, kill*; OE *cyllan*), *battle* (1250-1300; ME *bataile* < OF (Old French)), *defense* (1250-1300; ME < OF), *mine* (1275-1325 ME < MF (Middle French); *gun* (1300-1350; ME *gunne*, *gonne*); *grenade* (1525-1535; E (English) < F (French)), *bomb* (1580-1590; E < F), *missile* (1600-1610; E < L (Latin)).

Some military lexemes shift their meanings over time, as they are used in new circumstances. Despecialization of meaning is a common type of semantic shift: **bomb** – “an outstandingly good person or thing”; **barrage** – “information flow”; **frontfire** – “to achieve the expected result”; **kill** – “destroy”; **stealth bathing suit** – “bathing suit whose cut and pattern are designed to hide flaws in the figure of the wearer”. Another common type of semantic shift is transspecialization. Some specialized vocabularies have borrowed a number of military terms:

computing: **logic bomb** = **logic time-bomb** – “an instruction secretly programmed into a computer, as an act of sabotage or fraud, that will cause the system to break down in specific circumstances”, **dictionary attack** – “an attempted illegal entry to a computer system that uses a dictionary headword list to generate possible passwords” (“I’m wondering where I can find good collections of dictionaries which can be used for dictionary attacks?” [security.stackexchange.com]);

business: **cross-firing** – “commercial fraud”, **Weapons of Mass Consumption** – (pun) < weapons of mass destruction;

politics: **ceasefire** – “conflict prolongation”, **Weapons of Mass Distraction** – “something which distracts a person’s mind from important events, **turf battle** – “a conflict or argument between rivals for control of something” (“Anna and Rohan were the perfect weapon of mass distraction always talking into the early hours of the morning” [urbandictionary.com]);

law: **freedom fighters** – “terrorists”, **artillery** – “criminals” (“The statement, “One man’s terrorist is another man’s freedom fighter,” has become a cliché” [ict.org.il/ResearchPublications]);

science and technology: **relativistic bomb** – “any of various objects or devices travelling in space that are held, because of their great speed, to be able to destroy anything in their path” (“Their most probable weapon would be a relativistic bomb, a projectile that strikes its target planet at close to the speed of light” [adrianberry.net/cataster]);

medicine: **smart bomb** – “drugs” (“Doctors have successfully dropped the first “smart bomb” on breast cancer, using a drug to deliver a toxic payload to tumor cells while leaving healthy ones alone” [nbcnews.com/id]).

Military lexemes with semantic shift express some negative connotation in specialized vocabularies, such as confrontation, aggression, conflict, disagreement, argument and others. Militaristic language has significant emotional appeal and it serves to highlight aspects of daily life as having a war-like character.

*Further detailed research* of the impact of warfare and military terminology on the English language is necessary for sociolinguistics which has become an increasingly important field of study, as language use symbolically represents fundamental dimensions of social behavior. Sociolinguistics brings together theory, description, and application in the study of language. The investigation of the linguistic resources will give the complete representation of the social background of the English language development, the non-linguistic factors that influence the language. It will help to identify different aspects connected with civilian adoption and manipulation of military lexicon.

### Bibliography

1. Foucault M. The Archeology of Knowledge / Michel Foucault. – Routledge Classics edition, 2002. – 275 p.
2. Glowka W. Among the New Words // American Speech, 2001-2006. – [en.wikipedia.org/wiki/Nuclear\_option].
3. Goodword R. How does War Affect the Way we Speak? – [alphadictionary.com/articles].
4. Lakoff G. and Johnson M. Metaphors We Live by / George Lakoff and Mark Johnson. – University of Chicago Press : Chicago, 2003. – 276 p.
5. New Words [Hargraves O.]. – Oxford University Press, 2004. – 320 p.
6. Schaffner Chr. and Wenden A. Language and Peace, Dartmouth Publishing Company, 1995. – [chass.utoronto.ca/~cpercyc/cours].
7. Silkett, Wayne A. Words of War. Military Affairs 49.1 (1985): 13-16. – [chass.utoronto.ca/~cpercyc/cours].
8. Smith D. Peace Magazine July-August, 1997. – P. 14.
9. The Oxford Dictionary of New Words [Knowles E., Elliott J.]. – Oxford, New York, Oxford University Press, 1997. – 357 p.
10. Wilson A. Military Terminology and the English Language, 2008. – [chass.utoronto.ca/~cpercyc/cours].

**Аннотация****Д. В. Василенко. Переход англоязычной военной лексики в общеупотребительный лексикон и профессиональные подязыки**

Статья посвящена исследованию военных лексических единиц современного английского языка, процессов их деспециализации (детерминологизации) и трансспециализации (транстерминологизации), их переходу в общеупотребительную лексику и профессиональные подязыки. В статье отмечается, что вследствие изменений их семантики образуются инновации, которые концентрируются вокруг лексем: *war, kill, bomb, gun* и передают пейоративные значения: агрессивные, неправомерные, наступательные, неожиданные действия, конфронтацию и конфликты. Выделяются сферы употребления военных лексем: бизнес, политика, медицина, закон и правопорядок. Определяются социолингвистические факторы, влияющие на процессы адаптации военной лексики.

**Ключевые слова:** военные термины, общеупотребительная лексика, специальная лексика, ядерные лексемы, социолингвистические факторы.

**Анотація****Д. В. Василенко. Перехід англомовної військової лексики до загальноживаного лексикону та професійних підмов**

Статтю присвячено дослідженню військових лексичних одиниць сучасної англійської мови, процесів їх деспеціалізації (детермінологізації) та трансспеціалізації (транстермінологізації) і переходу до загальноживаної лексики та професійних підмов. У статті зазначено, що внаслідок змін їх семантики утворюються лінгвальні інновації, які концентруються навколо ключових лексем: *war, kill, bomb, gun* і передають пейоративні значення: агресивні, неправомірні, наступальні, несподівані дії, конфронтацію і конфлікти. Виокремлено сфери вживання військових лексем: бізнес, політика, медицина, закон та правопорядок. Визначено соціолінгвістичні чинники, що впливають на процеси адаптації військової лексики.

**Ключові слова:** військові терміни, загальноживана лексика, спеціальна лексика, ядерні лексеми, соціолінгвістичні чинники.

**Abstract****D. V. Vasylenko. The Civilian Appropriation of Military Vocabulary**

The article is dedicated to the problem of English war terms transition to the general lexicon and some specialized vocabularies. It has been stated that military terminology serves to perform linguistic and social functions: it names new objects and reflects new notions, fosters the communication process, and gives a particular ideological spin to wartime news reports. The data examined have proved the interrelation between social and linguistic phenomena, the changes which take place in the society and the language and their interdependence. The survey discloses the peculiarities of English military lexicon as a dynamic system, the development of the English military vocabulary under the influence of certain sociolinguistic factors: the character and the aims of military conflicts; the Revolution in military affairs and technological changes which have influenced military science. Three main sociofunctional groups of military lexical units have been distinguished. The core lexemes within military terminology which have become the bases of lexical innovations have been singled out. Some spheres of social life and specialized vocabularies affected by the military lexicon have been identified.

**Key words:** military terms, general lexicon, specialized vocabularies, sociolinguistic factors, civilian adoption and manipulation of military lexicon.

**О. А. Донцова  
(Пятигорск, Россия)**

УДК 81'373.45

**ПОЛИЯЗЫЧНОСТЬ ЭРГОНИМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА ЛОНДОНА  
КАК ОТРАЖЕНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СИТУАЦИИ**

Глобализация, охватившая все области человеческой жизнедеятельности, породила немало проблем, среди которых важными для лингвистики, политики и социальной психологии отмечаются следующие: отношение к новому, отношение к чужому и отношение к якобы утрате самобытности. В этой связи значимой как в теоретическом, так и практическом планах является

задача распознавания действительно чужеродного языкового материала, не способствующего успешной коммуникации, а также единиц, органично входящих в иную систему, становящихся её неотъемлемой частью. Совершенно очевидно, что в контексте общего коммуникативного пространства единицы второго типа имеют большую ценность и соответственно – большой прагматический потенциал.

Общепризнанным является тот факт, что английский язык, вернее, его американский вариант, проник во все сферы общения людей, родными языками которых являются не только не германские, но даже и не индоевропейские языки. Английские слова используются повсеместно: от компьютерных технологий и экономики до бытового общения, освоившего английские междометия, типа “*Вуу*”, другие эмотивные слова. Наряду с этим всё большее количество людей активно использует также и французские, испанские, японские, арабские слова и выражения. Они проникают в языковое пространство посредством научных, культурных и торговых контактов, служат именами новых предметов, устройств, действий. Многие из них выступают в виде вывесок над объектами торговли и услуг, предприятиями, образуя вкупе с вывесками на родном языке причудливый “текст” языка улицы.

Однако и в англоговорящих странах в эргонимике осуществляется активная ассимиляция чужих слов. И в этом смысле эргонимика, ранее считавшаяся периферийной областью ономастики, в связи с динамичностью изменений приобретает черты онимов, приближенных к ядру ономастического поля. Немаловажную роль здесь играет процесс трансномизации, т.е. переход имён собственных из одного разряда в другой: эргонимика обогащается иноязычными антропонимами, этнонимами, топонимами, хрематонимами.

Проблемы эргонимики не являются новыми. Исследовались структурные и семантические особенности эргонимов [6; 14; 15], эргонимы-бренды [17], системы эргонимов отдельных городов: Иваново [3], Луганска [5], Мариуполя [10], Одессы [4], Киева [16], Новосибирска [8]. Были освещены социально-функциональные [5], коммуникативно-прагматические [8] и лингвострановедческие аспекты [1; 15] эргонимов. Однако полиязычность и заимствования в эргонимике рассматривались лишь фрагментарно [1; 2; 9; 13]. Так, были затронуты вопросы использования в русской эргонимике английских лексем [9], экзотизмов [2]; описаны варваризмы в эргонимике Грозного [13]. При этом проблемы связи социальной структуры общества исследуемого пространства, с акцентом на его национальные компоненты, и разноязыких секторов эргонимики города или страны не были сформулированы.

*В данной статье выдвигается гипотеза* о том, что социокультурный и этно-национальный параметры общества, в нашем случае – население Лондона – имеют некоторую связь, но при этом она не является однозначной, поскольку наличие некоторого количества жителей, говорящих на каком-то иностранном языке, не всегда напрямую отражается в его эргонимике. Здесь оказываются задействованными так называемые “престижность языка” и “языковая приверженность”, а также чисто экономические составляющие, к числу которых, в первую очередь, относится бренд (его происхождение, подача на языке-источнике). Немаловажными факторами в использовании иноязычных лексем являются также стереотипные представления о национальных культурах и языках. Например, о педантичности немцев, музыкальности итальянцев, их манере одеваться, кухне, представления об одежде и кухне французской, японской, тайской, индийской и т.п. Именно в этих направлениях множится число иноязычных эргонимов.

*Целью данной статьи является* презентация результатов проведенного исследования полиязычного эргонимического пространства Лондона, особым образом отражающего социокультурную и языковую ситуации. Будучи по природе англоязычным городом, Лондон “вбирает” в себя иные языки, иные культуры, отнюдь не испытывая к ним враждебного отношения. В эргонимике Лондона нами отмечены многочисленные заимствования, по крайней мере, из 14 языков, они составляют 17% от общего числа эргонимических номинаций. Соответственно, 83% лондонских вывесок исполнены на английском языке. Подчеркнем, что иноязычные вкрапления в британскую эргонимику интересуют нас в первую очередь как маркеры чужой культуры и как носители новых интегрированных в англоязычный дискурс социокультурных смыслов.

Эргонимы – специфические ономастические единицы, имена социальных объединений людей [11], которые используются как фирменные имена, или рекламные названия, – магазинов, кафе, ресторанов, клубов, свадебных салонов и салонов красоты, фитнес-центров

и т.п. С одной стороны, звучание и семантика эргонима подчиняются общепринятым нормам именования гастрономов, бакалей, галантерейных магазинов и т.п., создаются в соответствии с социальными и языковыми стереотипами. С другой, – эти виды онимов не могут не быть оригинальными, привлекающими к себе внимание, иначе не достигается сочетание базовых функций эргонимики – номинативной и прагматической, или функций информирования о предлагаемой услуге и так называемой аттрактивной функции.

Одним из способов создания оригинальности и аттрактивности эргонима является использование лексемы из другого языка. Таким образом, иноязычный эргоним служит как “визитной карточкой” своей страны, культуры, языка, так и выгодно выделяется на фоне местного моноязычия, тем самым повышается прагматический потенциал чужого имени и фирмы, стоящей за ним. (Вспомним недавнее советское прошлое, когда под фирменными вещами понимались исключительно товары зарубежного производства, т.е. фирма мыслилась как “не наша, чужая, на другом языке”).

Предварим презентацию результатов исследования многоязычия лондонской эргонимики утверждением о том, что доля заимствований из того или иного языка не находится в непосредственной прямой зависимости с его статусом в контексте языковой ситуации города, социологи дают несколько иные цифры. Примечательно, что официальные источники (в том числе Office for National Statistics Великобритании) классифицируют данные о составе населения как этнический состав и соответственно говорят о расовой, а не национальной принадлежности [18]. Вместе с тем обнародованы данные, согласно которым из почти восьмимиллионного населения Лондона более 70% составляют англичане, валлийцы, шотландцы и ирландцы; 6,6% являются индусами, по 3% приходится на греков, ямайцев и пакистанцев (в целом в Великобритании индусов – 2% населения, пакистанцев – 1,3% [12, с.17]), по 2,5% – приходится на поляков и евреев, по 2% – ирландцев и бангладешцев, китайцев и нигерийцев – по 1,8%. Далее следуют – выходцы из Шри-Ланки, Бразилии, Филиппин и Колумбии – по 1,2%. На треть меньше, 0,8%, приходится на афганцев; итальянцев и турков всего по 0,6%, испанцев – 0,4%, японцев – 1%. Курды, русские, армяне и тайцы представлены 0,4% – 0,1% от общего числа населения столицы.

Как видим, национальный состав населения Лондона гораздо более разнородный, чем иноязычная представленность в эргонимике. Разнятся и “рейтинги” национальностей в картине населения и языков в эргонимике. Например, эргонимов на итальянском языке (в процентном отношении ко всему количеству эргонимов) 6 раз больше, чем итальянцев, живущих в Лондоне. Велики цифры эргонимов французских, испанских, немецких и японских, тогда как соответствующие национальности представлены в городе незначительно. В 10 раз меньше (по сравнению с количеством жителей) эргонимов на греческом и индийских (хинди) языках, польских эргонимов – в 7 раз меньше. Часто о наличии выходцев из какой-то страны в Лондоне можно судить исключительно по наличию вывесок, содержащих имена реалий иной страны или слова на языке другой страны.

Итак, в лондонской эргонимике есть заимствования из следующих языков (в порядке уменьшения доли в общем числе заимствований): итальянского языка (6,1%), французского (3,2%), японского (1,7%), немецкого (1,6%), испанского (1,4%), арабского (1,1%), латинского и хинди (по 0,6%), польского и греческого (по 0,3%). Отмечены единичные примеры из языков: китайского, русского, тайского и турецкого. Кроме того, часты использования прилагательных-имен национальностей или страны, типа: *Lebanese, Chinese, Japan, Tai* и др.

Итальянские слова присутствуют в составных названиях банков – *Banco Espirito Santo*, салонов красоты – *Spa Illuminata*, автосалонов – *Ravandi Trading Finance, Ancaster Fiat Authorised Dealer, Lamborghini London, Fiat*; кафе – *Nespresso Club, Chipotle, Piccola Italia, Costa*; ресторанов – *Ristorante Biagio, San Lorenzo, Ciros Pizza Pomodoro*. Самое большое разнообразие дают названия магазинов, включающие антропонимы, – *Campo Marzio Design, Yves Saint Laurent, Santa-Maria Novella, Salvatore Ferragamo, Sergio Rossi, Alberta Ferretti, Ermanno Scervino, Fratelli Rossetti, Gianni Versace, Roberto Cavalli, Emilio Pucci, Brunello Cucinelli, Jo Malone, Dolce and Gabbana, Adanami, Magaschoni, Fitriani, Missoni, Bulgari, Valentino, Ventilo, Ecco, Carpisa, La Perla, La Senza*.

Невзирая на стереотипное представление о нелюбви англичан к французам, французские эргонимы занимают вторую строчку в рейтинге иноязычных лексем. Названия французских автомобилей входят в состав имен крупных лондонских автосалонов – *Porsche Centre East*

London, Porsche Centre Mayfair; Renault London East, Citroën City, Renault. Французскими являются имена кафе и ресторанов – *Patisserie Valerie, Gaufre de Reveur, Le Pigalle Club, Mono Libanais, Richoux*; магазинов – *Louis Vuitton, Roger Vivier, Miu Miu, Chanel, Esprit, Haute Couture, Arije* и др.

Эргонимы испанского происхождения служат названиями нескольких кафе – *Cafe Rio, Cilantro, El Camino*, магазинов – *Sutor Antellass, Salsa, Lladro, Pandora, La Senza*. Полагаем, что в английском контексте при отсутствии перевода такие онимы могут терять свою коннотативную семантику.

Сектор японских эргонимов сопоставим с немецким, что свидетельствует о растущей роли японской культуры на Британских островах. Почти равными долями представлены японские автосалоны и кафе/рестораны – *Ancaster Nissan Authorised Dealer, Nissan Cars for Sale, Chiswick Honda, Mitsubishi Electric Vehicle Centre* (автосалоны), *Wassabi, Chisou, Itsu* (кафе), *Nozomi* (ресторан). Отмечены японский банк *Nomura*, салон красоты *Hikari Salon* и супермаркет *Arigato*.

Немецкие слова встречаются исключительно как брендовая часть онима-названия автосалона, например: *BMW Motorrad, Dulwich Audi, Lookers Volkswagen, Victoria Audi, V&F Monaco Motors Ltd Volkswagen*. Есть несколько немецких названий банков: *Santander, Deutsche Bank*.

Арабский язык используется в названиях кафе и ресторанов в центре Лондона – *Ganash Chocolatier, Cafe Zeynah, Layalina, Maroush* (последние два отмечены как ливанские – *Modern Lebanese menu*); есть банк *Riyad Bank* и магазин *Djula*. Больше количество арабских вывесок приходится на районы с компактным проживанием мусульманского населения.

Эргонимов на латинском языке и хинди приблизительно поровну на карте Лондона. Латинский язык традиционно используется в названиях, связанных с медициной и астрологией, – *Dermalogica* (салон красоты); *Venetia Studium, Aquarius* (магазины); язык хинди ассоциируется с индийскими тканями, одеждой – *Amrapali*, народной медициной – *Kimantra Urban Spa*.

Немногочисленные эргонимы на греческом и польском языках эксплуатируют антропонимы, причем как имена, так и фамилии: *Dionysos* и *Tezenis* (греч.), *Kruszynska, Swarovski* (польск.). Примеры из других языков связаны с устоявшимися стереотипными представлениями о других национальностях. Так, в названии русского кафе присутствует транслитерированное *Borshitch: Borshitch & Tears*, такое сочетание звучит весьма иронично. Эргонимы тайского и турецкого происхождения транспонируют топоним и этноним: *Patara* (кафе), *Turkiye Is Bankasi A S* (банк).

Анализ иноязычных лексем в английской эргонимике показал, что это преимущественно имена брендов, восходящие к антропонимам – именам создателей знаменитых фирм, иными словами, это прецедентные имена. Такого рода заимствования, как правило, не адаптируются к системе местного языка, иногда и системе письма, а функционируют “в первоизданном виде”, т. е. не транслитерируются или калькируются, а просто трансплантируются. По материалам исследований, трансплантации занимают сейчас первое место среди других заимствований [8, с. 28], доказывая толерантность к чужим культурам и языкам.

Выдвинутое в начале статьи предположение о неоднозначности взаимосвязи полиязычности эргонимики Лондона и его социокультурной и национальной структур подтверждено исследованием. Ни одна из наличествующих в населении национальностей, ни один язык не находится в отношении прямо-пропорциональной зависимости с языковыми долями в эргонимике. Тем не менее, полиязычность эргонимики складывается в условиях уникальной социокультурной ситуации Лондона, демонстрируя традиционное и современное отношение к чужим культурам, языкам, стремление быть точными в именовании объектов и услуг.

Полагаем, что для оценки ситуации “национальность – язык – эргоним” необходимо её рассмотрение по качественному и количественному параметрам в нескольких плоскостях, а именно: в плоскости этнических составляющих всего населения, в плоскости этнических составляющих бизнес-сообщества, в плоскости языковой приверженности.

Дальнейшее изучение полиязычности эргонимики возможно в плане разработки микроязыковых ситуаций по районам городов, а также определения типов заимствований, динамики развития их механизмов с учетом этнокультурной и конфессиональной составляющих исследуемого эргонимического пространства.

## Литература

1. Галиуллина Г. Р. Диалог культур в ономастическом пространстве современного полиэтнического города [Электронный ресурс] / Г. Р. Галиуллина. – Режим доступа к работе: <http://shelly.ksu.ru/e-ksu/docs/F776483807/%D3%C4%CA%20811%C2%C0%CA.pdf>.
2. Гусейнова Н. А. О функционировании экзотизмов в современной русской эргонимии / Н. А. Гусейнова // Вестник МГОУ. Сер. “Русская филология”. – № 2. – М.: МГОУ, 2012. – С. 24-29.
3. Емельянова М. В. Культурно-историческая тематика в названиях коммерческих организаций современного города Иваново / М. В. Емельянова // Вестник гуманитарного факультета ИГХТУ. – Вып. 2. – Иваново : Изд-во ИГХТУ, 2007. – С. 121–124.
4. Кутуза Н. В. Структурно-семантические модели эргонимов (на материале эргонимикона г. Одессы): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 “Украинский язык” / Н. В. Кутуза. – Одесса, 2003. – 18 с.
5. Лесовец Н.Н. Эргонимия г. Луганска: структурно-семантический и социально-функциональный аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 “Украинский язык” / Н. Н. Лесовец. – Луганск, 2007. – 18 с.
6. Микитина Е. Г. О становлении понятия и термина “эргоним” в ономастике / Е. Г. Микитина // Вісник Донецького університету. – Сер. 5: Гуманітарні науки. – Донецьк, 1999. – № 1. – С. 110–115.
7. Нестерова В. Л. Продуктивные способы образования эргонимов в англоязычном описании русской культуры / В. Л. Нестерова // Гуманитарная планета. – № 1. – СПб. : Санкт-Петербургский институт гуманитарного образования, 2009. – С. 24–29.
8. Носенко Н. В. Названия городских объектов Новосибирска: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 “Русский язык” / Н. В. Носенко. – Новосибирск, 2007. – 22 с.
9. Самсонова Е. С. Информационный потенциал иноязычных эргонимов / Е. С. Самсонова, О. Г. Щитова // Вестник ТПУ (TSPU Bulletin). – № 1 (116). – Томск: ТПУ, 2012. – С. 175–180.
10. Сидоренко Е. Н. Исторические предпосылки формирования эргонимикона города Мариуполя [Текст] / Е. Н. Сидоренко // Логос ономастики. – 2009. – №1 (3). – С. 48–52.
11. Суперанская А. В. Современный словарь личных имен: сравнение, происхождение, написание / Александра Васильевна Суперанская. – М. : Айрис-пресс, 2005. – 384 с.
12. Тишков В. А. Демократические институты в полиэтнических обществах / В. А. Тишков // Мировой политической Форум 2011 г. “Современное государство в эпоху социального многообразия”, Ярославль, 2011. – Режим доступа к работе: <http://valerytishkov.ru/engine/documents/document1585.pdf>.
13. Тураева А. Р. Развитие комплекса эргонимических номинаций в гор. Грозный / А. Р. Тураева // Молодая наука – 2011: материалы региональной межвузовской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. – Пятигорск: ПГЛУ, 2011. – Часть X. – С. 111–115.
14. Турута И. И. Семантико-функциональная характеристика современных эргонимов / И. И. Турута // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. Михайла Коцюбинського: Збірник наукових праць. – Серія: Філологія. 2003.– Вінниця : Вид-во Вінницького держ. пед. ун-ту, 2003. – Вип. 6. – С. 94–100.
15. Хібеба Н. Українські ергоніми в аспекті лінгвокраїнознавчих студій / Н. Хібеба // Теорія і практика викладання української мови як іноземної. – 2010. – Вип. 5. – С. 102–110.
16. Цілина М. М. Ергоніми м. Києва: структура, семантика, функціонування: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 “Українська мова” / М. М. Цілина. – К., 2006. – 23 с.
17. Danesi M. What’s in a Brand Name? A Note on the Onomastics of Brand Naming / M. Danesi // Names: A Journal of Onomastics. – Leeds : Maney Publishing, 2011. – Vol. 59, No. 3. – P. 175–185.
18. Ethnicity and National Identity in England and Wales 2011. – Режим доступа к работе: <http://www.ons.gov.uk/ons/rel/census/2011-census/key-statistics-for-local-authorities-in-england-and-wales/rpt-ethnicity.html>.

## Аннотація

**О. А. Донскова. Полиязычность эргонимического пространства Лондона как отражение социокультурной ситуации**

*В статье рассматривается полиязычное эргонимическое пространство Лондона,*



сложившееся в объективных условиях глобализации, а также отражающее субъективное отношение англоговорящего сообщества к иным языкам и культурам.

**Ключевые слова:** эргонимическое пространство, эргонимы, топонимы, антропонимы, полиязычие, социокультурная ситуация.

#### Анотація

**О. А. Донскова. Полімовність ергономічного простору Лондона як відбиття соціокультурної ситуації**

У статті розглянуто полімовний ергономічний простір Лондона, який склався в об'єктивних умовах глобалізації і відображає суб'єктивне ставлення англomовного суспільства до інших мов і культур.

**Ключові слова:** ергономічний простір, ергоніми, топоніми, антропоніми, полімовність, соціокультурна ситуація.

#### Abstract

**O. A. Donskova. Polylinguality of the Ergonymic Space of London as the Representation of the Socio-Cultural Situation**

The article deals with the polylingual ergonymic space of London formed under the objective globalization conditions alongside with the subjective attitude of the English-speaking community to different languages and cultures. The paper analyses ergonyms: the names of business associations, companies, firms, shops, restaurants, cafes and other organisations. Loanwords and their assimilation degree in the system of the language-recipient have been studied. The functions of diverse and inventive ergonyms that evoke in consumers appropriate connotations and associations have been singled out. It has been stated that a unique socio-cultural situation of London reveals both traditional and modern attitude to other people's cultures and languages, and the desire to be accurate in the naming of things and services. The influence of the extralinguistic factors on the development of the ergonymic lexicon has been described.

**Key words:** ergonymic space, ergonyms, toponyms, antroponyms, polylingual state, socio-cultural situation.

М. В. Жарикова  
(Горловка)

УДК 81'373.21

### ГЕТЕРОГЕННОСТЬ ЯЗЫКОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ПРОЦЕССЕ СОЗДАНИЯ ОЙКОНИМИИ ДОНБАССА

В русло приоритетных направлений украинской ономастики давно вошло изучение ойконимии Украины в плане синхронии и диахронии. В ее недрах сложилось несколько ономастических школ, одну из которых с 70-х годов прошлого века возглавляет профессор Е. С. Отин. Среди работ по топонимике особое место занимают диссертации, посвященные топонимии (в частности, ойконимии) разных регионов Украины: Д. Г. Бучко (Покутье), Н. М. Герета (Хмельниччина), И. С. Гонца (Черкасская область), М. Н. Торчинский (Подолье), С. Черняховская (Львовщина), А. В. Лысенко (Полтавская область), Ю. А. Абдула (Харьковщина) и др. Их исследования показывают, что между классами топонимических единиц имеют место различные взаимодействия номинационного и структурно-словообразовательного характера, благодаря которым осуществляется системная организация топонимии региона.

Несомненный интерес в этом плане представляет топонимия Донбасса. Значительный вклад в ее изучение внес Е. С. Отин, который в историко-этимологическом аспекте подробно проанализировал разноязычную гидронимию и ойконимию края. Ойконимии региона посвящена диссертация К. В. Першиной "Становление ойконимии позднего образования в условиях близкородственного двуязычия (на материале ойконимии юго-восточной Украины)", в которой исследованы номинационные и словообразовательные процессы, протекавшие в этой группе топонимов со 2-й половины XVIII в. до конца 70-х годов XX в. Обращается к ойконимии региона и Е. Н. Ткаченко, который анализирует процессы метонимии и аффиксальной деривации в ойконимии Слобожанщины. Однако до настоящего времени отсутствует систематическое описание гетерогенного языкового взаимодействия в процессе создания и функционирования

ойконимов Донецкого региона, представляющего значительный научно-теоретический и практический интерес.

*Актуальность темы данного исследования* обусловлена недостаточной изученностью характера ойконимообразующих номинационных процессов, происшедших в полилингвальных топонимных пространствах позднего происхождения в результате интенсивного заселения соответствующих им территорий неоднородным в языковом отношении этносом, а также особенностями протекания этих процессов в условиях разноуровневых взаимодействий и адаптаций.

*Цель статьи* – проанализировать ойконимию Донетчины и сопредельных с ней территорий с точки зрения её гетерогенности, определить следы межязыковых контактов в названиях региона и выяснить их происхождение.

Полилингвальная языковая основа ойконимии современного Донбасса обусловлена, с одной стороны, этнической неоднородностью населения, создававшего населенные пункты и названия для них, и, с другой стороны, гетерогенностью использовавшихся при этом производящих единиц, прежде всего топонимов и антропонимов. Ойконимную номинацию на данной территории в основном осуществляли восточные славяне (украинцы и русские), греки и немцы [1; 2], которые опирались на свой собственный номинационный опыт, приобретенный в рамках своего языка. Представители других национальностей, участвовавших в освоении территории края, сколько-нибудь заметного следа в ойконимии не оставили.

Восточные славяне – украинцы и русские – сыграли главную роль в создании ойконимикона территории. Они численно преобладали здесь на всем протяжении становления и развития ойконимии края. Так, по данным переписи населения Азовской губернии 1778 года, украинцы и русские составляли 80% всего населения (в числе других народов были греки, армяне, волохи, грузины, сербы, поляки, немцы, болгары, венгры, турки, татары, арнауты, молдаване) [12, с. 25]. Количественный перевес украинцев и русских сохранялся в регионе на протяжении всего XX века. Вследствие этого восточнославянский пласт в ойконимии Донбасса является основным и наиболее мощным.

Украинцы и русские, называя создававшиеся ими поселения, опирались на уже сложившиеся к тому времени на территориях раннего восточнославянского заселения принципы номинации селений. Одним из основных таких принципов является опора на местную географическую реальность [6, с. 56–58]. К началу массового заселения, связанного с созданием новых населённых пунктов, территория края была уже в определенной степени топонимно освоена. Кроме славянских, в ней насчитывается значительное количество единиц тюркского происхождения [11]. Многие из них становятся ойконимопроизводящими уже в XVIII в., например, *Бахмут*, *Бахмутовка*, *Бахмутская*, *Тор*, *Торец*, *Торская*, *Айдар*, и отражают гетерогенный языковой характер местной топонимии.

Вторым важнейшим принципом номинации селений в восточнославянской языковой среде является название по имени основателя селения или владельца окрестных земель. Как известно, восточнославянский антропонимикон, в силу исторических особенностей его формирования, также носит гетерогенный языковой характер [4, с. 83–157], вследствие чего и от антропонимная часть ойконимии территории неоднородна с точки зрения языковой (этимологической) отнесенности основ, например, *Юзовка* < *Юз*; *Депрерадовка* < *Депрерадович*; *Штеровка* < *Штерич*.

По представленности в русском и украинском языках восточнославянские лексические основы распределяются следующим образом: а) общие для обоих языков; б) собственно русские; в) собственно украинские.

На протяжении XVIII–XX вв. преобладающими являются основы первой группы; в конце 80-х годов XX в. они составляют 96 %. Объясняется это не только единством происхождения значительной части единиц лексического фонда украинского и русского языков в целом [8, с. 12], но и значительной общностью состава тех лексических групп, которые выступали непосредственным источником производящих слов при именовании селений: *Белая Гора* / *Біла Гора*, *Озеро* / *Озеро*, *Веселое* / *Веселе*, *Желтое* / *Жовте*, *Широкая Балка* / *Широка Балка*, *Березовка* / *Березівка*, *Липовка* / *Липівка*, *Грабово* / *Грабове*, *Бобровая* / *Боброва*, *Холодная* / *Холодна*, *Каменка* / *Кам'янка*, *Кременное* / *Кремінне*, *Черкасское* / *Черкаське*, *Зерновое* / *Зернове* и т. п.

Собственно русские лексические основы отражаются в ойконимии региона начиная с XVIII в.

Одна их часть попадает в ойконимию через посредство топонимии: *Боровская, Боровенька* (< р. *Боровая, р. Боровенька*), *Бирючья* (< р. *Бирючья*), *Осиновая* (< б. *Осиновая*), *Государев Боерак, Государево* (< боерак *Государев*), *Меловая* (< гора *Меловая*), другая – непосредственно из апеллятивной сферы: *Отрада* (< *отрада*), *Отрадное* (< *отрадний*), *Воеводовка* (< *воевода*), *Прелестное* (< *прелестний*). В середине XIX в. и в XX в. к ним добавляются основы производных форм личных имен (не исключено, что в составе производящих фамилий), характерных для русского языка, например, *Авдотьино, Авдотьи́на, Авдотьи́нский (Авдотья), Аринкина (Арина > Аринка), Надеждина (Надежда)*, а также фамилий с русскими основами – *Рубашкина, Андрушкин, Андриюшин, Гришино, Степино, Ермаково*.

Собственно украинские лексические основы начинают отражаться в ойконимии региона также с XVIII в. и тоже преимущественно через посредство топонимии: *Грузская* (< р. *Грузская*), *Скелеватая* (< б. *Скелеватая*), *Баштановская* (< *Баштан*) и антропонимии: *Спеваковка (Спеваковская), Хатная, Гаркавая* (ср. современные фамилии *Співаков, Хаткин, Новохатський, Гаркавий, Гаркавец*). В середине XIX в. к перечисленным названиям добавляются названия *Сухомлиновка, Дибривка, Лютикут, Очеретяна, Очеретоватое, Кохановка, Осокоровка, Межиричь, Червоновка*. Три последних ойконима в этом ряду можно квалифицировать как непосредственно отапеллятивные.

Возникновение названий, содержащих собственно русские и собственно украинские лексемы, обусловлено тем, что ойконимная номинация, как и топонимная номинация в целом, осуществляется в конкретной языковой среде носителями конкретного этнического языка (диалекта), которые используют сложившиеся в их языке средства и способы ойконимообразования.

Приведенные примеры свидетельствуют о наличии тенденции не заменять украинские основы русскими эквивалентами еще в XIX в.; эта тенденция будет способствовать развитию механизма транскрибирования названий, например, *Дибривка, Ясыновка, Ясыноватка, Ганновка, Межиричь*, который в XX в. станет одним из главных способов официальной передачи названий населенных пунктов в соответствующем языке [9]. Эти факты показывают, что в ойконимии, формирующейся в близкородственной двуязычной среде, также проявляет себя закон непереводимости географических названий.

В целом в ойконимии региона довольно много единиц, содержащих собственно русские лексические основы. Появление таких названий обусловлено целым рядом факторов:

1. Создание ойконима могло осуществляться в русской диалектной среде на базе лексем, свойственных только русскому языку, например, *с. Бирючье* < р. *Бирючья* < *бирюк* “волк”. (Ср: на сопредельной территории современной Луганской области: *Зимогорье* < *зимогор* “бродяга”, *с. Верхний Нагольчик* < р. *Нагольчик* < *Нагольный кряж* < *нагольный* “голый”).

2. Ойконимия региона формировалась в условиях тесного взаимодействия с эргонимией, и прежде всего с названиями шахт [5, с. 67]. Лексическая основа для названий шахт и других предприятий – русская, поскольку русский язык в промышленной (городской) части региона является ведущим [7, с. 36–37]. В официальном употреблении в названиях шахт допускается перевод, но русскоязычность городского населения, в том числе и работающих на конкретных предприятиях, способствует закреплению русскоязычных форм, на базе которых возникали ойконимы. В качестве примера можно привести появление в 30-е годы XX в. названий селений, содержащих основы прилагательных *южный, северный, западный, восточный*. В условиях русско-украинского двуязычия вполне закономерно стали использоваться украинские лексемы *південний, північний, західний, східний*.

3. Русские лексические основы входили в донецкую ойконимию при создании оценочных названий (2-я пол. XVIII–XIX вв.). Эта в значительной степени искусственно формировавшаяся группа ойконимов – результат целенаправленной деятельности той категории номинаторов, которая пользовалась русским языком. Ср.: *Убежище, Приют, Приятная Долина, Прелестное, Добрая Надежда, Желанное, Обильное, Отрадное, Забавное, Пригожее, Беззаботовка, Затишье*.

4. Ойконимотворческий процесс в советское время включал в себя обращение к общегосударственным идеологическим клише и символам, к общественно значимыми для своего времени концептам, которые были связаны с русскими лексемами – *Красное Знамя Труда, Заря Новой Жизни, Красный Пахарь, Победа, Красный Октябрь* и др. Такие русскоязычные ойконимы можно квалифицировать как номинационный отклик на определенные составляющие общегосударственного идеологического дискурса. Появление

же названий на базе соотносительных украинских лексем носит в первую очередь характер ономаσιологической аналогии: *Перемога, Перше Травня, Першотравневе, Червоний Жовтень, Промінь, Червоний Плугатар, Червоний Прапор, Червоная Диброва, Червоная Зирка, Червоная Украина, Червоное Государство, Червоноармейское, Червоногвардейское* и др. В 30-е годы XX в. функционировали только русскоязычные формы, с конца 40-х годов начинают появляться соотносительные украиноязычные. Одним из серьезных катализаторов данного процесса следует считать лексический перевод, неизбежно возникающий в условиях близкородственного русско-украинского двуязычия.

Анализируемое свойство донецкой ойконимии наиболее активно проявлялось в XX в., когда традиционно сильные позиции русского языка в данном регионе (прежде всего в городах) оказались подкрепленными его функцией средства межнационального общения. При этом следует подчеркнуть, что семантико-номинационные индукции в украинском языке характеризуются богатством связей и в пределах украинского языка, и по линии связей с русским языком. Ойконимы, возникавшие на украинской лексической основе, обладают богатыми семантико-ассоциативными связями, охватывающими оба языка, поскольку «двуязычие на Украине – это тот вид билингвизма, при котором оба языка ... с одинаковой широтой и в равной степени используются народом» [3, с. 87]. Такое двуязычие выступает фактором, способствующим номинационному развитию в сфере ойконимии.

В ойконимную номинацию Донетчины, как отмечалось ранее, свой вклад внесли греки. Греки создали на территории нашего региона богатую топонимию, которая функционирует до настоящего времени и представлена названиями «хозяйственных угодий и различных сооружений, балок, речек, ручьев, холмов, дорог, кладбищ, мест развлечений и т. д.» Основой для ее формирования послужили перенесенные крымские ойконимы [10, с. 43]. Интерференционное взаимопроникновение языков отмечается практически во всех разрядах местных топонимов, в том числе и в ойконимах, однако его интенсивность и качество различны в разных классах топонимов.

Названия греческих поселений, созданные путем переноса готовых ойконимных форм, составили исходный набор единиц, на которые опирался процесс пополнения этой ойконимной подсистемы региона новыми единицами.

Греки основали в Приазовье 24 селения. Практически все их названия перенесены из Крыма. Основателями селений могли быть выходцы как из одного, так и из нескольких селений. В первом случае проблемы выбора названия для переноса не существовало. Так возникли, например, названия *Бешев*, совр. *Старобешево*; *Каракуба*, совр. *Раздольное*. Во втором случае могло переноситься как одно, так и два названия. Зависело это от количества переселенцев из конкретных крымских сел. При заметном количественном перевесе выходцев из одного селения переносилось название именно этого селения. Подобная номинационная ситуация имела место при переносе крымских ойконимов *Ласпа, Керменчик, Карань, Гурзуф, Чердаклы, Старый Крым, Улаклы*. Если же такого количественного перевеса не наблюдалось, на приазовский населенный пункт могли переноситься два названия, при этом одно из них закреплялось как официальное, а второе – как неофициальное. Это наблюдалось при назывании таких селений, как: 1) *Янисоль*, совр. *Куйбышево*, Влдр. – на него перенесли два названия: *Ени Сала* (> *Янисоль* > *Малый Янисоль* > *Куйбышево*) и *Джемрек*; официальным стало первое из них. (Само селение основали выходцы из крымских сёл *Ени Сала, Ени Кой, Джемрек* и *Уйшун*); 2) *Янисоль*, совр. *Великая Новоселка*, Внс. – на него перенесли два названия: *Салт Ени Сала*, которое упростилось в *Ени Сала*, а затем в *Янисоль* (> *Большой Янисоль* > *Великая Новоселка*) и стало основой для официального именованья, и *Салгир Ени Сала*, употреблявшееся в неофициальной сфере; 3) *Константинополь*, Внс. – селение в момент его основания в 1779 г. имело два названия – *Фуна* и *Демерджи*. В этом случае двуименность была свойственна селению ещё в Крыму (селение основали выходцы из крымских сел *Фуна (Демерджи), Алушта, Улунь-Узень, Кучук-Узень, Куру-Узень*). Данный факт наводит на мысль о том, что для номинационного сознания переселенцев ситуация двуименности селений была привычной, они этот принцип перенесли из Крыма. Следствием его применения явилось увеличение количества ойконимов по сравнению с количеством селений.

Результаты контактирования урумского и румейского языков с русским и украинским языками в номинационном плане проявляются в названиях греческих поселений, создававшихся как новые ойконимные формы.

Первая волна переселенцев редко прибегала к созданию оригинальных ойконимов, в основе которых лежали бы местные топонимы или топонимообразовательные элементы родного языка. Однако по мере роста количества выселков (хуторов) из первичных селений активизируется процесс создания ойконимов на основе существующей местной топонимии и антропонимии с привлечением восточнославянских ойконимообразовательных средств и моделей. Указанная номинационная тенденция реализовалась следующими путями:

1. Производящим словом выступают названия исходных селений, т. е. изначально перенесенные ойконимы, к которым добавляются определители *новый, малый*, выполняющие роль словообразовательных формантов: *Бешево* > *Новобешево*; *Ласпа* > *Новоласпа*; *Комар* > *Новый Комар*; *Керменчик* > *Малый Керменчик*; *Сартана* > *Новая Сартана*; *Каракуба* > *Новая Каракуба*.

2. Производящим словом выступает фамилия / прозвище основателя хутора, к которой добавляются артикль и географический апеллятив: *Джавлах-ту-Хутра*, *Думбалака-ту-Хутра*.

3. Производящим словом выступает фамилия основателя хутора, которая подвергается ойконимизации: *Койбаиш*.

4. Производящим словом выступает местный топоним: *Данил Тарама* < б. Данил Тарама; *Кичиксу* < б. Кичиксу.

5. Производящим словом выступает географический термин родного языка: *Бугас*, Влнв. < богаз, бугаз – “проход; пролив; ложбина” [10, с. 39].

Взаимодействие языков при образовании рассмотренных ойконимов проявляется не только посредством заимствования производящей лексемы из другого языка, но и через механизм номинационной аналогии, при котором ойконимообразовательный процесс ориентируется на славянские ойконимные модели (данная ориентация является следствием освоения греками русского и украинского языков).

Данные о национальном составе селений, основанных немцами в Донбассе, свидетельствуют о значительной степени автономности немецкого населения и его стремлении сохранять этническую идентичность. На ойконимном срезе эта установка реализуется прежде всего через использование универсального механизма топонимного освоения новой территории, состоящего в перенесении на нее названий населенных мест и местностей с территории переселения. Названия немецких поселений, созданные путем переноса уже существующих ойконимных форм, создали тот корпус единиц, который послужил отправной точкой в процессе развития данной подсистемы: с. *Мюнхен*, с. *Эльзас*, с. *Кассель*, с. *Вердер*, д. *Великий Берлин*, д. *Старый Данциг*, х. *Данциг*, х. *Лейтциг*, к. *Шёнау*, к. *Ландау*, к. *Вейнау*, к. *Гиршау*, д. *Шпарау*, к. *Дармиштадт*, к. *Штрасбург*, х. *Гамбург* и др.

Номинационное взаимодействие немецкого языка с русским и украинским языками проявляется в тех названиях, которые возникали как новые ойконимные единицы. Они составляют основную часть немецких названий поселений. Можно предполагать, что на первых этапах пребывания немцев в регионе, когда для их языковой деятельности еще не было характерно немецко-русское / немецко-украинское двуязычие, источником производящих слов и формантов был прежде всего немецкий язык. Как отмечает А. В. Ясыба, немцы-переселенцы записывали названия своих колоний и хуторов преимущественно на родном языке; записи в метрических книгах вплоть до середины XIX в. также велись исключительно на немецком языке, и только со 2-й половины XIX в. складывается традиция вести записи двумя языками – немецким и русским/украинским [13, с. 121]. В процессе формирования указанных видов двуязычия начинают использоваться элементы, заимствуемые из восточнославянского ойконимопроизводства. В соответствии с языком-источником производящей базы, включающей лексические и словообразовательные средства, названия немецких поселений можно разделить на три группы (по состоянию на начало XX в.):

1. Все компоненты, из которых состоит название, извлекаются из немецкого языка, например, *Гохфельд*, *Фриденсруе*, *Остгейм*, *Блюменгарт*, *Вальдгейм*, *Грюнау*, *Блюменталь*, *Паульгейм* и др.

2. Все компоненты, из которых состоит название, извлекаются из русского и украинского языков, например, *Пришиб*, *Березовка*, *Александровка*, *Абрамовка*, *Адамовка*, *Андреевка*, *Антоновка*, *Борисовка*, *Дубовка*, *Долиновка*, *Екатериновка* и др.

3. Компоненты извлекаются из немецкого и славянских языков, например, *Александровфельд*,

Александроволь, Николайдорф, Павелгейм и др. Как видно из примеров, восточнославянская языковая база на них влияла слабо, что проявилось главным образом в появлении сложных и составных ойконимов с русским или украинским антропонимным компонентом (*Николайдорф, Павелгейм* и т. д.); и небольшого количества славянских уточняющихся слов или их основ (*Ново-Мариентал, Великий Ведер* и под.), а также в сравнительно редких случаях паронимической аттракции, лексической интерференции и калькирования (*Радке – Редька*, имени *Розы Люксембург – Роза, Грюнау – Зеленая* и под.).

Ойконимы, создававшиеся немецкими переселенцами, в настоящее время являются историзмами, они не отражены на картах и в списках населенных пунктов, не входят в активный ойконимный фонд территории региона. Это является следствием переименования селений во 2-й пол. XX в. До этого времени ойконимы, создававшиеся немцами, представляли собой заметную группу в общем ойконимиконе территории. Эти названия возникали как неотъемлемая и органическая часть всей немецкоязычной ойконимии б. Екатеринославской и других губерний Российской империи.

Таким образом, на всех этапах своего развития ойконимия Донетчины носила полилингвальный характер. В ней отразились как славянские, так и неславянские апеллятивные и онимные лексемы, но ее основная масса возникла на почве украинского и русского языков в условиях исторически сложившегося устойчивого билингвизма. Одним из его результатов явился своеобразный “ойконимический суржик”, возникший благодаря фонетической, лексической и морфолого-словообразовательной интерференции в разговорной речи (ойконимные коллоквиализмы).

Изучение ойконимикона Донетчины как составной части топонимного пространства юго-восточной Украины (так же, как и названия селений сопредельных районов бывшей Слобожанщины и Земли Войска Донского) и подобных ему “молодых” топонимических систем, благодаря их ономаσιологической открытости, позволяет глубже понять процессы именованія географических объектов на территориях с поздним заселением и с еще слаборазвитыми топонимными пространствами.

### Литература

1. Араджиони М. А. Эмиграция греков в Украину в XVI – первой трети XIX вв. / М. А. Араджиони // Греко-славянское духовное единство / Под редакцией И. А. Яли. – Донецк : Редакционно-издательский отдел Донецкого областного управления по печати, 1993. – С. 61–75.
2. Баенко К. В. Немецкое население Донецкой губернии по переписи 1923 г. / К. В. Баенко // I Региональная научно-практическая конференция [“Донбасс: прошлое, настоящее, будущее”]: тезисы докладов и сообщений. – Донецк : ДонГУ, 1992. – С. 39–42.
3. Белодед И. К. «Всякий сущий в ней язык...» / И. К. Белодед. – К. : Рад. школа, 1981. – 247 с.
4. Бондалетов В. Д. Русская ономастика / В. Д. Бондалетов. – М. : Просвещение, 1983. – 224 с.
5. Бузинова З. И. Особенности функционирования номинационной модели “эргоним > ойконим” в топонимии Донбасса / З. И. Бузинова // Филология в пространстве культуры. – Донецк : ООО “Юго-восток, Лтд”, 2007. – С. 2–60.
6. Бучко Д. Г. Кілька уваг про принципи номінації в ойконімії України / Д. Г. Бучко // Ономастика та етимологія : зб. наук. праць на честь 65-річчя Ірини Михайлівни Желєзняк. – К. : Інститут української мови, 1997. – С. 13–23.
7. История рабочих Донбасса / [автор текста С. В. Кульчицкий]. – К. : Наук. думка, 1981. – Т. I. – 326 с.
8. Їжакевич Г. П. Зіставно-типологічний аспект вивчення лексики східнослов'янських мов / Г. П. Їжакевич // Мовознавство. – К. : НАН України, 1979. – № 2. – С. 3–13.
9. Лемтюгова В. П. Восточнославянская ойконимия апеллятивного происхождения: названия типов поселений / В. П. Лемтюгова. – Мн. : “Наука и техника”, 1983. – 197 с.
10. Отин Е. С. Из заметок к лекциям по топонимике / Е. С. Отин // Восточнославянский лингвистический сборник. – Донецк : Донеччина, 2000. – № 6. – С. 37–54.
11. Отин Е. С. Каталог рек Северного Приазовья / Е. С. Отин // Повідомлення Української ономастичної комісії. – К. : Наук. думка, 1974. – № 11. – С. 16–72; К. : Наук. думка, 1975. – № 12. – С. 10–54.

12. Пірко В. О. Заселення Донеччини у XVI–XVIII ст.: короткий історичний нарис і уривки з джерел / В. О. Пірко. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2003. – 180 с.
13. Ясиба А. В. Особливості адаптації комонімів німецького походження в українській мові / А. В. Ясиба // Восточноукраинский лингвистический сборник. – Донецк : Донеччина, 2004. – № 9. – С. 119–133.

#### **Аннотація**

#### ***М. В. Жарикова. Гетерогенність мовного взаємодія в процесі створення ойконімії Донбасу***

*В статті описується лексичний склад Донеччини, сформований як особливий сегмент полілінгвального регіону Юго-Восточной України. В основу його характеристики покладено ономазіологічний принцип, що дозволяє встановити направленість номінаційних процесів, номінаційні типи ойконімів і закономірності використання лексичних засобів позначення населених пунктів різномовним населенням регіону. Автор аналізує взаємодію східнослов'янського (українського і російського), новогрецького (румейського), германського (німецького) компонентів в процесі створення ойконімії Донбасу.*

**Ключевые слова:** ойконімія, ойконім, юго-восточная Україна, ойконім німецького походження, східнослов'янський (український і російський), новогрецький (румейський), германський (німецький) компоненти, полілінгвальний.

#### **Анотація**

#### ***М. В. Жарикова. Гетерогенність мовної взаємодії в процесі створення ойконімії Донбасу***

*У статті здійснено опис лексичного складу Донеччини, що сформувався як особливий сегмент полілінгвального регіону південно-східної України. В основу його характеристики покладено ономазіологічний принцип, що дозволяє встановити спрямованість процесів номінації, типів номінації ойконімів і закономірності використання лексичних засобів на позначення населених пунктів різномовним населенням регіону. Автор аналізує взаємодію східнослов'янського (українського і російського), новогрецького (румейського), германського (німецького) компонентів у процесі створення ойконімії Донбасу.*

**Ключові слова:** ойконімія, ойконім, південно-східна Україна, ойконім німецького походження, східнослов'янський (український та російський), новогрецький (румейський), германський (німецький) компоненти, полілінгвальний.

#### **Abstract**

#### ***M. V. Zharikova. Heterogeneity of Lingual Interaction in the Process of Donbass Oykonyms Formation***

*The article deals with the analysis of the lexical stock of Donetsk region formed as a special segment of the polylingual region of South-Eastern Ukraine. The description is based on the onomasiological principle which makes it possible to distinguish the types of nomination processes, nomination kinds of the place names and the regularity of the lexical means used by the multilingual population of the region to designate place names. The author investigates the interaction of East Slavonic (Ukrainian and Russian), New Greek (Romaic), Germanic (German) elements in the process of oykonyms coinage on the territory of Donbass. It is admitted that oykonyms provide valuable insight into the historical geography of this particular region.*

**Keywords:** oykonymiya, oykonym, south-eastern Ukraine, oykonym of German origin, East Slavonic (Ukrainian and Russian), New Greek (Romaic), Germanic (German) components, polylingual.

**РЕЦЕНЗІЇ. АНОТАЦІЇ. ХРОНІКА. ІНФОРМАЦІЯ****И. А. Герасименко  
(Горловка)****ВАРИАТИВНОСТЬ КАК РЕЗУЛЬТАТ  
ПЛАНЕТАРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЯЗЫКОВ**

*(Дорофеев Ю. А. Лингвистический функционализм и вариантность языка: монография. – Симферополь: Таврида, 2012. – 306 с.)*

Эпоха глобализации, которую мы переживаем, сопровождается не только переменами в мировой культуре, экономике, политике, но и в пересмотре взглядов на разные проблемы, в том числе и лингвистические. По праву это относится к осмыслению вопросов взаимодействия языков, их влияния друг на друга, изменчивости и вариантности.

Если следовать данной логике, то лингвистам не целесообразно процесс непрерывного образования, развития, функционирования и распада языков соотносить только с заимствованиями и интерференцией. Языки, по справедливому замечанию А. Н. Рудякова, выступают компонентами глобального планетарного языкового универсума. Поэтому их варьирование, протекая в разнообразных формах, имеет общие закономерности. Именно анализ этих закономерностей, вызывающих структурные и функциональные трансформации, и составляет основное содержание монографии Ю. В. Дорофеева.

В своей работе автор настаивает на том, что изменения и развития языков не являются случайными, они связаны с процессом взаимодействия языков и составляют самую их суть (с. 8). Более того, Юрий Владимирович проводит мысль о том, что основным условием развития языка являются “два фундаментальных свойства: вариантность и изменчивость” (с. 8).

Надо сказать, что вопросы варьирования постоянно находятся в поле зрения лингвистов, что объясняется не только их малоизученностью, но и неоднородностью и сложностью. Об этом свидетельствуют работы отечественных и зарубежных ученых, в числе которых В. Г. Гак, А. И. Домашнев, Г. В. Степанов, А. Д. Швейцер и ряд других. Однако необходимо признать, что общая теория вариантности этими и другими авторами так и не была разработана. К разработке данной проблемы обращается в своей монографии Ю. В. Дорофеев. Автор выходит за рамки существующего в лингвистике традиционного положения о наличии эталонной формы, по отношению к которой происходят все видоизменения. Юрий Владимирович вполне обоснованно относит вариантность к универсальной языковой категории, которая составляет основу «для нашего понимания природы человеческого языка, его развития и функционирования» (с. 11). Поэтому, согласно мнению Ю. В. Дорофеева, вариантология как направление лингвистических исследований обращается к самой сути языка.

Как следствие, подход автора данной монографии отличается от некоторых традиционных положений лингвистики. Вариантность, по глубокому убеждению автора, нельзя рассматривать как маргинальное и экзотическое явление (что типично для традиционного подхода). Это, по справедливому замечанию Ю. В. Дорофеева, существенное и необходимое свойство языка, “характеристика всей системы в целом” (с. 10).

Данное положение, отраженное в рецензируемой монографии, базируется, с одной стороны, на том, что полинациональные языки, к числу которых принадлежат, например, английский, французский, немецкий, арабский, русский и др., «не могут манифестироваться идентичными формами на всех территориях их распространения» (с. 9). С другой – на идее наличия вариантов в рамках национального языка, которые не противостоят литературной форме, а “дополняют друг друга как разные формы проявления и существования одного языка” (с. 10). Аргументом в пользу данной точки зрения служат факты порождения национальных вариантов, в числе которых Русофония как один из важнейших языковых миров.

В связи с вышеобозначенной необходимостью интегрированного описания и анализа категории вариантности автор монографии ставит перед собой цель “всесторонне исследовать взаимозависимости экзистенциальных форм языка как различных типов вариантов, характерных для языковой системы, с позиций лингвистического функционализма” (с. 11). Для достижения данной цели Ю. В. Дорофеев решает ряд задач, с которыми успешно справляется. В их числе – определение основных принципов описания категории вариантности, выявление общих условий языкового варьирования, разработка единой классификации вариантных форм языка,



раскрытие функциональной зависимости между инвариантом и вариантами, установление роли иноязычных средств номинации в процессе развития вариативности, определение границ функционирования и основных сфер проявления лексико-семантического своеобразия и ряд др. Системный подход к категории вариантности, разграничение типов вариантов номинативных единиц, разработка функциональных моделей варьирования на материале номинативной системы языка позволило автору монографии «Лингвистический функционализм и вариантность языка» на материале славянских, германских и романских языков всесторонне осветить заявленные в работе аспекты. В результате комплексного исследования процессов языкового варьирования были сформулированы логичные и обоснованные выводы (с. 269–275). Информативен и список источников и литературы (с. 276–305). Характерно, что в него включено значительное количество работ в области исследования категории вариантности, выполненных отечественными и зарубежными учеными.

Последовательность и системность презентации материала, убедительность аргументов и удачное оперирование фактическим материалом свидетельствуют о высоком уровне выполнения рецензируемой работы. Выводы, сопровождающие каждую главу, способствуют целостному представлению об объекте исследования.

В заключение следует отметить, что работа Ю. В. Дорофеева является фундаментальным исследованием, написанным на высоком научном уровне. Теоретические положения автора рецензируемой монографии являются всесторонне и глубоко аргументированными. Понимание вариантности как универсальной языковой категории, которая обеспечивает развитие и функционирование языка в разных условиях, вносит вклад в развитие современного языкознания, конкретизирует многие положения социолингвистики, а также лингвистического функционализма и геолингвистики.

**О. Ф. Таукчи**  
(Горлівка)

#### **IV ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ “СУЧАСНІ ЛІНГВІСТИЧНІ ПАРАДИГМИ”**

IV Всеукраїнська науково-практична конференція “Сучасні лінгвістичні парадигми” відбулась 14 березня 2013 р. на базі Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”. Кількість учасників конференції – 61, у тому числі іногородніх – 14. Серед них – представники таких навчальних закладів та установ: ESOL Instructor University of West Florida, Pensacola; Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара; Донецький національний університет; Київський інститут перекладачів при ЦНДВІМ НАН України; Київський національний університет імені Тараса Шевченка; Макіївський економіко-гуманітарний інститут; Рівненський державний гуманітарний університет; Сумський державний університет; Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського; Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна; Центр наукових досліджень і викладання іноземних мов НАН України.

##### **Резолюція**

**IV Всеукраїнської науково-практичної конференції “Сучасні лінгвістичні парадигми”**

На науково-практичній конференції, що проводилася 14 березня 2013 р. кафедрою англійської філології Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет” учетверте, обговорювалося широке коло проблем германської філології, загального мовознавства та перекладу.

Основні напрями роботи конференції: Актуальна проблематика загального мовознавства; Функціональна семантика лексичних одиниць; Аспекти дослідження фразеологічних одиниць; Новітні напрями вивчення словотвору; Теоретичні питання морфології і синтаксису; Актуальні проблеми ономастики; Напрями і аспекти дослідження у фонетиці; Проблеми лінгвістики тексту, дискурсології, дискурс-аналізу; Теорія і практика перекладу.

На пленарному засіданні було розглянуто теоретичні питання філології. З доповідями виступили: Теркулов В'ячеслав Ісайович, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри російської мови Донецького національного університету, професор кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський

державний педагогічний університет”; Габідулліна Алла Рашатівна, доктор філологічних наук, професор Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”; Швачко Світлана Олексіївна, доктор філологічних наук, професор Сумського державного університету; Шепель Юрій Олександрович, доктор філологічних наук, професор Дніпропетровського національного університету ім. О. Гончара.

Переважна більшість питань, що піднімалися у доповідях учасників конференції, безумовно, матимуть перспективу розвитку в подальших дослідженнях. Нові підходи в методології лінгвістичних досліджень відкривають нові горизонти розвитку сучасних лінгвістичних парадигм.

Коло питань, пов'язаних з актуальними проблемами сучасної лінгвістики, доволі широке та потребує всебічного та поглибленого вивчення. Цей фактор видається важливим чинником для подальшого розвитку діяльності у напрямку організації подібних наукових форумів. Також наукові конференції даного рівня сприяють зміцненню міжнародних зв'язків наукової спільноти України з ученими близького та дальнього зарубіжжя, співпраці дослідників різних гілок лінгвістичної науки.

У ході обговорення результатів конференції ухвалили:

1. Вважати роботу, проведену учасниками конференції, задовільною, а її результати – плідними та доцільними для розвитку вітчизняної науки.
2. Ініціювати розробку Інтернет-версії обговорення проблематики конференції для її заочних учасників.
3. Почати роботу з організації наступного наукового лінгвістичного форуму в Горлівському інституті іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет” у березні 2014 року.
4. Продовжити випуск збірника наукових праць “Сучасні лінгвістичні парадигми”.

**Н. В. Дьячок**  
(Горлівка)

### **МІЖНАРОДНА НАУКОВА КОФЕРЕНЦІЯ “СХІДНОСЛОВ'ЯНСЬКА ФІЛОЛОГІЯ: ВІД НЕСТОРА ДО СЬОГОДЕННЯ”**

Міжнародна наукова конференція “Східнослов'янська філологія: від Нестора до сьогодення” відбулась 7-8 травня 2013 року на базі Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”. Співорганізаторами конференції стали представники Барановицького державного університету (Білорусь), Даугавпілського університету (Латвія), Освенцимської вищої школи (Польща), Південного федерального університету (Росія).

Було обрано такі напрями роботи: Проблема походження та розвитку східнослов'янських мов та літератур; Діалог культур в художній літературі: Слав'янська та зарубіжжя; Сучасні аналітичні стратегії літературного твору; Слов'янська історія у світовій художній літературі; Проблеми вивчення фольклорів східних слов'ян. Літературне краєзнавство – перспективи вивчення; Письменник та його час: історична доля авторства; Інновації у структурах східнослов'янських мов; Лінгвістика тексту і текстова лінгвістика: стилістика, прагматика, соціолінгвістика; Східнослов'янська ономастика; Концептуальні та мовні картини світу східних слов'ян; Актуальні проблеми ономастології; Новітні концепції методики викладання східнослов'янських мов та літератур.

Кількість учасників конференції становила 150 осіб, у числі яких – гості з семи країн: Німеччини, Польщі, Латвії, Білорусі, Таджикистану, Казахстану, Росії. Звичайно, більшість учасників – представники вищих навчальних та інших закладів освіти України.

У конференції взяли участь делегати таких навчальних закладів та установ: Автомобільно-дорожній інститут ДВНЗ “Донецький національний технічний університет”; Академія внутрішніх військ МВС України; Барановицький державний університет; Білгородський національний дослідницький університет (Росія); Високопільська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів Олександрівської районної ради Донецької області; Гомельський державний університет ім. Франциска Скорини (Білорусь); Даугавпілський університет (Латвія); Дніпропетровський національний університет ім. Олеся Гончара; Донбаський державний технічний університет; Донбаський державний педагогічний університет; Донецька

академія автомобільного транспорту; Донецький інститут туристичного бізнесу; Донецький національний медичний університет ім. М. Горького; Донецький національний технічний університет; Донецький національний університет; Західно-Казахстанський державний університет ім. М. Утемисова (Казахстан); Запорізький національний технічний університет; Івано-Франківський національний технічний університет нафти та газу; Івано-Франківський національний університет ім. Василя Стефаника; Іверська загальноосвітня школа I-III ступенів Олександрівської районної ради Донецької області; Київський національний університет ім. Т. Г. Шевченка; Кримський республіканський інститут післядипломної педагогічної освіти; Ланьжоуський університет (Китай); Луганський національний педагогічний університет ім. Тараса Шевченка; Макіївський економіко-гуманітарний інститут; Мурманський обласний інститут підвищення кваліфікації робітників освіти та культури (Росія); Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова; Південний федеральний університет (Росія); Полтавський національний педагогічний університет ім. В. Г. Короленка; Приазовський державний технічний університет; Російсько-таджицький (Слов'янський) університет (Республіка Таджикистан); Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля; Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського; Український центр оцінювання якості освіти Міністерства освіти і науки України; Харківський національний педагогічний університет ім. Г. С. Сковороди; Херсонський державний університет; Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького.

На пленарному засіданні було розглянуто актуальні питання східнослов'янської філології та суміжних наукових парадигм. З доповідями виступили: Зайцева Ірина Павлівна, доктор філологічних наук, професор, директор Українського центру оцінювання якості освіти Міністерства освіти і науки України; Теркулов В'ячеслав Ісайович, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри російської мови Донецького національного університету, професор кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”; Пустовіт Валерія Юріївна, доктор філологічних наук, професор кафедри української мови та літератури Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля; Андрущенко Олена Анатоліївна, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри російської та світової літератури, проректор з наукової роботи Харківського національного педагогічного університету ім. Г. С. Сковороди; Докашенко Галина Петрівна, доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри вітчизняної та зарубіжної історії Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”; Калінкін Валерій Михайлович, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри української та російської мов Донецького національного медичного університету ім. М. Горького; Кочетова Світлана Олександрівна, доктор філологічних наук, професор, декан факультету французької та німецької мов Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”; Глущенко Володимир Андрійович, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри загального, германського та слов'янського мовознавства ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”; Габідулліна Алла Рашатівна, доктор філологічних наук, професор Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”.

Проблеми, що обговорювалися на пленарному та секційних засіданнях, безпосередньо стосуються найбільш актуальних аспектів вивчення слов'янських мов та літератур, що, у свою чергу, відкриває перспективи подальших досліджень у тій чи іншій науковій галузі. Цього року вперше було залучено фахівців-істориків до обговорення проблем відбиття історичного процесу в літературних творах, оскільки цей напрям убачається не лише цікавим, але, передусім, досить перспективним через його синкретичний характер.

На підсумковому пленарному засіданні, яке відбулося 8 травня, було заслухано звіти керівників секцій, а також затверджено резолюцію Міжнародної конференції “Східнослов'янська філологія: від Нестора до сьогодення”.

#### Резолюція

Міжнародної конференції “Східнослов'янська філологія: від Нестора до сьогодення”

Коло питань, пов'язаних з актуальними проблемами сучасної східнослов'янської філології, як у галузі дослідження мов та літератур, так і у площині дослідження віддзеркалення історичних процесів у літературі, доволі широке та потребує всебічного та поглибленого вивчення. Цей фактор видається важливим чинником для подальшого розвитку діяльності у напрямку організації подібних наукових форумів.

Також наукові конференції подібного рівня сприяють зміцненню міжнародних зв'язків наукової спільноти України з ученими зарубіжжя, співпраці дослідників різних напрямів лінгвістичної, літературознавчої та історичної науки.

У ході обговорення результатів конференції ухвалили:

1. Вважати роботу, що було здійснено учасниками конференції, задовільною, а її результати – плідними та доцільними для розвитку вітчизняної науки.

2. Продовжити роботу над збагаченням та розвитком науково-методичного центру з вивчення проблем східнослов'янської філології на базі Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”.

3. Продовжити роботу, спрямовану на взаємодію з науковцями суміжних гуманітарних дисциплін.

4. Продовжити діяльність з організації наступного наукового філологічного форуму дослідників мов та літератур східних слов'ян у Горлівському інституті іноземних мов навесні 2015 року.

5. Продовжити випуск збірника наукових праць “Східнослов'янська філологія”.

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

**Аниськова Світлана Михайлівна** – кандидат філол. наук, доцент кафедри білоруської мови УО “Гомельський державний університет імені Франциска Скорини” (Гомель, Білорусь).

**Бражнік Лена Мірзаянівна** – кандидат філол. наук, доцент кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет” (Горлівка, Україна)

**Василенко Дмитро Володимирович** – кандидат філол. наук, доцент кафедри практики та фонетики англійської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет” (Горлівка, Україна)

**Винокурова Ірина Федорівна** – ст. викладач кафедри англійської філології Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет” (Горлівка, Україна)

**Вікулова Лариса Георгіївна** – доктор філол. наук, професор, зам. директора Інституту іноземних мов МДПУ з наукової роботи та міжнародної діяльності; професор кафедри романської філології Інституту іноземних мов МДПУ (Москва, Росія).

**Габідулліна Алла Рашатівна** – доктор філол. наук, професор кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет” (Горлівка, Україна)

**Герасименко Ірина Анатоліївна** – доктор філол. наук, завідувач кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет” (Горлівка, Україна).

**Донскова Ольга Анатоліївна** – кандидат філол. наук, доцент кафедри загального та порівняльного мовознавства ФДБОЗ ВПО “П’ятигорський державний лінгвістичний університет” (П’ятигорськ, Росія).

**Дьячок Наталя Василівна** – кандидат філол. наук, доцент кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет” (Горлівка, Україна).

**Жарикова Марина Володимирівна** – кандидат філол. наук, доцент кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет” (Горлівка, Україна).

**Кравченко Наталя Кимівна** – доктор філол. наук, професор кафедри зіставного мовознавства, теорії та практики перекладу Київського національного лінгвістичного університету (Київ, Україна).

**Ланова Тетяна Володимирівна** – викладач кафедри філології Кримського республіканського інституту післядипломної педагогічної освіти (Сімферополь, Україна).

**Лещинська Ольга Олексіївна** – доктор філол. наук, професор кафедри білоруської мови УО “Гомельський державний університет імені Франциска Скорини” (Гомель, Білорусь).

**Мальцева Людмила Василівна** – аспірант кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет” (Горлівка, Україна).

**Панченко Олена Іванівна** – доктор філол. наук, професор, завідувач кафедри перекладу та лінгвістичної підготовки іноземців Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара (Дніпропетровськ, Україна).

**Петрова Луїза Олександрівна** – доктор філол. наук, професор, завідувач кафедри російської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова (Одеса, Україна).

**Поплавна Лілія Вікторівна** – кандидат філол. наук, доцент кафедри білоруської мови УО “Гомельський державний університет імені Франциска Скорини” (Гомель, Білорусь).

**Серебреникова Євгенія Федорівна** – доктор філол. наук, професор кафедри французької філології Іркутського державного лінгвістичного університету (Іркутськ, Росія).

**Синельнікова Лара Миколаївна** – доктор філол. наук, професор, завідувач кафедри російського мовознавства та комунікативних технологій Луганського національного університету імені Тараса Шевченка (Луганськ, Україна).

**Столярчук Ольга Володимирівна** – редактор-перекладач ТОВ “Ай Ти Пи” (Донецьк, Україна).

**Таукчі Олена Федорівна** – кандидат філол. наук, доцент, завідувач кафедри англійської філології Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет” (Горлівка, Україна).

**Шведова Зоя Володимирівна** – кандидат філол. наук, доцент кафедри білоруської мови УО “Гомельський державний університет імені Франциска Скорини” (Гомель, Білорусь).

**Широких Ольга Володимирівна** – аспірант кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет” (Горлівка, Україна).

**Шутова Ольга Олександрівна** – кандидат філол. наук, доцент кафедри іноземних мов Автомобільно-дорожнього інституту Державного вищого навчального закладу “Донецький національний технічний університет” (Горлівка, Україна).

**Щукліна Тетяна Ювеналіївна** – кандидат філол. наук, доцент кафедри сучасної російської мови та методики навчання Казанського (Приволзького) федерального університету (Казань, Росія)

**Юр’єва Олена Володимирівна** – аспірант кафедри мовознавства та російської мови Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет” (Горлівка, Україна).

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Аниськова Светлана Михайловна** – кандидат филол. наук, доцент кафедры белорусского языка УО “Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины” (Гомель, Беларусь).

**Бражник Лена Мирзаяновна** – кандидат филол. наук, доцент кафедры языкознания и русского языка Горловского института иностранных языков ГВУЗ “Донбасский государственный педагогический университет” (Горловка, Украина).

**Василенко Дмитрий Владимирович** – кандидат филол. наук, доцент кафедры практики и фонетики английского языка Горловского института иностранных языков ГВУЗ “Донбасский государственный педагогический университет” (Горловка, Украина).

**Викулова Лариса Георгиевна** – доктор филол. наук, профессор, зам. директора Института иностранных языков МГПУ по научной работе и международной деятельности; профессор кафедры романской филологии Института иностранных языков МГПУ (Москва, Россия).

**Винокурова Ирина Федоровна** – ст. преподаватель кафедры английской филологии ДВНЗ “Донбасский государственный педагогический университет” Горловский институт иностранных языков (Горловка, Украина).

**Габидулина Алла Рашатовна** – доктор филол. наук, профессор кафедры языкознания и русского языка Горловского института иностранных языков ГВУЗ “Донбасский государственный педагогический университет” (Горловка, Украина)

**Герасименко Ирина Анатольевна** – доктор филол. наук, заведующий кафедрой языкознания и русского языка Горловского института иностранных языков ГВУЗ “Донбасский государственный педагогический университет” (Горловка, Украина).

**Донскова Ольга Анатольевна** – кандидат филол. наук, доцент кафедры общего и сравнительного языкознания ФГБОУ ВПО “Пятигорский государственный лингвистический университет” (Пятигорск, Россия).

**Дьячок Наталья Васильевна** – кандидат филол. наук, доцент кафедры языкознания и русского языка Горловского института иностранных языков ГВУЗ “Донбасский государственный педагогический университет” (Горловка, Украина).

**Жарикова Марина Владимировна** – кандидат филол. наук, доцент кафедры языкознания и русского языка Горловского института иностранных языков ГВУЗ “Донбасский государственный педагогический университет” (Горловка, Украина).

**Кравченко Наталия Кимовна** – доктор филол. наук, профессор кафедры сравнительного языкознания, теории и практики перевода Киевского национального лингвистического университета (Киев, Украина).

**Лановая Татьяна Владимировна** – преподаватель кафедры филологии Крымского республиканского института последипломного педагогического образования (Симферополь, Украина).

**Лещинская Ольга Алексеевна** – доктор филол. наук, профессор кафедры белорусского языка УО “Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины” (Гомель, Беларусь).

**Мальцева Людмила Васильевна** – аспирант кафедры языкознания и русского языка Горловского института иностранных языков ГВУЗ “Донбасский государственный педагогический университет” (Горловка, Украина)

**Панченко Елена Ивановна** – доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой перевода и лингвистической подготовки иностранцев Днепропетровского национального университета имени Олеса Гончара (Горловка, Украина).

**Петрова Луиза Александровна** – доктор филол. наук, профессор, зав. кафедрой русского языка Одесского национального университета имени И. И. Мечникова (Одесса, Украина).

**Поплавная Лилия Викторовна** – кандидат филол. наук, доцент кафедры белорусского языка УО “Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины” (Гомель, Беларусь).

**Серебренникова Евгения Федоровна** – доктор филол. наук, профессор кафедры французской филологии Иркутского государственного лингвистического университета (Иркутск, Россия).

**Синельникова Лара Николаевна** – доктор филол. наук, профессор, зав. кафедрой русского

языкознания и коммуникативных технологий Луганского национального университета имени Тараса Шевченко (Луганск, Украина)

**Столярчук Ольга Владимировна** – редактор-переводчик ОАО “Ай Ти Пи” (Донецк, Украина).

**Таукчи Елена Федоровна** – кандидат филол. наук, доцент, зав. кафедрой английской филологии Горловского института иностранных языков ГВУЗ “Донбасский государственный педагогический университет” (Горловка, Украина).

**Шведова Зоя Владимировна** – кандидат филол. наук, доцент кафедры белорусского языка УО “Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины” (Гомель, Беларусь).

**Широких Ольга Владимировна** – аспирант кафедры языкознания и русского языка Горловского института иностранных языков ГВУЗ “Донбасский государственный педагогический университет” (Горловка, Украина).

**Шутова Ольга Александровна** – кандидат филол. наук, доцент кафедры иностранных языков Автомобильно-Дорожного института ГВУЗ “Донецкий национальный технический университет” (Горловка, Украина).

**Щуклина Татьяна Ювенальевна** – кандидат филол. наук, доцент кафедры современного русского языка и методики преподавания Казанского (Приволжского) федерального университета (Казань, Россия).

**Юрьева Елена Владимировна** – аспирант кафедры языкознания и русского языка Горловского института иностранных языков ГВУЗ “Донбасский государственный педагогический университет” (Горловка, Украина).



## AUTHORS

**Aniskova Svitlana Mykhailivna** – Assistant Professor of the Department of the Belarusian language, Francisk Skorina Gomel State University, Candidate of Philology (Gomel, Belarus).

**Brazhnik Lena Myrzayanivna** – Assistant Professor of the Department of Linguistics and the Russian Language, Horlivka Institute for Foreign Languages, HSEE “Donbass State Pedagogical University”, Candidate of Philology (Horlivka, Ukraine).

**Vasylenko Dmytro Volodymyrovych** – Assistant Professor of the Department of English Phonetics, Horlivka Institute for Foreign Languages, HSEE “Donbass State Pedagogical University”, Candidate of Philology (Horlivka, Ukraine).

**Vikulova Larysa Georgiiivna** – Professor of the Department of Roman Philology, Vice-director of the Institute for Foreign Languages, Science and International Relations Coordinator, MCPU, Doctor of Philology (Moscow, Russia).

**Vinokurova Iryna Fedorivna** – Senior Lecturer of the English Philology Department, Horlivka Institute for Foreign Languages, HSEE “Donbass State Pedagogical University” (Horlivka, Ukraine).

**Donskova Olga Anatoliivna** – Assistant Professor of the Department of General and Comparative Linguistics, Pyatigorsk State Linguistic University, Candidate of Philology (Pyatigorsk, Russia).

**Dyachok Natalia Vasylivna** – Assistant Professor of the Department of Linguistics and the Russian Language, Horlivka Institute for Foreign Languages, HSEE “Donbass State Pedagogical University”, Candidate of Philology (Horlivka, Ukraine).

**Gabidullina Alla Raschativna** – Professor of the Department of Linguistics and the Russian Language, Horlivka Institute for Foreign Languages, HSEE “Donbass State Pedagogical University”, Doctor of Philology (Horlivka, Ukraine).

**Gerasymenko Iryna Anatoliivna** – Chair of the Department of Linguistics and the Russian Language, Horlivka Institute for Foreign Languages, HSEE “Donbass State Pedagogical University”, Doctor of Philology, Assistant Professor (Horlivka, Ukraine).

**Zharykova Maryna Volodymyrivna** – Assistant Professor of the Department of Linguistics and the Russian Language, Horlivka Institute for Foreign Languages, HSEE “Donbass State Pedagogical University”, Candidate of Philology (Horlivka, Ukraine).

**Kravchenko Natalya Kymivna** – Professor of the Department of Comparative Linguistics, Translation Theory and Practice, Kyiv National Linguistic University, Doctor of Philology (Kyiv, Ukraine).

**Lanova Tetyana Volodymyrivna** – Lecturer of the Department of Philology, the Crimea Republic Institute of Postgraduate Pedagogical Education (Simferopol, Ukraine).

**Leshchinska Olga Oleksiivna** – Professor of the Department of the Belarusian language, Francisk Skorina Gomel State University, Doctor of Philology (Gomel, Belarus).

**Maltseva Ludmyla Vasylivna** – Postgraduate of the Department of Linguistics and the Russian Language, Horlivka Institute for Foreign Languages, HSEE “Donbass State Pedagogical University” (Horlivka, Ukraine).

**Panchenko Olena Ivanivna** – Chair of the Translation and Foreign Students’ Language Studying Department, Dnipropetrovsk Oles Gonchar National University, Doctor of Philology, Professor (Dnipropetrovsk, Ukraine).

**Petrova Luiza Oleksandrivna** – Chair of the Russian Language Department, Odessa I. Mechnikov National University, Doctor of Philology, Professor (Odessa, Ukraine).

**Poplavna Liliya Viktorivna** – Assistant Professor of the Department of the Belarusian language, Francisk Skorina Gomel State University, Candidate of Philology (Gomel, Belarus).

**Serebrennikova Yevgenia Fedorivna** – Professor of the Department of French Philology, Irkutsk State Linguistic University, Doctor of Philology (Moscow, Russia).

**Sinelnikova Lara Mykolaivna** – Chair of the Russian Linguistics and Communicative Technology Department, Lugansk Taras Shevchenko National University, Doctor of Philology, Professor (Lugansk, Ukraine).

**Stolyarchuk Olga Volodymyrivna** – Editor-translator Co. Ltd “ITP” (Donetsk, Ukraine).

**Taukchi Olena Fedorivna** – Chair of the English Philology Department, Horlivka Institute for Foreign Languages, HSEE “Donbass State Pedagogical University”, Candidate of Philology, Assistant Professor (Horlivka, Ukraine).

**Shvedova Zoya Volodymyrivna** – Assistant Professor of the Department of the Belarusian language, Francisk Skorina Gomel State University, Candidate of Philology (Gomel, Belarus).

**Shyrokykh Olga Volodymyrivna** – Postgraduate of the Department of Linguistics and the Russian Language, Horlivka Institute for Foreign Languages, HSEE “Donbass State Pedagogical University” (Horlivka, Ukraine).

**Shutova Olga Oleksandrivna** – Assistant Professor of the Department of Foreign Languages, Automobile and Road Institute of Donetsk National Technical University, Candidate of Philology (Horlivka, Ukraine).

**Tschouklina Tetyana Yuvenaliivna** – Assistant Professor of the Department of the Modern Russian Language and Methodology, Kazan Federal University, Candidate of Philology (Kazan, Russia).

**Yuryiva Olena Volodymyrivna** – Postgraduate of the Department of Linguistics and the Russian Language, Horlivka Institute for Foreign Languages, HSEE “Donbass State Pedagogical University” (Horlivka, Ukraine).

## ШАНОВНІ АВТОРИ!

У нашому збірнику наукових робіт друкуються статті з романо-германських та слов'янських мов, теорії мови, лінгвістики тексту, дискурсології, концептуального аналізу, міжкультурної комунікації.

Матеріали збірника можуть бути корисними для науковців, викладачів вищих та середніх загальноосвітніх навчальних закладів, аспірантів, пошукувачів і студентів.

Редакція звертається до Вас з проханням при підготовці матеріалів до друку в “Лінгвістичному віснику” оформлювати наукову літературу відповідно до вимог редакційної колегії.

### Макет сторінки, типографські погодження

Для оригінал-макета використовується формат А 4.

- обсяг – 6-12 сторінок;
- шрифт – Times New Roman – 14 пт;
- міжрядковий інтервал – 1,5;
- абзацний відступ – 1,25 см.;
- береги – 2 см;
- апостроф набирається клавішами “Alt” + “0146”;
- лапки потрібно набирати однакові по всій статті (“лапки”);
- тире треба набирати за допомогою коду “Alt” + “0150”, а не використовувати дефіс;
- сторінки не нумеруються, текст друкується без переносів;
- в першому рядкові сторінки, у правому куті друкуються **ініціали, прізвище**. У другому рядкові, у правому куті – **назва міста**. У третьому рядкові, у лівому куті – УДК. У наступному рядкові друкується **НАЗВА СТАТТІ** (відцентрована). Після назви – текст статті;
- для стилістичного виділення фрагментів тексту слід вживати шрифт *курсив*;
- посилання в тексті подаються в квадратних дужках із зазначенням порядкового номеру джерела зі списку літератури та номеру сторінки [1, с. 37–38], багатотомні джерела – [5, т. 2, с. 53] (**функція “виноска” не використовується**);
- через один рядок після тексту статті подається **Література** (за абеткою);
- завершують публікацію через один рядок після списку літератури **три анотації російською, українською та англійською мовами** (кожна анотація з ключовими словами) – шрифт *курсив* (шрифт – Times New Roman – 12 пт);
- ілюстрації додаються окремим файлом.

### Зразок оформлення статті

**А. А. Иванов**  
(Харьков)

УДК 81'1=16+81' 373.2+81' 373.21

#### ПРОПРИАЛЬНАЯ ЛЕКСИКА КАК ОБЪЕКТ НАУЧНОГО ИЗУЧЕНИЯ

Текст статті.

#### Литература

1. Веселовский С. Б. Ономастикон. Древнерусские имена, прозвища и фамилии / С. Б. Веселовский. – М.: Наука, 1974. – 382 с.
2. Горбаневский М. О некоторых противоречиях в трактовке национально-культурной принадлежности антропонимов и топонимов / М. Горбаневский, В. Максимов // Ономастика Поволжья : мат-лы X Международной конференции, 12–14 сентября 2006 г. – Уфа : Изд-во БГПУ, 2006. – С. 37–44.

#### Аннотация

**Автор. Название статьи** (на русском языке)

Текст аннотации на русском языке (объем – до 500 символов)

**Ключевые слова:**

#### Анотація

**Автор. Назва статті** (українською мовою)

Текст анотації українською мовою (обсяг – до 500 символів)

**Ключові слова:**

**Abstract****Author. The title of the article (in English)****Abstract (in English) (1200-1500 symbols)****Key words:****До редколегії надаються такі матеріали:**

- роздрукований текст статті з анотаціями та ключовими словами;
- роздруковані відомості про автора(ів): прізвище, ім'я, по батькові; учені ступінь і звання; місце роботи і посада; домашня адреса, контактний телефон, адреса e-mail;
- рецензія наукового керівника для авторів, які не мають наукового ступеня (за підписом кандидата або доктора наук за відповідним профілем; підпис засвідчується печаткою);
- диск з текстом статті, виконаним у текстовому редакторі Word і збереженим у форматі RTF, анотаціями англійською, російською і українською мовами та з ключовими словами (RTF) та відомостями про автора(ів);

**Відомості про автора(ів) (українською, англійською мовами та мовою оригіналу)**

<i>Прізвище, ім'я, по батькові</i>	
<i>Науковий ступінь</i>	
<i>Вчене звання</i>	
<i>Повна назва організації, де працює автор</i>	
<i>Назва підрозділу</i>	
<i>Посада</i>	
<i>Поштова адреса організації</i>	
<i>Номер телефону організації</i>	
<i>Домашня адреса</i>	
<i>Номер телефону автора(ів)</i>	
<i>E-mail</i>	
<i>Назва статті</i>	

З питань друку статей у “Лінгвістичному віснику” звертатися до головного редактора Герасименко Ірини Анатоліївни

пр. Перемоги, б. 72, кв. 222, м. Горлівка-46, Донецька обл., Україна, 84646.

Тел: +38 (050) 999-42-00.

E-mail: [iragerasimenko@mail.ru](mailto:iragerasimenko@mail.ru)

## УВАЖАЕМЫЕ АВТОРЫ!

В нашем сборнике научных работ публикуются статьи по лингвистике (германским, романским, славянским языкам, теории языка, лингвистике текста, дискуртологии, концептуальному анализу, межкультурной коммуникации).

Сборник адресован преподавателям высших и средних учебных заведений, учителям школ, аспирантам, соискателям ученой степени и студентам.

Редакция просит Вас при подготовке материалов, предназначенных для публикации в “Лингвистическом вестнике”, руководствоваться требованиями Редакционной коллегии к оформлению научной литературы.

### Макет страницы, типографские согласования

- Для оригинал-макета используется формат А 4.
- об’ем – 6-12 страниц;
- шрифт – Times New Roman – 14 пт;
- межстрочный интервал – 1,5;
- абзацный отступ – 1,25 см;
- поля – 2 см;
- апостроф набирается клавишами “Alt” + “0146”;
- кавычки следует набирать одинаковые по всей статье (“кавычки”);
- тире необходимо набирать с помощью кода “Alt” + “0150”, а не использовать дефис;
- страницы не нумеруются, текст печатается без переносов;
- в первой строке страницы, в правом углу печатаются **инициалы, фамилия**. Во второй строке, в правом углу – **название города**. В третьей строке, в левом углу – УДК. В следующей строке печатается **НАЗВАНИЕ СТАТЬИ** (по центру). После названия – текст статьи;
- для стилистического выделения фрагментов текста следует применять начертание *курсив*;
- ссылки в тексте подаются в квадратных скобках с указанием порядкового номера источника в списке литературы и номера страницы [1, с. 37–38], многотомные источники – [5, т. 2, с. 53] (**функция “выноска” не используется**);
- через одну строчку после текста статьи подается **Литература** (в алфавитном порядке);
- завершают публикацию через одну строку после списка литературы **три аннотации на русском, украинском и английском языках** (каждая аннотация с ключевыми словами) – начертание *курсив* (шрифт – Times New Roman – 12 пт);
- иллюстрации подаются отдельным файлом.

### Пример оформления статьи

**А. А. Иванов**  
(Харьков)

УДК 81’1=16+81’ 373.2+81’ 373.21

#### ПРОПРИАЛЬНАЯ ЛЕКСИКА КАК ОБЪЕКТ НАУЧНОГО ИЗУЧЕНИЯ

Текст статьи.

#### Литература

1. Веселовский С. Б. Ономастикон. Древнерусские имена, прозвища и фамилии / С. Б. Веселовский. – М. : Наука, 1974. – 382 с.
2. Горбаневский М. О некоторых противоречиях в трактовке национально-культурной принадлежности антропонимов и топонимов / М. Горбаневский, В. Максимов // Ономастика Поволжья : мат-лы X Международной конференции, 12–14 сентября 2006 г. – Уфа : Изд-во БГПУ, 2006. – С. 37–44.

#### Аннотация

*Автор. Название статьи (на русском языке)*

*Текст аннотации на русском языке (объем – до 500 символов)*

**Ключевые слова:**

#### Анотація

*Автор. Назва статті (українською мовою)*

Текст анотації українською мовою (обсяг – до 500 символів)

**Ключові слова:**

**Abstract**

**Author. The title of the article (in English)**

Abstract (in English) (1200-1500 symbols)

**Key words:**

**В редколлегию подаются** такие материалы:

- распечатанный текст статьи с аннотациями и ключевыми словами;
- распечатанные сведения об авторе(ах): фамилия, имя, отчество; ученая степень и звание; место работы и должность; домашний адрес, контактный телефон, адрес e-mail;
- рецензия научного руководителя для авторов, которые не имеют ученой степени (за подписью кандидата или доктора наук по соответствующему профилю; подпись заверяется печатью);
- диск с текстом статьи, выполненным в текстовом редакторе Word и сохраненным в формате RTF, аннотациями на английском, русском и украинском языках и с ключевыми словами (RTF) и сведениями об авторе(ах);

**Сведения об авторе (авторах) (на украинском, английском языке и языке оригинала)**

Фамилия, имя, отчество	
Научная степень	
Ученое звание	
Полное название организации, в которой работает(ют) автор(ы)	
Название подразделения	
Должность	
Почтовый адрес организации	
Номер телефона организации	
Домашний адрес	
Номер телефона автора(ов)	
E-mail	
Название статьи	

По вопросам публикации статей в “Лингвистическом вестнике” обращаться к главному редактору Герасименко Ирине Анатольевне:

пр. Победы, д. 72, кв. 222, г. Горловка-46, Донецкая обл., Украина, 84646.

Тел: +38 (050) 999-42-00.

E-mail: iragerasimenko@mail.ru

“Linguistic Visnyk” publishes articles of original research in linguistics. The articles deal with linguistic theory, linguistic description of English, French and a variety of other natural languages, morphology, syntax, semantics, historical linguistics, sociolinguistics, psycholinguistics, and other areas of interest to linguists. It is meant for scholars, philologists, postgraduates, students and those who are interested in current problems of linguistics.

Please follow the guidelines below in the preparation of your manuscript.

### Information for the Authors

Articles accepted for publication in “Linguistic Visnyk” must contain new and relevant information of the original nature, with the results of scientific and scientific-practical researches and correspond to the thematic profile of the journal. Submitted materials must not be published earlier in other prints.

In compliance with the Requirements of Higher Attestation Commission, the authors of the articles, submitted for publication in the scientific journal, should stick to the following rules:

- the manuscript’s volume should be 6-12 pages (A 4);
- the article should be submitted in one copy (line spacing – 1,5, print – Times New Roman, type size – 14, margins – 2 centimeters, indented line – 1,25 centimeters, without extra omissions, line break; quotation marks “ ”; hyphen and dash should not be confused (install automatic hyphenation “Alt” + “0150”); apostrophe “Alt” + “0146”);
- in the right top corner initials and surname of the author (authors) must be printed in bold print; below must be the name of the city / town; the title of the article must be placed in the center of a line, in bold type;
- the articles should be supported by a review of a scientific tutor (for young scholars).

*Sample*

**А.А. Иванов**  
**(Харьков)**

УДК 81’1=16+81’ 373.2+81’ 373.21

### **ПРОПРИАЛЬНАЯ ЛЕКСИКА КАК ОБЪЕКТ НАУЧНОГО ИЗУЧЕНИЯ**

#### **Literature**

1. Веселовский С. Б. Ономастикон. Древнерусские имена, прозвища и фамилии / С. Б. Веселовский. – М. : Наука, 1974. – 382 с.
2. Горбаневский М. О. некоторых противоречиях в трактовке национально-культурной принадлежности антропонимов и топонимов / М. Горбаневский, В. Максимов // Ономастика Поволжья : мат-лы X Международной конференции, 12–14 сентября 2006 г. – Уфа : Изд-во БГПУ, 2006. – С. 37–44.

#### **Abstract**

*Author. The title of the article in English.*

*Abstract in English (1200-1500 symbols)*

**Key words:**

#### **Анотація**

*Автор. Назва статті (українською мовою)*

*Текст анотації українською мовою (обсяг – до 500 символів)*

**Ключові слова:**

#### **Аннотация**

*Автор. Название статьи (на русском языке)*

*Текст аннотации на русском языке (объем – до 500 символов)*

**Ключевые слова:**

**The article must be accompanied by** a CD with the text of the article and 3 abstracts (Word; RTF); tables, schemes, figures and diagrams must be written on a separate sheet of paper and in a separate file, numbered and titled; references must be formed in a form of a bibliographic list at the end of the article in the alphabetical order. References are given in square brackets with the number of the source and page, (example, [3, с. 50-51]).

**Manuscript is attached by:**

- the required documents;
- author's reference – name, surname and patronymic name (full), official name of job place, position, scientific degree, scientific rank, data for communication with the author (phone numbers, e-mail);
- 3 abstracts (no more than 10 lines) and key words (5-7) in English, Ukrainian and Russian, (including the title). Abstract should contain a brief structure of the article and the following aspects of its content: subject, theme, aim of research; method and methodology for conducting research; results of research; sphere of application of the results.

The article must include the conceptual / theoretical underpinning, relating to the previous research, methodology, the context, findings / results and value of your research for your potential audience.

*The authors are responsible for selection and validity of the information, facts, quotations, statistic and sociological data, geographical names, proper names, and other information. Published materials may not coincide with the opinion of the editors, Board of editors, as far as they are open to discussion. The Visnyk Editorial Board does not return the manuscripts of the articles and floppy discs.*

**Author's Reference (in English, Russian, Ukrainian)**

<i>Name, surname and patronymic name (full)</i>	
<i>Scientific degree</i>	
<i>Scientific rank</i>	
<i>Official name of job place</i>	
<i>Department</i>	
<i>Position</i>	
<i>Address of the institution</i>	
<i>Telephone number of the institution</i>	
<i>Home address</i>	
<i>Telephone number of the author(s)</i>	
<i>E-mail</i>	
<i>The title of the article</i>	

**Contact details**

Submissions of articles and related correspondence, general enquiries and questions about the form of the manuscript should be sent to Gerasimenko I. A., editor in chief:

Pobeda St, 72, 222, Horlivka-46, Donetsk Region, Ukraine, 84646.

Phone number: +38 (050) 999-42-00;

E- mail: [iragerasimenko@mail.ru](mailto:iragerasimenko@mail.ru)



## ЗМІСТ

ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ ТЕКСТУ, ДИСКУРСОЛОГІЇ,  
ДИСКУРС-АНАЛІЗУ

<i>Л. Г. Викулова, Е. Ф. Серебренникова</i> ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ЭЛЕМЕНТ УНИВЕРСУМА ЧЕЛОВЕКА И УНИВЕРСУМА ЯЗЫКА: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИНТЕРПРЕТАЦИИ .....	8
<i>І. Ф. Винокурова</i> СТИЛІСТИЧНА ІНВЕРСІЯ ЯК ПОЕТИКАЛЬНА ДОМІНАНТА ТРИЛОГІЇ “ВОЛОДАР КІЛЕЦЬ” ДЖ. Р. Р. ТОЛКІНА .....	15
<i>А. Р. Габидуллина</i> ПОНЯТИЕ “РЕЧЕВОЙ ЖАНР” В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ И ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ РИТОРИКЕ .....	20
<i>Н. К. Кравченко</i> ТИПОЛОГИЯ КОНТЕКСТА В РАКУРСЕ ЗАДАЧ СОВРЕМЕННОГО ДИСКУРС-АНАЛИЗА .....	26
<i>Л. В. Мальцева</i> МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ СУБТЕКСТ В УЧЕБНО-НАУЧНОМ ТЕКСТЕ .....	31
<i>Е. И. Панченко</i> СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ ЛУДИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В ПАРОДИЙНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ.....	33
<i>Л. А. Петрова</i> РЕФЕРЕНЦИАЛЬНЫЕ СООТВЕТСТВИЯ В СТРУКТУРЕ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПАРАДИГМЫ .....	37
<i>О. В. Столярчук</i> ХАРАКТЕРНІ РИСИ МОЛОДІЖНОГО ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ АНГЛІЙСЬКОЇ, НІМЕЦЬКОЇ, РОСІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ.....	41
<i>О. В. Широких</i> ПРО СУЧАСНЕ ПОНЯТТЯ СЛЕНГУ .....	45
<i>О. А. Шутова</i> ПОУЧАЮЩИЙ ДИСКУРС В НАРОДНОЙ СКАЗКЕ .....	49
<i>Т. Ю. Шуклина</i> СЛОВОТВОРЧЕСТВО КАК СРЕДСТВО ЭКСПРЕССИВИЗАЦИИ РУССКОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА.....	53

## КОМУНІКАТИВНА ЛІНГВІСТИКА

<i>Л. Н. Синельникова</i> О ТЕХНОЛОГИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ЖУРНАЛИСТИКА И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ .....	58
<i>О. В. Юр'єва</i> СПЕЦИФІКА КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ І ХОДІВ У СЛОГАНІ СОЦІЛЬНОЇ РЕКЛАМИ .....	62

## ЕТНОЛІНГВІСТИКА. ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЯ. ЛЕКСИКОГРАФІЯ

<i>С. М. Аніськова</i> УСТОЙЛИВАЕ НАРОДНАЕ ПАРАЎНАННЕ Ў ЛІНГВАКУЛЬТУРЫ БЕЛАРУСАЎ: АНІМАЛІСТЫЧНЫ КОД.....	69
<i>Т. В. Лановая</i> РАЗВИТИЕ ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКОЙ ЛЕКСИКОГРАФИИ.....	72
<i>В. А. Ляшчынская</i> АБ АДНЫМ ФРАГМЕНЦЕ ФРАЗЕАЛАГІЧНАЙ КАРЦІНЫ СВЕТУ БЕЛАРУСАЎ .....	75
<i>З. У. Шведава, Л. В. Паплаўная</i> КУЛЬТУРНАЯ ІНФАРМАЦЫЯ ПАРЭМІЙ, ЯКІЯ ХАРАКТАРЫЗУЮЦЬ ДАБРО І ЗЛО .....	82

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СОЦІОЛІНГВІСТИКИ ТА ОНОМАСТИКИ

<i>Л. М. Бражник</i> “ОНИМНЫЙ КОД” ПОЭЗИИ Н. ГУМИЛЁВА .....	86
<i>D. V. Vasylenko</i> THE CIVILIAN APPROPRIATION OF MILITARY VOCABULARY .....	89
<i>О. А. Донскова</i> ПОЛИЯЗЫЧНОСТЬ ЭРГОНИМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА ЛОНДОНА КАК ОТРАЖЕНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СИТУАЦИИ .....	92
<i>М. В. Жарикова</i> ГЕТЕРОГЕННОСТЬ ЯЗЫКОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ПРОЦЕССЕ СОЗДАНИЯ ОЙКОНИМИИ ДОНБАССА .....	97

## РЕЦЕНЗІЇ. АНОТАЦІЇ. ХРОНІКА. ІНФОРМАЦІЯ

<i>И. А. Герасименко</i> ВАРИАТИВНОСТЬ КАК РЕЗУЛЬТАТ ПЛАНЕТАРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЯЗЫКОВ .....	104
<i>О. Ф. Таукчі</i> ІV ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ “СУЧАСНІ ЛІНГВІСТИЧНІ ПАРАДИГМИ” .....	105
<i>Н. В. Дьячок</i> МІЖНАРОДНА НАУКОВА КОФЕРЕНЦІЯ “СХІДНОСЛОВ’ЯНСЬКА ФІЛОЛОГІЯ: ВІД НЕСТОРА ДО СЬОГОДЕННЯ” .....	106
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ .....	109
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ .....	111
AUTHORS .....	113



Наукове видання

# ЛІНГВІСТИЧНИЙ ВІСНИК

## Випуск 2

Відповідальний за випуск Д.В. Василенко  
Технічний редактор А.М. Калашников  
Комп'ютерне верстання та макетування А.В. Шевченко

*За зміст і достовірність фактів, цитат, власних імен  
та інших відомостей відповідають автори*

Підписано до видання 08.05.2013 р.  
Формат 60x84/8. Папір 80 г/м<sup>2</sup>.  
Ум. друк. арк. 11,42. Обл.-вид. арк. 15,5.  
Ум.-вид. арк. 14,42.  
Тираж 300 прим. Зам. № 30/2.

---

Видавництво Горлівського інституту  
іноземних мов ДВНЗ «ДДПУ»  
Свідоцтво про державну реєстрацію суб'єкта видавничої справи  
ДК № 1342 від 29.04.2003 р.  
84626, м. Горлівка, вул. Рудакова, 25