ISSN 2542-2197

ВЕСТНИК

МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

2020 6 (835)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Год основания издания – 1940

ВЕСТНИК МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Москва
ФГБОУ ВО МГЛУ
2020

6

выпуск 835

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION
OF THE RUSSIAN FEDERATION

FEDERAL STATE BUDGETARY
EDUCATIONAL INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION
“MOSCOW STATE LINGUISTIC UNIVERSITY”

The year of foundation – 1940

VESTNIK OF MOSCOW STATE LINGUISTIC UNIVERSITY

HUMANITIES

Moscow
FSBEI HE MSLU
2020

6

Issue 835

Печатается по решению Ученого совета
Московского государственного лингвистического университета

Главный редактор
доктор филологических наук, профессор ***Г. Г. Бондарчук***

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Алиева Н. М., д-р филол. наук, проф. (Азербайджан)
Воронина Г. Б., канд. филол. наук, проф. (МГЛУ)
Гаспарян Г. Р., д-р филол. наук, проф. (Армения)
Голубина К. В., канд. филол. наук, проф. (МГЛУ)
Гомес М. К., проф. лингвистики (Кадис, Испания)
Дудик Н. А., канд. филол. наук (МГЛУ)
Имомзода М. С., д-р филол. наук, проф. (Таджикистан)
Ирисханова К. М., канд. филол. наук, проф. (МГЛУ)
Ирисханова О. К., д-р филол. наук, проф. (МГЛУ)
Краева И. А., канд. филол. наук, проф. (МГЛУ)
Красноженова Г. Ф., д-р социол. наук, проф. (МГЛУ)
Кунанбаева С. С., д-р филол. наук, проф. (Казахстан)
Медведева Т. В., канд. филол. наук, проф. (МГЛУ)
Моисеенко Л. В., д-р филол. наук, проф. (МГЛУ)
Мусаев А. И., д-р филол. наук, проф. (Кыргызстан)
Писанова Т. В., д-р филол. наук, проф. (МГЛУ)
Радченко О. А., д-р филол. наук, проф. (Россия)
Русецкая М. Н., д-р пед. наук, проф. (Россия)
Сорокина Т. С., д-р филол. наук, проф. (МГЛУ)
Убин И. И., д-р филол. наук, проф. (МГЛУ)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Бондарев А. П., д-р филол. наук, проф.
Василюк И., канд. филол. наук
Воробьев В. В., д-р филол. наук, проф.
Ганин В. Н., д-р филол. наук, проф.
Голубкова Е. Е., д-р филол. наук, проф.
Гусейнова И. А., д-р филол. наук, доц.
Евдокимов А. Ю., академик РАЕН, д-р техн. наук, канд. культурологии, доц.
Евтушенко О. В., д-р филол. наук, доц.
Жаринов Е. В., д-р филол. наук, доц.
Жданова Л. М., канд. филол. наук, доц.
Захари Захариев, д-р филол. наук, проф.
Карневская Е. Б., канд. филол. наук, проф.
Косиченко Е. Ф., д-р филол. наук, доц.
Кузнецов В. Г., д-р филол. наук, проф.
Малыгина И. В., д-р филос. наук, проф.
Осьминина Е. А., д-р филол. наук, проф.
Полетаева М. А., канд. культурологии, доц.
Порохницкая Л. В., д-р филол. наук
Потапова Р. К., д-р филол. наук, проф.
Семина И. А., д-р филол. наук, доц.
Силантьев Р. А., д-р истор. наук, доц.
Собакин А. Н., д-р филол. наук, доц.
Сомова Е. В., д-р филол. наук, проф.
Сухарев Ю. А., д-р филос. наук, проф.
Тёмкин В. А., канд. истор. наук, доц.
Толкачев С. П., д-р филол. наук, проф.
Травников С. Н., д-р филол. наук, проф.
Трыков В. П., д-р филол. наук, проф.
Уралова Л. А., канд. филол. наук, доц.
Фадеева Г. М., канд. филол. наук, доц.
Харитончик З. А., д-р филол. наук, проф.
Хитина М. В., д-р филол. наук, доц.
Цветаева Е. Н., канд. филол. наук, доц.
Ченки А. Дж., д-р наук по славянским языкам
Чернозёмова Е. Н., д-р филол. наук, проф.
Янулевичене В., д-р гуманитарных наук, проф.

СОДЕРЖАНИЕ

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Авдеева А. А.

Формирование общеевропейской когнитивной картины мира на этапах интеграции и ее влияние на прагматику перевода 9

Гурецкая М. В.

Результативное состояние и его структурно-семантическая репрезентация (на материале художественной прозы XX века) 23

Гусева О. А., Попова Е. А.

Обозначение смеха в интернет-общении (на материале английского и русского языков) 33

Зеленяева А. А.

Ассимиляция англицизмов по музыкальной тематике в русском и французском языках 47

Иволгин А. В.

Вопросительные конструкции в журнальных публикациях жанра «письмо редактору» как средство реализации связи между коммуникативными структурами первичного и вторичного текстов 60

Канашина С. В.

Языковая игра в англоязычных интернет-мемах 73

Кузьменко Н. В.

Меронимическая организация наименований артефактов в современном английском языке 85

Мухин С. В.

Лексическая квантификация в рассказах Оттара и Вульфстана 95

Никонова Е. В.

Лингвопрагматические особенности названий современных компьютерных игр жанров «hidden object / adventure» 108

Порохницкая Л. В., Седова Н. К.

Специфика актуализации концептуальной метафоры в спортивном дискурсе: перспектива исследования 119

Таймур М. П.

Смешанные вербально-графические метафоры в рекламе (на материале английского языка) 127

Таунзенд К. И.

Скромное обаяние английской драматургии: пьеса Р. Додсли в переводе А. И. Красовского 140

Трубочкин А. В.

Явление взаимной аттракции во фразово-глагольных конструкциях 150

Уханова М. А.

Корпусный подход к изучению конструкций (на материале анекдотов на английском языке) 166

Чалбарах Н. В.

Концепт «состояние» и его реализация в британском и американском вариантах английского языка (корпусное исследование) 177

Черемисина Т. И., Бондаренко А. В.

Иноязычная лексика в рекламе как средство маркетинговой коммуникации (на примере европейских языков) 192

Бондарчук Г. Г., Яроцкая Л. В.

Лингвокогнитивные инструменты в парадигме межкультурного анализа: лингводидактический аспект 207

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

Беляков Д. А.

Образ советской столицы в «Московских заметках» Клауса Манна 216

Нестеров А. В.

Стихотворение как система образов, организующая роль аллюзий и поэтический перевод 224

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Осьминина Е. А.

Культура Китая в представлении русского футуризма (на примере антологии «Свирель Китая») 234

Филимонова К. Л.

Модернизация сферы культуры в России конца 1990-х – начала 2000-х гг.: Опыт культурологической рефлексии 245

Челнокова-Щейка А. В.

Специфика формирования китайской молодежной культуры (на примере печатных изданий для молодежи в начале XX в.) 256

CONTENTS

LINGUISTICS

Avdeeva A. A.

Formation of All-European Cognitive World Image at the Integration Stages and Its Impact on Translation Pragmatics 9

Guretskaya M. V.

Resultative State and Its Structural-Semantic Representation (on the XXth century English literature) 23

Gouseva O. A., Popova E. A.

Laughter in Russian and English Internet-Communication 33

Zelenyaeva A. A.

Assimilation of English Words Related to Music in the Russian and French Languages 47

Ivolgin A. V.

Interrogative Constructions in the Journal Publication of the Genre "Letter to the Editor" as a Means of Correlation between Communicative Structures of the Primary and Secondary Texts 60

Kanashina S. V.

Language Game in English Internet Memes 73

Kuzmenko N. V.

Meronymic Organization of Names for Parts of Artifacts in Modern English ... 85

Mukhin S. V.

Lexical Quantification in the Reports of Ohthere and Wulfstan 95

Nikonova E. V.

Linguistic and Pragmatic Principles of Naming of Contemporary Computer Games of the Genre "Hidden Object / Adventure" 108

Porokhnitskaya L. V., Sedova N. K.

The Particularities of Conceptual Metaphor Actualization in Sports Discourse: Research Prospects 119

Taymour M. P.

Mixed Verbal-Pictorial Metaphors in Advertising in English 127

Taunzend K. I.

The Delicate Charm of the English Drama: "The Toy Shop" in the Russian Translation 140

Trubochkin A. V.
Mutual Attraction in Phrasal Verb Constructions 150
Ukhanova M. A.
Corpus-Based Approach to Constructions
(analysis of jokes in the English language) 166
Chalbarakh N. V.
Concept «State» and Its Implementation in British and American English
(corpus-based investigation) 177
Cheremisina T. I., Bondarenko A. V.
Borrowings in Advertising Discourse as Marketing Communication Means
(on the material of European languages) 192
Bondarchuk G. G., Yarotskaya L. V.
Linguocognitive Instruments in the Paradigm of Intercultural Analysis:
Language Pedagogy Perspective 207

LITERARY STUDIES

Belyakov D. A.
Image of the Soviet Capital in Klaus Mann's "Notes in Moscow" 216
Nesterov A. V.
A Poem as a System of Images, the Organizing Role of Allusions
and Translating of Poetry 224

CULTUROLOGY

Osminina E. A.
Chinese Culture in the Representation of Russian Futurism
(on the example of the anthology «The Flute of China») 234
Filimonova K. L.
Modernization of the Cultural Sphere in Russia at the End of the 90s – the
Beginning of the 2000s: the Experience of Culturological Reflection 245
Chelnokova-Siejka A. V.
Characteristics of the Formation of Chinese Youth Culture
(using print media for youth at the beginning
of the XX century as an example) 256

УДК 81.25, 81.23

А. А. Авдеева

аспирант кафедры лексикологии и стилистики французского языка факультета французского языка;
преподаватель кафедры перевода французского языка переводческого факультета;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail : alena.avdeeva.1309@gmail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕЕВРОПЕЙСКОЙ КОГНИТИВНОЙ КАРТИНЫ МИРА НА ЭТАПАХ ИНТЕГРАЦИИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ПРАГМАТИКУ ПЕРЕВОДА

Предмет изучения данной статьи – рассмотрение общеевропейской концептосферы Европейского союза, основные этапы и исторические предпосылки ее формирования. В работе выделяются основные исторически обоснованные концепты общеевропейского пространства, а также описывается общий механизм их пересмотра во время кризисных социальных процессов. В этой связи автор изучает возможность воспроизведения прагматического эффекта при переводе как главном процессе обеспечения межкультурной коммуникации и достижения адекватности перевода.

Ключевые слова: концептосфера; Европейский союз; интеграция; Христианский мир; Социальная Европа; Виктор Гюго; перевод; прагматический эффект.

A. A. Avdeeva

Post-graduate Student, Lexicology and Stylistics Department of the French Language Faculty; Lecturer, Faculty of Translation and Interpreting, French Language Translation and Interpreting Department;
Moscow State Linguistic University;
e-mail : alena.avdeeva.1309@gmail.ru

FORMATION OF ALL-EUROPEAN COGNITIVE WORLD IMAGE AT THE INTEGRATION STAGES AND ITS IMPACT ON TRANSLATION PRAGMATICS

The article is dedicated to the studies of the all-European concept sphere of the European Union, its main periods and historical prerequisites of its formation. The article highlights crucial historically-based concepts of the European area and describes the general mechanism of their revision during the social crises. In this

regard, the author studies the possibility of reproducing the pragmatic effect in translation as the main process of ensuring intercultural communication and the translation adequacy achieving.

Key words: concept; European Union; integration; Christian World; Social Europe; Victor Hugo; translation; pragmatic effect.

Введение

Познание человеком мира, среды, в которой он находится, происходит при помощи органов чувств и абстрактного мышления. Такое познание формирует «непосредственную картину мира», которая относится к конкретному этапу развития познания и науки, поскольку опирается на существующие в это время методы познания, научную парадигму и научные достижения [Попова, Стернин 2007, с. 36]. Так, непосредственная картина мира становится исторически обусловленной. Базируясь на таком подходе, Попова и Стернин выделяют когнитивную картину мира, «ментальный образ действительности, сформированный когнитивным сознанием человека или народа в целом и являющийся результатом как прямого эмпирического отражения действительности органами чувств, так и сознательного отражения действительности процессе мышления» [там же, с. 37].

Иными словами, когнитивная картина мира – это единство концептосферы и стереотипов сознания, которые формируются в рамках определенной культуры. Концептосфера представляет своего рода «*информационную базу* сознания и мышления человека» [там же]. Эта информационная база дает возможность структурировать мир вокруг и формировать систему концептов, которые продолжают развиваться и менять свое наполнение в течение жизни индивида, что становится возможным благодаря способности человека к познанию [Бабушкин 1997; Демьянков 2001]. Чтобы вторичные языковые системы могли закрепить, запечатлеть концептосферу в конкретный момент времени и воплотить в материальных объектах непосредственную когнитивную картину мира, человеческий разум создает опосредованную картина мира, в свою очередь состоящую из языковой и художественной картин мира.

Культура и универсальность мышления

Ряд выдающихся когнитивистов, таких как Лакофф, Джонсон, ван Дейк и др., доказали, что мышление человека универсально, а каждый отдельный представитель homo sapiens мыслит по той же

схеме, что и другие. Джордж Лакофф выделил некоторые признаки универсальности мышления:

1) человеческое мышление есть своего рода воплощение физического опыта восприятия материального, т. е. «что структуры, образующие нашу концептуальную систему, имеют своим источником наш чувственный опыт и осмысляются в его терминах; более того, ядро нашей концептуальной системы непосредственно основывается на восприятии, движениях тела и опыте физического и социального характера» [Лакофф 2004, с. 13];

2) мышление образно, поскольку понятия, не базирующиеся напрямую на чувственном опыте, выходят за рамки простой репрезентации и используют метонимию и метафору за счет способности человека к воображению;

3) мышление – нечто большее, чем простое оперирование символами, оно имеет экологичную структуру; формирование и адекватность когнитивных процессов зависят от структурирования концептуальной системы как таковой и от непосредственных значений концептов, значит, мышление имеет экологичную структуру;

4) на основании вышеперечисленных свойств могут быть созданы когнитивные модели, служащие описанию концептуальных структур [Лакофф 2004].

Сделав выводы об универсальности категоризации мышления, авторы исследования предложили свое понимание ее вербализации и структуризации.

С точки зрения Лакоффа и Джонсона, большинство фундаментальных концептов базируются на пространственных и структурных метафорах, которые обладают внешней системностью, определяющей ее согласованность. Метафоры не произвольны, а создаются из нашего физического и культурного опыта, имеют социальные основания, причем именно культура определяет, какие основания станут базовыми для создания метафоры в том или ином случае [Лакофф, Джонсон 2017]. Они подчеркивают, что опыт как «плоть» культуры и самопознание мира уже включает культуру в акт познания-опыта. Каждая культура была вынуждена найти способ взаимодействовать со средой и адаптироваться к ней, устанавливать рамки социального взаимодействия и распределять роли, чтобы стало возможным социальное функционирование.

Таким образом, возникает вопрос, что можно считать культурой, к которой было бы справедливо данное утверждение, какими могут быть ее этапы развития, географическое пространство и взаимодействие сообществ внутри данного пространства.

Т. В. Коренькова, А. В. Кореньков отмечают, что сегодня, когда человечество входит в 3-е тысячелетие, лингвисты и переводчики напрямую участвуют и фиксируют стремительное развитие диалога между различными цивилизациями (Восток и Запад). Межкультурная коммуникация становится всё важнее; вслед за концептуальными изменениями ускоряются глобализация и интеграция. Всё это неизбежно влечет и языковые изменения. Данные процессы уже имели место в истории: подобные сдвиги семиосферы можно найти «на рубеже I тыс. до н. э. – I тыс. н. э., в эпоху формирования идеологий национальных государств Евразии XVI–XIX вв. и мировых империй рубежа XIX–XX вв.» [Коренькова, Кореньков 2012, с. 73].

Исторические предпосылки формирования общеевропейской картины мира

Именно в моменты коренных исторических изменений общества появились такие геокультурные единицы, как «Christendom (Христианский мир), У́мма (мир Ислама), а в последние десятилетия – «буддийский мир», New Age и т. п.» [там же]. В различные времена концепты глобализации предлагались и светскими идеологиями – эллинистическая «ойкумена», китайская «Поднебесная» («тянься»), латинский Pax Romana, англо-саксонский Pax Britannica, «Французское колониальное пространство», японская «Великая восточноазиатская сфера взаимного процветания», «всемирный коммунизм», «секуляризм» и ряд других.

Одним из наиболее древних и культурно богатых подобных проектов стал проект объединения Европы, начало которому было положено около двух тысячелетий назад и формирование которого продолжается и по сей день.

Идея о Европе как едином пространстве существует на протяжении столетий. Впервые она появилась в Древней Греции и воспринималась как географическая общность, с Ледовитым океаном на севере, Атлантическим – на западе, Средиземным морем на юге и с постоянно меняющейся границей на западе. Например, Геродот в «Истории», написанной в V в до н. э. проводил восточную границу по реке Дон.

В те времена Европа воспринималась как территория, соседствующая с Азией и Африкой. Она была в определенном смысле противоположностью деспотиям Азии, выразителем свободы. Такое восприятие, впрочем, быстро изменилось – стремительные завоевания Александра Македонского и агрессивное расширение Римской империи в разы раздвинули границы европейского пространства в умах античных греков и римлян. В VIII в. Мир делится на две половины – христианскую и мусульманскую. В этот период впервые армия Карла Мартелла упоминается как «европейская». В 800-е гг. Карл Великий становится известен как «отец Европы». Общность Европы формируется на основании религиозной принадлежности, которая определяет ее будущее. В 1095 г. начинается эпоха крестовых походов. В этом году Папа Урбан II призвал европейские земли объединиться в борьбе за веру. В 1453 г. происходит объединение религиозного и политического в картине мира –турки взяли Константинополь [Авилова 2012].

Начиная с XIV века, эпохи Возрождения, появлялся целый ряд работ ярчайших философов и деятелей, таких как Союз князей Пьера Дюбуа при дворе короля Филиппа Красивого (XIV в.), проект конфедерации европейских государств чешского короля Иржи Подебрада (1462), «Монархия» с проектами «европейского единства» Данте Алигьери (1312–1313).

Еще большее распространение идея европейского единства получила в Новое время. Тогда были созданы такие проекты, как: труд герцога де Сюлли, который был советником короля Генриха IV (XVI–XVII вв.); примечательное «Сочинение о настоящем и будущем мире в Европе» Уильяма Пенна (1692), который был протестантом и отчасти демонстрировал раскол в христианском мире; ставший популярным и обсуждаемый впоследствии ведущими философами «Проект установления постоянного мира в Европе» французского аббата Сен-Пьера (1713).

Именно тогда широко распространяется концепция политической общности государств, приходит понимание необходимости создания баланса сил в Европе.

В этот период публикуется эссе Жана-Жака Руссо «Суждение о вечном мире», в котором философ поддерживает проект Сен-Пьера, но скептически оценивает возможность его реализации. Вольтер считал Европу «одной большой республикой» из-за общей религии и принципов государственного и политического права;

Иммануил Кант в труде «К вечному миру» предлагал создание федерации для обеспечения всеобщего мира. В 1814 г. Сен-Симон предлагает концепцию всеобщего европейского парламента, созданного на основе английского.

В 30-е гг. XX в. появляется теория Соединенных Штатов Европы, предложенная итальянцами Каттанео и Мадзини. В проекте Россия значилась как часть Европы. Примечательно, что на Парижском конгрессе в 1849 г. этот труд поддерживал великий писатель эпохи Виктор Гюго.

Создание ключевых общеевропейских концептов

Парижский конгресс вошел в череду так называемых мирных конгрессов, целью которых было формирование общего политического европейского пространства и поддержания мира. На Конгрессе 21 августа 1849 г. авторитетный писатель был председателем. Именно там Гюго рассказывал о проекте Соединенных Штатов Европы. В его Послании было обращение к самым сильным державам того времени, а именно – к Франции, Англии, Пруссии, Австрии, Испании, Италии, России). Гюго писал: «Настанет день, когда ты, Франция, ты, Россия, ты, Италия, ты, Англия, ты, Германия, – все вы, все нации континента, не утрачивая ваших отличительных черт и вашего... своеобразия, все неразрывно сольетесь в некоем высшем единстве и образуете европейское братство ... Настанет день, когда мы воочию увидим два гигантских союза государств – Соединенные Штаты Америки и Соединенные Штаты Европы» [Гюго 1956, с. 209].

Несколько позже в Женеве была создана Международная лига мира и свободы, а в Бёрне издавался журнал «Соединенные Штаты Европы».

К началу XX в. проект уже подразумевал определение «сфер влияния», и потребовался даже русскому революционеру Льву Троцкому. Выдержки из проекта содержались и в его «Программе мира» [Браницкий 2006].

В своем исследовании А. Г. Браницкий констатирует, что общность Европы исторически базируется на трех ключевых концептах:

1) «континент свободы», пространство прав и свобод человека, появившееся еще в период греко-персидских войн, которое противопоставлялось «азиатской» отсталости»;

2) «Христианской Европы», возникшей во времена Средневековья; которая была самой настоящей республикой, во главе которой стоял понтифик;

3) «социальной Европы» XIX в. – дитя революционеров и демократов, которое приобрело окончательную форму во второй половине XX в. во время процесса Европейской интеграции [Браницкий 2006].

Последний, третий, концепт появился на изломе XVIII–XIX вв., когда произошла Великая французская революция, и была создана «Декларация прав и свобод гражданина». В это время произошли коренные изменения в социальной, научной, политической и культурной жизни всей Европы: восстание декабристов в России, движение за независимость в Италии, научно-техническая промышленная революция в Англии. По всей Европе происходили процессы пересмотра миропонимания, это породило новое литературное течение – романтизм, приверженцы которого заново поставили вопрос о месте человека в мире, об отношениях человека с Богом, воспели эпоху христианского Средневековья и оспорили авторитет периода Античности.

Изменения активно захватывают европейские языки: из Германии в Европу приходят сказания скандинавов и сказки древних германцев, из Англии возвращаются когда-то французские ямбы и хореи, из Италии и Испании приходят средневековые твердые поэтические формы; во Франции просыпается старинная плясовая песня – баллада, а также воспевается личность человека. Всё это слилось в единый романтический мотив цикла жизни, восходящий к христианской традиции – Смерти и Возрождения. А. Я. Гуревич отмечает, что во все времена «смерть была великим компонентом культуры, "экраном", на который проецировались все жизненные ценности. Отношение к смерти – своего рода эталон, индикатор характера цивилизации, в восприятии смерти выявляются тайны человеческой личности. Смерть – один из коренных "параметров" коллективного сознания» [Гуревич 1992, с. 5]. Заметим, что в христианском мире законы мироздания имеют четко выраженный цикл, до сих пор ежегодно повторяющийся в праздниках, которые имеют логическую последовательность и напрямую взаимосвязаны: Рождество, Успение и Пасха полностью объясняют цикл жизни, смерти и возрождения [Вишневская 2010].

Можно сделать вывод, что европейские пространство всегда имело общую картину мира с единым пониманием ключевых для любого

человека концептов: справедливости, свободы, смерти, т. е. вечных экзистенциальных вопросов человеческой психики – справедливости мира, смысла жизни и попыток понять смерть.

Межкультурная коммуникация и взаимопроникновение культур

На примере периода кризисного времени, а именно – Французской революции, на пространстве культурного европейского единства возникает усиление диалога между сообществами, населяющими ее, что влечет за собой максимальное взаимопроникновение и «впитывание» языковых форм других языков, а с ними и новое, общее, осознание данных концептов.

В связи с этим встает вопрос о возможности достижения максимального прагматического эффекта при осуществлении коммуникации между носителями разных языков в рамках большого европейского пространства. Как замечал М. Ю. Лотман, при понимании текстов в рамках одного сознания оперируют сразу двумя:

– сознанием дискретной системы кодирования текста (образует текст, складывая линейные цепочки соединенных сегментов);

– сознанием континуальности текста (существует в многомерном семантическом пространстве конкретного текста, где элементом значения становится сам текст).

М. Ю. Лотман утверждал: «Однако любой точный перевод подразумевает, что между единицами каких-либо двух систем установлены взаимно-однозначные отношения, в результате чего возможно отображение одной системы на другую. Это позволяет текст из одного языка адекватно выразить средствами другого. <…> Возникает не точный перевод, а приблизительная и обусловленная определенным общим для обеих систем культурно-психологическим и семиотическим контекстом эквивалентность. Именно эти «незакономерные» сближения дают точки для возникновения новых смысловых связей и принципиально новых текстов. Пара взаимно несопоставимых значимых элементов, между которыми устанавливается в рамках какого-либо контекста отношение адекватности, образует семантический троп» [Лотман 1981, с. 10].

Это подтверждает тезис о критической важности совпадения культурно-бытовой сферы и социальных процессов, настроений, витающих в обществе, потому что именно они и порождают материальный опыт.

Нам удалось вычленить общие концепты, одинаково перерабатываемые носителями европейской культуры той эпохи, следовательно, можно сделать вывод о совпадении у них ядер данных концептов, что делает возможной переводимость как таковую.

Воспроизводимость прагматического эффекта при переводе

В этой связи нас интересует вопрос воспроизводимости прагматического эффекта при переводе, поскольку именно он и позволяет отразить глубину всех оттенков смыслов и нюансов картины мира исходного текста. Переводоведы по-разному определяют понятие «прагматический эффект», однако большинство из них сводятся к классическим определениям Л. С. Бархударова и В. Н. Комиссарова. В теории Л. С. Бархударова «оно [прагматическое воздействие] включает в себя все вопросы, связанные с различной степенью понимания участниками коммуникативного процесса тех или иных знаков или сообщений и с различной их трактовкой в зависимости от лингвистического и экстралингвистического опыта участников коммуникации» [Бархударов 2013, с. 125].

С точки зрения В. Н. Комиссарова, прагматика перевода представляет воздействие на процесс и конечный результат перевода как процесса. Это воздействие необходимо для воспроизведения прагматического потенциала текста-оригинала и призвано создать аналогичное восприятие рецептором перевода, где «прагматический потенциал текста – способность текста оказывать воздействие на рецептора, вызывать у него интеллектуальную или эмоциональную реакцию на передаваемое сообщение» [Комиссаров 2011, с. 401].

Следовательно, прагматика перевода – это попытка сделать так, чтобы читатель перевода сумел увидеть текст теми же глазами, что и носитель языка-оригинала, т. е. это погружение в другую картину мира, в другую культурно-бытовую среду, другой язык и сильно отличающиеся исходные точки повседневности. Традиционно виды прагматической адаптации при переводе имеют цели дополнить фоновые знания, передать рецептору перевода эмоциональный посыл исходника, передать конкретному рецептору ситуацию конкретного общения и в высшем своем проявлении решить так называемую переводческую сверхзадачу, т. е. достичь адекватности перевода, ради которой иногда допустимо и искажение оригинала [Комиссаров 2002].

Можно предположить, что в исторические кризисные моменты, которые переживает человечество, происходит максимальное сближение концептосфер народов, населяющих данные территории, как на уровне ядра концепта, так и его периферии, в свете чего они воспринимаются народами максимально близко. Подобная наполненность одинаковым смыслом делает достижение прагматического эффекта максимально возможным.

Нам представляется, что достижение прагматического эффекта текста оригинала и адекватности перевода возможно при условии понимания следующих факторов:

– общности социальных процессов Европы на рубеже XVIII–XIX вв.;

– совпадения ключевых концептов «свободный континент»; «Христианский мир», «социальная Европа» на протяжении долгих веков;

– факта глубокого взаимопроникновения языковых форм европейских языков на всех уровнях;

– усиления диалога внутри европейского пространства;

– создания проектов единой Европы;

– наличия общей культурно-бытовой базы на европейском пространстве.

Интеграция и межкультурная коммуникация

Известно, что сегодня процессы глобализации и интеграции продолжаются и набирают невиданную ранее скорость: этапы интеграции в Европе XX века продвигались гораздо быстрее, чем в течение двух предыдущих тысячелетий. Условно этапы интеграции Евросоюза можно разделить на следующие – довольно непродолжительные, но крайне эффективные этапы:

1) создание ЕОУС, т. е. общего рынка угля и стали в 1951–1957 гг.;

2) создание ЕЭС, т. е. Таможенного союза и общего рынка товаров в 1958–1968 гг.;

3) создание предпосылок для объединения европейских экономик в общий внутренний рынок в 1969–1984 гг.;

4) непосредственное создание Единого европейского внутреннего рынка в 1985–1992 гг.;

5) формирование и введение европейского Экономического и валютного союза в 1991–2002 гг.;

6) формирование правосубъектности в 2007 г. [Авилова 2012].

Так, процесс, к которому европейцы шли веками и который громче всего зазвучал после Французской революции, с развитием технологий занял всего около пятидесяти лет. Сегодня в Евросоюзе особое место завоевывает развитие и изучение культурных связей. В настоящее время культурная политика ЕС имеет три основных направления развития:

а) развитие национальных рынков культурных ценностей и национальных промыслов;

б) социальная поддержка работников культурной сферы, которая включает финансирование, гранты, помощь в создании новых проектов и обмена опытом;

в) сохранение общего европейского культурного наследия.

В 90-е гг. XX в. Европейская комиссия «определила три «привилегированных» направления культурного достояния: книга и чтение, художественное творчество. Первое было представлено программой «Калейдоскоп», второе – программой «Ариан», третье – программой «Рафаэль»» [Барабанов 2008]. Данные проекты свидетельствуют о сближении концептосфер народов, о расширении языкового взаимопроникновения в наше время.

Для России данное сотрудничество и налаживание межкультурной коммуникации также имеет особое значение: 10 мая 2005 года Россия и ЕС утвердили дорожную карту, план по развитию общего пространства науки, и образования. Неотъемлемой частью стратегии развития стала сфера культуры и взаимодействия. Среди ее основных целей и задач перечислены:

– структурирование сотрудничества между Россией и расширенным Евросоюзом в сфере развития культуры;

– распространение искусства и культуры на территориях стран соглашения;

– увеличение мобильности деятелей культурной среды;

– доступность объектов культурного наследия жителям стран-участниц Соглашения;

– усиление и определение европейской идентичности, базирующейся на ключевых исторически сложившихся ценностях европейского пространства и менталитета [Барабанов 2008].

В качестве основных ценностей называются свобода слова, свобода прессы, неотъемлемые права человека, а также языковое

и культурное многообразие. Именно эти ценности определены как принципы деятельности и жизнеспособности гражданского общества в Европе.

Заключение

На основании вышеизложенного нам представляется крайне важным дальнейшее изучение и рассмотрение общеевропейской картины мира, ее базовых принципов и отправных точек ее формирования, исследование единой концептосферы, а также разработка вопроса о возможности достижения максимально близкого прагматического эффекта в процессе межкультурной коммуникации, которая делает эту европейскую общность возможной, а именно – в процессе перевода.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Авилова М.А. Европейская интеграция: от истории к современности // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. 2012. № 7 (126). Вып. 22. С. 279–284. [Avilova, M.A. (2012). Evropejskaja integracija: ot istorii k sovremennosti (European integration: from history to modernity). Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Istorija. Politologija, 7 (126). Vyp. 22. (pp. 279–284). (*Scientific news of Belgorod State University. Series: History. Political science, 7*(126). Issue 22. (In Russ.)].

Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка, их личностная и национальная специфика : дис. … д-ра филол. наук. Воронеж, 1997. 330 с. [Babushkin, A.P. (1997). Tipy konceptov v leksiko-frazeologicheskoj semantike jazyka, ih lichnostnaja i nacional'naja specifika : dis. … d-ra filol. nauk (*Types of lexical and phraseological semantics, their personal and national peculiarities*: PhD research). Voronezh. (In Russ.)].

Бархударов Л.С. Язык и перевод. М. : Международные отношения, 2013. 237 с. [Barhudarov, L.S. (1975). Jazyk i perevod (*Language and Translation*). Moscow : Mezhdunarodnye otnoshenija. (In Russ.)].

Барабанов В.А. Сотрудничество Европейского союза с Россией в культурной сфере в современных условиях интеграции и глобализации : автореф. дис. … канд. ист. наук. М., 2008. 27 с. [Barabanov, V.A. (2008). Sotrudnichestvo Evropejskogo sojuza s Rossiej v kul'turnoj sfere v sovremennyh uslovijah integracii i globalizacii: avtoref. dis. … kand. ist. nauk (*Cooperation of the European Union and Russia in cultural sphere in modern conditions of integration and globalization*: abstract for the PhD research. Moscow. (In Russ.)].

Браницкий А. Г. Процесс объединения Европы: поиск универсальной парадигмы идентичности : дис. … д-ра ист. наук. Нижний Новгород, 2006. 501 с. [Branickij, A. G. (2006). Process ob#edinenija Evropy: poisk universal'noj paradigmy identichnosti : dis. … d-ra ist. nauk. (*Process of uniting Europe: research for the new paradigm of identity*: PhD research paper). Nizhny Novgorod. (In Russ.)].

Вишневская Н. А. Человек между жизнью и смертью // Жизнь и смерть в литературе романтизма: Оппозиция или единство? / Ин-т мировой литературы им. А. М. Горького РАН ; отв. ред. Н. А. Вишневская, Е. Ю. Сапрыкина. 2010. С. 22–58. [Vishnevskaja, N. A. (2010). Chelovek mezhdu zhizn'ju i smert'ju. (A human between life and death). In N. A. Vishnevskaja, E. Ju. Saprykina (Eds.), Zhizn' i smert' v literature romantizma: Oppozicija ili edinstvo? (*Life and death in Romanticism literature: Opposition or unity?* (M. C. 22–58). Moscow. (In Russ.)].

Гуревич А. Я. Филипп Арьес: смерть как проблема исторической антропологии // Арьес Ф. Человек перед лицом Смерти / пер. с фр. ; общ. ред. С. В. Оболенской ; предисл. А. Я. Гуревича. М. : Прогресс : Прогресс-Академия, 1992. 528 с. [Gurevich, A. Ja. (1992). Filipp Ar'es: smert' kak problema istoricheskoj antropologii. (Philippe Ariès: death as the problem of historical antropology). In *Ar'es F. Chelovek pered licom Smerti*. Moscow: Progress: Academy Publishing group. (In Russ.)].

Гюго В. Собрание сочинений : в 15 т. ; пер. с франц. М. : Изд-во художественной литературы, 1956. Т. 15. Дела и речи. 826 с. [Hugo, V. (1956). Sobranie sochinenij: v 15 t. T. 15. Dela i rechi. (Collected works. Vol. 15). Moscow: Izd-vo hudozhestvennoj literatury. (In Russ.)].

Демьянков В. З. Понятие и концепт в художественной литературе и в научном языке // Вопросы филологии. 2001. № 4. С. 35–46. [Dem'jankov, V. Z. (2001). Ponjatie i koncept v hudozhestvennoj literature i v nauchnom jazyke. (Notion of concept in fiction and in scientific language). Voprosy filologii *Issues of Philology, 4*. (pp. 35–46). (In Russ.)].

Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. М. : ЭТС, 2011. 408 с. [Komissarov, V. N. (2011). Sovremennoe perevodovedenie (*Modern translation studies*). Moscow: JeTS. (In Russ.)].

Коренькова Т. В., Кореньков А. В. Конфликты интерпретаций в топонимических процессах в СНГ (на фоне глобальных тенденций лингвополитики) // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2012. № 5 (20). С. 72–81. [Koren'kova, T. V., Koren'kov, A. V. (2012). Konflikty interpretacij v toponimicheskih processah v SNG (na fone global'nyh tendencij lingvopolitiki). (Conflicts of interpretations on toponimic processes in CIE (considering global trends of global politics)). *Journal of Surgut State Pedagogic University, 5*(20). pp. 72–81. (In Russ.)].

Лакофф Дж. Женщины, огонь и опасные вещи: Что категории языка говорят нам о мышлении / пер. с англ. И. Б. Шатуновского. М. : Языки славянской культуры, 2004. 792 с. [Lakoff, G. (2004). Zhenshhiny, ogon' i opasnye veshhi: Chto kategorii jazyka govorjat nam o myshlenii. (*Fire, women and dangerous things. What do categories of language tell us about thinking*). Moscow: Languages of Slavic culture (In Russ.)].

Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ., под ред. А. Н. Баранова. 3-е изд. М. : ЛКИ, 2017. 256 с. [Lakoff, G., Johnson, M. (2017). Metafory, kotorymi my zhivem (*Metaphors we live by*). Moscow: LKI Publishing. (In Russ.)].

Лотман М. Ю. Риторика // Ученые записки Тартуского государственного университета. Тарту : Изд-во Тартусского университета. 1981. Вып. 515. С. 8–28. [Lotman, M. Ju. (1981). Rhetoric. Uchenye zapiski Tartuskogo gosudarstvennogo universiteta, 515. Tartu: Izdatel'stvo Tartusskogo universiteta. pp. 8–28. (In Russ.)].

Попова З. Д., Стернин И. А. Семантико-когнитивный анализ языка: монография. Воронеж : Истоки, 2007. 250 с. [Popova, Z. D., Sternin, I. A. (2007). Semantiko-kognitivnyj analiz jazyka (*Semantic and cognitive language analysis*). Voronezh : Istoki (Origins). (In Russ.)].

УДК 811. 111' 1

М. В. Гурецкая

аспирант кафедры грамматики и истории английского языка
факультета английского языка;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: meribell2009@yandex.ru

РЕЗУЛЬТАТИВНОЕ СОСТОЯНИЕ И ЕГО СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ (на материале художественной прозы XX века)

В данной статье обсуждается употребительность средств выражения концепта «состояние» на примере английских результативных конструкций. Современное понимание грамматики конструкций дает возможность рассмотрения грамматических конструкции как гештальта, прототипически репрезентирующего концепт «состояние» и двух его субконцептов: результативное и нерезультативное состояние. Данная статья фокусируется на структурно-семантических моделях результативных конструкций с семантикой потенциальной и актуальной результативности, выявляет относительную частотность употребления разных моделей, а также детализирует тенденции распределения частотности в простых глагольных структурах и структурах с вторичной предикацией.

Ключевые слова: грамматика конструкций; грамматическая конструкция; актуальное результативное состояние; потенциальное результативное состояние; концепт; структурно-семантические модели; простые глагольные конструкции; структуры с вторичной предикацией.

M. V. Guretskaya

PhD Student;
Department of Grammar and History of English;
Faculty of the English Language,
Moscow State Linguistic University;
e-mail: meribell2009@yandex.ru

RESULTATIVE STATE AND ITS STRUCTURAL-SEMANTIC REPRESENTATION (on the XXth century English literature)

The article is a case study that discusses the use of English resultative constructions as means of expressing the concept "state". The modern vision of Construction Grammar enables viewing a construction as gestalt which prototypically represents the concept of "state" and its two subconcepts: resultative and non-resultative state. The article focuses on the structural-semantic models of potential and actual resultativeness,

CC BY

licenses relative frequency of occurrence of various models and gives detailed statistic information on the numerical distribution of simple verb structures and predicative constructions.

Key words: Construction Grammar; grammatical construction; actual resultative state; potential resultative state; concept; structural-semantic models; simple verb structures; predicative constructions.

1. Введение

В данной статье грамматические конструкции исследуются в русле теории грамматики конструкций, также известной как Construction Grammar (C_xG) в зарубежной лингвистике. Основоположником теории считается Ч. Филмором, тем не менее теория завоевала большой интерес лингвистов того времени и получила в дальнейшем развитие у Гольдберг и Боаса [Fillmore 1989; Goldberg1995; Boas 2003]. Теория конструктивной грамматики – это совокупность различных направлений лингвистики: падежная грамматика, когнитивная грамматика, когнитивная семантика и теория концептуальной метафоры. Сегодня грамматика конструкций рассматривает грамматическую конструкцию как комбинацию синтаксического плана выражения и семантического плана содержания, в котором значение конструкции не извлекается из суммы составляющих или иных конструкций языка [Goldberg 1995]. Иными словами, мы не можем получить целостное представление о семантике из совокупности значений всех компонентов конструкции.

Отсюда основные положения конструктивной грамматики:

1) элементы одного уровня постоянно находятся во взаимодействии с элементами другого уровня;

2) анализ на различных уровнях проистекает не последовательно, а одновременно;

3) значение конструкции, хотя и выражает наполнение ее компонентов, служит не простой суммой, а результатом всестороннего взаимодействия множества свойств отдельных элементов [Сорокина 2018].

> “…Construction grammar integrates different kinds of linguistic information – semantic, pragmatic and syntactic information among others – in such a way that allows to determine the extent to which the different kinds of information are related and influence each other [Boas 2003, c. 85].

Об особенностях конструкции Боас, один из главных представителей конструктивной грамматики, отмечает: “The form of a construction can be associated with different kinds of grammatically relevant information that can be semantic, pragmatic, syntactic, morphological, phonological or lexical in nature” [Boas 2003, с. 87].

Упомянутые идеи, на наш взгляд, неминуемо подводят исследователей этого направления к рассмотрению конструкций как гештальта, прототипически репрезентирующего концепт «состояние», а также два его субконцепта, к которым относятся результативное состояние и нерезультативное состояние.

Цель данной статьи – выявление относительной частотности употребления структурно-семантических моделей репрезентации семантики результативного состояния на материале английской художественной прозы XX в.

В нашем исследовании были использованы следующие литературные источники:

John R. R. Tolkien «The Lord of the Ring: The Fellowship of the Ring»,
John R. R. Tolkien «The Lord of the Ring: The Two Towers»,
William Golding «Lord of the Flies», Virginia Woolf «Mrs. Dalloway»,
Ethel Voynich «The Gadfly».

2. Методология

Методологией настоящей статьи является когнитивная семантика, грамматика конструкций (Construction Grammar), структурно-семантическое моделирование.

3. Обсуждение. Результаты

3.1. Структурно-семантическая реализация результативного состояния

Следует отметить, что категория «состояние» не выделялась в отдельную категорию целым рядом ученых [Poutsma 1926; Curme 1931; Espersen 1954; Kruisinga 1932]. Однако вышеперечисленные авторы практически единодушно делают исключение, включая прилагательные с префиксом *a-* (*afresh*, *abed*) в категорию «состояние» [Poutsma 1926; Espersen 1954; Kruisinga 1932, Ильиш 1948]. Подчеркивается, что префикс *a-* представляет собой редуцированный вариант предлога *on*, что играло определенную роль в древне- и среднеанглийский периоды развития английского языка.

Большинство лингвистов выделяют «состояние» в отдельную категорию и предлагают собственные классификации, которые будут представлены ниже в данном исследовании [Vendler 1967; Чейф 1975; Лайонз 1978; Селиверстова 1982].

Так, например, Вендлер противопоставил глаголы «состояния» (*state*) глаголам «действия» (*activities*), «свершения» (*accomplishments*), «процесса» (*process*) и «достижения» (achievements) [Vendler 1967]. При этом отмечается, что иногда возникают сложности определения точной категории глагола.

Во многом схожую классификацию предлагает Чейф, выделяя определенные семантические классы глаголов, к которым относятся «состояние», «процесс», «действие», «процесс-действие», «состояние-амбиентное» и «действие-амбиентное» [Чейф 1975].

Наряду с другими лингвистами О. Н. Селиверстова противопоставляет «состояние» «результату» [Vendler 1967; Чейф 1975; Лайонз 1978]. При этом делается акцент на важности семантического окружения и контекста выражения состояния, которые служат для отграничения «состояния» от «результатива» и «пассивных результатов». В «результативах» О. Н. Селиверстова отмечает качественное изменение самого денотата и, как следствие, достижение некого предела, в то время как «состояние» описывает характеристику денотата в данный момент времени [Селиверстова 1982, с. 123].

Это говорит о том, что в вышеуказанных работах имеются предпосылки подразделения «состояния» на результативное и нерезультативное, однако отсутствуют четкие критерии, отражающие это разделение. Впервые две взаимоисключающие группы – «результативное» и «нерезультативное» состояние были представлены в [Сорокина, Чалбарах 2018]. Предложенное нами структурно-семантическое моделирование позволило выработать определенные модели результативных конструкций, такие как:

[NP V (link) AP]
e.g. *He hammered the metal flat*

[NP V (lex) PP]
e.g. *She is sinking into silence* и др.

Наше исследование основывается на структурно-семантической классификации репрезентантов концепта «состояние» в английском языке [Сорокина, Чалбарах 2018]. В своей классификации авторы

подразделяют результативное состояние на два вида: актуальное и потенциальное результативное состояние. Вид состояния, который обозначен в нашей работе, как «потенциальное результативное состояние», предполагает переход, начало этого перехода, а не достижение конечного результата. Актуальность результативного состояния предполагает завершенность состояния, наступившего в результате определенного события.

В процессе анализа письменных памятников нам встретились все четыре модели с семантикой потенциальной результативности, выделенные в [Сорокина, Чалбарах 2018]:

[NP V (link) AP]

e.g. *The Enemy is fast becoming very strong*
The scent *is growing cold*

[NP V (lex) NP]

e.g. Their shining branches *dropped glowing flowers down upon the astonished hobbits*
The ring was getting control

[NP V (lex) PP]

e.g. Leaving the road *they went into the deep resin-scented darkness* of the trees, and gathered dead sticks and cones to make a fire

It *has been so growing on my mind* lately

[NP V (lex) NP AP]

e.g. But perhaps *it would only have made matters worse*

Актуальное результативное состояние в принятой нами классификации подразделяется на две основополагающие группы: простые глагольные конструкции и конструкции с вторичной предикацией. Начнем с первой подгруппы – простых глагольных конструкций. Отметим, что в анализируемых литературных источниках встретились все выделенные структурно-семантические модели:

[NP V (link) AP]

e.g. Then he disappeared inside with Bilbo, and *the door was shut*
The door was ajar
Here we will stay awhile

[NP V (lex) PP]

e.g. Fail -even as he said the word *his voice faded into silence*
A sudden *thought leaped into Pippin's mind*

[NP V (result)]

e.g. *The sound of hoofs stopped*
The horses were gone

[NP V (result) PP]

e.g. *The brown mat was torn to pieces*

[NP V (be+Part II) PP]

e.g. Flights of rockets were *let off by him*
It was a fine night, and the black *sky was dotted with stars*

[NP V (be+Part II) QP]

e.g. The old hole was now being cleared a little
It was not yet forgotten that there had been a time when there was much coming and going between the Shire and Bree
By the time Ralph finished blowing the conch *the platform was crowded*
His shining *helm afar was seen*

[NP V (be+Part II) INF]

e.g. They *were* very much *surprised to see* nothing of the kind

[NP V (be+Part II) CLAUSE (CAUSE/COMPARISON)]

e.g. All black *he was* himself, too, and *cloaked and hooded up*, as if he did not want to be known

Далее рассмотрим вторую подгруппу актуального результативного состояния – «конструкции со вторичной предикацией». Перейдем к примерам:

[NP V (trans) NP AP]

e.g. He *shook her hair angrily back*

[NP V (trans) NP PP]

e.g. They *had gone only a mile or so from the cliff*
Still the last *tremors* of the great booming voice *shook the air round him*; the half-hour; still early; only half-past eleven still

[NP V (intrans) NP AP]

e.g. He *walked his knees hardly bent*

[NP V (intrans) PP]

e.g. *Doom, boom, doom went the drums in the deep*
Shrill went the arrow from the elven-string.

[NP V (intrans) AP]

e.g. But in the meantime, the general opinion in the neighbourhood was that Bilbo, *who* had always been rather cracked, *had at last gone quite mad*
He walked briskly back to his hole

В нашем исследовании не встретились следующие структурно-семантические модели, наблюдаемые в [Сорокина, Чалбарах 2018]: **[NP V (intrans) NP (fake object) AP]** и **[NP V (intrans) NP (reflexive) AP].**

3.2. Относительная частотность распределения употребительности репрезентантов потенциальной и актуальной результативности

В результате исследования удалось выявить следующую статистику употребительности моделей, выражающих «потенциальное результативное состояние» и «актуальное результативное состояние». Представим данные в порядке убывания по группам (в %):

– группа «Потенциальное результативное состояние»:

[NP V (link) AP] – 38.5

[NP V (lex) NP] – 38.5

[NP V (lex) PP] – 22.1

– группа «Актуальное результативное состояние»:

[NP V (be+Part II) PP] – 50.4

[NP V (be+Part II) QP] – 14.4

[NP V (be+Part II) INF (CAUSE)] – 7.9

[NP V (trans) NP PP] – 7

[NP V (result) PP] – 3.7

[NP V (result)] – 4.1

[NP V (link) AP] – 3.6

[NP V (trans) NP AP] – 2.3

[NP V (lex) PP] – 2.7

Вышеизложенные статистические данные показывают, что среди конструкций потенциального результативного состояния оказалось невозможным выделить наиболее частотную, их употребительность распределяется практически равномерно. При выражении актуального результативного состоянии в подгруппе «простые глагольные конструкции» наиболее частотной является конструкция с предложной группой и комбинацией глагола связки и причастия **[NP V (be+Part II) PP]**. Эта же конструкция является лидирующей среди общего количества репрезентантов актуального результативного состояния. В подгруппе «конструкции со вторичной предикацией» наиболее частотной оказалась также конструкция, в состав которой входит предложная группа и переходный глагол **[NP V (trans) NP PP]**.

Ряд структурно-семантических моделей оказались низкочастотными, употребительность каждой из них составила менее 1%. К данным структурам относятся, главным образом, структуры с непереходными глаголами:

[NP V (intrans) PP];

[NP V (intrans) NP AP];

[NP V (intrans) AP],

а также ряд следующих моделей:

[NP V (lex) NP AP];

[NP V (be+Part II) CLAUSE (CAUSE/COMPARISON)].

4. Выводы

Основываясь на вышеизложенных статистических данных, можно отметить, что наиболее часто встречающимися конструкциями результативного состояния на нашем материале являются модели актуального результативного состояния. Их количество приблизилось к отметке 94,5%. Конструкции потенциального результативного состояния составили 5,6% от общего количества анализируемых примеров. Некоторые структурно-семантические модели не встретились в работе совсем. Следовательно, приоритетной для художественной

прозы указанного периода явилась семантика актуального результативного состояния, т. е. завершенного состояния, достигнутого в результате определенного события. Интерес представляет тот факт, что лидирующими по частотности в этой группе оказываются простые глагольные конструкции (85 %), конструкций с вторичной предикацией существенно меньше (15 %). Дальнейшему исследованию подлежит внутренняя функциональная семантика результативного состояния и его репрезентантов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Ильиш Б. А. Современный английский язык : Теорет. курс. 2-е изд. М. : Изд-во лит. на иностр. яз., 1948. 348 с. [Il'ish, B. A. (1948). Sovremennyj anglijskij jazyk : Teoret. kurs (Modern English : Theoretical course). 2-e izd. Moscow : Izd-vo lit. na inostr. jaz. (In Russ.)].

Лайонз Дж. Введение в теоретическую лингвистику. М. : Прогресс, 1978. 543 с. [Lajonz, Dzh. (1978). Vvedenie v teoreticheskuju lingvistiku (Introduction to Theoretical Linguistics). Moscow : Progress. (In Russ.)].

Селиверстова О. Н. Семантические типы предикатов. М. : Наука, 1982. С. 121–131. [Seliverstova, O. N. (1982). Semanticheskie tipy predikatov (Semantic Types of Predicates). (pp. 121–131). Moscow : Nauka. (In Russ.)].

Сорокина Т. С., Чалбарах Н. В. Структурно-семантические модели репрезентантов концепта «Состояние» в английском языке» // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 803. С. 174–194. [Sorokina, T. S., Chalbarah, N. V. (2018). Strukturno-semanticheskie modeli reprezentantov koncepta "Sostojanie» v anglijskom jazyke" (Structural and Semantic Constructions Instantiating the Concept "State" in English). Vestnik of Moscow state linguistic university. Humanities. Vyp. 803. (pp. 174–194). Moscow. (In Russ.)].

Сорокина Т. С. Динамика функционирования репрезентантов концепта «Состояние» в новоанглийский период // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 810. С. 9–19. [Sorokina, T. S. (2018). Dinamika funkcionirovanija reprezentantov koncepta "Sostojanie" v novoanglijskij period (Representatives of the Concept "State": Dynamics in New English). Vestnik of Moscow state linguistic university. Humanities. Vyp. 810. (pp. 9–19). Moscow. (In Russ.)].

Чейф У. Л. Значение и структура языка. М. : Прогресс, 1975. 432 с. [Chafe, W. L. (1975). Znachenie i struktura jazyka (Meaning and the Structure of Language). Moscow : Progress. (In Russ.)].

Boas H. C. A constructional approach to resultatives. Stanford : CSLI Publications, 2003. 400 p.

Curme O. A grammar of the English language // Syntax. 1931. Vol. 3. P. 128–498.

Jespersen O. A modern English grammar on historical principles // Syntax. 1954. Vol. 1. P. 6–335.

Goldberg A. Constructions: A Constructional Grammar Approach to Argument Structure. Chicago : University of Chicago Press, 1995. 265 p.

Fillmore C. Y. Grammatical Construction: Theory and the Familiar Dichotomies // Language Processing in Social Context. 1989. P. 17–38.

Kruisinga E. A handbook of present-day English // English accidence and syntax. 1932. Vol. 2. P. 8–124.

Poutsma H. A Grammar of Late Modern English for the use of continental, especially Dutch, students // The parts of speech. Gronningen : P. Nordhoff, 1926. 1057 p.

Vendler Z. Linguistics in Philosophy. Ithaca, NY : Cornell Univ. Press, 1967. 203 p.

УДК 811.134.2

О. А. Гусева, Е. А. Попова

Гусева О. А., кандидат филологических наук;
доцент кафедры лексикологии английского языка факультета английского языка;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: gouseva_olga80@mail.ru

Попова Е. А., кандидат филологических наук;
доцент кафедры 2-го иностранного языка;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: o-genia@yandex.ru

ОБОЗНАЧЕНИЕ СМЕХА В ИНТЕРНЕТ-ОБЩЕНИИ (на материале английского и русского языков)

Статья посвящена обозначению смеха и связанных с ним коммуникативных реакций на реплики собеседника / ов в рамках интернет-общения. Цель – выявить особенности и закономерности в частотности, способах словообразования и семантической структуре сленговых языковых единиц (далее – ЯЕ) при употреблении их для обозначения сигнала смеха. В качестве источника коммуникативного материала используются популярные словари сленга английского и русского языков, которым в статье дается краткая характеристика (с точки зрения создания и построения словарных статей, разделов и принципов модерации). Предметом исследования и сопоставления становится прагмасемантика пяти наиболее частотных ЯЕ в англо- и русскоязычном сегменте Интернета. При сопоставлении материала двух неродственных языков выявляются сходства и различия в происхождении, способах образования и применении данных категорий слов в условиях глобализации и повсеместного использования интернет-общения. Делается вывод об актуальности изучаемых вопросов и необходимости глубокого и тщательного анализа с привлечением более обширного материала, в том числе из других языков. Намечаются перспективы дальнейшего исследования.

Ключевые слова: смех; интернет-общение; сленг; онлайн-словарь; коммуникативная реакция.

O. A. Gouseva, E. A. Popova

Gouseva O. A., PhD (Philology), Associate Professor;
Department of English Lexicology;
Faculty of the English Language;
Moscow State Linguistic University;
e-mail: gouseva_olga80@mail.ru

Popova E. A., PhD (Linguistics), Associate Professor;
Department of Second Foreign Language;
Moscow State Linguistic University;
e-mail: o-genia@yandex.ru

LAUGHTER IN RUSSIAN AND ENGLISH INTERNET-COMMUNICATION

The article is devoted to laughter and laughter reactions in internet-communication. The objective of the research is to find out their distinctive featres and regularities in frequency, word-formation ways and semantic structure of slang expressions used to denote laughter. As a source of material the authors use popular online dictionaries of English and Russian slang, giving their brief description concerning purposes, structure and principles of moderation. The subject of this research is pragmasemantics of 5 most frequent English and Russian expressions. The material of two unrelated languages enables to demonstrate similarities and differences in origin, word-formation and usage of slang expressions under existing conditions of globalization and internet-communication. The conclusion is that this issue is relevant and needs more profound and thorough analysis of a wider range of material from other languages as well.

Key words: laughter; internet-communication; slang; online dictionary; communication reaction.

Введение

В продолжение темы смеха в разных языках мы решили обратиться к репрезентации этого явления в сленге. Такой интерес вызван, во-первых, тем, что современное словоупотребление характеризуется «значительной перестройкой функционально-стилистических регистров» и «активным проникновением социолектной лексики в общую речь» [Лукашанец 2012, с. 28]. Во-вторых, изучение живого народного словотворчества как такового представляется актуальным вопросом для лингвистической науки, поскольку позволяет отслеживать новейшие культурно-языковые тенденции.

В центре нашего внимания – словообразовательные модели и семантические процессы в сленговых выражениях, обозначающих смеховые действия в английском и русском языках. Под сленгом мы понимаем весь пласт нестандартной лексики (за исключением обсценной), используемой в неформальной коммуникации, в частности в интернет-общении.

В качестве материала в двух языках использованы онлайн-словари сленга, или сленговые интернет-словари, – относительно новое явление в лексикографии, которое лишь в последние несколько лет стало рассматриваться социолектологами как полноправный лексикографический источник [Бойко 2010; Лукашанец 2012; Захарова, Шуваева 2014; Тарса 2014], сборник «Актуальные этноязыковые и этнокультурные

проблемы современности» (2017) и др. Самые известные из них для русского языка – словари, размещенные на сайтах [Словоново. Онлайн-словарь современной лексики URL; Онлайн-словарь молодежного сленга Teenslang URL; Словоборг. Народный словарь русского языка URL] и, созданные по аналогии с англоязычными словарями, Word Spy и Urban Dictionary [Word Spy Dictionary URL; Urban Dictionare URL]. В настоящей статье из английских источников также используются данные онлайн-словарей [Online Slang Dictionary URL; Urban Thesaurus URL; Your Dictionary. Thesaurus URL]

Частотные языковые единицы смеха в англоязычном интернет-сленге

Самый популярный и насыщенный ресурс сленга – это Urban Dictionary и Urban Thesaurus. По запросу *laugh* (*смех/смеяться*) пользователь получает огромное количество слов, выражений, аббревиатур с общим значением смеха или каким-либо образом относящихся к этой смысловой области. Как утверждают сами создатели Urban Thesaurus, пять самых популярных сленговых выражений со значением *laugh – lol*, *heh*, *jaja*, *lolp* и *bwahaha*[1] (*urbanthesaurus.org/synonyms/laugh*). Существует еще 1281 синоним данной лексемы, но среди них встречаются «концепты, идеи или слова, лишь относящиеся к *laugh* (возможно, косвенно)» (*urbanthesaurus.org/synonyms/laugh*).

Ресурс Urban Dictionary был создан в 1999 г. Аароном Пэкхемом (Aaron Peckham) и «задумывался как собрание определений слов и выражений, относящихся к сленгу, языкам этнических и иных субкультур и отсутствующих в стандартных словарях» (*ru.wikipedia.org/wiki/Urban_Dictionary*), хотя сейчас в него включены и определения обыкновенных слов. Для большинства лексем приводится по несколько определений с соответствующими примерами.

Особенность словарных статей Urban Dictionary в том, что часто они не только (и не столько) определяют некоторое понятие, сколько описывают его, в связи с чем как формат статей, так и сам подход к описанию явлений может быть совершенно разным. Посетители сайта Urban Dictionary имеют возможность предлагать новые словарные определения без предварительной регистрации на сайте, однако в доказательство своей добросовестности они должны указать действующий адрес электронной почты. Предложенные словарные

[1] Зд. и далее перевод наш. – *О. Г., Е. П.*

определения переходят в собственность Urban Dictionary. В Urban Dictionary допускается размещение определений для слов и выражений, которые «представляют собой оскорбления по этническому, расовому или половому признаку, при условии, что сами эти определения должны быть выдержаны в нейтральном стиле». Задача словаря – «фиксировать существующее словоупотребление, но не пропагандировать расовую, этническую или иную нетерпимость» (*urbanthesaurus.org/synonyms/laugh*).

Контроль качества размещаемой информации осуществляется в два этапа:

1. Зарегистрированные пользователи голосуют за принятие или отклонение новосозданных определений, которые фиксируются в словаре лишь после получения достаточной разности голосов «за» и «против». Им не разрешается редактирование существующих записей в массовом порядке, а предлагать к удалению можно не более пяти словарных определений в сутки; при этом удаление определений, доказавших свою популярность в ходе голосования, не допускается.

2. За определения, уже попавшие в словарь, или против них может проголосовать любой посетитель сайта. Таким образом формируется их рейтинг.

Итак, согласно Urban dictionary, пять наиболее частотных единиц выражения смеховой реакции в интернет-пространстве – *lol*, *heh*, *jaja*, *lolp* и *bwahaha*. Две из них *lol* и *lolp* являются аббревиатурами (акронимами), остальные – звукоподражательными словами. Для начала рассмотрим аббревиатуры.

Аббревиатура *lol* обычно расшифровывалась как *laughing out loud* (*букв*. ‘громко смеясь’) или *lots of laugh* (*букв*. ‘много смеха’) и использовалась в письменном неформальном электронном общении (чаты, форумы, мессенджеры, СМС и т. д.) как реакция собеседника на что-либо смешное, т. е. как некий аналог улыбки или даже смеха/хохота. Тем не менее, как отмечал известный британский лингвист Дэвид Кристал еще в 2001 году, LOL совсем не обязательно используется в своем прямом значении, так же как улыбка или ухмылка не всегда искренни: *How many people are actually “laughing out loud” when they send LOL?* (*Сколько людей действительно «громко смеются», когда пишут в ответ LOL?*) [Crystal 2001, с. 34].

Пользователи Urban dictionary утверждают, что в современном употреблении данная единица практически утратила первоначальное значение из-за чрезмерного использования. Сегодня она является,

скорее, равнодушной дежурной отпиской и может расшифровываться как *lack of laughter* (*букв*. ‘нехватка смеха’), открыто намекая на то, что пишущему либо всё равно (и нужно как-то отреагировать, просто чтобы поддержать беседу), либо он из вежливости притворяется, что ему смешно:

St.[1]: Sorry if I’m not too cheery, my best friend just died yesterday. – Прости, мне совсем не весело, вчера умер мой лучший друг.

WR[2]: lol. – А, ну да.

St.: The golden ratio is truely an intersting aspect of not only mathematics, but art as well. – Золотое сечение – это, действительно, интересное явление не только в математике, но и в искусстве.

WR: lol. – Угу (*www.urbandictionary.com/define.php?term=lol*).

Кроме того, будучи написанной с вопросительным знаком – *lol?*, эта единица может обозначать замешательство или непонимание юмора предыдущей фразы собеседника:

St.: ...And then he says, “Your mom goes to college!” – И тут он говорит: «Твоя мама идет в школу!».

WR: lol? – И? (*www.urbandictionary.com/define.php?term=lol*).

Итак, при сохранении данной единицей своего исходного значения («смех») ее употребление показывает, что она может передавать различные коммуникативные реакции, а именно – равнодушие и замешательство.

Единица *lolp*, несмотря на свою схожесть с *lol*, представляет более сложную единицу. В словаре она имеет расшифровку *laugh out loud please* (*букв*. ‘посмейтесь громко, пожалуйста’) и *laugh out loud pending* (*букв.* ‘в ожидании громкого смеха’). В значении исходных словосочетаний лежит призыв к смеху, однако их употребление в качестве аббревиатуры указывает на отсутствие смеховой реакции и общее скептическое отношение говорящего к ситуации. В указанном ниже примере выражение *so funny*, согласно объяснению пользователей, передает обратное, т. е. налицо ирония. *Lolp*, в свою очередь, дополняет картину.

That’s so funny. Lolp. – Оч. смешно. Обхохочешься (*www.urbandictionary.com/define.php?term=Lolp*).

---

[1] *St.* – Statement

[2] *WR* – Worthless Reply.

Однако предлагается и другой вариант дешифровки этой аббревиатуры – *lol* + *nope*, т. е. в таком случае аббревиатура предстает в качестве бленда (сращения) и означает, судя по имеющемуся примеру, что-то вроде согласия с отрицанием, сопровождаемого улыбкой или смехом:

Person 1: That will never catch on. – Это не приживется.

Person 2: Lolp. – Неа или Да ни в жисть (www.urbandictionary.com/define.php?term=Lolp).

Несмотря на разницу расшифровок, и в том, и в другом случае *lolp* передает скептическое, ироническое отношение к обсуждаемой теме.

Необходимо отметить, что *lol* и *lolp* – сложные, составные единицы, в которых зашифрованы словосочетания или даже целые предложения. Эти единицы несут в себе очень широкую информацию, которая передается как лексическими значениями отдельных слов, так и значениями целостных синтаксических конструкций.

Звукоподражательные слова *heh*, *jaja* и *bwahaha* также имеют свою палитру оттенков значений.

Heh стоит вторым по популярности в анализируемом списке. Пользователи считают, что это, во-первых, аналог *lol* или *roflmao* (*roll on floor laughing my ass off – букв*. ‘катаюсь по полу от смеха так, что зад отваливается’) (*urbanthesaurus.org/synonyms/laugh*), но для тех, кто считает себя «крутым»:

heh. shut your face. – Ха. Заткнись (*Online Slang Urban Dictionary www.urbandictionary.com/define.php?term=heh*).

Однако короткое слово *heh* вмещает в себя довольно широкое разнообразие передаваемых смыслов. Это может быть что-то похожее на полусмешок *half laugh* – то, что в стандартном языке передает лексема ***chuckle***, хотя некоторые пользователи считают, что *heh* может отражать плохое настроение или досаду:

So we went to the movies together, “it was fun!” my friend told me... All I could do is reply with a, «heh». – Пошли вместе в кино, и тут он мне и говорит: «Было круто, но мы должны расстаться»… Я только и смогла, что хмыкнуть (*Online Slang Urban Dictionary www.urbandictionary.com/define.php?term=heh*).

При помощи *heh* можно обозначить свое присутствие в беседе/чате, при этом, в общем, никак определенно не ответив на предыдущий

вопрос или реплику (на наш взгляд, сходно с русским *мм*, *угу* или *аа*); также возможно выразить досаду или огорчение (в этом случае *heh* сходно с русским *эх*). Некоторые пользователи словаря отмечают, что *heh* в принципе слово-«пустышка», когда толком не знаешь, что сказать:

Jimbo: so I just said forget it and went home. – Просто сказал «забудь» и пошел домой.

Ace: heh. – Угу.

Harley: heh ('Aa') (*Online Slang Urban Dictionary www.urbandictionary.com/define.php?term=heh*).

Если это слово написано прописными буквами в сочетании с восклицательным и вопросительным знаками (HEH?!), то оно передает неудовольствие и/или недопонимание:

– Marcus, do you have your workbook? – Марк, у тебя мой учебник?

– No… – Нет.

– Well, where is it? – Тогда где?

– in my locker. – В моем шкафчике.

– HEH?! –ЧТОО?? (*Online Slang Urban Dictionary www.urbandictionary.com/define.php?term=heh*).

В целом, можно сказать, что единица *heh* меньше коммуникативно нагружена, чем предыдущие. Это близкое к междометию слово-«пустышка», которое в разных контекстах может передавать различные оттенки настроения собеседника, например досаду, неудовольствие/недопонимание.

Что касается лексемы *jaja*, то пользователи единодушны в своих объяснениях: это звукоподражательное слово именно в таком написании используют носители испанского языка. В испанском языке звук [x] или [h] на письме передает буква *j*. Англоязычные пользователи предпочитают написание haha.

A.: hey i just fell off my bike while talking to my girlfriend on the phone. – Я только что упал с велосипеда, пока говорил по телефону со своей девушкой.

B.: hahahaha ('хахахаха').

A (*mexico*): hola i just fell off my bicicleta when i was talking to my novia por telefono. – *Мексиканец А.*: Я только что упал с велосипеда, пока говорил по телефону со своей девушкой.

B (*mexico*): jajajajjajajajajajaj. – *Мексиканец Б.*: хахахахахахахахахах (*www.urbandictionary.com/define.php?term=jaja*).

Еще одно звукоподражательное слово, широко используемое на просторах электронного общения, – *bwahaha*. По имеющимся объяснениям можно сделать вывод, что это обозначение громкого, глубокого, хриплого смеха (*deep throaty cackle*), злорадного и маниакального, характерного, в основном, для киношных злодеев.

…the world will finally be MINE! Bwahaha! – …и мир будет моим! БУАХАХАХА!

She will be no match for me at the party; I will triumph due to my sassy boots and my superior cup-size. Bwahaha! – Она померкнет рядом со мной на этой вечеринке; я смогу затмить любую своими крутыми шузами и супер-размером груди. Буаххаххааа! (*www.urbandictionary.com/define.php?term=bwahaha*).

Таким образом, в английском интернет-сленге можено выделить два типа обозначений смеховых реакций – аббревиатуры (*lol*, *lolp*) и звукоподражательные слова (*heh*, *haha*, *bwahaha*), которые различаются по смысловой нагрузке и несмотря на кажущуюся простоту передают широкий спектр коммуникативных реакций и настроений собеседников.

«Смеховые» реакции в Рунете: сходства и различия с английским языком

Анализируя самые популярные смеховые интернет-реакции в русском языке, мы использовали статистические данные словаря Teenslang, определяемый его создателями (инициатор проекта – Татьяна Колесникова, главный редактор – Михаил Кордонский) как «словарь молодежного сленга» (*www.teenslang.su*). Число языковых единиц (ЯЕ) словаря достаточно велико (на момент написания данной статьи – 20281 ЯЕ, при этом он пополняется практически каждый день; информация о словах, поступивших за последние сутки, указана рядом с общим количеством слов сразу под «шапкой» сайта). Сейчас в его состав входит не только молодежный сленг, но и многие слова

повседневного разговорного употребления, не зарегистрированные в академических источниках.

Точная дата создания проекта Teenslang неизвестна, однако, судя по информации в разделе «О словаре», ориентировочно ее можно обозначить как 2007 год: «Этот “словарь”, в сущности, детская игра, которая длится уже 12 лет. Его придумали и сделали школьники из компьютерного клуба «Смайлик». Потом, став студентами, они несколько раз переписывали софт и дизайн. Они и теперь иногда помогают, хотя уже совсем выросли – стали взрослыми программистами, филологами, дизайнерами...» (*www.teenslang.su/about.html*).

Такой же вывод можно сделать из записи М. Кордонского в «Живом журнале» от 09.05.2008, в которой можно найти и некоторые разъяснения относительно принципов модерации словаря: «Вообще я взялся за этот словарь недавно и концепцию еще не выработал. С одной стороны, это такой фольклорный словарь, во всяком случае, так был изначально задуман, т. е. «как народ сказал»... Только матюги фильтруем (не показываем, но в базе данных сохраняем. С другой стороны, начали приводить его к какой-то типовой структуре. Как быть с ошибками в определяемых словах – это как раз вопрос из простых. А с ошибками в определениях? Где грань между тем, как «народ сказал» и корректурой? Будем еще над этим думать. Пока занимаемся тем, что в базе будут храниться и исходные тексты, «как народ сказал», и отредактированные, и при надобности можно будет посмотреть исходники» (*ru-slang.livejournal.com/98423.html*).

Сейчас для удобства пользования словарем ЯЕ и их значения даны в алфавитном порядке, также можно воспользоваться поиском, задав нужное слово, или найти нужную информацию в тематических разделах. Предусмотрена форма для добавления слова. В пополнении словаря лексикой может участвовать любой пользователь Сети, как зарегистрированный, так и анонимный. После заглавного слова обычно указывается его оценка по результатам онлайн-голосования, дата создания онлайн-статьи, имя/ник автора (для зарегистрированных), толкование ЯЕ, примеры актуализации в речи, сфера употребления в виде тегов, иногда – происхождение, синонимы, антонимы и варианты.

В разделе «Статистика» можно увидеть список наиболее популярных слов. Среди языковых единиц, выражающих смеховую реакцию, самыми частотными являются *кек*, *азаза*, *лол*, *рофлить* и *бугага*. Первое возникло в результате ошибки в языковом регистре: *kek* –

это набранная в английской раскладке английская же аббревиатура *лул*, транслитерированная от *lul* (в свою очередь *lul* или, точнее, *lulz* – искажение от *lols* как формы множественного числа субстантивированного акронима *lol*).

Таким образом, для понимания особенностей слова *кек* имеет смысл обратиться к семантике искажения *lulz*, которое, по словам известного российского лингвиста М. А. Кронгауза, выступает «менее частотным, но, пожалуй, не менее важным для понимания интернет-культуры и интернет-коммуникации», изначально означая «не просто “смех”, “смешно” или “смешки”, но смех обязательно жестокий, издевательский, смех над жертвой, выведенной из себя» [Кронгауз 2013, с. 78]. Скорее всего, именно это значение легло в основу толкования транслитерированной смеховой реакции *кек*: «ехидный смех»; «человек который сделал что-то смешное или глупое»; «глупый и, возможно, смешной человек»:

Мужчина: Я сегодня подскользнулся!

Девушка: Ну ты кек (*teenslang.su/index.php?searchstr=кек&slang=*).

Существует и другая версия происхождения данного слова – сокращение от *кекеке* (корейский вариант *хе-хе-хе*), обозначающее в Корее ехидный смех: «Выражение “кек” изначально обозначает просто “хех”, и распространилось благодаря компьютерным играм, в которых корейцы особенно сильны и многочисленны (к примеру, Starcraft). Уже потом пользователи русскоязычного сегмента Интернета стали вносить в КЕК различные другие трактовки» (*teenslang.su/index.php?searchstr=кек&slang=*). В словаре Teenslang *кек* также трактуется как «пустое слово» (что в некоторой степени роднит его с английским *heh*), используемое, чтобы как-то поддержать беседу или показать, что понял информацию; указание на то, что человек хочет сменить тему разговора; знак удивления, одобрения или досады:

– Я вчера купил кофту, а сегодня она мне мала. – Кек, с кем не бывает.

– Я съел овцу! – Кек!

– Я нашёл на дороге айфон 5s! – И что ты сделал? – Позвонил другу владельца и передал телефон. – Что, ангелок тип? – Нет, просто у меня уже айфон 6, а так дали ещё 2 тысячи. – Кек.

– Ну что, готовимся к тесту по параграфу! – Марья Ивановна, но вы нам задавали только прочитать! – Я всё записала в журнал! Там написано: «Выучить!» – Кек... (*teenslang.su/content/КЕК*).

Вторая по популярности реакция *азаза*, как и *кек*, возникла благодаря ошибочному написанию (вместо *ахаха*), однако в данном случае это просто опечатка, поскольку на русской клавиатуре буквы *х* и *з* находятся рядом. Согласно словарю Teenslang, имеет два значения:

> 1) **смех** (Ну ты даешь азаза!); 2) **насмешка** (Азаза азаза, кто-то не умеет выкладывать!) (*teenslang.su/index.php?searchstr=азаза&slang=*). Чем смешнее ситуация, тем «длиннее» выражается реакция на нее: азазазазазазаза.

Транслитерированная аббревиатура лол обозначает ряд коммуникативных реакций, отличающихся от своего оригинала в современном английском языке. Во-первых, слово до сих пор используется в своем прямом значении, т. е. «смех, хохот» при выражении положительных эмоций:

> Собака на футбольном поле, полный лол!
>
> Лол! Очень смешная презентация!

Во-вторых, оно выражает насмешку:

> Прикинь мой друг запускал фейверк, искры полетели в снег... ПОТОМ ФЕЙВЕРК СБИЛ ВЕТКУ С ПТИЦОЙ, птица упала на машину... Машина заорала на весь двор! Они со всех ног бегут... Кароче лол (*teenslang.su/content/ЛОЛ*).

Эти значения, как и в случае с *кек*, используются и для характеристики человека: *смешной чудик* или *неумелый*, *тупой … неудачник* (*teenslang.su/index.php?searchstr=лол&slang=*).

Второе толкование предположительно возникло из парономастического эвфемизма *лол* в значении «лох», не имеющего отношения к исходной аббревиатуре: *тупой*, *не понимающий чего-либо*; *бестолковый*, *никчемный*, *неумелый*, *бездарный*, *простецкий* человек:

> Ну ты и лол, надо было прямо на глазах у своей девушки так грохануться! (*teenslang.su/content/ЛОЛ*)

Лол имеет и значения, совпадающие с английской семантикой, используясь, например, в качестве десемантизированного компонента беседы: «Иногда лол говорят, услышав не смешную шутку, а просто пытаясь поддержать разговор» (*teenslang.su/index.php?searchstr=лол&slang=*). Выражает оно и удивление с оттенком недоверия – значение, близкое к английскому «замешательству». Ресурс

Teenslang приводит следующий пример, из которого видно, что чем больше удивление, тем длиннее гласный, что на письме отражено бóльшим количеством соответствующих букв:

Лооооооол, ты правда это сделал? Лоооол, я не верю.

Глагол *рофлить*, входящий в список наиболее частотных русских смеховых реакций, образован путем аффиксации от транслитерированной аббревиатуры *ROFL* (*rolling on floor laughing – кататься по полу*, *смеясь*) и используется для выражения следующих действий:

1) *хохотать, веселиться* (*я рофлю с его лица*);

2) *смеяться / насмехаться над кем-то* (*вот ты его жестко рофлишь!*);

3) *говорить что-либо с сарказмом*, *иронией* (*Да я рофлю. Это был рофл вообще-то*) (*teenslang.su/index.php?searchstr= рофлить&slang=*).

Примерно те же коммуникативные цели мы, будучи носителями русского языка, можем сформулировать для звукоподражательного слова *бугага*, хотя Teenslang приводит для него только одну дефиницию – *обозначает смех*. Пример, иллюстрирующий данную реакцию: «– Ты слышал вчерашнюю шутку? – Да! – И как? – БУГАГА!» (*teenslang.su/index.php?searchstr= бугага&slang=*), также, скорее, обозначает не просто искренний раскатистый смех, а имеет оттенок иронии.

Заключение

Итак, в английском и русском языках система обозначения смеховой реакции в сленге очень подвижна, сложна и очень мало изучена. Как показало исследование, в нее вовлечены разные элементы, которые подвержены изменениям, в связи с чем представленные в работе выводы не могут носить всеобъемлющий и окончательный характер. Однако несмотря на различие источников языковых единиц и на ограниченный материал сопоставления, можно подвести интересные предварительные итоги. В русском языке бóльшая часть языковых единиц, обозначающих смеховую реакцию, являются заимствованиями из английского, но они уже подвергаются более широкому словотворчеству, чем оригиналы. В частности, создаются новые существительные и глаголы (*кек*, рофлить), тогда как в английском подобного не наблюдается. С другой стороны, прослеживается и общность, например использование звукоподражания (*haha*, *бугага*).

Данная тема требует глубокого и тщательного анализа с привлечением обширного материала, в том числе из других языков, например немецкого, французского, испанского и др.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Актуальные этноязыковые и этнокультурные проблемы современности: Этнокультурная и этноязыковая ситуация: Языковой менеджмент: Языковая политика / отв. ред. Г. П. Нещименко. Книга III. М. : ЯСК, 2017. 528 с. [Aktual'nye etnoyazykovye i etnokul'turnye problemy sovremennosti: Etnokul'turnaya i etnoyazykovaya situaciya: Yazykovoj menedzhment: Yazykovaya politika (Relevant Ethnolinguistic and Ethnocultural Questions of the Present: Ethnocultural and Ethnolinguistic Situation: Language Management: Language Policy) / otv. red. G. P. Neshchimenko. Kniga III. Moscow, 2017. (In Russ.)].

Бойко Б. Л. Самодеятельный онлайновый словарь современной лексики, жаргона и сленга «Словоново» как форма общения в Интернете // Вопросы психолингвистики. 2010. Вып. 3. С. 64–70. [Bojko, B. L. (2010). Samodeyatel'nyj onlajnovyj slovar' sovremennoj leksiki, zhargona i slenga «Slovonovo» kak forma obshcheniya v Internete (Self-made Online Dictionary of Contemporary Lexis, Jargon and Slang "Slovonovo" as a Type of Communication on the Internet). Voprosy psiholingvistiki. Vyp. 3 (pp. 64–70). (In Russ.)].

Захарова Л. А., Шуваева А. В. Словарь молодежного сленга (на материале лексикона студентов Томского государственного университета) : учебно-методическое пособие. Томск : Издат. Дом Томского государственного университета, 2014. 126 с. [Zaharova, L. A., Shuvaeva, A. V. (2014). Slovar' molodezhnogo slenga (na materiale leksikona studentov Tomskogo gosudarstvennogo universiteta): uchebno-metodicheskoe posobie (Dictionary of Youth Slang (Based on Lexis of Students of Tomsk State University). Tomsk: Izdatel'skij Dom Tomskogo gosudarstvennogo universitet. (In Russ.)]

Лукашанец Е. Г. Сленговые словари как результат металингвистической деятельности пользователей Интернета // Научный диалог. Серия: Филология. Вопросы лексикологии и лексикографии. 2012. Вып. 8. С. 28–48. [Lukashanec, E. G. (2012). Slengovye slovari kak rezul'tat metalingvisticheskoj deyatel'nosti pol'zovatelej Interneta (Dictionaries of Slang as a Result of Metalinguistic Activity of Internet Users) // Nauchnyj dialog. Seriya: Filologiya. Voprosy leksikologii i leksikografii. Vyp. 8 (pp. 28–48). (In Russ.)]

Онлайн-словарь молодежного сленга Teenslang [Onlajn-slovar' molodezhnogo slenga Teenslang (Online Dictionary of Youth Slang Teenslang). (In Russ.)]. URL: www.teenslang.su (In Russ.)].

Словоборг: Народный словарь русского [Slovoborg: Narodnyj slovar' russkogo yazyka (Slovoborg: Volk Dictionary of the Russian Language). (In Russ.)]. URL: www.slovoborg.su (In Russ.)].

Словоново: Онлайн-словарь современной лексики [Slovonovo: Onlajn-slovar' sovremennoj leksiki (Slovonovo: Online Dictionary of Modern Vocabulary). (In Russ.)]. URL: www.slovonovo.

Тарса Я. Интернетовские словари жаргона как источник информации для лексикографа // Проблемы истории, филологии, культуры. 2014. Вып. 4. С. 288–289. [Tarsa, Ya. (2014). Internetovskie slovari zhargona kak istochnik informacii dlya leksikografa (Internet Dictionaries of Jargon as a Source of Information for a Lexicographer). Problemy istorii, filologii, kul'tury. Vyp. 4. (pp. 288–289). (In Russ.)].

Crystal D. Language and the Internet. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 304 p.

Online Slang Dictionary. URL: onlineslangdictionary.com.

Urban Dictionary. URL: www.urbandictionary.com.

Urban Thesaurus. URL: urbanthesaurus.org.

Word Spy Dictionary. URL: www.wordspy.com.

Your Dictionary. Thesaurus. URL: thesaurus.yourdictionary.com.

УДК 81.373.45

А. А. Зеленяева

кандидат филологических наук;
заведующая кафедрой «Иностранные языки»;
Государственный музыкально-педагогический институт им. М. М. Ипполитова-Иванова;
e-mail: anaszel@mail.ru

АССИМИЛЯЦИЯ АНГЛИЦИЗМОВ ПО МУЗЫКАЛЬНОЙ ТЕМАТИКЕ В РУССКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКАХ

США являются мировым лидером в музыкальной индустрии: именно в английском языке для передачи реалий мира музыкальной индустрии появляется много новых слов, потом они заимствуются другими языками. В рамках данной статьи рассмотрены англицизмы по музыкальной тематике, появившиеся в русском и французском языках в последнее десятилетие. На основе анализа корпусных данных и печатных статей СМИ автор статьи устанавливает степень их ассимиляции данными языками-реципиентами.

Ключевые слова: заимствованные слова; язык-реципиент; ассимиляция; графическая ассимиляция; грамматическая ассимиляция; объем значения.

A. A. Zelenyaeva

PhD (Philology);
Head of the Foreign Languages Department;
State Music and Pedagogical Institute named after M. M. Ippolitov-Ivanov;
e-mail: anaszel@mail.ru

ASSIMILATION OF ENGLISH WORDS RELATED TO MUSIC IN THE RUSSIAN AND FRENCH LANGUAGES

As the USA is a leader in music industry many new phenomena of this sphere get English names. Both these phenomena and their names are borrowed by other cultures and languages. The article focuses on words related to music industry which appeared in the Russian and French languages in the last decade. The extent of their assimilation in both languages is examined.

Key words: assimilation; adapting language; a borrowed word; graphic assimilation; grammar assimilation; volume of information.

Введение

Словарный состав любого языка является живой системой, особенно подверженной влиянию извне. Одним из примеров подобного влияния является наличие в языках заимствованных слов.

CC BY

На протяжении всей истории развития национальных языков существовали межъязыковые контакты, в результате которых языки в разной степени влияли друг на друга. Процессы глобализации, которые характерны для современного мира, породили определенные изменения и в таком явлении как обогащение национального языка посредством заимствования. Если раньше языковые контакты происходили в основном между двумя языками в определенный момент их истории, то в последнее время можно говорить о влиянии одного языка на множество других языков одновременно. Один из исследователей распространения влияния непосредственно английского языка Д. Кристал отмечает, что «английский язык не только стал международным языком общения, но и активно проникает во все мировые языки в виде заимствований» [Кристал 2001, с. 35].

Основная часть

Степень влияния английского языка на европейские языки на данный момент у многих лингвистов вызывает определенные опасения: постоянно увеличивающееся количество англицизмов в данных языках заставляет французского лингвиста Кальве говорить «о медленном превращении ряда языков Европы – итальянского, французского, немецкого и испанского – в «локальные формы английского» [Calvet 1993, с. 144–145]. Еще один французский лингвист А. Жильдер настолько встревожен ситуацией, что считает, что перенасыщение французского языка англицизмами может привести сначала к «лингвистическому самоубийству», а затем и к «самоубийству интеллектуальному» [Gilder 1996, с. 167–172].

Русский язык в данном случае не является исключением. В рамках своего диссертационного исследования С. В. Воробьева проанализировала работы ряда лингвистов, занимающихся изучением заимствований из английского языка в русском языке и пришла к выводу, что «количество новейших англицизмов, пополнивших русский язык в 90-х гг. XX в. – начале XXI в., составляет 673 слова». Автор подчеркивает, что речь идет исключительно о прямых графически освоенных заимствованиях, в то время как гибридные заимствования, созданные непосредственно в принимающем языке из ранее заимствованных словообразовательных элементов, а также имена собственные, обозначающие реалии страны языка-источника, в данную группу не входят [Воробьева 2009].

Англицизмы можно найти в любой тематической области русского или любого другого европейского языка. Другой исследователь английских заимствований К. С. Захватаева, рассматривая процесс современного англо-русского языкового контактирования, выделяет определенные тематические области, где отмечается наличие большого числа слов и словосочетаний, заимствованных из английского языка в русский. Они представлены в следующем списке:

– культура: *саундтрек* (от англ. *soundtrack*), *сингл* (от англ. *single*), *римейк* (от англ. *remake*), *экшн* (от англ. *action*);

– компьютерные технологии: *веб-камера* (от англ. *webcam*), *модератор* (от англ. *moderator*), *браузер* (от англ. *browser*), *контент-провайдер* (от англ. *content provider*);

– экономика: *маркетинг* (от англ. *marketing*), *промоутер* (от англ. *promoter*), *мерчендайзер* (от англ. *merchandiser*);

– бизнес: *адвергейминг* (от англ. *advergaming*), *брендинг* (от англ. *branding*), *преселлинг* (от англ. *pre-selling*);

– спорт: *фитнес-клуб* (от англ. *fitness club*), *боулинг* (от англ. *bowling*), *допинг* (от англ. *doping*), *трансфер* (от англ. *transfer*);

– мода, дизайн: *тренд* (от англ. *trend*), *кастинг* (от англ. *casting*), *топ-модель* (от англ. *top model*) [Захватаева 2012, с. 401].

Логично предположить, что в других языках тематические области активного распространения англицизмов являются примерно такими же.

Одной из областей активного заимствования из английского языка, выделенных другим исследователем К. С. Захватаевой, является область культуры.

В рамках данной статьи нам бы хотелось остановиться на одной из сфер культуры – музыке. США уже многие годы являются лидером музыкальной индустрии, поэтому слой англоязычных заимствований по музыкальной тематике в любом языке достаточно обширен. Именно англицизмы используются для именования и описания множественных музыкальных направлений, стилей, жанров. Активный процесс заимствования слов данной тематики в другие языки идет с середины XX в. Многие слова появляются и через несколько лет исчезают как в языках-реципиентах, так и в самом английском языке. Отдельные лексические единицы осваиваются системой принимающего языка, ассимилируются и остаются в нем на долгие годы. Например, такие слова, как «кантри», «джаз», «мюзикл» уже зарегистрированы

в Толковом словаре русского языка, выпущенном в 2007 г., как слова, входящие в систему русского языка [Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов 2007].

Целью данной статьи является рассмотрение английских заимствований музыкальной тематики, появившихся в русском и французском языках за последнее десятилетие. Интересно проследить, насколько быстро данные лексические единицы «включаются» в систему другого языка, и в какой степени они ассимилируются в рассматриваемых языках.

В рамках данной работы мы будет руководствоваться классическим определением ассимиляции, сформулированным И. В. Арнольд: «Ассимиляцией заимствованных слов называется приспособление их в фонетическом, грамматическом, семантическом и графическом отношении к системе принимающего их языка» [Арнольд 1973, с. 231].

В научной литературе общепринято считать процесс ассимиляции диахроническим: он растягивается во времени. Так, например, В. М. Аристова, глубоко изучившая историю заимствования слов английского происхождения в русский язык с начала установления англо-русских исторических связей до XX в., выделяет три этапа ассимиляции.

Первый этап – ***проникновение***: слово уже употребляется в речи языка-реципиента, но еще тесно связано с языком, из которого пришло; может сохранять определенные особенности исходного языка: фонетические, морфологические и т. д.;

Второй этап – ***усвоение***: слово прочно входит в систему языка-реципиента, происходит его фонетическое, грамматическое, графическое уподобление;

Третий этап – ***укоренение***: слово широко употребляется, выступает основой для процессов словообразования: может образовывать однокоренные слова, использоваться в аббревиатурах, получать новые оттенки значений [Аристова 1978].

Объект и материал исследования

В ходе проведенного нами анализа текстов по музыкальной тематике за последние 10 лет нами был составлен список из 12 слов, заимствованных в русский и французский языки из английского именно в этот временной отрезок. Чтобы точнее определить время проникновения лексической единицы в русский язык мы обратились

к Национальному корпусу русского языка (далее – НКРЯ). В основном корпусе, в который входят прозаические письменные тексты XVIII – начала XXI вв., не зарегистрировано ни одного употребления отобранных единиц. Однако в газетном корпусе современных СМИ представлены статьи 1990–2000-х годов, в которых нами были найдены и проанализированы примеры употребления рассматриваемых лексических единиц. Рекордсменом можно считать слово «мастеринг» с 19-ю вхождениями в 17-и документах:

> Вы же сейчас еще *мастеринг* нового альбома Zorge заканчиваете… (*НКРЯ: РБК Дейли,26.11.13*).

> …и кульминацией в работе над звуком было наше сотрудничество с американскими специалистами в области *мастеринга* (*НКРЯ: Комсомольская правда, 14.09.13*).

> Также в программе мастер-классы по реставрации звукозаписей, *мастерингу*, студийной звукорежиссуре, музыкальной журналистике и продюсированию (*Яндекс: Радиокультура, 22.10.19*).

> Сведением и *мастерингом* «Сомнамбулы» занимался клавишник группы Anathema... (*Яндекс: Onliner, 14.01.20*).

Более скромные результаты у единицы «лонгплей», представленной в корпусе 9-ю вхождениями в 9-и документах. Ряд единиц, таких как «сонграйтер» или «лайнап», представлен 4–5-я вхождениями. Остальные рассматриваемые нами единицы (например, сайд проект, би-сайд, хиатус, бек-сет) вообще не зафиксированы в Национальном корпусе русского языка.

Необходимо также отметить, что большинство представленных вхождений датировались 2013 г., с отдельными примерами 2012 г. и единичными примерами употребления 2010 г. и ранее:

> Именно их усилия, а не усилия маститых западных продюсеров, *сонграйтеров* и клипмейкеров (хотя потом и их тоже) заставили всерьез обсуждать «Тату» депутатов Госдумы… (*НКРЯ: Известия, 24.12.07*).

> «Носики-курносики» (1976) *Лонгплей*, от старинного романса «Мы на лодочке катались» до «Носиков-курносиков» Емельянова. (*НКРЯ: Труд-7, 23.03.10*).

В то же время многочисленные примеры употребления всех отобранных для анализа лексических единиц были зафиксированы

с помощью поисковой системы Яндекс. В данном случае мы использовали подсистему «новости».

Верификация года появления английского заимствования во французском языке вызвала больше трудностей, так как приходилось ориентироваться исключительно на поисковую систему Интернета. При анализе ассимиляции отобранных единиц во французском языке мы не смогли обратиться к «Сокровищнице французского языка» (Tresor de la langue francaise informatise), корпусу, включающему тексты в 90 млн словоупотреблений, так как в данном корпусе представлены тексты XIX–XX вв. Рассматриваемые единицы не были в них зарегистрированы. Обращение к поисковым системам Интернета помогло подтвердить активное использование слов из составленного списка во французском языке именно в последнее десятилетие.

Этапы проникновения и усвоения

Анализ контекстов использования в русском и французском языках отобранных лексических единиц показал, что все они подверглись ассимиляции в графическом, фонетическом и грамматическом плане.

Если говорить о графической ассимиляции, то использование единого алфавита английским и французским языком упрощает процесс заимствования англицизма, так как лексическая единица не претерпевает никаких существенных изменений в своей графической форме. В отдельных случаях графическое изображение англицизма во французском языке может быть дополнено характерными надстрочными и подстрочными знаками, как, например, в слове «réunion»:

Première *réunion* du groupe Entraide (*Le Télégramme, 07.11.2019*).

Однако данное слово как музыкальный термин не было нами включено в рассматриваемый список англицизмов, так как вошло в активное словоупотребление ранее очерченного временнóго интервала. Проанализированные в рамках данной статьи англицизмы не демонстрировали изменений в своей графической форме при употреблении во франкоязычной письменной речи.

В русском языке все рассмотренные единицы подверглись транслитерации, т. е. передаче звучания заимствованного слова буквами русского алфавита. Однако нами были зафиксированы примеры употребления рассматриваемых единиц на латинице и в русскоязычном тексте:

Леонард Коэн, которого я переводила, наоборот, гений сумрачный, но невероятно при этом человечный. Воплощение того, что мы называем словом *singer-songwriter* (*Яндекс: Сиб.фм ,25.09.19*).

Джон Алли (р.1963) поет песни собственного сочинения, то, что по-английски выражается кратким *singer-songwriter*, имеет на своем счету несколько альбомов... (*Яндекс: Jazz-квадрат, 07.11.19*).

Иногда даже фиксировались случаи употребления данной единицы в кавычках, что является формальным показателем переключения языкового кода:

Сам Александр Паршиков … определяет жанр своего творчества как «*Singer-songwriter*» (*Яндекс: Infokam.su, 14.07.19*).

Можно было бы предположить, что заимствованная лексика сначала используется в текстах языка-реципиента в своем «традиционном» написании, на латинице, и только через определенный временной отрезок подвергается графической ассимиляции и предстает в виде кириллицы. Однако, согласно проанализированному материалу, это предположение оказывается спорным: вышеприведенные примеры датируются 2019 годом. Применение латиницы в данных случаях скорее позволяет автору акцентировать внимание на том, что он апеллирует непосредственно к самому концепту, который возник в рамках американской музыкальной индустрии, и его объёму значения, который реализуется в английском языке.

В связи с тем, что в рамках проведенного анализа мы полагались исключительно на печатный материал, нельзя сделать выводы о степени фонетической ассимиляции рассматриваемых единиц в русском и французском языках. Правомерно будет говорить лишь об определенной степени фонетической ассимиляции рассматриваемых единиц русским языком: анализ печатного материала позволяет констатировать, что звуки англоязычной речи, не характерные для русской фонетической системы, были заменены русскими буквами и, скорее всего, произносятся в соответствии с русской артикуляционной традицией.

Переходя к грамматической ассимиляции, необходимо отметить, что все рассмотренные единицы обладают четко выраженными морфологическими признаками принимающего языка. Они сохранили свою частеречную принадлежность, свойственную им в языке-источнике, но полностью адаптировались к системе русского и французского языков.

Например, все рассмотренные единицы образуют множественное число согласно правилам языка-реципиента:

…летом в Финляндии проходит сразу несколько крупных рок-фестивалей, *лайнапы* которых могут всегда угодить как самым искушенным, так и начинающим слушателям... (*НКРЯ: РБК Дейли, 11.07.12*).

…если вынести за скобки диски, записанные в составе группы The Wings, и прочие *сайд-проекты*… (*Яндекс: Газета культура, 30.10.19*).

Certaines personnes râlent à cause des *setlists* évolutives de Radiohead (*Lesinrockuptibles, 04.06.16*).

Ne blâme pas les *ghostwriters* (*My wordpress website, 30.05.2019*).

В рассматриваемых языках английские заимствования получают и четко выраженную категорию рода. В русском языке все заимствованные слова из нашего списка являются словами мужского рода. Во французском языке также большинство проанализированных единиц относятся к мужскому роду:

Le hiatus s'expliquant simplement… (*Télérama.fr, 9.10.19*)/

«That's What I Get» était une chanson expérimentale qui devait être *un B Side* (*Bible urbaine* (*Blog*) *31.10.19*).

Однако слово «setlist» получило категорию женского рода:

Jay-Z et Beyoncé: *la setlist* énorme de leur tournée «On the... (*NRJ, 7.06.18*).

Après 6 albums au compteur est-ce dur d'établir *une setlist* de concert? (*Vacarm.net* (*Blog*), *9.11.19*).

Особый интерес вызвало слово «line up». Нами было зарегистрировано множество примеров употребления данной единицы в мужском роде:

Les pointures du rap sont souvent difficiles à réunir sous *un* même *line-up* (*Les Inrocks, 1.11.19*).

Du côté *du line-up*, le Marvellous Island Festival ouvrira ses portes à ... (*sortiraparis, 4.02.13*).

Travis a attendu la veille de l'événement pour annoncer *le line up* officiel de son Astroworld Festival 2019 (*Mouv, 9.11.19*).

В то же время в следующем предложении данное слово сопровождается неопределенным артиклем *une*, а значит, оно женского рода:

> Plusieurs scènes accueillent *une line up* variée qui va du Booba, Christine... (*L'Obs, 4.11.19*).

Однако этот пример является единственным зарегистрированным нами примером употребления рассматриваемой единицы в женском роде. Таким образом, нам остается только догадываться, является ли данный артикль опечаткой или примером процесса «осмысления» родовой принадлежности заимствованной единицы. Хотя наличие немого *e* у слова *variée*, согласующегося по женскому роду в грамматике французского языка со словом *line up*, ставит гипотезу об опечатке под сомнение.

Грамматическая ассимиляция рассматриваемых слов в русском языке выражается также в их изменении по падежам: все они склоняются в соответствии с нормами русского языка:

> Они организуют образовательный курс по *сонграйтингу* на базе Moscow Music School (*Яндекс: The Village, 10.10.19*).

> В период с 1962 по 1970 год The Beatles выпустили 22 хитовых сингла – все они с *би-сайдами* вошли в бокс-сет (*Яндекс: stereo.ru, 22.10.19*).

> Релиз приурочен к грядущему выходу гигантского *бокс-сета* «The Later Years» из 16 дисков… (*Яндекс: афиша, 24.11.19*).

> Треть *сетлиста* составили новые песни из альбома «In The Raw» (*Яндекс: Группа Быстрого Реагирования, 18.09.19*).

> Поклонники не скрывали своей радости, ведь именно такие смешные ролики помогут им справиться с *хиатусом* группы (*Яндекс: Popcake, 21.09.19*).

> … Diddy никогда не скрывал, что пользуется услугами *гоустрайтеров* (*Яндекс: InDaRnB, 04.10.06*).

Следует особо отметить, что рассматриваемые лексические единицы сохраняют словообразовательные суффиксы, характерные для английского языка. Например, суффикс *-er* в словах *ghostwriter* и *songwriter*. Во французском языке данный суффикс остается без изменений. В русском языке он транслитерируется. То же самое происходит и с суффиксом *-ing* в словах *mastering*, *ghostwriting*. В связи с тем, что словообразовательный потенциал данных морфем

в английском языке высок, в этом языке существует много слов с данными суффиксами. Многие из них были ранее заимствованы в русский (аутсортинг, мониторинг, инжиниринг, брифинг, файтинг, кастинг и т. д.) и французский языки и хорошо знакомы носителям данных языков.

Этап укоренения

Проанализированные нами примеры употребления рассматриваемых единиц в русском и французском языках позволяют констатировать, что на данный момент слова из нашего списка не принимают активного участия в процессе словообразования. В русском материале нами были зафиксированы примеры употребления сложных слов, одной из частей которых являлись отдельные рассматриваемые единицы, например лексема «сонграйтер»:

> 17-летний канадский *певец-сонграйтер* Шон Мендес решил долго не почивать на лаврах своего хита «Stitches»… (*Яндекс: Europa Plus TV, 13.07.16*).

Однако наряду с лексемой «songwriter» в английском языке существует и сложное слово сочинительной структуры «singer-songwriter»:

> The Canadian *singer-songwriter* has released ‘Treat You Better’ as the first single from his forthcoming second album (*Digital Spy, 03.06.16*).

> Marie Fredriksson, the Swedish pop *singer-songwriter* who formed one half of the world famous duo Roxette, has died (*Спектр, 10.12.19*).

Таким образом, русская лексема «певец-сонграйтер» в языке-реципиенте скорее является калькой с английского языка, нежели была создана непосредственно в языке-реципиенте.

Среди формальных признаков ассимиляции иноязычного слова в языке-реципиенте некоторые лингвисты называют также факт его фиксации в словарях [Дакохова 1998; Крысин 1991]. Конечно, временной период заимствования выделенных англицизмов по музыкальной тематике не позволяет нам серьезно рассматривать данный параметр: ни одно из проанализированных слов не зафиксировано на данный момент в словарях, в том числе и в музыкальных онлайн-словарях. Хотя ввод этих единиц в поисковые системы приводит к тому, что имеются ссылки на отдельные сайты, которые объясняют значение рассматриваемых единиц. Однако данные ресурсы не могут

быть охарактеризованы как надежные / достоверные справочные ресурсы, так как часто невозможно даже установить авторство предоставляемой информации.

Если переходить к рассмотрению семантической ассимиляции выделенных лексических единиц русским и французским языками, необходимо отменить, что приведенные англицизмы по музыкальной тематике на данный момент не подверглись ассимиляции языками-реципиентами. Объем значения, закрепленный за словом в английском языке, полностью передается заимствованным словом в русском и французском языках. Интересно отметить, что в русском языке нами были зафиксированы отдельные случаи объяснения значения рассматриваемых единиц в тексте:

> Возникнет и окрепнет институт профессиональных *гоустрайтеров*, т. е. *авторов текстов рэп-песен* (*Яндекс: Гуру Кен Шоу, 29.01.07*).

> В Китае от зарубежных исполнителей при гастролях могут требовать изменять *сетлисты* (*списки песен*) (*Яндекс: BBC Russian, 09.10.19*).

Необходимо отметить, что примеры раскрытия значения рассмотренных единиц были зафиксированы только в русском языке и являются единичными.

Заключение

Таким образом, анализ английских заимствований по музыкальной тематике в русском и французском языках показал, что исследуемые единицы прошли только два этапа ассимиляции – этап проникновения и этап усвоения, которые заключались, в основном, в графической и грамматической ассимиляции. Этап укоренения, который подразумевает определенный уровень частотности употребления, потенциальную возможность участия в процессах словообразования и изменения объёма передаваемой информации, а иногда и вытеснение из языка исконного слова, для рассмотренных лексем достаточно проблематичен, если вообще возможен.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Аристова В. М. Англо-русские языковые контакты. Англизмы в русском языке. Л. : Изд-во Ленинградского университета 1978. 152 с. [Aristova, V. M. (1978). Anglo-russkie yazykovye kontakty. Anglizmy v russkom yazyke.

(English-Russian Language Contacts. English Borrowings in the Russian Language). L. : Izd-vo Leningradskogo universiteta. (In Russ.)].

Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. 2-е изд. М. : Высшая школа, 1973. 158 с. [Arnol'd, I. V. (1973). Leksikologiya sovremennogo angliiskogo yazyka (Lexicology of the Modern English Language). 2-e izd. Moscow : Vysshaya shkola. (In Russ.)].

Воробьева С. В. Грамматическая ассимиляция новейших англицизмов в русском языке // Вестник Минского государственного лингвистического университета. Сер. 1. Филология. 2009. № 5 (42). С. 178–186. [Vorob'eva, S. V. (2009). Grammaticheskaya assimilyatsiya noveishikh anglitsizmov v russkom yazyke (Grammatical Assimilation of the Newest English Borrowings in the Russian Language). Vestnik Minskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Ser. 1. Filologiya. 2009. № 5 (42) (pp. 178–186). (In Russ.)].

Дакохова М. Г. Англоязычные заимствования в русском языке (XIX–XX вв.): дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 1998. 146 с. [Dakokhova, M. G. (1998). Angloyazychnye zaimstvovaniya v russkom yazyke (XIX–XX vv.) (English Borrowings in the Russian Language (XIX–XX c.)) : dis. … kand. filol. nauk. Pyatigorsk. (In Russ.)].

Захватаева К. С. Роль английского языка в процессе современного англо-русского языкового контактирования // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2012. № 3 (1). С. 400–403. [Zakhvataeva, K. S. (2012). Rol' angliiskogo yazyka v protsesse sovremennogo anglo-russkogo yazykovogo kontaktirovaniya (The Role of the English Language in Modern English and Russian Language Contacts). Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo. № 3 (1). (pp. 400–403). (In Russ.)].

Кристал Д. Английский язык как глобальный. М. : Весь мир, 2001. 240 с. [Kristal, D. (2001). Angliiskii yazyk kak global'nyi (English as a Global Language). Moscow : Ves' mir. (In Russ.)].

Крысин Л. П. Иноязычные слова в современном русском языке. М. : Наука, 1968. Новосибирск : Изд-во НГУ, 1991. С. 46–62. [Krysin, L. P. (1968). Inoyazychnye slova v sovremennom russkom yazyke (Borrowings in the Modern Russian Language) (pp. 46–62). Moscow : Nauka. Novosibirsk : Izd-vo NGU. (In Russ.)].

Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / РАН. Институт русского языка им. В. В. Виноградова ; отв. ред. Н. Ю. Шведова. М. : Азбуковник, 2007. 1175 с. [Tolkovyi slovar' russkogo yazyka s vklyucheniem svedenii o proiskhozhdenii slov (Explanatory Russian Dictionary with References on the Origin of Words). RAN. Institut russkogo yazyka im. V. V. Vinogradova ; otv. red. N. Yu. Shvedova. Moscow : Azbukovnik, 2007. 1175 s. (In Russ.)].

Calvet, L.-J. L'Europe et ses langues / L-J. Calvet. Paris: Plon, 1993. 237 p. [Calvet, L.-J. (1993). Europe and its languages. Paris: Plon. (In Fr.)].

Gilder A. Et si l'on parlait Français? Paris, 1996. P. 167–172. [Gilder, A. (1996). Why don't we speak French? (pp. 167–172). Paris. (In Fr.)].

УДК 811.373

А. В. Иволгин

аспирант кафедры лексикологии английского языка факультета английского языка;
преподаватель кафедры стилистики английского языка и кафедры 2-го иностранного языка факультета английского языка;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: Xavok@yandex.ru

ВОПРОСИТЕЛЬНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В ЖУРНАЛЬНЫХ ПУБЛИКАЦИЯХ ЖАНРА «ПИСЬМО РЕДАКТОРУ» КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ СВЯЗИ МЕЖДУ КОММУНИКАТИВНЫМИ СТРУКТУРАМИ ПЕРВИЧНОГО И ВТОРИЧНОГО ТЕКСТОВ

В статье рассматривается лексическая составляющая вопросной формы организации журнальной публикации жанра «письмо редактору» и ее интертекстуальная роль в обеспечении коммуникативного обмена между автором письма и читателем. В работе проведен лексико-статистический анализ 35 писем редактору, опубликованных в журнале Economist с мая по ноябрь 2019 г. Исследование продемонстрировало закономерные связи между структурой вопросительных конструкций и их положением в тексте публикации, а также аргументативными задачами автора «письма редактору».

Ключевые слова: коммуникация; аргументация; вопрос; стратегия; структура; обмен; письмо; журнал.

A. V. Ivolgin

PhD Student,
Department of English Lexicology, Faculty of English;
Lecturer, Department of English Stylistics and Department of Second Foreign Language, Faculty of English;
Moscow State Linguistic University;
e-mail: Xavok@yandex.ru

INTERROGATIVE CONSTRUCTIONS IN THE JOURNAL PUBLICATION OF THE GENRE “LETTER TO THE EDITOR” AS A MEANS OF CORRELATION BETWEEN COMMUNICATIVE STRUCTURES OF THE PRIMARY AND SECONDARY TEXTS

The article considers the lexical component of the interrogative form of organization of journal publications of the genre “letter to the editor” as well as its intertextual role in providing the author of the letter and the reader with communicative exchange. The article provides a lexico-statistical analysis of 35 letters

to the editor published in The Economist from May to November 2019. The research demonstrated consistency of the structure of employed interrogative constructions and their position in the text, as well as with author's argumentative objectives.

Key words: communication; argumentation; question; strategy; structure; model; exchange; letter; journal.

Введение

Жанр письма редактору как особый вид политической публицистики, обладает множеством языковых характеристик, выделяющих его среди других разновидностей политического дискурса. В статье «Лексико-семантические особенности журнальной публикации жанра "письмо редактору"» мы выделили три наиболее частотные стратегии аргументации, реализуемые авторами рассмотренных текстов: *обозначение позиции по обсуждаемому вопросу*, *реализация субъективной модальности и каузальная атрибуция*. В статье «Особенности коммуникативной структуры журнальной публикации жанра "письмо редактору"» мы обнаружили, что коммуникативная структура жанра письма редактору отражает характерные особенности политического дискурса, одновременно обладая чертами, близкими к таковым у художественного стиля; при этом коммуникативные особенности – окрашенность лексики, актуальное членение, характер связи между аргументами, сочетание типов аргументации – определяются интенцией автора и объёмом «письма редактору». Тем не менее особенности жанра не ограничиваются перечисленными параметрами: учитывая, что письмо редактору представляет собой отклик или особую форму реакции читателя издания на ранее опубликованную в нем статью, внимания заслуживает соотношение между первичным текстом (оригинальной статьей) и вторичным (собственно письмом редактору) [Тырыгина 2012]. Данный аспект лингвистического исследования достаточно широк в силу сопряжения различных уровней языка для реализации одной задачи, поэтому в рамках статьи мы рассматриваем исключительно вопросительные конструкции, имеющие краеугольное значение для построения коммуникативного обмена между продуцентом дискурса и его реципиентом, а также и содержащиеся в них лексические средства корреляции между двумя текстами, которые избираются автором письма редактору по принципу релевантности в каждой конкретной ситуации [Куликова 2012].

Гипотеза нашей работы заключается в наличии взаимосвязи типов используемых авторами «писем редактору» вопросительных конструкций, их положения в тексте и лексического наполнения с плотностью корреляции письма редактору как с текстом оригинальной публикации, так и с затронутыми в ней экстралингвистической проблематикой.

Актуальность темы статьи определяется значимостью публицистических жанров политической направленности для когнитивно-дискурсивных исследований, охватывающих несколько разделов языкознания, а также трансформацией вышеупомянутых жанров под влиянием информационных технологий и сопутствующим проявлением в них новых тенденций употребления языковых средств.

В соответствии с темой и гипотезой исследования *цель* работы – определение глубины интертекстуальных связей в текстах рассматриваемого жанра и степени их реализации на уровне языковых структур. Для выполнения поставленной цели мы сформулировали следующие *задачи*:

1) выявить типы вопросительных конструкций в проанализированной выборке писем редактору и обозначить особенности их лексической организации;

2) определить частоту встречаемости выявленных типов вопросительных конструкций в различных частях текстов рассматриваемого жанра;

3) соотнести два вышеуказанных параметра с типами коммуникативных задач, стоящих перед автором письма редактору;

4) проанализировать роль вопросительных конструкций в создании единого смыслового пространства первичного и вторичного текстов в контексте интенции автора.

Типология вопросительных конструкций в текстах жанра «Письмо редактору»

Мы проанализировали 35 писем редактору, опубликованных в журнале Economist с мая по ноябрь 2019 г. 17 из 35 писем (49%) состоят из одного абзаца, в то время как в 18-и письмах (51%) содержится более одного параграфа; в отдельных случаях структура текста включает вступление, основную часть и заключение. Было обнаружено, что вопросительные конструкции, наблюдаемые в представленной выборке, обладают разной степенью значимости в коммуникативном

пространстве различных писем. Так, в 8 из 35 писем (23 %) присутствует лишь по одному вопросу, в 24 письмах (69 %) – по два вопроса, и лишь в трех публикациях из 35 (9 %) присутствует более двух вопросительных конструкций, составляющих от одного полного абзаца письма редактору до нескольких отдельных вопросов в разных частях текста; примеры последней структуры приведены ниже:

> A crucial argument against corporate do-gooding is conflict of interest. *Should we allow companies, rather than governments, to set corporate behavioural norms?* Firms have a strong incentive to avoid rules that go against the interests of shareholders or managers. *For example*, *would a company benefiting from a monopoly promote strong competition?* Democratic governments are accountable to their citizens and suffer no such conflict of interest (*September 21, 2019*).

> As for the stability of the financial system ... the answer has been staring us in the face for some time. *Does share trading have to be continuous? Is faster always better?* A good market needs to be efficient and fair, not necessarily faster. This would help deal with the question of market fragmentation. *Do we really need so many markets to trade?* (*October 26, 2019*).

Мы выявили, что основная жанровая характеристика рассматриваемых текстов – множественность характеров и типов социального происхождения их авторов – обеспечивает вариативность коммуникативных интенций и соответствующих им коммуникативных структур, встречаемых в публикации. Среди отмеченных нами авторских намерений стоит выделить следующие:

– определение общей значимости проблемы, рассмотренной в оригинальной статье;

– определение рамок (в том числе морально-нравственных) рассмотрения проблемы;

– обозначение частной позиции автора по проблеме, выраженной эмоционально или логически;

– обозначение возможной или предугадываемой позиции идеологических оппонентов автора по проблеме;

– определение направления для дальнейших дискуссий по рассматриваемой проблеме;

– введение ссылок на социальные, политические и культурные реалии, релевантные в контексте рассмотрения проблемы.

Рассматривая коммуникативные намерения автора письма редактору, следует распределить все перечисленные интенции по трем

более крупным категориям, в каждой из которых присутствует своя специфика использования вопросительных конструкций. Мы уделили особое внимание позиции рассматриваемых вопросительных структур в тексте.

Коммуникативные интенции автора вторичного текста, актуализированные в вопросах

Интенция выражения полного несогласия с автором оригинала широко представлена в «письмах редактору». Наибольшей коммуникативной значимостью в ее реализации обладают вопросы, находящиеся в самом заметном элементе текста «письма редактору» – заголовке:

Who makes what? (*June 8, 2019*).

What's in the fine print? (*August 29, 2019*).

Who wrote the Bible? (*November 9, 2019*).

Наблюдаемые в 6 письмах из 35 (17%), эти конструкции практически всегда предельно сжаты, но при этом реализуют множественные интенции. Наиболее ярко выраженной является формулирование автором собственного видения проблемы либо вербализация подобного видения у своего идеологического оппонента – автора оригинальной статьи – в виде вопроса к подлежащему или специального вопроса, причем, как можно заметить в двух соответствующих примерах, в развернутой либо усеченной форме:

What causes the dead zone? (*June 13, 2019*).

Erik the Green? (*July 13, 2019*).

Срединное положение вопроса в тексте статьи также обладает широкими возможностями для реализации автором коммуникативной интенции несогласия, позволяя ему осуществлять смысловой переход между частями текста и проводить эмоциональную или логическую аргументацию в пользу своей позиции. Именно в срединной позиции реализуется наблюдаемая в единственном письме редактору из проанализированной текстовой выборки непрерывная последовательность вопросов как цепочки риторических аргументов, посредством которой автор жестко критикует сторонников выхода Соединенного Королевства из Евросоюза:

> A few lines later, you say he is “inadequate” to the task and only in office because of Brexit. *Is this surprising when one considers how deliberately the deep-state establishment has done its best to scupper Brexit altogether? Is it right-wing to resist these negative developments? Is it wrong to want sovereignty returned? Is it unacceptable to wish not to be a continental European?* (*October 5, 2019*).

Таким образом, интенция отторжения позиции автора первичного текста наблюдается в различных позициях, а при отсутствии «открытого» заключения «письма редактору» подобный вопрос служит прямой констатацией позиции автора вторичного текста:

> The real problem is that so many public goods ... are already dependent on private billionaires and their sometimes benign but sometimes sleazy foundations. *But why should we invite corporate billionaires to control which social and economic problems deserve attention, to say nothing about how those problems might be treated?* In fact, corporate boards and CEOs already exercise outsize influence on the political process, policymaking and government administration at every level (*September 21, 2019*).

Вопросительные конструкции, содержащиеся в финальном предложении «письма редактору», наблюдаются в 10-и письмах из 35-и (29%), а в рамках заключительного абзаца – в 12-и письмах (34%). С их помощью реализуется *интенция выражения согласия с автором оригинала*, в рамках которой вопрос актуализирует имплицитное намерение, побуждая как автора оригинальной публикации, так и читателей газеты размышлять над поставленной проблемой, либо предлагая линию критики тех или иных ее аспектов. С точки зрения теории речевых актов оба вектора носят перлокутивный характер, при этом очевидно, что далеко не всегда согласие автора вторичного текста с автором оригинала будет означать аналогичную реакцию читателя [Козлова 2012; Тырыгина 2012]. Приведенные примеры демонстрируют использование в рассматриваемой позиции вопроса общего типа, в первом случае предполагающего развернутую оценку со стороны читателя, а во втором – однозначный ответ «да» или «нет»:

> Far too much military logistics is now contracted out. One day lives will be lost on operations as a result. *Remember the Crimea?* (*November 14, 2019*).

> Our public conversations have become sites of emotive outbursts, rather than reasoned exchanges where historical understanding can be marshalled. History is alive and well in our universities, *but do we deserve it?* (August 15, 2019).

Выражение частичного согласия или несогласия наблюдается в различных типах вопросов, находящихся в двух наиболее распространенных позициях в тексте письма редактору.

В двух письмах из 35-и (6%) вопросительные конструкции встречаются в первом предложении текста, а в четырех из 35-и (12%) – в рамках первого абзаца. Начальное предложение имеет важное коммуникативное значение, вне зависимости от объёма всего текста: помимо реализации тех же коммуникативных интенций, которые наблюдаются в вопросах, содержащихся в заголовке «письма редактору», в начале текста автор использует более широкий спектр грамматического оформления вопроса, применяя общие, альтернативные и специальные вопросительные конструкции для определения морально-идеологических рамок рассмотрения той или иной проблемы, а также введения важных для читателя ссылок на социальные, политические и культурные реалии. Так, в следующих примерах авторы писем обращаются к проблемам языковой политики и охраны окружающей среды:

> ...promoting English as the European Union's sole official language would allow for "the sort of unity that is only possible with a common tongue" (June 15th). *What is the evidence for such a claim?* Britain and America share a common language and yet the present governments are far apart on reaching a consensus in many policy areas (*June 29, 2019*).
>
> *Can we all stop pretending that humanity cares about the environment?* The reality is that the organising principle of civilisation is maximising consumption... (*August 24, 2019*).

Кроме расположения вопроса в начале текста, авторы также используют уже рассмотренную срединную позицию для выражения частичной солидарности с автором первичного текста:

> …I saw a woman who had fried her brain with meth and who, with an antipsychotic, is able to function ... Another woman who is able to remain in college ... And a man whose crippling anxiety was relieved ... *Would these goals have been achievable in the days before Big Pharma stepped in?* In the case of the man ... definitely not. In the other two, yes ... Big Pharma has serious drawbacks ... But meds have earned a place in the fight against disabling illness (*May 9, 2019*).
>
> Schumpeter stated as an apparent fact that Unilever's "pursuit of environmental and social responsibility" ... "helps win customers" (May 4th).

Is there evidence of this? I would confidently hazard a guess that more than 95 % of those who buy Unilever's variously branded products have no idea of the conglomerate behind them, nor do they care (*June 8, 2019*).

Mexican pension funds, however, over a similar time period exhibited almost perfect risk-return profiles. *The reason?* The Mexican regulator incorporates the value-at-risk metric ... Regulators of the world, beware: you might be creating a monster (*June 29, 2019*).

Отдельные виды вопросительных конструкций в текстах рассматриваемого жанра

В рамках темы настоящей статьи следует также рассмотреть вопросы, составляющие весь объем текста «письма редактору», и вопросительные конструкции, представляющие собой обособленные пунктуационными знаками сжатые «вкрапления» в отдельные предложения текста. Несмотря на кардинальную структурную разницу между ними, подобные случаи схожи по силе и качеству выражаемых автором коммуникативных интенций.

Содержание всего текста письма в одной вопросительной конструкции предполагает сжатость риторики; таким образом, вопрос реализует лишь одну из перечисленных в начале статьи коммуникативных задач, позволяющую наиболее полно осуществить намерение автора. В единственном тексте из проанализированной выборки, содержащем подобную конструкцию, таковой выступает ироническое несогласие автора вторичного текста с автором первичного по поводу значимости рассматриваемой в оригинальном тексте проблемы:

"Shear madness"? How do ewe sleep at night? (*June 8, 2019*).

В случае «вставных» вопросительных конструкций реализация различных интенций также ограничена крайне сжатым объемом вопроса; приведенные примеры демонстрируют усиление одного избранного автором коммуникативного намерения с помощью введения в текст иронического или саркастического компонента:

…we don't know the biological basis of mental illness because we don't know how the brain works on a good day, let alone a bad one; and – *guess what?* – psychiatry, like all areas of medicine, is imperfect and we must do better… (May 9, 2019).

For you democracy is dead, replaced by technocracy, the rule of Plato's golden souls who know (*how do they?*) all the outcomes, the ideal way

forward, the prescriptions for universal happiness, unlike us benighted, deadwood, has-beens (*October 5, 2019*).

Если вопрос полностью обособлен по содержанию от основного текста, автор реализует уже упомянутую нами ранее отсылку к важным, с его точки зрения, общественным реалиям. В следующем примере, также единственном из выбранных нами 35-и «писем редактору», центр внимания читателя сдвигается с политической повестки на избыточную, по мнению автора, стоимость арендного жилья:

…by rejecting Trump supporters, these students mimic his behaviour by gleefully rejecting anyone who disagrees with them.

My second thought after reading the article, is where can I find an apartment for $625 a month? (August 1, 2019).

Лексический состав вопросительных конструкций в текстах жанра «Письмо редактору»

Описанная в настоящей статье взаимосвязь первичного и вторичного текстов посредством вопросительных вопросов во многом реализуется с помощью лексических средств, благодаря которым в тексте «письма редактору» создается интегрированное аргументативное пространство [Куликова 2012].

Использование оценочной лексики позволяет автору выделять в тексте необходимые для реализации его намерений семантические поля, напрямую связанные с желаемым вектором аргументативного воздействия на читателя. В большинстве случаев, учитывая сжатый объём «письма редактору», количество данных полей ограничено, а лексический состав конкретного поля определяется темой письма, степенью формальности авторского стиля и характером отклика на первичный текст. В приведенном ниже примере заключительное предложение «письма редактору» содержит несколько сем, относящихся к классовой стратификации общества и реализующих скептическое отношение автора письма к изменению климата, с его точки зрения, освещением данной проблемы занимаются лишь представители среднего класса, не желающие, однако, предпринимать каких-либо практических шагов для ее решения:

Could it be that the Australian *deplorables* grew tired of being *harangued* by climate ideologues and *comfortably well-off* inner-city dwellers? (*May 30, 2019*).

В другом примере общий вопрос автора с отрицательной структурой усилен сочетанием анатомических аналогий с политически актуальной лексической единицей:

> Given Oakeshott's definition of conservatism, isn't it possible that the current *populist spasm* is an understandable response to extreme circumstances rather than, as you claim, a repudiation of its history? (*July 27, 2019*).

Подобные единичные, но обладающие значительным дискурсивным потенциалом оценочные «вкрапления» наблюдаются и в следующих текстах:

> Why place this *tediously generalising* adjective before the name of a vast continent with a few islands on the periphery? (*September 14, 2019*).

> Yes, people have used verses out of context to support all kinds of monstrous positions, but what part of humanity has not been used for the purposes of *warped* political and social ends? (*September 26, 2019*).

> Is this surprising when one considers how deliberately the *deep-state establishment* has done its best to *scupper* Brexit altogether? (*October 5, 2019*).

Отдельного рассмотрения заслуживает *использование терминов*, *неологизмов* или *просторечной лексики для подчеркивания актуальности рассматриваемой проблемы*. В первом из приведенных ниже отрывков автор вводит в текст понятие, распознавание и понимание которого заведомо ожидается от информированного читателя журнала; во втором применяется контекстуальное значение распространенного термина, относящееся к сфере электронных коммуникаций – в сочетании со словом *cash* глагол *to wire* реализует метафорический перенос, в рамках которого наличные могут быть «переданы» кому-либо подобно потоку данных:

> Is it only a matter of time before artificial intelligences discover the joys and profits of *insider trading*? (*October 26, 2019*).

> Plastic is useless when power lines are down. If someone can *wire* you some cash, on the other hand? (*August 29, 2019*).

Усиление определенной интенции автора достигается за счет *применения различных видов вопросительных союзов в вопросах одного типа либо использования одного союза в параллельных конструкциях*:

> *Does* share trading have to be continuous? *Is* faster always better? … *Do* we really need so many markets to trade? (October 26, 2019).

Следующий пример наиболее показателен в контексте параллелизма не только в самих вопросительных конструкциях, но и между рассмотренными конструкциями и заголовком «письма редактору» ***It's*** *time to leave*:

> *Is it* right-wing to resist these negative developments? *Is it* wrong to want sovereignty returned? Is it unacceptable to wish not to be a continental European? (*October 5, 2019*).

Из перечисленных выше и прочих, не упомянутых нами, лексических средств в рамках вопросительных конструкций составляются более комплексные системы. Так, в одном из проанализированных нами писем редактору производится *актуализация метафорического концепта и его сопряжение с общественно-политическими реалиями*; при этом связь первичного и вторичного текста реализована напрямую с помощью цитирования элемента из оригинальной публикации и последующего расширения его семантической базы, связанной с концептом стрижки овец:

> *"Shear madness"?* How do ewe sleep at night? (*June 8, 2019*).

В целом, авторы нередко комбинируют различные лексические средства, актуализируя в тексте письма образные концепты; в примере, происходит совмещение стилистического приема каламбура в первом вопросе с противопоставлением между собой антонимических лексических единиц; при этом контрастивная пара служит для введения в текст концепта «политической справедливости», которая, по мнению автора письма, не исполняется в Польше в силу неудовлетворительно функционирующего демократического волеизъявления [Kulo 2009]:

> Why don't half these *Poles* go to the *polls*? Do they stay away because they are *happy*, or are they *unsatisfied*? (*August 10, 2019*).

Заключение

Формирование коммуникативного пространства письменного публицистического дискурса представляет собой многоаспектную задачу, сопрягающую все уровни языка и различные виды аргументации.

Среди множества лексических, грамматических, семантических и стилистических средств, служащих установлению контакта между автором и читателем, действенным аргументативным влиянием обладают вопросительные конструкции, характерные для всех жанров политической публицистики, но имеющие основополагающее значение для коммуникативного потенциала текстов жанра «письмо редактору».

Очевидно, что жанровые особенности писем редактору делают эти тексты интересным объектом исследования для понимания механизмов взаимодействия автора письма и автора оригинального текста, так как вместе первичный и вторичный текст формируют особую форму протяженного во времени опосредованного диалога между двумя авторами, которая в первую очередь публикуется для рядовых читателей издания с целью изменить их политическое мировоззрение [Аргашокова 2010; Куликова 2011; Тырыгина 2012]. Как и в любой диалогической форме коммуникации, вопросительные конструкции в «письмах редактору» составляют реплики в обмене мнениями между двумя авторами и таким образом играют ключевую роль в структурировании коммуникативных моделей, обеспечивающих целостность трехстороннего коммуникативного процесса «автор первичного текста – автор вторичного текста – читатель». Связь между первичным и вторичным текстами наиболее часто реализуется при помощи специальных вопросов и вопросов к подлежащему в заголовке письма, вопросов в начальном предложении письма, цепочке вопросительных аргументов в основном тексте «письма редактору», а также в имплицитно-ориентированном финальной предложении, побуждающем читателя и одновременно автора оригинала к продолжению мысленного диалога и обмена мнениями по рассматриваемой проблематике.

Мы полагаем, что данная тема требует дальнейшего изучения с использованием методик когнитивной лингвистики и корпусных исследований, особенно с применением проекта iWeb. Кроме того, исследования заслуживает соотношение вопросительных конструкций с феноменом прецедентности и фреймовой структурой языка, а также очень важный аспект использования вопросов в контексте полимодальной коммуникации между автором и читателем в письменной политической публицистике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Аргашокова С.Х. Дискурсивно-стилистические характеристики жанра «письмо редактору» (на материале англоязычного публицистического дискурса). Пятигорск, 2010. 28 с. [Argashokova, S. Kh. (2010). Diskursivno-stilisticheskie kharakteristiki zhanra «pis'mo redaktoru» (na materiale angloyazychnogo publitsisticheskogo diskursa) (Discoursal and Stylistic Features of the Genre "Letter to the Editor" (Based on English Media Discourse)). Pyatigorsk. (In Russ.)].

Козлова Е.А. Перлокуция в английском публицистическом дискурсе (на материале жанра «письмо редактору») // Гуманитарные исследования. 2012. № 3. С. 25–29. [Kozlova, E.A. (2012). Perlokutsiya v angliiskom publitsisticheskom diskurse (na materiale zhanra «pis'mo redaktoru») (Perlocution in the English Media Discourse (Based on the Genre "Letter to The Editor")). Astrakhan'. (In Russ.)].

Куликова О.В. Лингвопрагматические основания теории аргументации (на материале английского языка). Москва, 2011. 376 с. [Kulikova, O.V. (2011). Lingvopragmaticheskie osnovaniya teorii argumentatsii (na materiale angliiskogo yazyka) (A Linguo-Pragmatic Basis for the Theory of Argumentation (Based on the English Language)). Moscow. (In Russ.)].

Куликова О.В. Эвристические стратегии аргументативного дискурса // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2012. № 5. С. 235–245. [Kulikova, O.V. (2012). Ehvristicheskie strategii argumentativnogo diskursa (Heuristic Strategies in Argumentative Discourse). Moscow : Rema. (In Russ.)].

Тырыгина В.А. "Letter to the editor": реализация диалога в массмедийном дискурсе // Вестник МГЛУ. 2012. № 6. С. 249–258. [Tyrygina, V. A. (2012). "Letter to the editor": realizatsiya dialoga v massmediinom diskurse ("Letter to the Editor": a Realization of Dialogue in the Mass Media Discourse). Moscow : Rema. (In Russ.)].

Kulo L. (2009). Linguistic features in Political Speeches. Luleå University of Technology. 37 p.

УДК 811.111

С. В. Канашина

кандидат филологических наук;
ст. преподаватель кафедры английского языка № 3
факультета Международной журналистики;
Московский государственный институт международных отношений (Университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации;
e-mail: svetlanakanashina@yandex.ru

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ

Данная работа посвящена языковой игре в англоязычных интернет-мемах. Актуальность исследования обусловлена необходимостью проанализировать функционирование языковой игры в таком малоизученном виде компьютерно-опосредованного дискурса, как интернет-мем. Новизна статьи заключается в том, что впервые предпринята попытка детально рассмотреть специфику языковой игры в англоязычных интернет-мемах на трех уровнях (фонетический, графический и морфологический). Исследование показало, что языковая игра является продуктивным лингвокреативным приемом в англоязычных интернет-мемах.

Ключевые слова: интернет-мем; языковая игра; лингвокреативность; прагматика; интернет-коммуникация; экстралингвистический контекст.

S. V. Kanashina

PhD (Philology);
Senior Lecturer, English Language Department № 3, School of International Journalism, Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation;
e-mail: svetlanakanashina@yandex.ru

LANGUAGE GAME IN ENGLISH INTERNET MEMES

The paper looks at the phenomenon of language game in English internet memes. The relevance of the study is proved by the necessity to analyse the functioning of language game in internet memes which are underresearched units of computer-mediated discourse. The study is novel because it presents the first attempt to examine the features of language game in English internet memes at three levels (phonetic, graphic and morphological). The research shows that language game is a productive linguo-creative device in English internet memes.

Key words: internet meme; language game; linguo-creativity; pragmatics; internet communication; extralinguistic context.

Введение

Языковая игра представляет собой оригинальное, необычное, творческое использование языка. Примерами языковой игры являются каламбуры, скороговорки, афоризмы, загадки [Лебедева 2014].

Поскольку широкое распространение языковая игра получила в художественном дискурсе, традиционно она рассматривалась как проявление эстетической, выразительной функции языка, украшательство речи. По мнению Е. А. Земской, М. В. Китайгородской и Н. Н. Розановой, «языковую игру можно рассматривать как реализацию поэтической функции языка» [Земская и др. 1983].

Существуют и другие подходы к определению языковой игры. Некоторые исследователи подчеркивают лингвокреативный характер языковой игры [Гридина 2008; Ирисханова 2014]. По мнению Т. А. Гридиной, «языковая игра должна быть охарактеризована как форма лингвокреативного мышления, которое основано на ассоциативных механизмах и проявляет способность говорящих к намеренному использованию нестандартного языкового кода в разных ситуациях речевой деятельности» [Гридина 2008, с. 4].

Ряд авторов рассматривают языковую игру как проявление смеховой стихии и акцентируют внимание читателей на комической направленности языковой игры [Александрова 2014; Мусийчук и др. 2016]. М. В. Мусийчук и А. П. Павлов справедливо отмечают, что

Рис. 1. Интернет-мем №1

Рис. 2. Интернет-мем №2

«полифункциональность юмора находит яркое воплощение в языковой игре» [Мусийчук и др. 2016, с. 5].

Сегодня изучение языковой игры является перспективным направлением в отечественной и зарубежной лингвистике. Такие отечественные исследователи, как Т. А. Гридина, С. В. Ильясова, В. З. Санников, В. И. Шаховский, занимаются анализом языковой игры [Гридина 2008; Ильясова и др. 2009; Санников 1999; Санников 2005; Шаховской 2005]. Из зарубежных ученых можно упомянуть К. Френер, Т. Виль, Е. Фишер [Frehner 2008; Veale 2006; Fischer 2012].

Несмотря на неугасающий интерес лингвистов к проблеме языковой игры, данный феномен остается не до конца изученным, что объясняется появлением новых типов дискурса, в которых языковая игра проявляется нестандартно и имеет особенности функционирования. Так, в интернет-дискурсе, который стал платформой для использования языковой игры, данное явление недостаточно глубоко проанализировано, хотя рассмотрение языковой игры в интернет-дискурсе представляется важным, учитывая экспансию интернет-коммуникации и процветание различного рода отклонений от языковой нормы на просторах Интернета [Козлова 2012].

Особый интерес, с точки зрения рассмотрения языковой игры, представляют англоязычные интернет-мемы, потому что жанровые характеристики интернет-мема предполагают оригинальность и установку на нарушение языкового канона, что становится предпосылкой для использования языковой игры. Кроме того, отсутствие цензуры в интернет-мемах приводит к неограниченному речевым этикетом использованию языковой игры, при котором рождаются удивительные образцы языковой игры, которые не встречаются в других, регламентированных речевым этикетом дискурсах (дискурс СМИ, рекламный дискурс, дискурс связей с общественностью).

Несмотря на то, что ряд исследователей указывают на высокую частотность игровых приемов в интернет-мемах, данный вопрос остается недостаточно изученным ввиду относительной новизны самого феномена интернет-мемов [Адясова и др. 2018; Вешнякова 2016; Часовской 2013; Ломакина и др. 2018].

Новизна данного исследования заключается в том, что впервые предпринята попытка проанализировать языковую игру в англоязычных интернет-мемах. Актуальность работы обусловлена необходимостью рассмотреть функционирование языковой игры на примере

такого малоизученного и нестандартного жанра интернет-коммуникации, как интернет-мем. Цель данной статьи – выявить отличительные особенности языковой игры на примере англоязычных интернет-мемов. Задачами данного исследования являются, во-первых, анализ языковой игры на фонетическом, графическом и морфологическом уровнях, а во-вторых, раскрытие функций языковой игры в англоязычных интернет-мемах. Практическая ценность исследования видится в том, что результаты работы могут помочь декодировать семантику конкретных англоязычных интернет-мемов, в которых языковая игра затрудняет понимание.

Рис. 3. Интернет-мем №3

Рис. 4. Интернет-мем №4

Материалом исследования послужили 500 англоязычных интернет-мемов, найденных методом случайной выборки в различных англоязычных интернет-ресурсах (*knowyourmeme.com* ; *pinterest.com* ; *makeameme.org* ; *imgflip.com*) и др. Для решения задач исследования применялось несколько методов. Прежде всего, применялся описательно-аналитический метод, включающий в себя анализ, систематизацию и обобщение языкового материала, а также такие лингвистические методы, как метод дискурс-анализа, метод лингвопрагматического анализа, метод семантического анализа. Кроме того, для рассмотрения языковой игры на фонетическом, графическом и морфологическом уровнях использовался метод анализа языковой игры в различных типах дискурса, разработанный С. В. Ильясовой и Л. П. Амири [Ильясова и др. 2009].

Фонетическая игра в интернет-мемах

Языковая игра на фонетическом уровне в интернет-мемах реализуется в обыгрывании звукового образа сопроводительной надписи. Примерами могут служить звукоподражания, аллитерация (повтор согласных звуков), ассонанс (повтор гласных звуков). Кроме того, такие приемы с лексическим повтором, как анафора, эпифора и параллелизм, могут порождать фонетическую игру [Ильясова и др. 2009].

Данный вид языковой игры не является самым многочисленным в англоязычных интернет-мемах. Фонетическая игра была обнаружена в 23 единицах из 500 проанализированных мемов. Низкая частотность данного вида языковой игры в мемах объясняется тем, что интернет-мемы, функционирующие только в письменной форме, дают мало возможностей для экспериментов со звуковыми образами.

Рассмотрим примеры фонетической игры. На Рисунках 1 и 2 представлены мемы, содержащие фонетическую игру. На Рисунке 1 сопроводительная надпись переводится как «я такой … смешной». При этом английское слово *hilarious* представлено в неправильном виде: буква *l* заменена на букву *r*. Очевидно, авторы данных мемов высмеивают своеобразную манеру азиатов произносить слова. В данном случае наблюдается комическая функция фонетической игры.

Интересным, с точки зрения фонетической игры, является пример на Рисунке 2. В данном меме наблюдается паронимическая аттракция, основанная на обыгрывании двух паронимов – англ. «launch» (запускать (ракету, снаряд и т. д.)) и англ. «lunch» (ланч). Сопроводительная надпись переводится как «Запускать? Я сказал ланч». Интернет-мем содержит политический подтекст, для дешифровки которого требуются фоновые знания реципиента. В интернет-меме изображен северокорейский лидер Ким Чен Ын, который активно развивает ядерную программу и проводит агрессивную внешнюю политику. Как известно, Ким Чен Ын неоднократно выступал с угрозами применить ядерное оружие в отношении США. Автор мема прибегнул к паронимической аттракции, чтобы создать комический эффект. Дополнительная юмористическая тональность рождается за счет противопоставления милитаристского, грозного, образа северокорейского лидера и упоминания такого обыденного явления, как ланч.

Рис. 5. Интернет-мем №5

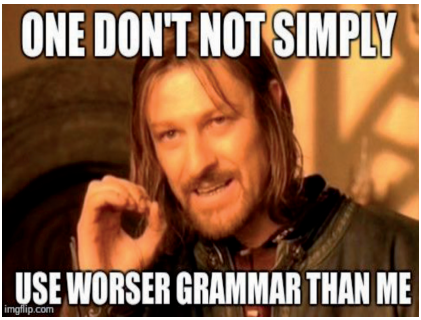


Рис. 6. Интернет-мем №6

Таким образом, можно сделать вывод о том, что фонетическая игра в интернет-мемах встречается нечасто и реализуется в виде звукоподражаний, аллитерации, паронимической аттракции и т. д. с целью создания комического эффекта или с целью сделать интернет-мем выразительным и экспрессивным.

Графическая игра

К графической игре относятся различные лингвокреативные эксперименты с графикой. В качестве примеров графической игры можно привести подчеркивания, использование различных шрифтов, немотивированное чередование строчных и прописных букв, необычное применение пунктуационных знаков и т. д. Как правило, к графической игре прибегают для достижения экспрессивной функции, т. е. чтобы сделать текстовое произведение ярким и выразительным [Юсупова 2016].

Данный вид языковой игры является самым продуктивным в англоязычных интернет-мемах. Анализ материала показал, что в 57 единицах из 500 рассмотренных мемов встречается графическая игра. Высокая частотность данного феномена объясняется, во-первых, визуализированностью жанра интернет-мемов, что предполагает стремление авторов воздействовать на реципиента оригинальным графическим оформлением. Кроме того, диапазон средств графической игры очень широк, что также объясняет распространенность данного феномена [Ильясова и др. 2009].

Рассмотрим примеры графической игры. На Рисунке 3 приведен интернет-мем, в котором наблюдается немотивированное чередование строчных и прописных букв. Сопроводительная надпись переводится

как «стена приближается» (*букв.* 'стена идет'). Данный мем требует политического комментария, поскольку опирается на экстралингвистический контекст. Автор мема апеллирует к резонансному заявлению президента США Д. Трампа о планах построить стену на границе с Мексикой, чтобы остановить поток нелегальных мигрантов. Графическая игра позволяет привлечь внимание реципиента за счет акцентирования ключевых слов WALL (англ. *стена*) и COMING (англ. *приближается*), что также создает комическую тональность за счет приема абсурда в сопроводительной надписи. Очевидно, автор мема высмеивает проект Д. Трампа и прибегает к традиционной для американской культуры карикатурной репрезентации политической сферы.

На Рисунке 4 представлен мем, в котором графическая игра реализуется в подчеркиваниях. Сопроводительная надпись переводится как «Я устал. Слишком холодно. Слишком жарко. Идет дождь. Слишком поздно. Идем!». В данном случае графическая игра выступает как стилистическое средство, позволяющее передать интенцию автора, которая заключается в призыве отказаться от отговорок и начать действовать. Прагматика графической игры усиливается за счет черно-белого оформления мема, которое привлекает внимание и привносит оттенок важности и серьезности.

Прагматическая значимость графической игры очень важна. Во-первых, графическая игра выполняет экспрессивную функцию, поскольку наблюдается стремление интернет-пользователей к лингвокреативу и выразительности. Примеры мемов с графической игрой указывают также на комическую установку графической игры.

Морфологическая игра

Несмотря на то, что морфология английского языка отличается стабильностью и неподвижностью, игровой потенциал морфологии позволяет порождать разнообразные приемы в интернет-мемах. Как правило, морфологическая игра реализуется в таких отклонениях от языковой нормы, как неправильные формы степеней прилагательных, множественного числа существительных, нарушения при спряжении глаголов. Данные инновации призваны передать экспрессию высказывания.

Морфологическая игра наблюдается в 46 интернет-мемах из 500 рассматриваемых единиц, что говорит о продуктивности данного вида языковой игры.

В интернет-меме на Рисунке 5, на котором изображена птица топорик, наблюдается морфологическая игра, выраженная в неправильной морфологической форме множественного числа существительного *foot* (англ. *foot – нога*, *лапа*). Сопроводительная надпись переводится как «У меня есть лапы, не наступайте на них сейчас». Вместо правильной формы мн. ч. *feet* автор намеренно прибегает к неправильной форме *feets*, что создает комический эффект и привлекает внимание. Кроме того, используется сленговая форма личного местоимения 3-го л. мн. ч. *dem* вместо литературной формы *them*, что также усиливает стилистический эффект. В данном случае морфологическая игра служит средством построения персонификации, т. е. олицетворения и позволяет автору передать вымышленный забавный и причудливый язык птицы топорика.

На рисунке 6 автор мема также прибегает к морфологической игре. Сопроводительная надпись переводится как «Нельзя просто так взять и пользоваться грамматикой хуже, чем я». Этот мем относится к серии популярных мемов с персонажем Боромиром из фильма «Властелин колец» и передает комическую идею невыполнимости какого-то простого действия. Морфологическая игра проявляется в намеренном использовании неправильной формы сравнительной степени прилагательного *bad* (англ. *плохой*) – *worser* (правильная форма – *worse*), а также в некорректном употреблении формы *don't* с местоимением one вместо грамматически правильного варианта *doesn't*. Прагматическое значение морфологической игры в этом примере заключается, помимо комической направленности, в намеренном отступлении от грамматической нормы с целью воздействовать на реципиента, привлечь внимание и заинтересовать.

Прагматическое задание морфологической игры в интернет-мемах очень важно. Кроме таких вышеупомянутых аспектов, как экспрессивизация и комический эффект, морфологическая игра отражает демократизацию английского языка в интернет-коммуникации. Многочисленные примеры морфологической игры показывают, что она носит не единичный характер, а свидетельствует о нарастающей тенденции к вольному обращению с грамматическими формами. Популярность и высокая частотность интернет-мемов с морфологической игрой говорят о намеренной установке авторов мемов на отступление от языковых конвенций, с одной стороны, и о готовности реципиента декодировать мемы, изобилующие ошибками, неправильностями и искаженными формами – с другой.

Заключение

Таким образом, в результате исследования были выполнены поставленные задачи и сделаны следующие выводы. Во-первых, анализ материала показал, что языковая игра является продуктивным приемом в англоязычных интернет-мемах, поскольку наблюдается в 126 единицах из 500 рассмотренных мемов. Высокая частотность игровых приемов в интернет-мемах объясняется такими жанровыми характеристиками, как нестандартность, установка на экспериментирование с языковой формой и отсутствие цензуры.

Анализ 500 примеров показал, что языковая игра представлена на трех языковых уровнях (фонетический, графический, морфологический). Самой распространенной в англоязычных интернет-мемах является графическая игра, а наименее частотной – фонетическая. Распространенность графической игры мотивирована визуализированностью мемов и богатым графическим потенциалом английского языка, который позволяет прибегать к разнообразным графическим игровым приемам. Фонетическая игра наименее представлена в интернет-мемах, потому что письменная форма интернет-коммуникации создает сложности для передачи фонетических игровых приемов. Что касается морфологической игры в мемах, она достаточно широко и разнообразно представлена и обусловлена современной тенденцией к отступлению от морфологической нормы.

Исследование также позволило выявить такие прагматические функции языковой игры в интернет-мемах, как экспрессивная и комическая. Кроме того, было установлено, что характерными аспектами языковой игры в англоязычных интернет-мемах являются опора на экстралингвистический контекст и демократизация языка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Адясова О. А., Ворошилова М. Б., Провкова А. Б. Интернет-мем как знак культуры виртуальных социальных сетей // Вестник Пятигорского государственного университета. 2018. №. 3. С. 171–175. [Adjasova, O. A., Voroshilova, M. B., Provkova, A. B. (2018). Internet-mem kak znak kul'tury virtual'nyh social'nyh setej (Internet memes as cultural symbols of virtual social networks). Vestnik Pjatigorskogo gosudarstvennogo universiteta (vol. 3, pp. 171–175). (In Russ.)].

Александрова Е.М. Особенности языковой игры в анекдотах на английском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 12 (42). С. 15–19. [Aleksandrova, E.M. (2014). Osobennosti jazykovoj igry v anekdotah na anglijskom jazyke (Features of language game in anecdotes in the English language). Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. (vol. 12 (42), pp. 15–19) (In Russ.)].

Вешнякова А.В. Лингвокреативный аспект интернет-мемов // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. №. 6–4. С. 34–40. [Veshnjakova, A.V. (2016). Lingvokreativnyj aspekt internet-memov (Linguocreative aspect of internet memes). Aktual'nye problemy gumanitarnyh i estestvennyh nauk. (vol. 6–4, pp. 34–40) (In Russ.)].

Гридина Т.А. Языковая игра в художественном тексте. Екатеринбург : УрГПУ, 2008. 165 с. [Gridina, T.A. (2008). Jazykovaja igra v hudozhestvennom tekste (Language game in fiction). Yekaterinburg : USPU. (In Russ.)].

Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Русская разговорная речь. Москва : Наука, 1983. 239 с. [Zemskaja, E.A., Kitajgorodskaja, M.V., Rozanova, N.N. (1983). Russkaja razgovornaja rech' (Russian colloquial speech). Moscow : Nauka. (In Russ.)].

Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. Москва : Флинта, 2009. 296 с. [Il'jasova, S.V., Amiri, L.P. (2009). Jazykovaja igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy (Language game in the communicative space of mass media and advertising). Moscow : Flinta. (In Russ.)].

Ирисханова О.К. Игры фокуса в языке. Семантика, синтаксис и прагматика дефокусирования. Москва : Языки славянских культур, 2014. 320 с. [Irishanova, O.K. (2014). Igry fokusa v jazyke. Semantika, sintaksis i pragmatika defokusirovanija (Focus games in language. Semantics, syntax and pragmatics of defocusing). Moscow : Jazyki slavjanskih kul'tur. (In Russ.)].

Козлова П.В. Национальная специфика языковой игры в блогах (на примерах русско- и англоязычной блогосферы) // Русский язык за рубежом. 2012. № 1. С. 72–78. [Kozlova, P.V. (2012). Nacional'naja specifika jazykovoj igry v blogah (na primerah russko- i anglojazychnoj blogosfery) (National peculiarity of language game in blogs (by the examples from russian- and english-speaking blogosphere). Russkij jazyk za rubezhom (vol. 1, pp. 72–78) (In Russ.)].

Колокольцева Т.Н., Лутовинова О.В. Интернет-коммуникация как новая речевая формация. Москва : Флинта, 2014. 328 с. [Kolokol'ceva, T. N., Lutovinova, O.V. (2014). Internet-kommunikacija kak novaja rechevaja formacija (Internet communication as a new language formation). Moscow : Flinta. (In Russ.)].

Лебедева Е.Б. Уточнение понятия «языковая игра» в лингвистике // Язык и культура. 2014. № 4 (28). С. 48–63. [Lebedeva, E.B. (2014). Utochnenie

ponjatija “jazykovaja igra” v lingvistike (On the clarification of the term “language game” in linguistics). Jazyk i kul’tura (vol. 4 (28), pp. 48–63). (In Russ.)].

Ломакина О. В., Нелюбова Н. Ю. Текст художественной литературы как основа для интернет-мема: из опыта анализа современных рецепций // Вестник Томского государственного университета. 2018. №. 437. С. 26–44. DOI: 10.17223/15617793/437/526-44. [Lomakina, O. V., Neljubova, N. Ju. (2018). Tekst hudozhestvennoj literatury kak osnova dlja internet-mema: iz opyta analiza sovremennyh recepcij (Fictional text as a basis for the internet meme: based on the study of modern receptions). Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta (vol. 437, pp. 26–44). (In Russ.)].

Мусийчук М. В., Павлов А. П. Функции юмора в языковой игре как основа развития интеллектуальной активности личности // Мир науки. 2016. Т. 4. № 2. С. 29–29. [Musijchuk, M. V., Pavlov, A. P. (2016). Funkcii jumora v jazykovoj igre kak osnova razvitija intellektual’noj aktivnosti lichnosti (Functions of humour in language game as a basisof development of intellectual activity of the personality). Mir nauki (vol. 4 (2), pp. 26–29). (In Russ.)].

Санников В. З. Об истории и современном состоянии русской языковой игры // Вопросы языкознания. 2005. №. 4. С. 3–20. [Sannikov, V. Z. (2005). Ob istorii i sovremennom sostojanii russkoj jazykovoj igry (On the history and the current state of Russian language game). Voprosy jazykoznanija (vol. 4, pp. 3–20). (In Russ.)].

Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. Москва : Языки славянской культуры, 1999. 543 с. [Sannikov, V. Z. (1999). Russkij jazyk v zerkale jazykovoj igry (Russian in the mirror of language game). Moscow : Jazyki slavjanskih kul’tur. (In Russ.)].

Часовский Н. В. Игровые интенции мем-групп (на примере восприятия челябинского метеорита) // Челябинский гуманитарий. 2013. № 1 (22). С. 55–59. [Chasovskij, N. V. (2013). Igrovye intencii mem-grupp (na primere vosprijatija cheljabinskogo meteorita) (Game intentions of meme groups (the case of the perception of the Chelyabinsk meteorite). Cheljabinskij gumanitarij (vol. 1 (22), pp. 55–59). (In Russ.)].

Шаховский В. И. Реализация эмотивного кода в языковой игре // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2005. Т. 1. №. 1. С. 7–17. [Shahovskij, V. I. (2005). Realizacija jemotivnogo koda v jazykovoj igre (The realization of emotive code in language game). Mir lingvistiki i kommunikacii: jelektronnyj nauchnyj zhurna (vol. 1 (1), pp. 7–17). (In Russ.)].

Юсупова А. О. Языковая игра в англоязычной прессе // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2016. №. 4. С. 101–109. DOI: 10.18384/2310-712X-2016-4-101-109 [Jusupova, A. O. (2016) Jazykovaja igra v anglojazychnoj presse (Language game in english

media text). Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Serija: Lingvistika (vol. 4, pp. 101–109). (In Russ.)].

Fischer E. Linguistic Creativity: Exercises in 'Philosophical Therapy'. Amsterdam : Springer Science & Business Media, 2012. 193 p.

Frehner C. Email, SMS, MMS: The linguistic creativity of asynchronous discourse in the new media age. Bern : Peter Lang, 2008. 294 p.

Veale T. An analogy-oriented type hierarchy for linguistic creativity // Knowledge-Based Systems. 2006. №. 7. С. 471–479.

УДК 811.111'373(045)

Н. В. Кузьменко

кандидат филологических наук;
доцент кафедры теории и практики английской речи факультета английского языка;
Минский государственный лингвистический университет;
e-mail: har_nastya@mail.ru

МЕРОНИМИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ НАИМЕНОВАНИЙ АРТЕФАКТОВ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Меронимическая организация системы наименований частей артефактов в современном английском языке находит отражение в холо-меронимических структурах. Сопоставление структур различных групп меронимов позволило сделать вывод, что для исследуемой системы характерны радиально-цепочечные и радиальные холо-меронимические структуры. Среди окружающих человека артефактов наиболее подробно и глубоко членятся самые необходимые, обеспечивающие безопасность и комфорт, – жилище человека, транспортное средство и одежда. Внутри самих лексико-семантических групп разнятся принципы выделения частей артефактов: функциональность и значимость, с одной стороны, и пространственная организация, с другой.

Ключевые слова: артефакт; холоним; мероним; меронимические отношения; холо-меронимическая структура.

N. V. Kuzmenko

PhD (Philology), Assistant Professor,
Department of English Speech Practice,
Minsk State Linguistic University;
e-mail: har_nastya@mail.ru

MERONYMIC ORGANIZATION OF NAMES FOR PARTS OF ARTIFACTS IN MODERN ENGLISH

The meronymic organization of the lexical system of names for artifact parts in Modern English is reflected in holo-meronymic hierarchies. The comparison of hierarchies in different groups of meronyms allowed us to conclude that the structures obtained are of composite (both radial and chain) and purely radial configuration. The most detailed and profound division of artifacts is revealed in the groups denoting the closest and most necessary for people things – their house, vehicle and clothes. The principles of division vary from group to group within the complete lexical semantic subsystem of names for artifact parts. They are functionality and relevance of a part on the one hand, and their space-like, dimensional structure on the other hand.

Key words: artifact; holonym; meronym; meronymic relations; holo-meronymic structure.

Введение

Техническая мысль развивается сегодня очень быстрыми темпами, а внедрение ее результатов в повседневный быт современного человека происходит практически ежедневно. Такие изобретения, как средства связи, компьютер, автомобиль, кухонная техника и др., прочно вошли в нашу жизнь, и представить ее сегодня без многочисленных гаджетов, устройств или простых орудий труда невозможно. Динамичность жизни находит свое отражение в языке, в том числе в английском, и в частности, в большом пласте английской лексики, обозначающей объекты, созданные человеком, или артефакты. Данная денотативная область обширна и неоднородна и включает в себя предметы разной степени сложности: от простых орудий (*knife – нож*, *saw – пила* и др.) до сложных механизмов (*computer – компьютер*, *telephone – телефон*, *vehicle – транспортное средство* и т. д.), каждый из которых членится по-своему. В этой связи интересно проследить, насколько глубоко и подробно отражено деление артефактов на части в современном английском языке (в работе интерес представляет общеупотребительная лексика).

Установлено и доказано, что членение явлений и объектов действительности фиксируется в языке меронимическими (партитивными), семантическими отношениями, которые образуют одно из универсальных измерений словаря, упорядочивающих его структуру [Панченко 1977; Лайонз 1978; Фрумкина 1988; Никитин 2007; Русина 2007; Материнская 2013; Cruse 1986; Iris 1988; Fillmore 1978] и др. Глобальность данного типа связей проявляется в лексической системе языка в целостных иерархических структурах – холо-меронимических иерархиях, или мерономиях [Cruse 1986, с. 178]. ***Холо-меронимическая иерархия*** *– это структура, образуемая лексическими единицами* (*холонимами* и *меронимами* – термины предложены Д. Крузом как наименования целого и части соответственно) *в совокупности своих взаимосвязей*, в которой каждое явление может выступать частью какого-либо целого, которое в свою очередь может быть частью еще большего целого. Холо-меронимическая иерархия изображается в виде графов (радиально-цепочечных, радиальных или цепочечных) и наглядно отображает структуру членимой денотативной области, репрезентируемую в языке. Выявление всей совокупности мерономий и их свойств в парадигматике позволит установить иерархичность

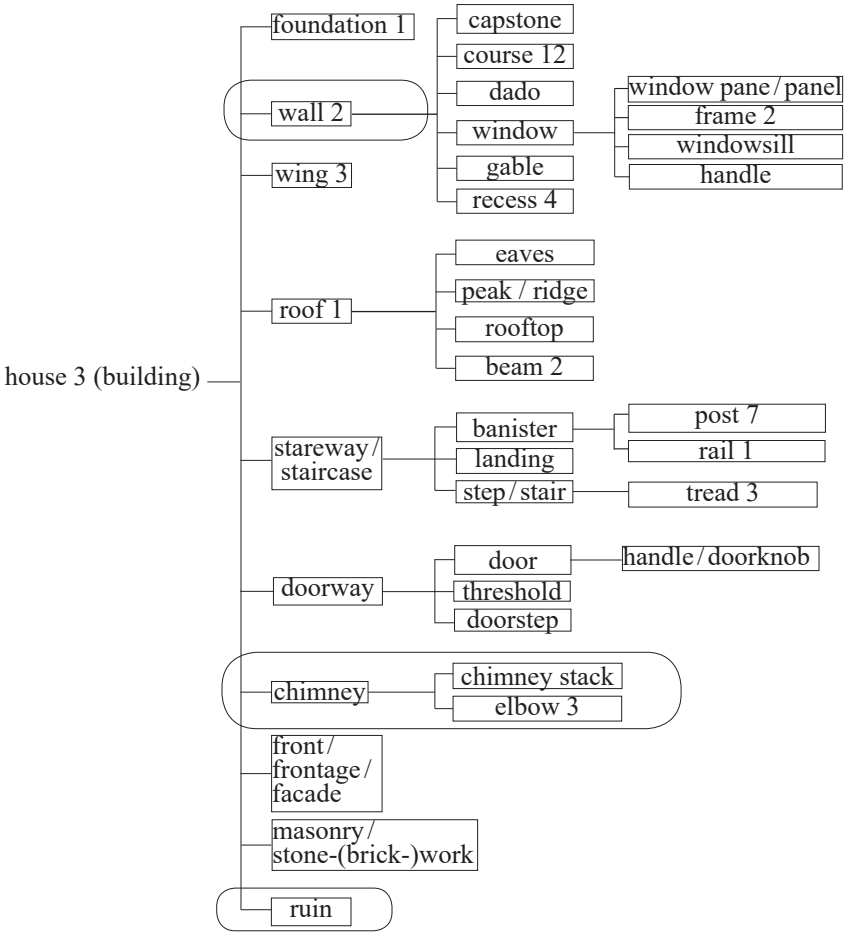


Рис. 1. Холо-меронимическая структура «house»

меронимической системы субстантивов в избранной нами лексико-семантической группе наименований частей артефактов.

Подавляющая часть исследований меронимических отношений того или иного языка сосредоточивается на анализе наименований частей тела человека, животных и растений [Лайонз 1978; Brown 1976; Andersen 1978], что едва ли можно считать исчерпывающим. Меронимическая организация подсистемы наименований частей

артефактов в английском языке до сих пор остается нераскрытой и представляет интерес еще и потому, что является относительно многочисленной (20 % от общего количества меронимов в системе имен существительных современного английского языка) и неоднородной по своим семантическим характеристикам, содержащей множество различных подгрупп. Интересно проследить, будут ли при всем разнообразии исследуемой денотативной области столь же многообразны и меронимические иерархии. В рамках данной статьи нам представляется важным, *во-первых*, установить холо-меронимические структуры в подгруппах избранной нами лексики; *во-вторых*, выявить свойства полученных холо-меронимических иерархий (глубину, ширину, характер конфигурации) в каждой конкретной подгруппе и, *в-третьих*, сравнить полученные мерономии в рамках одной лексико-семантической группы (далее – ЛСГ).

Материал и методика исследования

Материалом исследования послужили отобранные методом сплошной выборки из Оксфордского толкового словаря 295 наименований артефактов современного английского языка, содержащих в структуре значения сему *part* в качестве классифицирующего признака, позволяющего отнести обозначаемую сущность к классу частей целого, или меронимам [OALD 2000]. Установление меронимических связей между лексическими единицами в исследуемой группе лексики осуществлялось методом ступенчатой идентификации (Э. В. Кузнецова, И. В. Арнольд). Для выявления холонима особое внимание уделялось конкретизатору − структурной части словарного толкования меронима, которая уточняет классификатор *the part*, называя целое. Так, в дефиниции к мерониму *seat 3* «the **part** of a **chair**, etc. on which you actually sit» ***часть стула**, на котором сидят* выделялся конкретизатор *chair*, который рассматривался как холоним. Необходимо отметить, что в большинстве своем меронимические обозначения артефактов являются многозначными существительными с несколькими лексико-семантическими вариантами в структуре значения. Меронимичным при этом может быть не только один лексико-семантический вариант (далее – ЛСВ), но и целый ряд. В данном исследовании рассматривались все ЛСВ со значением «часть». Разные ЛСВ одной и той же лексемы обозначены цифрой.

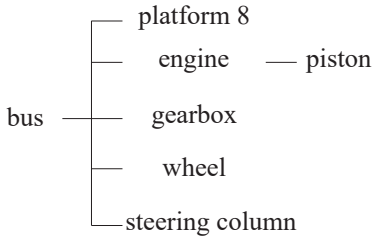


Рис. 2. Холо-меронимическая структура «train»

Иерархии в ЛСГ обозначений частей артефактов

В результате исследования наименований частей артефактов было выявлено 56 холо-меронимических структур в следующих лексических группах: обозначения частей сооружений и построек, транспортных средств, одежды, обуви и головных уборов, мебели, печатных изданий и деловой документации, музыкальных инструментов, приборов и механизмов, оружия. Из них 13 иерархий имеют сложную радиально-цепочечную конфигурацию (отражают конструкцию здания и строение транспортных средств – автомобиля, корабля и самолета), в то время как 43 – простые (радиальные и цепочечные) разной ширины, количество со-меронимов в которых варьируется от двух до 23 членов яруса. Соответственно, исследуемая ЛСГ характеризуется сравнительно небольшим процентом сложных холо-меронимических иерархий – 23 %, в то время как радиальные структуры и несколько цепочечных составляют 77 %, что указывает на неглубокое деление большинства предметов быта. Наиболее глубокому членению подлежат те артефакты, которые обеспечивают безопасность и кров, а также передвижение человека. Рассмотрим подробнее на примере группы наименований частей здания (см. рис.1).

На рисунке 1 первый уровень представлен холонимом *house 3*/ *building 1* ‘здание’, который на втором ярусе имеет 10 меронимов: *foundation 1* ‘фундамент’, *wall 2* ‘стена’, *roof 2* ‘крыша’, *stairway*/ *staircase* ‘лестница’, *doorway* ‘дверной проем’, *chimney 1* ‘труба’, *front 1*/ *frontage* / *facade* ‘фасад, лицевая часть здания’, *wing 3* ‘крыло здания’, а также *ruin* ‘развалины, руины’ и *masonry / stone*-(*brick*-) *work* ‘каменная кладка’ (последние два меронима хоть и не являются обязательными элементами здания, однако в словаре определяются как его части). При этом наиболее подробному членению в языке подлежит

стена, что доказывает ее необходимость и важность, а также указывает на ряд выполняемых ею функций: структурная, опорная, защитная, декоративная и т. д.

Находящийся на втором ярусе мероним *wall 2* ‘стена’ соотносится с шестью меронимами третьего уровня: *capstone* ‘замковый камень’, *course 12* ‘горизонтальный ряд кладки’, *dado* ‘панель (нижняя часть внутренней стены здания, отделанная другим материалом (цветом), нежели ее верхняя часть)’, *window 1* ‘окно’, *gable* ‘щипец (верхняя часть, в основном торцевой стены здания, ограниченная двумя скатами крыши и не отделенная снизу карнизом)’, *recess* 4 ‘ниша’.

Дальнейшее (более глубокое и детальное) членение элементов здания отражают меронимы третьего яруса, представленные наименованием *window* ‘окно’ и далее его четырьмя меронимами: windowpane / panel ‘оконное стекло’, *frame* ‘оконная рама’, *windowsill* ‘подоконник’ и *handle 1* ‘ручка’ (данный мероним характерен также и для холонима *door*).

Интересным представляется мероним второго уровня *stairway / staircase* ‘лестница’, выступающий холонимом относительно меронимов *banister* ‘перила’, *landing* ‘лестничная площадка’, *step / stair* ‘ступенька’, который отражает в языке довольно подробное членение такого элемента конструкции здания, как лестница. Видимо, это связано с функциями лестницы как таковой и ее оградительных элементов (перила и их составные части).

Таким образом, в полученной структуре в основополагающих узлах, обеспечивающих дальнейшее ветвление иерархии, находятся наименования неотъемлемых частей конструкции здания (*wall 2* ‘стена’, *window 1* ‘окно’, *roof 1* ‘крыша’, *doorway* ‘дверной проем’ и *stairway* ‘лестница’). Данные меронимы отражают детальное членение наиболее функционально нагруженных элементов здания – стены и ее составляющих: окна и дверного проема, крыши, а также лестницы как необходимой части современных многоэтажных строений.

Структуры наименований частей транспортных средств («car», «ship», «plane / aircraft», «bicycle», «motorbike», «bus» и «tractor») обладают рядом общих характеристик. Во-первых, во всех иерархиях в узлах находятся имена основных неотъемлемых частей механизма: платформы (автобуса или поезда, рамы у велосипеда), двигателя, рулевого колеса, колеса. Во-вторых, ни одна из выявленных в данной подгруппе иерархий не превышает в глубину четырех ярусов.

В-третьих, как показал анализ структур, в языке отдается предпочтение отражению внешнего деления механизмов, нежели их внутреннего, системного, строения (см. рис. 2).

Таким образом, выявленные в данной подгруппе иерархии отражают следующие принципы деления транспортных средств: 1) в структурах названы и представлены ключевые элементы средства передвижения; 2) наиболее детальному членению в языке подвергаются перцептивно доступные части транспортного средства, а наиболее глубокому – самые функционально нагруженные в повседневном быту части, что отражено в структурах в их ширине и глубине соответственно (иерархии «car» и «ship» насчитывают четыре яруса в глубину). Становится очевидным, что основными принципами членения исследуемых артефактов выступают функциональность и перцептивная доступность (корпус автомобиля, автобуса, внешнее строение здания и т. д.).

Структуры, выявленные в группе названий предметов одежды и их частей (обуви, головных уборов, верхней и нижней, женской и мужской одежды – всего девять иерархий), являются радиальными иерархиями шириной от одного до четырех со-меронимов. Единственная иерархия, «ветвящаяся» в глубину, обнаружена в подгруппе наименований частей брюк (см. рис. 3), а также ветвь *sleeve 1* ‘рукав’–*cuff 1* ‘манжета, обшлаг’ структуры «clothing». Однако общая конфигурация данных структур довольно проста и неглубока.

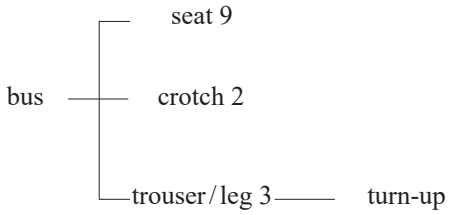


Рис. 3. Холо-меронимическая структура «trousers»

Из полученных девяти схем следует, что в языке значимо членение одежды по вертикали (*top 6* ‘верх’ и *bottom 8* ‘низ’) и по первой горизонтали (*front 1* ‘передняя’ и *back 1* ‘задняя часть’). Симметричное деление предмета одежды по второй горизонтали (левая и правая сторона) незначимо, как несущественно и подробное выделение мелких

деталей. Тем не менее большое внимание уделяется выделению разного вида застежек и отверстий (*fastening* ‘застежка’, *zip* ‘застежка-молния’, *button* ‘пуговица’, *buttonhole* ‘петля’, *buckle* ‘пряжка’), служащих для удобства.

Отсюда следует, что по отношению к частям предметов одежды в английском языке существует своя холо-меронимическая иерархия, согласно которой оказывается, что не все части одежды, покрывающие человеческое тело, одинаково значимы для носителей языка. Именуются только наиболее функционально салиентные элементы.

Выявленные холо-меронимические иерархии в подгруппах наименований частей компьютера, музыкальных инструментов, телефона и т. д. оказались радиальными по конфигурации. Их относительно простая конфигурация свидетельствует о том, что, несмотря на всю сложность устройства данных предметов, носитель языка выделяет и именует совсем небольшое количество их частей. Согласно нашим исследованиям, поименованы только те элементы, с которыми пользователь ежедневно вступает в непосредственный контакт. У компьютера (computer) такими частями являются *keyboard – клавиатура*, *monitor* «монитор», *screen «*экран», *processor* «процессор», *card* «карта» (*носитель электронных схем*); у телефона *handset / receiver «*телефонная трубка», *mouthpiece* – «микрофон телефона», *earpiece* «раковина телефонной трубки», «наушник» (см. рис. 4).

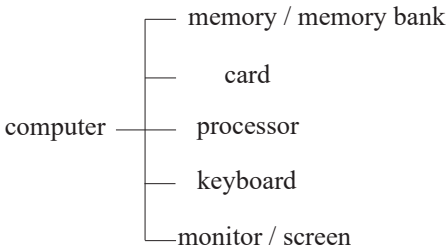


Рис. 4. Холо-меронимическая структура «computer»

Заключение

Анализ характеристик холо-меронимических структур в системе наименований частей различных артефактов показал, что меронимическая организация исследуемой лексики предстает как отражение функциональной деятельности человека, фиксируя связи между целым

артефактом и его, в первую очередь, функционально нагруженными неотъемлемыми частями (особенно с элементами, с которыми человек постоянно контактирует, – рукоятки инструментов, кнопки приборов и т. п.). Относительно небольшое количество неглубоких радиально-цепочечных структур (ни одна из выявленных меронимических иерархий не достигает более четырех ярусов в глубину) объясняется тем, что номинации в общеупотребительном языке подлежат только самые основные, необходимые части механизмов. Среди всего множества окружающих человека артефактов наиболее подробно и глубоко членятся самые близкие и необходимые, обеспечивающие комфорт, – жилище человека, транспортные средства и одежда. При этом внутри самой ЛСГ разнятся принципы выделения частей той или иной денотативной области: функциональность и значимость, с одной стороны, и пространственная организация артефакта (одежда) – с другой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Лайонз Дж. Введение в теоретическую лингвистику / пер. с англ. яз. под ред. и с предисл. В. А. Звегинцева. М. : Прогресс, 1978. 544 с. [Lyons, J. (1978). Vvedenie v teoreticheskuyu lingvistiku (Introduction to Theoretical Linguistics). Moscow: Progress. (In Russ.)].

Материнська О. В. Система меронімів у німецькій та англійській мовах : автореф. дис. ... д-ра філол. наук. Донецьк, 2013. 40 с. [Materins'ka, O. V. (2013). Sistema meronimiv u nemetskiy ta angliyskiy movah (The System of Meronyms in the German and English Languages): avtoref. dis. … d-ra philol. nauk. Donetsk. (In Ukr.)].

Никитин М. В. Курс лингвистической семантики. 2-е изд., доп. и испр. СПб. : Изд-во Рос. гос. пед. ун-та, 2007. 819 с. [Nikitin, M. V. (2007). Kurs lingvisticheskoy semantiki (A Course of Linguistic Semantics). St. Petersburg : Russian State Pedagog. University. (In Russ.)].

Панченко Н. И. Партитивы в современном английском языке : автореф. дис. … канд. филол. наук. Л., 1977. 22 с. [Panchenko, N. I. (1977). Partitivy v sovremennom angliyskom yazyke (Partitives in Modern English): avtoref. dis. … kand. philol. nauk. Leningrad. (In Russ.)].

Русина Ю. Н. Семантика меронимов современного английского языка : дис. … канд. филол. наук. Минск, 2007. 138 с. [Rusina, J. N. (2007). Semantika meronimov sovremennogo angliyskogo yazyka (Semantics of Modern English Meronyms): dis. … kand. philol. nauk. Minsk. (In Russ.)].

Фрумкина Р. М., Мостовая А. Д. Об описании отношений между именами конкретной лексики // Изв. Акад. наук СССР. Сер. лит. и яз. 1988. Т. 47.

№ 1. С. 52–62. [Frumkina, R. M., Mostovaya, A. D. (1988). Ob opisanii otnosheniy mezhdu imenami konkretnoy leksiki (Description of Relations Between Names of Concrete Vocabulary). Izvestiya Akademiyi nauk USSR. Vol. 47. № 1. (In Russ.)].

Andersen E. S. Lexical universals of body-part terminology // Universals of human language. Stanford, 1978. Vol. 3. P. 335–368.

Brown C. H. General principles of human anatomical partonomy and speculations on the growth of partonomic nomenclature // Amer. Ethnologist : Folk Biology. 1976. Vol. 3. № 3. P. 400–424.

Cruse D. Lexical semantics. Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1986. 310 p.

Fillmore Ch. J. On the organization of semantic information in the lexicon // Papers from the parasession on the lexicon. Chicago, 1978. P. 148–173.

Hornby A. S. Oxford advanced learner's dictionary of current English / chief ed. S. Wehmeier. Oxford : Oxford Univ. Press, 2000.1600 p.

Iris M., Litowitz B. Problems of the part-whole relation // Relational models of the lexicon: representing knowledge in semantic networks. Cambridge, 1988. P. 261–288.

УДК 811.11-112: 811.111-26

С. В. Мухин

кандидат филологических наук;
доцент кафедры английского языка № 1 факультета международных отношений;
Московский государственный институт международных отношений (Университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации;
e-mail: s.muhin@inno.mgimo.ru

ЛЕКСИЧЕСКАЯ КВАНТИФИКАЦИЯ В РАССКАЗАХ ОТТАРА И ВУЛЬФСТАНА

Анализируется использование кванторной лексики в древнеанглийских текстах рассказов Оттара и Вульфстана. Рассматриваются примеры использования конкретных лексических квантификаторов, составлена классификация кванторной лексики. На примере определенных контекстов выявляется механизм лексической квантификации. Используются следующие методы: компонентный анализ, анализ по непосредственным составляющим, контекстный анализ, семный анализ и др. Установлено, что кванторная лексика представлена разнообразием видов, а также отличается высокой частотностью, обусловленной прагматикой рассматриваемых текстов.

Ключевые слова: квантификация; древнеанглийский язык; Оттар и Вульфстан; отчет, кванторная лексика; категория количества.

S. V. Mukhin

PhD (Philology), Associate Professor;
English Language Department #1, Faculty of International Relations,
Moscow State Institute (University) of International Relations
of the Foreign Ministry of Russia;
e-mail: s.muhin@inno.mgimo.ru

LEXICAL QUANTIFICATION IN THE REPORTS OF OHTHERE AND WULFSTAN

The reaserch focuses on the use of quantitative lexis in the Old English reports of Ohthere and Wulfstan. Scrutiny is given to the use of specific lexical quantifiers; an inventory of quantitative lexis is built up. Through the analysis of particular contexts the study proceeds to reveal the mechanism of lexical quantification. A number of linguistic methods are employed: componential analysis, analysis of immediate constituents, contextual analysis, etc. The quantitative lexis is perceived to be represented by a variety of types and featuring high frequence, which is accounted for by the pragmatic characteristics of the texts in question.

Key words: quantification; Old English; Ohthere and Wulfstan; report; quantifying lexis; category of quantity.

Введение

Квантификация как свойство человеческого мышления представлять явления дискретно является одним из необходимых способов познания. Соответственно, данный феномен присутствует преимущественно в точных науках, а также в логике и философии. В философской интерпретации квантификация представляется как сведение качеств к количествам, например звуков и цветов – к числу колебаний [Философский энциклопедический словарь 1983]. В лингвистической науке широко распространен термин «квантификатор / квантор», который используется для называния языковых средств, служащих для выражения идеи количества. Исследователи отмечают, что категория количества является предметом исследования математики и философии, но как понятийная категория, выражающаяся средствами языка, она «относится к области интересов лингвистов с точки зрения выявления и систематизации языковых средств, а также способов ее репрезентации» [Нечипоренко 1999]. Следует также отметить, что с позиций прагматики способность представлять качества предметов и понятий в дискретной форме позволяет осуществлять эффективный обмен информацией, поскольку таким способом совершается общепонятное стандартизированное описание характеристик объекта или явления.

Квантификаторами могут выступать языковые средства, принадлежащие различным уровням языка, например аффиксы с уменьшительным или собирательным значением, которые выступают как морфологические квантификаторы. Важнейшим грамматическим средством квантификации выступает формально выраженная категория числа. Как синтаксические средства квантификации могут рассматриваться повтор, удвоение слова, перечисление и т. д. [Кузина 2014].

Говоря о лексической квантификации, мы рассматриваем это явление как ***вербальный способ выражения количественного значения с помощью определенных лексем-квантификаторов***. Понятие квантификации весьма широко. Это явно или имплицитно выраженное измерение объекта наименования, целью чего является отражение любых количественных характеристик (величины, меры, степени, интенсивности, длительности протекания и т. д.) [Бордюгова 2018]. Квантификация – очень широкое пространство, включающее в себя как элементы, для которых количественная семантика является основным знаковым содержанием, а также многочисленные единицы, которые приобретают квантитативную семантику и прагматику в

контексте [Гайломазова 2011]. Роль квантификации неодинакова в различных видах дискурса и различных типах текста. Весьма востребована она в таком типе текста, как отчет, или донесение, поскольку среди главных характеристик данного типа текста предполагается достоверность и точность, во многом обеспечиваемая количественным способом подачи информации.

При достаточно пристальном внимании, уделяемом проблемам квантификации в современном английском языке, представляется, что исторический аспект этого феномена до сих пор не получил рассмотрения, которого он, несомненно, заслуживает [Акуленко 1990; Берри 2004; Игошина 2004; Тухтаходжаева 1981]. Фактом является то, что изучение лексической системы древних языков представляет серьезные трудности: словарный состав как таковой восстановим лишь в очень разрозненном и неполном виде [Смирницкий 1998]. В то же время можно и нужно изучать функциональные особенности древних лексических единиц в рамках сохранившихся текстов. В настоящем исследовании лексическая квантификация рассматривается на примере древнеанглийского языкового материала.

В истории английского языка первыми образцами отчета как типа текста традиционно признаются рассказы Оттара[1] и Вульфстана, повествующие о морских путешествиях и географических открытиях конца IX в. [Bright 1913]. Два относительно небольших (в общей сложности около 1700 слов) текста дошли до нашего времени в виде поздних вставок в составе древнеанглийской версии исторической книги «Historiarum Adversum Paganos», написанной в V в. священником, историком и теологом Павлом Орозием [Матузова 1979]. Древнеанглийский перевод сохранился в двух рукописях, из которых ранняя (X в.) прежде носила название «Lauderdale MS» (по имени владельца манускрипта), в настоящее время – «Tollemache MS» (по имени последнего владельца), а поздняя (XI в.) – «Cottonian (MS Cotton Tiberius)» [Матюшина 2018].

---

[1] Зд. и далее дано написание, которое воспроизводит огласовку, приближенную к древнескандинавской форме как более аутентичной по сравнению с англосаксаксонской транслитерацией *Ōhthere*, поскольку из текста рассказа следует, что рассказчик был уроженцем Скандинавии. В древнеанглийском языке *Ōht-here* – *букв.* «наводящий ужас на войско» < др.-исл. *Ottar* [Hubener 1925–1926].

Считается, что мореплаватель Оттар совершил описываемое им плавание вдоль северных берегов Скандинавии не ранее 870 г. и не позднее 891 г., после чего его рассказ об увиденном был письменно зафиксирован в виде отчета по приказу либо с ведома короля Уэссекса Альфреда Великого. Непосредственно за этим текстом в манускрипте идет рассказ путешественника Вульфстана о семидневной экспедиции вдоль южного побережья Балтийского моря. Несмотря на довольно небольшой объем, оба рассказа содержат много фактической информации и помимо языковой ценности известны важными сведениями по целому ряду областей знания: географии, истории, этнографии и даже экономике. Стремление к документальной точности в передаче увиденного обусловливает количественный подход рассказчиков к изложению фактов. В обоих текстах можно отметить интенсивную квантификацию, выражающуюся в широком употреблении соответствующей лексики.

Описывая явление квантификации, в рамках настоящего исследования представляется необходимым остановиться на двух основных моментах: предполагается 1) рассмотреть конкретные виды лексических квантификаторов, употребляемых в рассказах Оттара и Вульфстана; 2) проанализировать механизм лексической квантификации на конкретных примерах из данных текстов.

Виды квантификаторов

При установлении видов квантификаторов ключевой задачей является выделение лексико-семантических групп слов, которые способны выполнять квантитативную функцию. Группирование осуществляется на основании, с одной стороны, частеречной принадлежности лексем, а с другой – их собственно лексической семантики. Исследования показывают, что количественные значения обнаруживаются практически у всех частей речи, при этом сугубо квантитативная функция свойственна числительным [Шмелев 2005]. Среди кванторной лексики обычно выделяют счетные слова (мезуративы), числительные, количественные прономинативы, квантитативные имена, глаголы некоторых способов глагольного действия, наречия и предлоги с количественным значением и определенные синтаксические структуры [Гайломазова 2012].

Наряду с числительными в рассматриваемых рассказах Оттара и Вульфстана представлена кванторная лесика практически всех

типов. Перечислим лексико-грамматические группы, которые обязательно включают кванторные единицы, с примерами из анализируемых текстов:

1) числительные количественные, порядковые и прочие, а также прилагательные со значением множественности: *ān – один*, *fēowertiȝ – сорок*, *ǣrest – первый*, *fela – многий*, *fēawa – немногий*, *малочисленный* и др., например:

hē *syxa sum* ofslōze *syxtiȝ* on *twām* daȝum – они *вшестером* забили *шестьдесят* (китов) за *два* дня[1];

Fela spella him sǣdon þā Beormas. – *Много* историй ему рассказали беармы;

on *fēawum* stōwum styccemǣlum wīciað Finnas – в *немногих* местах кое-где живут финны;

2) существительные, называющие измеряемые физические и другие характеристики, величины, параметры, часто с собирательным значением, т. е. субстантивные квантификаторы: *ār – достояние*, *ȝafol – дань*, *spēda – богатство*, *fēoh – имущество*, *ȝestrēon – сокровище*, *andēfn – мера*, *cȳle – холод*, *dǣl – доля*, *weȝ – путь*, *healf – половина* и др., например:

Hē wæs swȳðe spēdiȝ man on þǣm *ǣhtum* þe heora *spēda* on bēoð, þæt is, on wildrum. – Он был очень богатый человек в той *собственности*, в какой их *богатство* бывает, то есть в северных оленях;

þǣr is mid Estum ān mǣȝð þæt hī maȝon *cȳle* ȝewyrcan – есть среди эстов племя, которое умеет создавать *холод*.

3) искусственные и естественные сегментаторы, также являющиеся субстантивными единицами и употребляемые обычно в связке с числительными, называющими точное количество: *dæȝ – день*, *wucu – неделя*, *fǣtels – бочка*, *сосуд*, *mōnað – месяц*, *ȝēar – год*, *mīl – миля*, *niht – ночь*, *eln – локоть*, например:

se mōr syðþan, on sumum stōwum, swā brād swā man mæȝ on twām *wucum* oferfēran; and on sumum stōwum swā brād swā man mæȝ on syx *daȝum* oferfēran – эти пустоши затем местами так широки, что можно за две *недели* пересечь, а местами такой ширины, что можно за шесть *дней* пересечь;

[1] Зд. и далее перевод наш. Он максимально приближен к тексту оригинала. – *С. М.*

þēah man āsette twēȝen *fǣtels* full ealað oððe wæteres – если поставить две *бочки*, полных пива или воды.

4) глаголы измерения, счета, расходования и т. п., а также глаголы собирания, разъединения и глаголы движения, подразумевающие преодоление определенных расстояний: *tōdǣlan – разделять*, *āspendan – растратить*, *ȝesamnian – собирать*, *oferfēran – пересечь*, *преодолеть*, *ȝesiȝlan – проплыть* и др., например:

Sēo Wīsle is swȳðe mycel ēa, and hīo *tōlīð* Wītland and Weonodland – Висла – очень большая река, и она *разделяет* Витланд и Веонодланд;

þonne his ȝestrēon bēoð þus ealle *āspended*, þonne byrð man hit ūt, and forbærneð mid his wǣpnum and hræȝle – когда его богатство таким образом все *растрачено*, то его выносят и сжигают вместе с его оружием и одеждой;

siȝlde ðā ēast be lande swā swā hē meahte on fēower daȝum *ȝesiȝlan – плыл* потом на восток вдоль земли столько, сколько мог за четыре дня *проплыть*.

5) кванторные местоимения: *ǣȝhwilc – каждый*, *ǣȝþer – оба*, *ǣlc – каждый*, *ǣniȝ – всякий*, *ōðer – другой*, *eall – все*, *весь*, *nǣniȝ – никакой*, *nān – никакой*, *ни один* и др., например:

hȳ ȝedōð þæt *ǣȝþer* bið oferfroren – они делают так, что *и то и другое* замерзает;

and swā *ǣlc* æfter *ōðrum* – и так *каждому одному* за *другим*.

6) кванторные оценочные прилагательные с параметрическим значением: *dyre – дорогой*; *lanȝ – долгий*; *длинный*; *smæl – малый*, *узкий*; *brād – широкий*; *swyft – быстрый*; *mæniȝ – многие*; *lȳtel – маленький*; *lēoht – легкий* и др., например:

Hē sǣde ðæt Norðmanna land wǣre swȳþe *lanȝ* and swȳðe *smæl*. – Он сказал, что страна норманнов очень *длинная* и очень *узкая*;

þāra wǣron syx stælhrānas; ðā bēoð swȳðe *dyre* mid Finnum – (у него) были шесть оленей-приманок, которые очень *ценны* у финнов.

7) кванторные наречия, в том числе наречия с локативным значением, подразумевающее наличие различных направлений движения: *hwīlum – иногда*; *hwōn – немного*; *feor – далеко*; *forhwæza – примерно*; *styccemǣlum – по частям*, *местами*; *norþ – на севере*, *к северу*; *ȝenōh –*

достаточно; *swā – так*, *настолько*; *nȳhst – ближе всего*; *ēastryhte – на восток* и др., например:

> Þā Cwēnas herȝiað *hwīlum* on ðā Norðmen ofer ðone mōr, *hwīlum* þā Norðmen on hy. – *Иногда* квены совершают набеги на норманнов, а *иногда* норманны на них;
>
> hē ðǣr bād westanwindes ond *hwōn* norþan – он там ждал западного ветра и *немного* северного.

8) детерминативы в виде указательных местоимений, в том числе в функции протоартикля, лимитирующие значение определяемого: *sē*, *sēo*, *þæt – этот*, *эта*, *это*; *тот*, *та*, *то*, *ilca* – (*тот*) *самый* и др., например:

> on *þæt* stēorbord him bið ǣrest Īraland, and þonne *ðā* īȝland þe synd betux Īralande and *þissum* lande – по правому борту у него сначала Ирландия, а затем острова, которые находятся между Ирландией и *той* землей;
>
> Ðonne is tōemnes *þǣm* lande sūðeweardum, on ōðre healfe *þæs* mōres, Swēoland, oþ *þæt* land norðeweard; and tōemnes *þǣm* lande norðeweardum, Cwēna land. – Затем вдоль *этой* земли с юга и до севера, с другой стороны *этих* пустошей, находится Швеция и вдоль *той* земли на север – земля квенов.

9) предлоги и союзы (в том числе все пространственные предлоги и все парные и двойные союзы), служащие для выражения значений логических отношений и операций включения, исключения, добавления, вычитания, умножения, деления, распределения, количественного предела, количественного сравнения и т. п.: *betwēonan – между*, *mid – у*, *среди*, *on – на*; *fram – от*, *tōemnes – вдоль*, *swā ... swā – так ... что*; *настолько ... что*, *oðde ... oðde – либо ... либо*; *и ... и, sam ... sam – или ... или ǣȝþer ... ȝe – как ... так и* и др., например:

> tōdǣlað hī his feoh, þæt þǣr tō lǣfe bið æfter þǣm ȝedrynce and þǣm pleȝan *on* fīf oðde syx, hwȳlum *on* mā – делят его имущество, которое в остатке есть после попоек и игрищ, *на* пять или шесть, а иногда больше (частей);
>
> *sam* hit sȳ sumor *sam* winter – будь то летом *или* зимой.

10) адвербиальные интенсификаторы, которые наряду с эмоциональной оценкой служат для обозначения количества или степени: *hūru – по крайней мере*, *micle – гораздо*, *unȝefōȝe – весьма*, *чрезвычайно*, *swȳðe – очень* и др., например:

for ðȳ þǣr bēoð þā swiftan hors *unȝefōȝe* dȳre – поэтому там быстрые кони *чрезвычайно* дороги;

Estland is *swȳðe* mycel, and þǣr bið *swȳðe* maniȝ burh, and on ǣlcere byriȝ bið cyninȝ. And þǣr bið *swȳðe* mycel huniȝ. – Эстланд *очень* велик, и там *очень* много городов, и в каждом городе король. И там есть *очень* много меда.

Отдельного рассмотрения заслуживает вопрос о местоимениях. Формы единственного и множественного числа были свойственны местоимений всех разрядов, кроме вопросительного местоимения *hwā/hwæt – кто/что*, употреблявшегося только в единственном числе [Мухин, Морозова, 2019]. Данный факт позволяет заметить, что категория числа у этой части речи относится не только к области грамматики, но и к области лексической семантики и, следовательно, все местоимения, за единственным упомянутым исключениям, способны выполнять функцию лексической квантификации.

Механизм лексической квантификации

Рассмотрим конкретный контекст из рассказа Оттара:

Sē hwæl bið *micle lǣssa þonne ōðre* hwalas: ne bið hē *lenȝra ðonne syfan elna lanȝ – этот* кит *гораздо меньше*, *чем другие* киты: он не *длиннее семи локтей*[1].

В данном примере из 12 лексем, составляющих предложение, 8 относятся к кванторной лексике. Детерминатив в виде указательного местоимения *sē* (*этот*, *тот*) и местоимение *oðer* (*другой*) лимитируют значение определяемого существительного *hwæl* (*кит*); каждое из этих двух местоимений имплицитно, а оба вместе эксплицитно выражают идею количества, давая понять, что существует минимум два вида китов. Ту же квантитативную функцию здесь дважды выполняет сравнительный союз *þonne/ðonne* (*чем*), обозначая логическое отношение противопоставления. Обстоятельство степени в виде адвербиализованного прилагательного *micel* (*многий*) показывает изменяемую степень качества, которое, в свою очередь, выражается сравнительной формой оценочного прилагательного *lytel* (*малый*) с параметрическим

[1] То есть около 3 метров. В данном случае китами названы моржи, которых в другом контексте Оттар называет «коне-китами» (др.-англ. *horshwæl* < др.-норв. *hrosshvalr*) [Barraclough 2010]. – *С. М.*

значением. Последнее также справедливо в отношении сравнительной степени оценочного прилагательного *lanȝ* (*длинный*). Наконец, в предложении использовано количественное числительное *syfan* (*семь*) и субстантивный искусственный сегментатор *eln* (*локоть*) с параметрическим значением меры длины. Все перечисленные лексемы являются квантификаторами и в рассмотренном предложении, наряду с основным грамматическим средством в виде форм числа, служат лексическим обеспечением категории количества.

Рассмотрим пример из рассказа Вульфстана:

> Ðonne sceolon bēon *ȝesamnode ealle ðā* menn ðe *swyftiste* hors habbað *on þǣm* lande, *forhwæza on fīf mīlum oðþe on syx mīlum fram þǣm fēo*. – Затем должны быть *собраны все* люди, которым принадлежат *самые быстрые* кони *в этой земле*, *на расстоянии*, *по крайней мере*, *пяти или шести миль от того имущества*.

В приведенном сложном предложении из 25 употребленных словоформ 17 в той или иной степени выполняют задачи квантификации. В значение глагола *ȝesamnian* (*собирать*) включена сема множественности, как и у неопределенного местоимения *eall* (*все*), которое в данном случае является инклюзивным квантификатором. Как в предыдущем примере, указательное местоимение выступает здесь как протоартикль и ограничивает определяемые существительные количественно: ***ðā*** *menn ðe* – ***те*** *люди*, *которые*, а также ***þǣm*** *lande* – ***этой*** *земле* и ***þǣm*** *fēo* – ***этого*** *имущества*. Прилагательное *swyft* (*быстрый*) в предложении является оценочным квантификатором с параметрическим значением скорости, при этом форма превосходной степени имплицитно предполагает бинарную, т. е. количественную по своей сути логическую операцию противопоставления: «самые быстрые кони – все остальные кони». То же логическое отношение противопоставления выполняется разделительным союзом *oðþe* (*или*), семантика и синтаксическая роль которого предполагают альтернативу. Наречие *forhwæza* (*по крайней мере*) содержит в своей семантике элемент оценочности, т. е. в данном случае выражает некоторую попытку говорящего измерить точность приводимого значения, выраженного числительными *fīf* (*пять*) и *syx* (*шесть*), а также искусственным сегментатором *mīl* (*миля*) мерой расстояния. Локативные предлоги *on* (*в*, *на*) и *fram* (*от*) обозначают взаиморасположение двух и более предметов или понятий, т. е. служат целям квантификации.

Существительное *fēoh* (*имущество*), с одной стороны, является собирательным гиперонимом по отношению к некому множеству конкретных предметов, а с другой – называет измеряемое понятие и, таким образом, выполняет двойную квантификативную функцию.

Следует особо пояснить имплицитность выражения категории количества некоторыми видами квантификаторов на конкретных примерах. Так, например,

– наречие *hwīlum* (*иногда*) не выражает количество явно, но предполагает ***неоднократность*** действия, т. е. количественную характеристику последнего;

– наречие *norþ* (*на север*) называет ***одно*** из ***четырех*** возможных основных направлений;

– указательное местоимение *sē* (*этот*) выделяет объект из ряда подобных, т. е. имплицитно подразумевает существование ***множества*** объектов, на ***один*** из которых мы указываем;

– локативный предлог *on* (*на*) выражает пространственное взаимоотношение ***минимум двух*** сущностей, из которых ***одна*** примыкает к ***другой*** сверху;

– парный союз *oþþe ... oþþe* (*или ... или*) обозначает логическую операцию выбора / исключения ***одного*** объекта из ***двух*** и т. д.

Высокой концентрации кванторная лексика достигает в тех частях рассказов, где дается географическое описание, при этом с помощью большого количества числительных квантификация осуществляется более эксплицитно. В приводимом ниже отрывке из рассказа Оттара 38 выделенных словоформ из общего количества в 62 слова выполняют квантитативную функцию:

> *Ēastewerd* hit mæȝ bīon *syxtiȝ mīla brād*, *oþþe hwēne brādre*; and *middeweard þrītiȝ oþþe brādre*; and *norþeweard* hē cwæð, þǣr hit *smalost* wǣre, þæt hit mihte bēon *þrēora mīla brād tō þǣm* mōre; and *se* mōr *syþþan*, *on sumum* stōwum, *swā brād swā* man mæȝ *on twām wucum oferfēran*; and *on sumum* stōwum *swā brād swā* man mæȝ *on syx daȝum oferfēran*.
>
> – *На восток* она может быть *шестьдесят миль шириной или немного шире*; а в *средней части тридцать или больше*; *к северу* же, он сказал, она *самая узкая*, так что она может быть *трёх миль шириной до тех* пустошей, а пустоши *эти там дальше*, *так широки*, что можно *пересечь за две недели*, а *местами такой ширины*, *что* можно *пересечь за шесть дней*.

Выводы

Анализ двух древнеанглийских текстов, представляющих собой самые ранние из дошедших до наших дней отчеты, с целью изучения кванторной лексики, позволяет сделать следующие основные выводы:

1) кванторная лексика в рассказах Оттара и Вульфстана отличается высокой частотностью и составляет более половины общего объема рассмотренных контекстов, что объясняется прагматическими установками анализируемых текстов, важными характеристиками которых выступают точность и достоверность;

2) обилие кванторных лексем демонстирует особую значимость категории количества в таком типе текста, как отчет, уже на ранних этапах развития английского языка;

3) используемая кванторная лексика группируется на основании двух факторов: частеречной принадлежности конкретных лексем и их лексической семантики;

4) в двух текстах относительно небольшого объема присутствуют все возможные виды лексических квантификаторов, которые выражают категорию количества эксплицитно и имплицитно. Последние два обстоятельства являются ключевыми в механизме квантификации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Акуленко В. В. [*и др.*]. Категория количества в современных европейских языках / В. В. Акуленко [*и др.*]. Киев : Наукова думка, 1990. 182 с. [Akulenko, V. V. [*at all.*] (1990). Kategoriya kolichestva v sovremennyh evropejskih jazykah (Category of Quantity in Modern European Languages). Kiev : Naukova dumka. (In Russ.)].

Берри Р. Детерминативы и квантификаторы: справочник по английскому языку. М. : Астрель : АСТ, 2004. 221 с. [Berri, R. (2004). Determinativy i kvantifikatory: spravochnik po anglijskomu jazyku (Determinants and Quantifiers: Reference-book of English). Moscow: Astrel' : AST. (In Russ.)].

Бордюгова К. А. Выражение значения неопределенного множества посредством метафоризации предметных имен (на материале английского, французского и русского языков) : дис. … канд. филол. наук. М., 2018. 160 с. [Bordyugova, K. A. (2018). Vyrazhenie znachenija neopredelennogo mnozhestva posredstvom metaforizacii predmetnyh imen (na materiale anglijskogo, francuzskogo i russkogo jazykov): dis. … kand. filol. nauk (Expressing Indefinite Quantity through Metaphorization of Material Object

Names (examplified by English, French and Russian): PhD in Philology). Moscow. (In Russ.)].

Гайломазова Е. С. Квантификация объектов и фактов: когнитивно-семантические и дискурсивно-прагматические характеристики : дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2012. 350 с. [Gajlomazova, E. S. (2012). Kvantifikacija objektov i faktov: kognitivno-semanticheskie i diskursivno-pragmaticheskie harakteristiki: dis. ... d-ra filol. nauk (Quantification of objects and Facts: Cognitive-semantic and Discourse-pragmatic Characteristics: Doctoral thesis in Philology). Volgograd. (In Russ.)].

Гайломазова Е. С. Служебные слова и категория квантификации // Экономические и гуманитарные исследования регионов. 2011. № 1. С. 102–107. [Gajlomazova, E. S. (2011). Sluzhebnye slova i kategorija kvantifikacii (Synsemantic Words and Quantification Category). Economic and Humanitarian Studies of Regions. # 1 (pp. 102–107). (In Russ.)].

Игошина Т. В. Морфотемный анализ категории квантитативности в разносистемных языках (на материале русского и английского языков) : дис. … канд. филол. наук. Ульяновск, 2004. 161 с. [Igoshina, T. V. (2004). Morfotemnyj analiz kategorii kvantitativnosti v raznosistemnyh jazykah (na materiale russkogo i anglijskogo jazykov): dis. … kand. filol. nauk (Morphothemic Analysis of Quantity Category in Typologically Different Languages): PhD in Philology. Ul'janovsk (In Russ.)].

Кузина И. Ю. Категория количества и ее выражение в языке (введение в проблематику) // Magister Dixit. 2014. № 1 (13). С. 108–118. [Kuzina, I. J. (2014). Kategorija kolichestva i ee vyrazhenie v jazyke (vvedenie v problematiku) (Quantity Category and its Expression in Language (Introduction to the Problem)). Magister Dixit. # 1 (13), (pp. 108–118). (In Russ.)].

Матузова В. И. Английские средневековые источники IX–XIII вв. М. : Наука, 1979. 268 с. [Matuzova, V. I. (1979). Anglijskie srednevekovye istochniki IX–XIII vv. (English Medieval Sources of 9th–13th centuries). Moscow: Nauka. (In Russ.)].

Матюшина И. Г. Англо-скандинавские языковые контакты в Средние века: диглоссия или билингвизм? // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2018. № 3–2. С. 217–247. [Matyushina, I. G. (2018). Anglo-skandinavskie jazykovye kontakty v Srednie veka: diglossiya ili bilingvizm? (Anglo-Scandinavian Linguistic Contacts in Middle Ages: Diglossy or Bilinguism?). RGGU Bulletin. Series: Literature. Linguistics. Culture. # 3–2. (pp. 217–247). (In Russ.)].

Мухин С. В., Морозова Е. Б. История английского языка. (Enʒliscre Spræce Stær. Historie of the Englishe Tonge. History of the English Language): учебник. М. : ЛЕНАНД, 2019. 264 с. [Muhin, S. V., Morozova, E. B. (2019).

Istorija anglijskogo jazyka. (Enʒliscre Spræce Stær. Historie of the Englishe Tonge. History of the English Language): Uchebnik (History of the English Language. (Enʒliscre Spræce Stær. Historie of the Englishe Tonge. History of the English Language) : Coursebook). Moscow : LENAND. (In Russ.)].

Нечипоренко Н. В. Лексико-грамматические особенности класса квантификаторов в современном английском языке : дис. ... канд. филол. наук. Нижний Новгород, 1999. 150 с. [Nechiporenko, N. V. (1999). Leksiko-grammaticheskie osobennosti klassa kvantifikatorov v sovremennom anglijskom jazyke: dis. ... kand. filol. nauk (Lexical-grammar peculiarities of the Quantifiers Class in Modern English: PhD in Philology). Nizhnij Novgorod. (In Russ.)].

Смирницкий А. И. Древнеанглийский язык. М. : МГУ, 1998. 318 с. [Smirnickij, A. I. (1998). Drevneanglijskij jazyk (Old English). Moscow: MGU. (In Russ.)].

Тухтаходжаева З. Т. Выражение категорий квантификации и оценки в словообразовательной системе современного английского языка : дис. ... канд. филол. наук. Ташкент, 1981. 204 с. [Tuhtahodzhaeva, Z. T. (1981). Vyrazhenie kategorij kvantifikacii i ocenki v slovoobrazovatel'noj sisteme sovremennogo anglijskogo jazyka: dis. ... kand. filol. nauk. (Expression of Quantification Category and Evaluation in Word-building System of Modern English: PhD in Philology). Tashkent. (In Russ.)].

Философский энциклопедический словарь / гл. ред. Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. М. : Советская энциклопедия, 1983. 840 с. [Filosofskij enciklopedicheskij slovar' (1983). (Philisophic Encyclopedic Dictionary) / Ed. L. F. Il'ichyov, P. N. Fedoseev, S. M. Kovalyov, V. G. Panov. Moscow: Sovetskaja enciklopedija. (In Russ.)].

Шмелев А. Д. Параметры количественной оценки в естественном языке // Логический анализ языка. Квантитативный аспект языка. М. : Индрик, 2005. С. 511–520. [Shmelev, A. D. (2005). Parametry kolichestvennoj ocenki v estestvennom yazyke (Parameters of Quantity Evaluation in a Natural Language). Logicheskij analiz jazyka. Kvantitativnyj aspekt jazyka (Logic Analysis of Language. Quantity Aspect of Language (pp. 511–520). Moscow: Indrik. (In Russ.)].

Barraclough E. R. Beyond the Northlands: Viking Voyages and the Old Norse Sagas. Oxford : Oxford University Press, 2016. 320 p.

Bright J. W. An Anglo-Saxon Reader. New York. 1913. 385 p. URL: en.wikisource.org/wiki/Index:Bright%27s_Anglo-Saxon_Reader.djvu (дата обращения: 8.01.2020).

Hubener G. König Alfred und Osteuropa. Englische Studien. Leipzig, 1925–1926, Bd. 60. 44 p.

УДК 811.111-3:26

Е. В. Никонова

соискатель кафедры лексикологии английского языка факультета английского языка;
старший преподаватель кафедры лингвистики
и профессиональной коммуникации в области медиатехнологий;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: katjanik@mail.ru

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАЗВАНИЙ СОВРЕМЕННЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР ЖАНРОВ «HIDDEN OBJECT / ADVENTURE»

В статье обосновывается необходимость изучения роли названий компьютерных игр как средства передачи содержательно-смысловой информации. С помощью метода семантического и статистического анализа одной тысячи заголовков выявляется и рассматривается три базовых принципа номинации: полимодальность, уникальность названий, а также использование привлекательных для аудитории концептов, формирующихся, в частности, за счет привлечения потенциала прецедентных феноменов и понятия «тайна».

Ключевые слова: язык компьютерных игр; полимодальность; название компьютерной игры; прагматическое воздействие; семантика; принципы номинации; прецедентные феномены.

E. V. Nikonova

External PhD Student;
Department of English Lexicology, Faculty of the English language;
Moscow State Linguistic University;
Senior Lecturer, Department of Linguistics and Professional Communication
in the Sphere of Media Technologies, Moscow State Linguistic University;
e-mail: katjanik@mail.ru

LINGUISTIC AND PRAGMATIC PRINCIPLES OF NAMING OF CONTEMPORARY COMPUTER GAMES OF THE GENRE “HIDDEN OBJECT / ADVENTURE”

The article substantiates the necessity to study the role of titles of computer games as a means of transmitting meaningful information. Using the method of semantic and statistical analysis of one thousand headings, three basic principles of nomination were identified and considered: polymodality, uniqueness of game titles, as well as the use of concepts attractive for the audience, which are formed in particular by involving the potential of the precedent phenomena and the concept of “mystery”.

Key words: language of computer games; polymodality; titles of computer games; pragmatic impact; semantics; nomination principles; precedent phenomena.

Введение

Компьютерные игры являются значимым социальным и культурным феноменом, однако их исследование в рамках гуманитарных наук началось относительно недавно – лишь в 80-е гг. XX в. До сегодняшнего дня не разработаны общие подходы к их изучению и методы рассмотрения отдельных составляющих компьютерной игры, что заставляет ученых говорить о важности создания единой метамодели для исследования компьютерной игры [Aarseth, Grabarczyk 2018].

Кроме того, исследователи не дали однозначного ответа на вопрос, с какой точки зрения может быть рассмотрен текст компьютерной игры: достоин ли он изучения сам по себе или является необязательным приложением к представленным на экране сценам, поскольку игрок может пропускать часть текста в процессе игры, а текст является лишь одним из способов побуждения игрока к действию [Aarseth 1997]. Отмечается, что компьютерные игры располагают нелингвистическими средствами донесения той же информации – благодаря этому факту возникает понятие «процессуальная риторика», когда в производимые игроком манипуляции автором закладывается определенное значение, которое может не иметь текстового выражения, но может быть интерпретировано [Bogost 2008]. В игре «Papers, please», например, игрок в условиях цейтнота выполняет постепенно усложняющиеся операции по проверке документов на границе вымышленного государства, каждый день получает новые инструкции, за нарушение которых штрафуют его героя. При этом у игрока возникает представление о монотонности и бесполезности большей части ежедневно меняющихся процедур.

Однако ряд исследователей придерживаются мнения, что в игре сосуществует два накладывающихся друг на друга равнозначных слоя – действие и текст, при этом именно последний придает осмысленность совершаемым действиям. Действие часто инициируется благодаря тексту и предполагает интеракцию как с игровым миром, так и с устройствами управления – программными (интерфейс игры) и техническими (игровая консоль, клавиатура) [Apperley, Beavis 2013]. Название компьютерной игры исключается и из этой парадигмы: оно не диктует никаких действий после запуска игры, хотя по характеру

своего размещения на экране представляется интегральной частью служебного меню (совокупности выведенных на экран команд для управления программой).

Мы полагаем, что функции названия значимы – это привлечение внимания аудитории и передача пользователям определенной содержательно-смысловой информации о виртуальной реальности и сюжетной направленности игры. Обе функции могут реализовываться за счет одного и того же приема из описанных ниже, и граница между ними не является четкой.

Отметим, что эти функции позволяют говорить о сходстве названия игры одновременно и с рекламным заголовком, и с названием художественного произведения. Сходство с рекламным заголовком дает импульс для изучения полимодальности названия компьютерной игры, поскольку полимодальность является основным признаком рекламного текста [Pérez-Sobrino 2017]. Сходство с заголовком художественного текста позволяет рассматривать название игры как средство прагматического воздействия, что исследует В. Н. Иноземцева на примере прецедентных феноменов как лингвистических маркеров заголовка англоязычных поэтических произведений для детей [Иноземцева 2012].

Названия компьютерных игр еще не изучались с точки зрения их семантики и прагматики, хотя, как будет показано ниже, данные заголовки предоставляют достаточно материала для интерпретации, и цель нашей статьи заключается в том, чтобы выявить и описать преобладающие тенденции в номинации игр одного жанра (hidden object / adventure).

Обращение к принципам номинации компьютерных игр кажется нам вполне обоснованным еще и благодаря тому, что компьютерные игры оказывают влияние на сознание игроков и формируют их картину мира, а специфические особенности можно проследить именно на примере названий, ведь при наименовании какого-то предмета или явления, в частности с помощью метафорического переноса создаются новые концептуальные системы с новыми ассоциативными связями [Lakoff, Johnson 1980].

Материалом исследования послужили названия 1000 игр вышеупомянутого жанра. Выбор материала обусловлен тем, что, по нашему мнению, на примере этих игр прослеживается большинство общих для всех жанров компьютерных игр тенденций. Еще одной из важных характеристик, отличающих названия этих игр, является длина названия,

состоящего в среднем из четырех слов, количество слов в отдельных заголовках колеблется в диапазоне от трех до пяти («Brink of Consciousness: The Lonely Hearts Murders», «Corpatros: The Hidden Village»). За счет этой особенности расширяется массив исследуемых единиц. Для игр других жанров характерны названия из одного–двух слов.

Исследование проводилось с помощью метода контекстуального и статистического анализа, а также метода семантико-стилистического анализа.

Полимодальность названий компьютерных игр

Первым обязательным для всех компьютерных игр принципом может быть названа полимодальность названия, достигающаяся в первую очередь за счет сочетания шрифта и сопровождающего его фонового изображения. Начертания шрифтов обычно уникальны, но выказывают схожие признаки – для игр в жанре «ужасы» выбирается либо зелено-кислотный, либо кроваво-красный цвет, форма букв больше напоминает надрезы, а вниз или вверх от букв расходятся тонкие полоски, похожие на трещины.

Может быть выбрано и иное начертание, когда с помощью оформления названия подчеркивается тот или иной сюжетный мотив. Название игры «Song of horror», например, оформлено таким образом: буквы «о» построены из головок нот, что дополняет семантику названия и сигнализирует, что музыкальная тема является сюжетообразующей.

Название сочетается (или изредка диссонирует) и с фоновой картинкой – заставкой служебного меню, и даже за счет дисгармоничности сочетания семантики названия и изображения могут появляться новые смыслы, определяющие правила игрового мира. Название «Home sweet home» не вызывает ассоциаций с жанром «ужасов», но фоновая картинка плохо освещенного помещения, выполненная в синих тонах передает информацию зрителю о характере игры. Данная информация дополняется и характером начертания шрифта, с использованием неровных букв красного цвета.

Однако намного чаще начертание названия, семантика и фоновое изображение работают для создания единого эффекта. Примером этого может быть название «Apsulov», на первый взгляд являющееся несуществующим словом. Если обратить внимание на характер

написания этого слова, всех команд в меню и на фоновую картинку, выяснится, что буквы стилизованы под скандинавские руны. Уже этого достаточно, чтобы вызывать ассоциации со скандинавской мифологией, на которой и базируется сюжет игры. Полимодальность оформления названия, таким образом, создает первое впечатление о виртуальном мире игры.

Если же еще прочитать название справа налево, то полученное в результате таких манипуляций слово «Voluspa» закрепляет данные ассоциации и развивает их, так как Völuspá является одной из песен «Старшей Эдды», где от имени вёльвы (колдуньи) описывается жизненный цикл мира, от создания до апокалипсиса, который и произойдет в конце. Но поскольку шаг, необходимый для полной расшифровки названия, неочевиден, мы не считаем в этом случае ведущей именно текстовую составляющую. Однако она, внося вклад в создание атмосферы игры в сознании игрока, работает и для создания уникального названия игры, еще одного принципа номинации компьютерных игр – уникальности названия и путей ее достижения.

Уникальность названий компьютерных игр

Такие приемы, как создание новых слов и включение их в заголовок для придания названию уникальности (или имитация новых слов за счет палиндромов), встречаются лишь в 2% проанализированного материала. Модель достаточно непродуктивна, но ее образование представляет собой интерес для изучения с точки зрения лингвистики и позволяет наметить пути исследований названий других жанров.

Одно из подобных обнаруженных нами уникальных названий содержит название компании-разработчика, Youda: «*Youda* Legend: The Curse of the Amsterdam Diamond», использован еще один палиндром «*Redrum*: Dead Diary», но стоит принять во внимание, что именно этот палиндром прочно вошел в массовую культуру в связи с романом С. Кинга «Сияние» и снятому по его мотивам художественному фильму. Неудивительно, что хотя упоминания слова «redrum» нет в Британском национальном корпусе английского языка (BNC), это слово имеет 923 вхождения в корпусе iWeb (корпусе английского языка, построенном на текстах из Интернета) в связи с вышеупомянутым романом.

Более распространенная техника для создания уникальных названий – использование заимствований из латинского языка или добавление латинских суффиксов к английским корням (доля подобных

названий составляет 75 % названий, использующих несуществующие в словарях и национальных корпусах слова): «The *Dreamatorium* of Dr. Magnus», «*Questerium*: Sinister Trinity», «*Enlightenus*: The Timeless Tower», «*Botanica*: Into the Unknown», «*Enigmatis*: The Mists of Ravenwood», «*Phantasmat*».

Отдельную категорию уникальных наименований составляют названия, некоторые компоненты которых не входят в национальный корпус, но эти понятия являются описанием реалий других стран *Calavera*: Day of the Dead, *Shtriga*: Summer Camp. Эти названия не могут быть отнесены к продуктам словотворчества: первое содержит название Дня мертвых, отмечаемого в Латинской Америке, второе – название монстра из польского фолькора.

В большинстве случаев уникальность названия компьютерной игры достигается за счет сочетания распространенных лексико-грамматических конструкций. Этот принцип можно проследить на примере конструкции с предлогом *of* – очень продуктивной конструкции в процессе номинации компьютерных игр. Всего в анализируемом массиве было обнаружено 327 названий, частично или полностью состоящих из существительных, связанных предлогом *of*, что составляет 35 % всех названий.

Данные названия подразделяются на три категории:

1) имеющие метафорическое значение: «Breath of Darkness», «Echoes of Sorrow», «Reflections of Life: Tree of Dreams». Подобные словосочетания не включены ни в один из корпусов английского языка. Следует отметить, что в корпусе BNC присутствует конструкция «Dawn of Hope» в количестве 11 упоминаний, но доля вхождений очень мала;

2) указывающие на вымышленное место (или время) действия «Cursed Memories: The Secret of Agony Creek», «Kingdom of Seven Seals», «Chronicles of Albian: The Wizbury School of Magic», «Age of Oracles: Tara's Journey»;

3) упоминающие прецедентные имена и названия, обрисовывающие в определенной степени декорации игры и обеспечивающие ассоциации с реальными местами, литературными произведениями или личностями «Columbus. Ghost of the Mystery Stone», «Riddles of Egypt», «The Lost Cases of Sherlock Holmes».

Иногда употребляются имена, создающие ассоциации с прецедентными явлениями, например, «Barnyard: Sherlock Hooves»,

где читается явная аллюзия на литературного героя произведений А. Конан-Дойла, и при этом четко указывается на декорации игры. Есть и аллюзии на героев компьютерных игр – название «Lara Gates: The Lost Talisman» ссылается на героиню серии компьютерных игр «Tomb Raider» Лару Крофт.

Таким образом, название компьютерной игры «конструирует» ее реальность: уже на этапе прочтения заголовка создается определенное представление о ее содержании и сюжетной наполняющей за счет создания ассоциативных связей в сознании потенциального пользователя. Однако метафоры и аллюзии создают подчас субъективные ассоциации, в то время как указание на реально существующие феномены интерпретируется более однозначно, тем более если оно подкреплено визуальными образами, выводящимися на экран в процессе игры. Поэтому включение прецедентных имен в название компьютерной игры также можно назвать одним из способов использования привлекательных для аудитории концептов.

Использование привлекательных для аудитории концептов

Прецедентные феномены в названиях компьютерных игр, также являются одним из средств привлечения аудитории и встречаются относительно часто – в 16% исследованного массива. Изучение даже такой ограниченной выборки уже дает представление о ценностях, интересах и картине мира среднего игрока и намечает путь дальнейших исследований в данной области.

При исследовании мы исходили из определения прецедентных феноменов как целостных единиц коммуникации, объективизирующихся в речи благодаря апелляции «к прошлому явлению действительности и обладающих ценностной значимостью как для отдельно взятой языковой личности, так и для всего лингвокультурного сообщества в целом» [Золотарев 2016, с. 42].

В названиях компьютерных игр преобладают прецедентные имена (имена собственные – в 46%, топонимы – в 32% случаев), менее многочисленны упоминания прецедентных ситуаций (18%). Доля остальных прецедентных феноменов очень мала и составляет менее 1% – в названии игры «Once Upon a Farm» обыгрывается речевая формула «Once upon a time», типичная для зачина сказки, а в названии «Film Fatale: Lights. Camera. Madness» с помощью игры слов создается отсылка к понятию «femme fatale». Сказочные мотивы

являются одним из привлекательных и распространенных концептов, но следует принимать во внимание, что часто уже в названии содержится намек на переосмысление или дальнейшее развитие широко известного сюжета, поэтому сложно установить, какой из компонентов вызывает больший интерес у аудитории: «Cruel Games: Red Riding Hood», «Bluebeards Castle: Son of the Heartless», «Dark Parables: Curse of Briar Rose». Та же тенденция прослеживается при упоминании героев мифов, на уровне семантики заметна новая попытка трактовки предания: «Serpent of Isis», «Journalist Journey: The Eye of Odin», «Haunted Train: Spirits of Charon».

Топонимы, употребленные в названиях компьютерных игр, делятся на две равные группы – существующие названия и вымышленные. Показательным примером наиболее популярных у разработчиков игр городов является серия «Big City Adventure», визуальный ряд которой отображает достопримечательности следующих городов: Сиднея, Нью-Йорка, Ванкувера, Лондона, Парижа, Токио, Рио-де-Жанейро, Стамбула, Барселоны, Рима и Шанхая.

Следует отметить, что в заголовках игр намного чаще употребляются вымышленные имена собственные, однако некоторые из них являются прецедентными для определенных социально-культурных общностей, причем преобладают такие, правильно расшифровать которые могут знакомые с компьютерными играми индивиды. Конечно, некоторая часть таких заголовков понятна для носителя английского языка. Как, например, этимология слова «Howlville» (от *howl – выть*), вызывающая ассоциацию с появлением в небольшом городе оборотня или иного воющего создания.

На место действия компьютерной игры и на ее жанровую принадлежность часто указывают вымышленные наименования отдельных объектов, непрецедентные для большинства индивидуумов. Подобные названия являются прецедентными исключительно для игроков благодаря предыдущему опыту, полученному в процессе игры. К таким названиям можно отнести словосочетание «психиатрическая лечебница», которое настраивает игрока на жанр ужасов «Abandoned: Chestnut Lodge Asylum», а понятие «поместье» имеет две равнозначные трактовки: и как место преступления в виртуальной реальности, стилизованной под настоящую («Dead Reckoning: Brassfield Manor»), и как место действия, выбранное для создания мистического сюжета («Fear For Sale: Mystery of McInroy Manor»).

Именно прецедентные феномены в названиях компьютерной игры создают определенную модель реальности в сознании игрока за счет использования известных для него понятий. При этом мы выделяем три основные модели реальности компьютерной игры, на которые указывает название: 1) видоизмененная сказочная вселенная; 2) реальная действительность, а также реальность литературного произведения, на фоне которой разворачивается детективный сюжет; 3) игровая вселенная с ярко выраженной мистической составляющей.

Все эти концепты, безусловно, являются привлекательными для покупателя игры и пробуждают его интерес, дополняют или выражают превалирующие концепты, характерные для жанра. Ярким примером последних является концепт «тайна» – он преобладает в наименованиях жанра *hidden object*. К такому выводу мы пришли, проведя анализ частотности употребления тех или иных слов в массиве из названий 1000 игр: на первом месте оказалось слово *mystery* (89 вхождений), на втором – *lost* (58), на третьем – *mysteries* (44), на четвертом – *hidden* (37), на пятом – *dark* (35), на шестом – *secrets* (33), на седьмом – *secret* (31). Интересно, что частотность оппозиции «mystery» / «secret» отличается от частотности этих же слов в национальных корпусах (BNS: *mystery* – 2171, *secret* – 5415, *iweb*: *mystery* – 311471, *secret* – 781640). Предполагаем, что лидирующей в игре является понятие, подразумевающее большую степень мистичности происходящего. Учитывая среднюю длину названия и то, что оба понятия («тайна» и «секрет») редко употребляются в одном заголовке, можно подсчитать, что средняя доля этих слов в названии составляет около 19%, но не только это делает концепт превалирующим. Ведь лексическими единицами, составляющими концепт «тайна», могут выступать и другие понятия, такие как отсылки к расследованиям, историческим событиям и всему загадочному, мистическому или мифическому – *hidden* или *lost*.

Заключение

Подводя итог, следует сказать, что название компьютерной игры является не столько элементом художественного оформления экрана, сколько семантически значимым компонентом интерфейса (списком и методом презентации команд, выводимых на экран), хотя и не активным, так как при взаимодействии с ним с помощью манипулятора (курсора мыши или джойстика) не происходит никаких изменений игрового мира.

Название, тем не менее, оказывает на игрока прагматическое воздействие, так как все сформулированные выше принципы номинации компьютерной игры (полимодальность, уникальность и употребление определенных концептов для привлечения аудитории) применяются создателями для того, чтобы название выполняло следующие задачи:

– характеризовало содержательный компонент игры в первую очередь за счет использованных лексических единиц, во вторую – за счет полимодальности оформления. При этом начертание букв либо согласуется с изображением в заставке игры, либо отображает ведущий сюжетный мотив;

– являлось максимально уникальным, при этом уникальность достигается не за счет употребления непривычных лексических единиц, а за счет комбинаторики распространенных лексико-грамматических конструкций;

– обращало на себя внимание потенциального пользователя благодаря использованию привлекательных для последнего концептов, среди которых превалируют сказочные мотивы и концепт «тайна»;

– выстраивало определенную модель виртуальной реальности, отображенной в игре, либо полностью вымышленной, либо имеющей связь с действительностью.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Иноземцева Н. В. Прецедентные феномены как лингвистические маркеры заголовков англоязычных поэтических произведений для детей // Вестник ОГУ. 2012. № 11 (147). С. 84–88. [Inozemtseva, N. V. (2012). Pretsedentnye fenomeny kak lingvisticheskie markery zagolovkov angloyazychnykh poeticheskikh proizvedenii dlya detei (Preceding Phenomena as Linguistic Marker of the English Poems Intended for Children). Vestnik OGU, 2012. № 11 (147), pp. 84–88. (In Russ.)].

Золотарев М. В. Лингвопрагматические особенности прецедентных феноменов в современном молодежном дискурсе (на материале английского и русского языков) : дис. … канд. филол. наук. Саратов, 2016. 167 с. [Zolotarev, M.V. (2016). Lingvopragmaticheskie osobennosti pretsedentnykh fenomenov v sovremennom molodezhnom diskurse (na materiale angliiskogo i russkogo yazykov): dis. … kand. filol. nauk (Linguistic and Pragmatic Features of Precedent Phenomena in Modern Youth Discourse (Based on the English and Russian Languages). PhD in Philology). Saratov. (In Russ.)].

Aarseth, Espen. Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature. Baltimore and London : The Johns Hopkins University Press, 1997. 203 p.

Aarseth Espen, Grabarczyk Paweł. An Ontological Meta-Model for Game Research. DiGRA '18. Proceedings of the 2018 DiGRA International Conference: The Game is the Message. URL: https//www.digra.org/digital-library/publications/an-ontological-meta-model-for-game-research/ (дата обращения: 05.03.2020).

Apperley, Tom, Beavis, Catherine. A Model for Critical Games Literacy. URL: https//research repository.griffith.edu.au/handle/10072/61222 (дата обращения: 02.02.2020).

Bogost, Ian. The Rhetoric of Video Games. The Ecology of Games: Connecting Youth, Games, and Learning / Edited by Katie Salen. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA : The MIT Press, 2008. P. 117–140.

Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. University of Chicago Press, 1980. 242 p.

Pérez-Sobrino, Paula. Multimodal Metaphor and Metonymy in Advertising. John Benjamins Publishing Company, 2017. 232 p.

BNC – British National Corpus, Mark Davies at Brigham Young University. URL: https//corpus.byu.edu/bnc/ (дата обращения: 15.03.2020).

COCA – Corpus of Contemporary American, Mark Davies at Brigham Young University. URL: https//corpus.byu.edu/coca/ (дата обращения: 04.04.2020).

iWeb corpus. URL: https//www.english-corpora.org/iweb/ (дата обращения: 20.03.2020).

УДК 81'373.612.2

Л. В. Порохницкая, Н. К. Седова

Порохницкая Л. В., доктор филологических наук;
профессор кафедры лексикологии английского языка факультета английского языка;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: lidie@list.ru

Седова Н. К., преподаватель кафедры английского языка №1
факультета международных отношений;
Московский государственный институт международных отношений (Университет);
e-mail: n.k.sedova@yandex.ru

СПЕЦИФИКА АКТУАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ В СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ: ПЕРСПЕКТИВА ИССЛЕДОВАНИЯ

В статье анализируются основные подходы к изучению семантики частотных лексических и фразеологических единиц терминологического и нетерминологического характера, фигурирующих в англоязычном спортивном дискурсе. Показано, что, несмотря на стабильный интерес исследователей к концептуальной метафоре в данном типе дискурса, закономерности актуализации метафоры как механизма формирования значения языковых единиц описываемого фонда представляются в значительной степени неразработанными. Неясными остаются также принципы совместной реализации концептуальной метафоры и метонимии в семантике исследуемых единиц, а также особенности профилирования результирующих концептуальных структур. Представляется, что решение указанных задач может явиться отправной точкой дальнейшего изучения концептуального аспекта семантики данных языковых единиц с целью построения фрейма концептуализации спортивного события в английском языке.

Ключевые слова: спортивный дискурс; концептуальная метафора; концептуальная метонимия; концептуальный блок; концептуальная фокусировка.

L. V. Porokhnitskaya, N. K. Sedova

Porokhnitskaya L. V., Doctor of Philology (Dr. habil), Professor;
Department of English Lexicology;
Faculty of English,
Moscow State Linguistic University;
e-mail: lidie@list.ru

Sedova N. K., Llecturer, English Language Department #1,
Faculty of International Relations;
Moscow State Institute (University) of International Relations of the Foreign Ministry of Russia; e-mail: n.k.sedova@yandex.ru

CC BY

THE PARTICULARITIES OF CONCEPTUAL METAPHOR ACTUALIZATION IN SPORTS DISCOURSE: RESEARCH PROSPECTS

The paper considers major approaches to researching the semantics of frequent lexical and phraseological units of terminological and non-terminological character that feature in English-language sports discourse. The paper shows that despite the fact that conceptual metaphor in the given discourse type holds steady interest, the pattern of actualizing a metaphor as a mechanism of forming the meaning of lexical units in the discourse type in question does not appear to have been sufficiently researched. The principles of simultaneous realization of conceptual metaphor and conceptual metonymy in the semantics of units being discussed, as well as the features of profiling of emerging conceptual structures also remain unclear. Finding solutions to the aforementioned problems appears to provide a springboard for further study of the conceptual aspect of sports vocabulary semantics with a view to building a frame of conceptualizing a sports event in the English language.

Key words: sports discourse; conceptual metaphor; conceptual metonymy; conceptual cluster; conceptual highlighting.

Введение

За последние годы появилось значительное количество работ, освещающих различные аспекты спортивного дискурса. Среди основных вопросов, находящихся в поле зрения исследователей, следует отметить следующие: трактовка термина «спортивный дискурс», жанры и подвиды спортивного дискурса, специфика объекта и предмета исследования, концептуальная метафора и концептуальная метонимия в спортивном дискурсе.

Исследователи, занимающиеся спортивным дискурсом на материале различных языков, неизменно отмечают возросшую социокультурную значимость этого вида дискурса, что обусловливает его участие в формировании культурных стереотипов и прескрипций представителей различных слоев общества. Утверждается, что спорт является особым видом коммуникации, медийным продуктом, совокупностью медийных событий.

Спортивный дискурс. Трактовка понятия

Обращаясь к термину «спортивный дискурс», большинство исследователей принимают предложенное В. И. Карасиком разграничение дискурса на личностно ориентированный (персональный) и статусно-ориентированный (институциональный) [Зарипов 2017; Тугуз

2014]. Для статусно-ориентированного дискурса характерно взаимодействие представителей различных социальных групп и институтов в рамках социальных ролевых отношений. Спортивный дискурс рассматривается как разновидность институционального дискурса ввиду его опосредованности средствами массовой информации. К. В. Снятков, в частности, поясняет, что при изучении спортивного дискурса необходимо принимать во внимание как его агентов (имеются в виду авторы статей, комментаторы, дикторы), так и клиентов (читателей, слушателей, зрителей, болельщиков) [Снятков 2008].

Ряд исследователей справедливо отмечает, что в спортивном дискурсе находят отражение «универсальные и национально-специфические представления о спорте и его составляющих как о базовых культурологических и идеологических ценностях» [Тугуз 2014, с. 11]. С. А. Кудрин определяет спортивный дискурс как «социокультурный конструкт, ядро которого составляют тексты, посвященные описанию спортивных событий», а Э. А. Тугуз, ссылаясь на В. Р. Мангутову, как «коммуникативный конструкт, отражающий коммуникативные намерения субъектов спорта – спортсменов, тренеров, судей соревнований, администраторов спорта, болельщиков, как реальных, так и виртуальных, а также спортивных комментаторов…» [там же].

Определяя термин «спортивный дискурс» Э. А. Тугуз, вслед за Е. Г. Малышевой, приравнивает его к термину «спортивное дискурсивное пространство» и резюмирует, что в него входят «дискурсивные разновидности, выделяемые по разным основаниям и критериям (тип субъектно-объектных отношений, жанрово-стилевые и прагмастилистические особенности текстов, опосредованность / неопосредованность средствами массовой коммуникации, тип канала передачи информации и т. п.), но характеризующиеся прежде всего тематической и концептуальной общностью» [там же, с. 13]. Рассматривая спортивный дискурс как вид институционального дискурса, исследователь делает предположение о сращении спортивного дискурса с медиадискурсом [там же, с. 13].

А. Р. Зарипов также рассматривает спортивный интернет-медиадискурс как вид институционального дискурса и утверждает, что спортивный интернет-медиадискурс представляет собой сочетание нескольких дискурсивных разновидностей, а именно спортивного дискурса, интернет-дискурса и медиадискурса, и включает такие жанры, как аналитическая интернет-статья и текстовая трансляция,

которые являются адаптированными в рамках интернет-дискурса жанрами аналитической статьи и текстового репортажа [Зарипов 2017]. В рамках спортивного медиадискурса исследователь выделяет устный модус, представленный текстовой трансляцией, и письменный модус, представленный спортивной аналитической интернет-статьей.

Основные ракурсы исследования спортивного дискурса

Исследования, посвященные спортивному дискурсу, в большинстве случаев проводятся на материале русского, английского и немецкого языков. В настоящее время существует ряд работ, в которых предприняты попытки изучения отдельных типов и жанров спортивного дискурса, в частности спортивного репортажа и интернет-форума [Казеннова 2009; Овсянникова 2012]. Большинство исследований, тем не менее, посвящены анализу когнитивных, семантических и функционально-стилистических параметров различных жанров спортивного дискурса [Зарипов 2017; Зиянгиров 2017; Новикова 2019].

В некоторых работах в центре внимания исследователей оказываются спортивные неологизмы. Так, например, Э. А. Тугуз рассматривает закономерности их формирования и функционирования в дискурсе. Отмечается, что новые единицы репрезентируют преимущественно такие тематические блоки, как «субъекты спортивной деятельности», «спортивные действия», «характеристика игры», «спортивное оборудование», «виды спорта» [Тугуз 2014, с. 13–15].

Подавляющее большинство исследователей спортивного дискурса сходятся во мнении, что наиболее продуктивным способом формирования спортивной лексики в синхронии следует признать метафору.

Вслед за Дж. Лакоффом и М. Джонсоном авторы описывают концептосферу спорта как область цели. В качестве наиболее активных областей источника обычно выделяют антропоморфную, зооморфную природоморфную, политическую, экономическую и религиозную концептуальные метафоры.

Следует отметить, что существуют также исследования, в которых спорт рассматривается как важнейший концепт-донор. В этой связи можно упомянуть работы, изучающие спортивную метафору в российском и американском политическом дискурсе, в немецком политическом дискурсе, а также в немецкоязычном дискурсе СМИ

[Шехтман 2006; Литвинова 2008; Кириллова 2011]. Показано, что основными областями цели, в которых используется спортивная метафора, являются следующие: политика, экономика, культура, человек, образование, здравоохранение.

На современном этапе изучения семантики языковых единиц, фигурирующих в англоязычном спортивном дискурсе, мы имеем основания утверждать, что концептуальные метафоры, на базе которых моделируется значение спортивных терминов, а также лексических и фразеологических единиц нетерминологического характера, действуют не изолированно, а образуют относительно независимые концептуальные блоки, которые, тем не менее, коррелируют между собой, формируя иерархическую систему. В настоящее время мы можем говорить о достаточно высокой активности четырех концептуальных блоков: антропоморфные метафоры (жизнедеятельность и деятельность), сложные артефакты (механизм и строение), природные явления и блок базовых представлений (движение, геометрические фигуры, связь, смесь, контейнер и т. д.). Относительная их автономность не препятствует совместной актуализации элементов разных блоков при формировании семантики языковых единиц, фигурирующих в спортивном дискурсе. Очевидно, что особую роль в таких сложных концептуальных конфигурациях играют концепты блока базовых представлений. Большинство концептов данного блока, метонимичных по своей сути, реализуются в сложных метафорических концептах. Изучение специфики актуализации базовых концептов в структуре сложного метафорического образа, моделирующего семантику языковой единицы, во многих случаях позволяет реконструировать его концептуальный фокус, что дает в свою очередь ключи к пониманию прагматического потенциала данной единицы. Кроме того, выявление наиболее продуктивных фокусов может явиться отправной точкой построения единого фрейма метафорического видения спортивного события в англоязычном лингвокультурном пространстве.

Заключение

На настоящем этапе изучения концептуального аспекта семантики частотных лексических и фразеологических единиц, фигурирующих в англоязычном спортивном дискурсе, наиболее перспективным направлением дальнейших исследований можно признать выявление концептуальных закономерностей формирования фонда спортивной

лексики в английском языке посредством изучения активности метафор всех концептуальных блоков как элементов единого номинативного базиса, представляющего собой иерархическую структуру. Актуальным представляется также описание принципов корреляции метафорических концептов разных блоков и кластеров при формировании семантики исследуемых единиц. Представляется, что анализ специфики совместной актуализации концептуальной метафоры и метонимии как базовых механизмов формирования значения языковых единиц в спортивном дискурсе будет способствовать изучению особенностей фокусировки выделяемых концептуальных структур с целью реконструкции единого фрейма концептуализации спортивного события.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Зарипов А.Р. Когнитивно-дискурсивный аспект изучения спортивной терминологической лексики в спортивном интернет-медиадискурсе: на материале англоязычных и русскоязычных интернет-СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2017. 22 с. [*Zaripov, A.R.* (2017). Kognitivno-diskursivnyi aspekt izucheniya sportivnoi terminologicheskoi leksiki v sportivnom internet-mediadiskurse: na materiale angloyazychnykh i russkoyazychnykh Internet-SMI: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk (The Cognitive-Discursive Aspect of the Study of Sports Terminological Vocabulary in Sports Internet Media Discourse: on the material of English-language and Russian-language Internet media: abstract of PhD in Philology). Kazan'. (In Russ.)].

Зиянгиров Э.К. Семантические и функционально-стилистические параметры спортивного дискурса : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2017. 25 с. [*Ziyangirov, E. K.* (2017). Semanticheskie i funktsional'no-stilisticheskie parametry sportivnogo diskursa : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk (Semantic and Functional-Stylistic Parameters of Sports Discourse: abstract of PhD in Philology). Ufa. (In Russ.)].

Казеннова О.А. Функционирование фразеологизмов в устном дискурсе: на материале спортивных репортажей : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2009. 24 с. [*Kazennova, O. A.* (2009). Funktsionirovanie frazeologizmov v ustnom diskurse: na materiale sportivnykh reportazhei: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. (Functioning of Phraseological Units in Oral Discourse: on the material of sports reports: abstract of PhD in Philology). Moscow. (In Russ.)].

Кириллова Ю.Н. Спортивная концептуальная метафора в современном немецкоязычном дискурсе СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук.

Барнаул, 2011. 23 с. [*Kirillova, Yu. N.* (2011). Sportivnaya kontseptual'naya metafora v sovremennom nemetskoyazychnom diskurse SMI : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk (Sports Conceptual Metaphor in Contemporary German-Language Media Discourse: abstract of PhD in Philology). Barnaul. (In Russ.)].

Киселева В. А. Лексико-фразеологическая экспликация концепта футбол в спортивном дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2009. 25 с. [*Kiseleva, V. A.* (2009). Leksiko-frazeologicheskaya eksplikatsiya kontsepta futbol v sportivnom diskurse: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk (Lexical and Phraseological Explication of the Concept of Football in Sports Discourse : abstract of PhD in Philology). St. Petersburg. (In Russ.)].

Кудрин С. А. Базовые метафоры спортивного дискурса как текстопорождающие модели : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2011. 23 с. [*Kudrin, S. A.* (2011). Bazovye metafory sportivnogo diskursa kak tekstoporozhdayushchie modeli : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk (Basic Metaphors of Sports Discourse as Text-Generating Models: abstract of PhD in Philology). Moscow. (In Russ.)].

Литвинова Т. И. Спортивная и игровая метафора в немецком политическом дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2008. 24 с. [*Litvinova, T. I.* (2008). Sportivnaya i igrovaya metafora v nemetskom politicheskom diskurse: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk (Sports and Games Metaphor in German Political Discourse: abstract of PhD in Philology). Voronezh. (In Russ.)].

Малышева Е. Г. Русский спортивный дискурс: теория и методология лингвокогнитивного исследования : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Омск, 2011. 47 с. [*Malysheva, E. G.* (2011). Russkii sportivnyi diskurs: teoriya i metodologiya lingvokognitivnogo issledovaniya: avtoref. dis. ... dokt. filol. nauk (Russian Sports Discourse: Theory and Methodology of Linguo-Cognitive Research: abstract of Doctoral thesis in Philology). Omsk. (In Russ.)].

Новикова Е. А. Лингво-когнитивный анализ жанров спортивного дискурса: на материале английского языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2019. 22 с. [*Novikova, E. A.* (2019). Lingvo-kognitivnyi analiz zhanrov sportivnogo diskursa: na materiale angliiskogo yazyka: avtoref. dis ... kand. filol. nauk (Linguo-Cognitive Analysis of Genres of Sports Discourse: on the material of the English language: abstract of PhD in Philology). Rostov-na-Donu. (In Russ.)].

Овсянникова М. А. Языковая репрезентация оценки в Интернет-форуме как жанре спортивного дискурса: на материале современного английского языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2012. 26 с. [*Ovsyannikova, M. A.* (2012). Yazykovaya reprezentatsiya otsenki v Internet-forume kak zhanre sportivnogo diskursa: na materiale sovremennogo angliiskogo yazyka: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk (Linguistic Representation of Evaluation in the Internet Forum as a Genre of Sports Discourse: based on the material of Modern English: abstract of PhD in Philology). Moscow. (In Russ.)].

Снятков К.В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Вологда, 2008. 18 с. [*Snyatkov, K.V.* (2008). Kommunikativno-pragmaticheskie kharakteristiki televizionnogo sportivnogo diskursa: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk (Communicative and Pragmatic Characteristics of Television Sports Discourse: abstract of PhD in Philology). Vologda. (In Russ.)].

Тугуз Э.А. Лингводискурсивные особенности неологизмов в спортивном дискурсе: на материале английского языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2014. 22 с. [*Tuguz, E.A.* (2014). Lingvodiskursivnye osobennosti neologizmov v sportivnom diskurse: na materiale angliiskogo yazyka: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk (Linguistic and Discursive Features of Neologisms in Sports Discourse: on the material of the English language: abstract of PhD in Philology). Krasnodar. (In Russ.)].

Филимонова Е.П. Реализация спортивного дискурса в интернет-коммуникации: когнитивно-прагматический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Майкоп, 2019. 20 с. [*Filimonova, E.P.* (2019). Realizatsiya sportivnogo diskursa v internet-kommunikatsii: kognitivno-pragmaticheskii aspekt: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk (Implementation of Sports Discourse in Internet Communication: Cognitive-Pragmatic Aspect: abstract of PhD in Philology). Maikop. (In Russ.)].

Шехтман Н.Г. Сопоставительное исследование театральной и спортивной метафоры в российском и американском политическом дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2006. 22 с. [*Shekhtman, N.G.* (2006). Sopostavitel'noe issledovanie teatral'noi i sportivnoi metafory v rossiiskom i amerikanskom politicheskom diskurse: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. (A Comparative Study of Theatrical and Sports Metaphor in Russian and American Political Discourse: abstract of PhD in Philology). Ekaterinburg. (In Russ.)].

Schirato T. Sports Discourse. London : Bloomsbury Academic, 2015. 168 p.

УДК 81'139

М. П. Таймур

соискатель кафедры лексикологии факультета английского языка;
преподаватель английского и испанского языков кафедры лингвистики
и профессиональной коммуникации в области гуманитарных и прикладных наук
института гуманитарных и прикладных наук;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: mariataymour@gmail.com

СМЕШАННЫЕ ВЕРБАЛЬНО-ГРАФИЧЕСКИЕ МЕТАФОРЫ В РЕКЛАМЕ (на материале английского языка)

В статье рассматриваются направления исследований мономодальной и мультимодальной метафоры и феномен вербально-графической метафоры с позиций когнитивной лингвистики. Выдвигается предположение о том, что некоторые случаи мультимодальных метафор (в том числе вербально-графических метафор) могут считаться смешанными по аналогии с мономодальными вербальными метафорами и обосновывается определение понятия «мультимодальная смешанная метафора». В статье представлены результаты анализа мультимодальной метафоры в социальной и коммерческой рекламе на английском языке, которые позволили установить взаимосвязь между метонимическими и метафорическими переносами в некоторых случаях вербально-графических метафор, их влияние на процесс инференции заложенного в метафоре сообщения и на уровень возникающего у реципиента когнитивного диссонанса.

Ключевые слова: мультимодальная метафора; вербально-графическая метафора; метафтонимия; когнитивный диссонанс.

M. P. Taymour

External PhD Student;
Department of English Lexicology, Faculty of the English Language;
Lecturer, Department of Linguistics and Professional Communication;
Moscow State Linguistic University;
e-mail: mariataymour@gmail.com

MIXED VERBAL-PICTORIAL METAPHORS IN ADVERTISING IN ENGLISH

The article discusses the monomodal and multimodal research in the field of metaphors and the phenomenon of verbal-pictorial metaphor from the standpoint of cognitive linguistics. It is suggested that some cases of multimodal metaphors (including verbal-pictorial metaphors) can be considered 'mixed' by analogy with

CC BY

monomodal verbal metaphors. A comprehensive definition of the term “mixed metaphor” is being developed in this paper. The article presents the results of a metaphthonymic analysis of multimodal metaphor in social and commercial advertising in English. Analysis made it possible to establish a relationship between metonymic and metaphorical mappings in some cases of verbal-pictorial metaphors, their influence on the inference of the message embedded in a metaphor and on the level of cognitive dissonance in a recipient.

Key words: multimodal metaphor; pictorial-verbal metaphor; metaphtonymy; cognitive dissonance.

Введение

В статье рассматриваются некоторые направления исследований мономодальной и мультимодальной метафоры с целью описания особенностей феномена вербально-графической метафоры. Актуальность данной темы обусловлена необходимостью анализа мультимодальной метафоры с позиций когнитивной лингвистики и выявления факторов, влияющих на процесс инференции заложенного реципиентом сообщения, что в дальнейшем может предоставить дополнительные возможности усовершенствования визуальных корпусов (например таких, как VisMet.org).

В соответствии с когнитивной теорией метафор (Cognitive Metaphor Theory, CMT), развитой в работах Лакоффа и других ученых, метафоры играют важную, если не главную, роль в процессе осмысления мира человеком, поэтому можно смело утверждать, что метафоризация – это прежде всего не вербальная, а умственная деятельность [Lakoff 1987; Lakoff 2006; Кибрик 2010]. Однако в то время как мономодальные метафоры имеют единственную форму репрезентации (например, вербальную, графическую или аудиальную), то мультимодальные метафоры включают в себя несколько форм или каналов, например, вербально-графическую. Тем не менее уже Лакофф и Джонсон упоминали, что любая метафора – это прежде всего вопрос мысли и действия, и лишь затем языка [Lakoff, Johnson 1980]. Это подчеркивает необходимость рассмотрения мультимодальных (в том числе вербально-графических) проявлений метафор наравне с мономодальными метафорами, а для нашего исследования также возможность рассмотрения их в качестве так называемых смешанных метафор. Одним из первых ученых, обративших внимание на мультимодальные метафоры и необходимость их исследования, был Ч. Форсвиль, определивший мультимодальные метафоры как метафоры, в которых цель

и источник репрезентируются исключительно или преимущественно разными формами [Forceville 2009a]. Под смешанной вербально-графической метафорой мы понимаем такое коммуникативное сообщение, в котором:

1) присутствуют два или более канала поступления информации (визуальный и вербальный);

2) при его создании используются несколько изначально не связанных между собой исходных доменов при дальнейшем образовании единого целевого домена;

3) для его расшифровки реципиентом необходимо «прохождение» нескольких ступеней инференции в силу высокой плотности заложенной в сообщение информации, «упакованной» в метафорические и метонимические образы, взаимодействующие друг с другом необычным образом.

Для данного исследования представляют особый интерес вербально-визуальные метафоры на материале рекламы [Alousque Negro 2014; Forceville 2009; Forceville 2016; Forceville 2017; Perez-Sobrino 2016; Рябых 2019].

Анализ мультимодальной метафоры как когнитивного феномена

Одна из основных задач при анализе мультимодальной метафоры заключается в правильном определении соотношения двух семиотических систем (вербальной и графической), а один из главных вопросов, возникающий при анализе метафор и особенно мультимодальной метафоры – какие фоновые и приобретенные знания должны быть использованы целевой аудиторией для ее адекватного восприятия (для восприятия ее именно так, как задумывалось автором) [Forceville 2016b, с. 19]. Здесь большую роль играют многие факторы, в том числе различие культур реципиентов, а также то, что характер метафор, включающих в себя экстралингвистические модальности (такие как графика, жесты, звук, запах и т. д.) отличается от вербальных [Forceville 2017; Carroll 1996; Kappelhoff, Mueller 2011; Forceville 2016a; Kromhout, Forceville 2013]. Отмечается, что в мультимодальных метафорах весьма важную роль играет персонификация (т. е. одушевление неодушевленных предметов/животных/растений, напоминающее поведение человека) и ведение размерности пространства (наличие которого обеспечивается присутствием 2D или 3D изображением) в доменах-источниках [Forceville 2009b].

Мы предполагаем, что мультимодальные метафоры могут считаться смешанными в случаях, если при их создании используются несколько изначально не связанных между собой исходных доменов при дальнейшем возникновении единого целевого домена. При их восприятии у реципиента в большинстве случаев возникает когнитивный диссонанс, который должен быть преодолен для понимания замысла создателя метафоры [Голубкова, Таймур 2019]. Если диссонанс может быть оперативно преодолен, и заложенное в смешанной метафоре сообщение успешно доходит до адресата, она, как мы предполагаем, может считаться удачной. Если же уровень возникшего при столкновении с вербально-графической метафорой когнитивного диссонанса оказывается высок и препятствует пониманию исходного замысла, метафора, вероятно, может считаться неудачной (данные могут быть получены эмпирически с помощью проведения лингво-когнитивных экспериментов). Отметим, что восприятие данного феномена субъективно и зависит от многих факторов (национальность реципиента, уровень его культуры, возраст, профессия, уровень образования и фоновых знаний, пол, контекст и т. д.), поскольку «интерпретирующий окружающую реальность субъект всегда социокультурно, исторически и контекстно ориентирован» , что также может влиять и на уровень возникающего диссонанса [Рябых 2019, с. 163].

Необходимо заметить, что если вербальные смешанные метафоры часто являются спонтанным выражением креативности автора высказывания, то мультимедийные метафоры, как правило, тщательно продуманы и рассчитаны на определенную целевую аудиторию, способную воспринять заложенную автором идею. Возможным объяснением может быть то, что первые чаще всего возникают в разговорной речи, в то время как вторые обычно являются продуктом работы профессионалов, хорошо осознающих, что «a picture tells us more than a thousand words» (изображение сообщает нам больше, чем тысяча слов)[1] [Forceville 2017, с. 26].

В данной статье мы рассмотрим несколько примеров вербально-графических метафор на материале мультимодальных смешанных метафор в современной социальной и коммерческой рекламы из визуальных корпусов Google Image и VisMet.org. Современный рекламный дискурс считается одним из наиболее «креативных» видов дискурса, обладая перфомативным потенциалом, который направлен на «активное

[1] *Здесь и далее перевод наш. – М. Т.*

воздействие на адресата», поэтому именно он отличается высокой концентрацией мультимодальных метафор [Соколова 2019, с. 240].

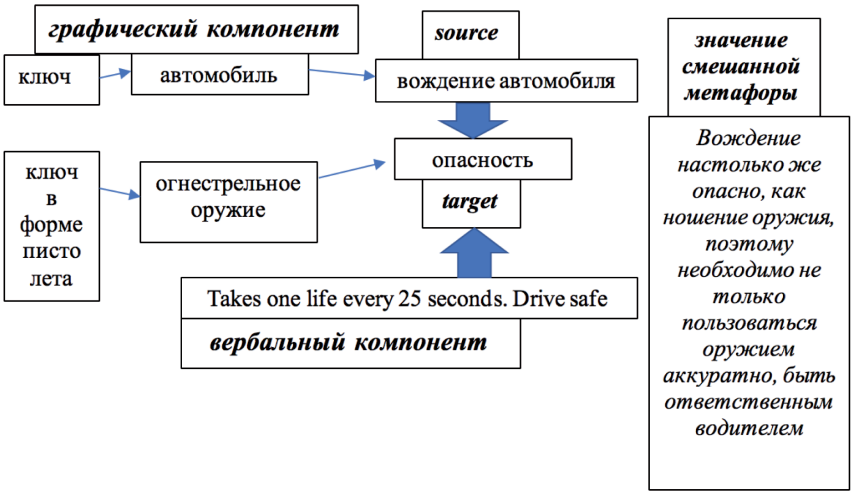
Рис. 1. Социальная реклама для курильщиков (www.pinterest.ru/pin/134896951314509704)

Графическая часть комбинирует в себе два домена (см. рис. 1). Первый домен понятен с первого взгляда и представляет собой изображение затушенного окурка сигареты.

Второй домен становится понятен после прочтения вербальной составляющей данной социальной рекламы – надписи «Cigarette butts make up almost half of Dublin's litter» (Окурки сигарет составляют почти половину всего объема мусора города Дублин): это куча мусора, формирующая окурок. В данной мультимодальной метафоре может наблюдаться ряд метонимических и метафорических переносов (см. метафтонимическая схема 1, где тонкие стрелки символизируют метонимический перенос (metonymic mapping), а широкие – метафорический перенос (metaphoric mapping)).

Схема 1

Метафтонимическая схема социальной рекламы для курильщиков



Кроме того, можно полагать, что в результате когнитивных процессов, происходящих в процессе инференции, образуется некое интегрированное пространство, обладающее дополнительными значениями, эксплицитно не заложенными в исходных ментальных пространствах [Fauconnier 1985].

Здесь также необходимо отметить, что, поскольку кроме образности, для человеческого восприятия характерна целостность (каким бы комплексным по своей природе ни являлся лингвистический либо экстралингвистический феномен), каждая мультимодальная метафора, очевидно, должна восприниматься реципиентом на когнитивном уровне как целостная структура. Можно предполагать, что составляющие мультимодальную метафору компоненты содержат (или инициируют актуализацию) различных единиц когнитивного уровня (таких как фреймы, концепты или слоты), которые, в свою очередь, отражают ментальные пространства как особые структуры, которые, взаимодействуя между собой, приводят к актуализации процесса концептуальной интеграции.

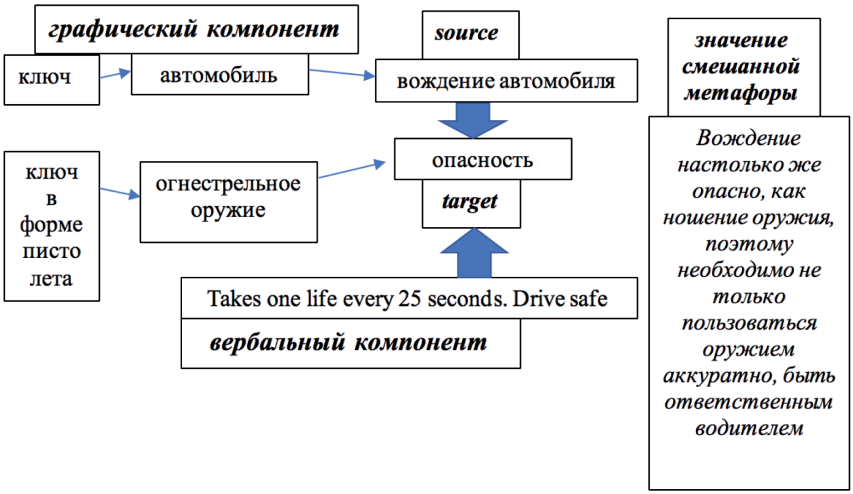
Рис.2. Социальная реклама для автомобилистов (*justsomething.co/20-thought-provoking-advertisements-that-will-make-you-look-twice/*)

Автомобилист, как правило, понимает, что это не просто ключ, а ключ зажигания (хотя в современных автомобилях ключ используется всё реже, уступая место брелоку с чипом, что может создавать

сложности в понимании у более молодого поколения автомобилистов). Метонимический перенос подсказывает реципиенту, что речь идет об автомобиле / о его вождении (ключ – автомобиль – вождение). Лингвистическая же составляющая изображения «Takes one life every 25 seconds. Drive safe» (Лишает жизни одного человека каждые 25 секунд. Водите безопасно) сравнивает вождение автомобиля с ношением/использованием оружия, а количество погибших в результате дорожных происшествий с количеством погибших от огнестрельных ранений. Это умозаключение дополняет данную цепочку: ключ – автомобиль – вождение – опасность – требуемая аккуратность. Метафтонимическая схема может выглядит следующим образом (см. схема 2):

Схема 2

Метафтонимическая схема социальной рекламы для водителей



Если цепочка метонимических и метафорических переносов прерывается на одной из стадий (например, человек не осознает, что ключ автомобильный, или не обращает внимание на вербальный компонент), заложенная в социальной рекламе информация до реципиента не доходит. Одним из вариантов неверной интерпретации может стать, например, восприятие образа как «продажа автоматического

огнестрельного оружия». Кроме того, следует отметить, что в данном случае также возможна неоднозначная интерпретация содержания конечного ментального пространства, и вполне вероятно, оно включает в себя не только идею «водить опасно, как и пользоваться оружием», но и «пользоваться оружием так же опасно, как и водить автомобиль». Если наше предположение верно, то здесь также можно говорить о процессе создания «интеграционной модели», в которой процесс концептуальной интеграции предполагает использование и последующее развитие существующих связей и аналогий между исходными ментальными пространствами [Скребцова 2011].

Иногда социальная реклама использует визуальные образы, как мы предполагаем, не самым удачным образом, в таких случаях даже лингвистическая часть мультимодальной метафоры не всегда сразу может дать понять реципиенту, какую же информацию до него пытаются донести. Например, на рис. 3 (кампания WWF – World Wildlife Fund for Nature) визуальный образ среза дерева, в котором среди колец виден человеческий зародыш, дополнен надписью «Help us to protect mother nature».

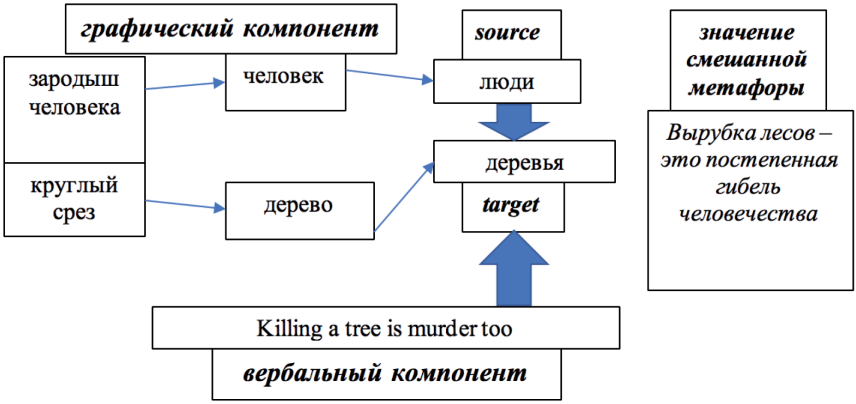
Рис. 3. Социальная реклама WWF
(images.app.goo.gl/fiUHAFwQYfEoTsQ48)

Рекламная кампания направлена на предотвращение дальнейшей вырубки лесов, но социальная реклама весьма неоднозначна. От реципиента требуется значительное количество когнитивных усилий, чтобы расшифровать значение графической составляющей мультимодальной метафоры – сначала идентифицировать зародыш человека, который скрывается в середине среза как в матке матери, а затем инферировать значение этого изображения, придя к концептуальной метафоре ЧЕЛОВЕК – ЭТО ДЕРЕВО. Такая глубокая метафтонимическая взаимосвязь (см. метафтонимическая схема 3), вероятно, может

создать когнитивный диссонанс довольно высокого уровня, и не позволяет считать данную смешанную визуально-графическую метафору удачной.

Схема 3

Метафтонимическая схема социальной рекламы WWF



Тем не менее можно полагать, что совмещение процессов метафоризации и метонимии упрощает процесс дедукции при расшифровке реципиентом заложенного смысла, а продуктивное взаимодействие между метафорой и метонимией позволяет реципиенту перенести осознание положения человека (беззащитность) на положение лесов (как беззащитных жертв бездумных действий человечества). Это дает производителю социальной рекламы возможность гарантировать эмоциональное вовлечение целевой аудитории и обеспечить внимание и интерес к своей кампании. Тем не менее можно не согласиться с Pérez-Sobrino, утверждающей, что мультимодальный подход к метафорам в согласовании с метонимией помогает обеспечить отсутствие неверных интерпретаций [Pérez-Sobrino 2016]. Как мы убедились, не все вербально-графические смешанные метафоры являются удачными и могут создавать у реципиента довольно высокий уровень когнитивного диссонанса, препятствующий пониманию вложенной автором информации.

Другой пример неудачной, на наш взгляд, смешанной метафоры, связанной с культурными различиями восприятия одних и тех же реалий, представлен рекламой французской мужской обуви,

используя метафорически выраженную идею «от привлекательного галстука до привлекательных ботинок» (см. рис. 4).

Рис. 4. Коммерческая реклама Clerget
(picclick.fr/Publicit%C3%A9-Advertising-088-1985-chaussures-312215849273.html)

В то же самое время в мусульманской стране Египет (бывшей французской колонии, где обувь фирмы «Clerget» пользуется большим спросом) подобная реклама воспринимается крайне негативно, вызывая когнитивный диссонанс у реципиентов по той причине, что обувь играет в арабской культуре весьма определенную роль. Один из самых невежливых жестов у арабов – это нога с повернутой к собеседнику подошвой; чтобы нанести человеку смертельное оскорбление, достаточно ударить его ботинком, а одно из самых неприличных ругательств на египетском диалекте арабского языка – «gazma adima» (старый башмак). Подобное обстоятельство превращает европейскую успешную и креативную рекламу в неудачную смешанную вербально-графическую метафору в арабской стране, поскольку, как упоминает Forceville, «metaphors in advertising (and many other genres as well) have strong evaluative and ethical dimensions» (метафоры в рекламе (и во многих других жанрах) обладают значительными оценочными и этическими аспектами) [Forceville 2017, с. 39].

В то время, как термин «смешанная метафора» для данного типа метафор не используется некоторыми учеными, например Forceville, предлагают называть подобные явления «multiple source domain metaphor», мы считаем употребление термина «мультимодальная смешанная метафора» в подобных случаях весьма правомерным тогда, когда в ней соблюдаются следующие условия: использование двух (или более)

исходных доменов при наличии единого целевого домена в ограниченном объёме дискурса, а значение конечного бленда шире или сложнее, чем значения исходных доменов [Forceville 2016]. Во всех упомянутых выше примерах данные условия соблюдаются (компактность рисунка и используемых лингвистических средств является весьма ограниченным объемом). Также можно отметить, что в мультимодальном контексте одновременное метонимическое расширение в исходном и целевом доменах, вероятно, широко распространено (однако для доказательства продуктивности данной модели необходимы более детальные исследования). В целом, как отмечает Н. Алоске, «metonymy is found to be very productive to metaphoric activity, and a considerable proportion of metaphors are based on a metonymy» (метонимия весьма продуктивна в метафорической активности, и значительная часть метафор основана на метонимии) [Alosque 2014, с. 78].

Заключение

Результаты данного исследования привлекают внимание к альтернативным стратегиям, используемым в рекламе и отличным от основного потока рекламных кампаний. Часто рекламные объявления относятся к категории «шок реклама» – *shockvertising* (в данной работе см. рис. 3), которая не приветствуется многими поисковыми системами (например, Яндекс фильтрует контент, именуемый *шок рекламой*, по причине нередких случаев фальсификации данных и непристойного контента), однако подобная реклама неизбежно вовлекает реципиента в процесс когнитивной интерпретации заложенной в нее идеи. Такие примеры, как правило, требуют от реципиента значительных когнитивных усилий в процессе расшифровки смысла рекламы, а в терминах когнитивной лингвистики, для верной идентификации доменов-источников и целевого домена. Кроме того, без лингвистической составляющей каждого изображения сделать это в некоторых случаях практически невозможно. Можно предполагать, что если данные факторы будут учитываться при создании мультимодальной метафоры в рекламе, то ее влияние на целевую аудиторию может быть более эффективно. Если же визуальные корпусы (например, *VisMet.com*) будут приводить описание когнитивного воздействия на реципиента каждого примера мультимодальной метафоры, то у производителей подобной рекламы появится возможность учитывать оплошности других дизайнеров и не повторять их в будущем.

Подводя итог, можно сделать вывод, что разноканальность может как усугублять когнитивный диссонанс при выборе неоднозначных и нетрадиционных доменов, так и смягчать его, обеспечивая «подпитку» участвующих в формировании метафоры доменов при использовании их более известных адресату проекций. При отсутствии же одного из каналов, в данном случае вербального (например, невозможности его перевести или слишком мелком шрифте), общая картина мультимодальной метафоры теряется, и инференция значения во многих случаях не представляется возможной. Смешанный характер вербально-визуальных метафор заключается не столько в присутствии двух каналов передачи информации, сколько в плотной «упаковке» большого объёма знаний и импликаций (выводного знания) на компактном отрезке текста и изображения. При порождении таких метафор задействуются механизмы метафоры, метонимии, метафтонимии, которые требуют от адресата повышенной когнитивной готовности и способности к инференции замысла рекламодателей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Голубкова Е. Е., Таймур М. П. Факторы преодоления когнитивного диссонанса в смешанных метафорах (на материале английского языка) // Когнитивные исследования языка. 2019. № 36. С. 147–154. [Golubkova, E. E., Taymour, M. P. (2019). Overcoming cognitive dissonance in mixed metaphors (based on English). Kognitivnyye issledovaniya yazyka. № 36. pp. 147–154. (In Russ.)].

Кибрик А. А. Мультимодальная лингвистика // Когнитивные исследования языка. 2010. № 4. С. 135–152. [Kibrik, A. A. (2010). Multimodal linguistics. Kognitivnyye issledovaniya yazyka. № 4. pp. 135–152. (In Russ.)].

Рябых Е. Б. К вопросу о мультимодальной метафоре (на примере социальной рекламы) // Когнитивные исследования языка. 2019. № 38. С. 162–169. [Ryabykh, E. B. (2019). On the issue of multimodal metaphor: a study of social advertising. Kognitivnyye issledovaniya yazyka. № 39. pp. 162–169. (In Russ.)].

Скребцова Т. Г. Когнитивная лингвистика. СПб. : Филологический факультет СПбГУ, 2011. 256 с. [Skrebtzova, T. G. (2011). Kognitivnaya lingvistika (Cognitive Linguistics). St. Petersburg: The Faculty of Philology SPbGU. (In Russ.)].

Соколова О. В. Маркеры лингвокреативности в рекламном дискурсе // Когнитивные исследования языка. 2019. № 38. С. 239–246. [Sokolova, O. V.

(2019). Markers of linguistic creativity in advertising discourse. Kognitivnyye issledovaniya yazyka. № 38. pp. 239–246. (In Russ.)].

Alousque Negro, I. Pictorial and verbo-pictorial metaphor in Spanish political cartooning // Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación. 2014. № 57. P. 59–84.

Carroll, N. Theorizing the Moving Image. Cambridge : CUP, 1996. 223 p.

Fauconnier, G. Mental Spaces Text. Cambridge, Mass. : MIT Press, 1985. 258 p.

Forceville, C. The role of non-verbal metaphor sound and music in multimodal metaphor // C. Forceville & E. Urios-Aparisi (eds.), Multimodal Metaphor. Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2009a. P. 383–400.

Forceville, C. Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: agendas for research // C. Forceville & E. Urios-Aparisi (eds.), Multimodal Metaphor. Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2009b. P. 19–42.

Forceville, C. Mixing in pictorial and multimodal metaphors? // Raymond W. Gibbs-Jr. (ed.), Mixing Metaphors. Amsterdam : John Benjamins, 2016a. P. 223–239.

Forceville, C. Visual and multimodal metaphor in film: charting the field // Kathrin Falenbrach (ed.), Embodied Metaphors in Film, Television and Video games: Cognitive Approaches. London : Routledge, 2016b. P. 17–32.

Forceville, C. Visual and multimodal metaphor in advertising: cultural perspectives // Styles of communication. 2017. № 9 (2). P. 26–41.

Kappelhoff, H., Mueller, C. Embodied meaning construction: Multimodal metaphor and expressive movement in speech, gesture, and feature film // Metaphor and the Social World. 2011. № 1. P. 121–153.

Kromhout, R., Forceville, C. Life is a journey: the source-path-goal schema in the videogames Half-life, Heavy Rain, and Grim Fandango // Metaphor and the Social World. 2013. № 3. P. 100–116.

Lakoff, G. Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind. Chicago : University of Chicago press, 1987. 373 p.

Lakoff G. The contemporary theory of metaphor // D. Geeraerts (ed.), Cognitive Linguistics: Basic Reasings. Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2006. P. 186–238.

Lakoff, G., Johnson, M. Metaphors We Live By. USA: University of Chicago Press,1980. 252 p.

Pérez-Sobrino, P. Shockvertising: conceptual interaction patterns as constrains on advertising creativity // Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación. 2016. № 62. P. 257–290.

УДК 81.25

К. И. Таунзенд

кандидат филологических наук, доцент;
доцент кафедры переводоведения
и практики перевода английского языка переводческого факультета;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: townsendX@yandex.ru

СКРОМНОЕ ОБАЯНИЕ АНГЛИЙСКОЙ ДРАМАТУРГИИ: ПЬЕСА Р. ДОДСЛИ В ПЕРЕВОДЕ А. И. КРАСОВСКОГО

В статье рассматривается русский перевод пьесы Роберта Додсли «The Toy Shop», выполненный Александром Ивановичем Красовским в 1799 г. Лингвистический и прагматический анализ перевода позволил выявить тесную связь между стратегией перевода и личностью переводчика, чьи убеждения и взгляды повлияли на принятие переводческих решений. Из этого следует, что переводной текст может рассматриваться как автопортрет переводчика в исторической ретроспективе.

Ключевые слова: история перевода; художественный перевод; английский фарс; Роберт Додсли; Александр Иванович Красовский; история России; XVIII век.

K. I. Taunzend

PhD (Philology), Associate Professor;
Department of Translation Studies and Translation and Interpreting (the English Language),
Faculty of Translation and Interpreting;
Moscow State Linguistic University;
e-mail: townsendX@yandex.ru

THE DELICATE CHARM OF THE ENGLISH DRAMA: “THE TOY SHOP” IN THE RUSSIAN TRANSLATION

The article examines the Russian translation made by Alexander I. Krassovsky in 1799 of Robert Dodsley’s “The Toy Shop”. The linguistic and pragmatic analysis of the translation has revealed close ties between the translation strategy and the translator’s personality whose views and ideas had a major impact on the translation techniques. Consequently, the target text is viewed as the translator’s self-portrait in historic retrospect.

Key words: translation history; literary translation; the English farce; Robert Dodsley; Alexander I. Krassovsky; history of Russia; 18th century.

Введение

Имя Роберта Додсли (1703–1764), не столь известное современному читателю, было хорошо знакомо в литературных кругах XVIII в.

не только в Англии, но и за ее пределами. Поэт и драматург, книготорговец и издатель, он прославился тем, что своей издательской деятельностью популяризировал английскую литературу и своих знаменитых современников: С. Джонсона, А. Поупа, О. Голдсмита и др. Успех его первой пьесы – сатирического фарса «The Toy Shop» (1735) – был отчасти обусловлен именем А. Поупа, кому ее сначала по ошибке приписывали и чье непосредственное влияние на литературное творчество Р. Додсли очевидно. Несмотря на свои несовершенства, этот фарс стал чрезвычайно популярен: он был сыгран 34 раза и выдержал шесть изданий только за первый 1735 г. За этим последовали многочисленные переиздания (не всегда с согласия автора) и перевод на французский язык. Сегодня это короткое произведение входит во все антологии английского фарса.

Однако в России Роберт Додсли прославился совсем другим трудом – философско-религиозным сочинением «The Economy of Human Life» или «Экономия жизни человеческой», которое несколько раз переводилось на русский язык и переиздавалось в нашей стране в XVIII–XIX вв. Причина такого интереса заключалась в чрезвычайной востребованности этого сочинения среди масонства, широко распространившегося в образованной части российского общества именно в указанный период времени. «Книга Додсли была для русских масонов как бы сжатой энциклопедией нравственности, изложенной необычайно легко и изящно. <…> “Экономия жизни человеческой” касалась тех же вопросов, какие ставились обыкновенно и масонами в их речах и изъяснениях к “актам” и катехизисам. Сочинение Додсли было как бы настольной книгой нравственности, руководством к жизни чистой и безгрешной. Не случайно “Экономия…” в другом переводе и с сокращениями была включена в состав “Карманной книжки для В. К.”, изданной Новиковым в Москве в 1783 г.» [Блудилина 2016, с. 260]. Авторитет Роберта Додсли в масонских кругах России обеспечил ему известность более чем на полстолетия после его смерти.

Другим не менее значимым обстоятельством, укрепившим славу английского драматурга и издателя в России, стало еще одно его произведение «The Perceptor: First Principles of Polite Learning» (1748). Появившись в нашей стране в переводе с немецкого издания как «Наставник, или Всеобщая система воспитания», эта книга явилась «важным источником знакомства русского читателя с Шекспиром … в котором в качестве образцов для театральных декламаций приведены

монологи и сцены из пьес Шекспира. <…> Третье немецкое издание, “исправленное и умноженное” профессорами Иоганном Шреком и Иоганном Эбертом, послужило источником для переводов на русский язык отрывков из шекспировских пьес» [Захаров 2009, с. 131]. Таким образом, посредством этого трактата имя Роберта Додсли вызывало в сознании русского литературного общества ассоциации с пьесами великого английского драматурга.

Но перечень сочинений, прославлявших Р. Додсли в России, был бы неполным без указания русского перевода его первой пьесы, которая предстала перед отечественной публикой под названием «Галантерейная лавка» (1799) в переводе А. И. Красовского. Безусловно, другие вышеупомянутые произведения английского автора затмевали в глазах русского читателя небольшую комедию, которая так и осталась в стороне у исследователей переводной литературы и культуры рубежа XVIII–XIX вв. Именно по этой причине в задачи настоящей статьи входит заполнение этого пробела и внимательное рассмотрение русского текста «Галантерейной лавки» в сравнении с английским оригиналом на предмет выбора переводчиком своих решений в условиях определенного культурно-исторического контекста.

А. И. Красовский – переводчик Р. Додсли

Для выполнения данной задачи следует сказать несколько слов о переводчике. Александр Иванович Красовский (1780 г. по др. источ. 1776 г. – 1857) известен как историограф, цензор, академик, деятельный сотрудник Императорской Публичной библиотеки в 1810–1833 гг. Он родился в Петербурге в семье протоиерея Петропавловского собора Ивана Ивановича Красовского, который также занимался переводами с греческого и латинского языков. Получив образование в гимназии при Академии наук и владея английским, немецким, французским, итальянским и латинским языками, А. И. Красовский поступил на службу переводчиком в академическую канцелярию в 1798 г., а в 1800 г. был одновременно назначен учителем географии в гимназию, которую окончил [Михеева 1995]. Именно к этому периоду относится выполненный им перевод английской комедии Р. Додсли, который он посвятил президенту Академии наук барону А. Л. фон Николаи. По-видимому, небольшая пьеса популярного в то время автора привлекла внимание молодого переводчика, решившего попробовать себя на ниве художественного перевода.

При этом, говоря об Александре Ивановиче Красовском, нельзя не упомянуть, что он тоже снискал себе известность в литературных кругах 1820-х гг., но это была, скорее, нелестная слава. Приведем свидетельства биографических источников. «Время цензорства Красовского – печальный мартиролог русской литературы. Например, Туманский перевел известное стихотворение “Le chute des feuilles”, ныне входящее даже в учебные хрестоматии. Перевод был датирован, и Красовский написал против авторской пометки: “9 марта 1823 г., т. е. в один из первых дней великого поста, весьма неприлично писать о любви девы, неизвестно какой, когда говорят о материнской любви и о смерти”. Даже статейка “О вредности грибов” была запрещена на том основании, что “грибы – постная пища православных, и писать о вредности их – значит подрывать веру и распространять неверие”. Еще более неистовствовал Красовский в области иностранной литературы, которую называл “смердящим гноищем, распространяющим душегубительное зловоние”. Почти на каждой рассмотренной книге, после изложения мнений членов комитета, имеется в делах комитета отметка: “а г. председатель полагал бы безопаснее запретить”. Цензуровались даже ноты; почтовую бумагу, прибывавшую из-за границы, велено было осматривать, нет ли на ней возмутительных воззваний, печатанных невидимыми простому глазу химическими чернилами» [Энциклопедический словарь 1890–1907]. В этот прискорбный перечень деяний можно вставить одно «но». Такое мрачное отношение к иностранной литературе развилось у Александра Ивановича, вероятно, значительно позже, так как оно не могло мотивировать его к созданию собственного перевода английского фарса. Ввиду столь противоречивых сторон биографии А. И. Красовского обратимся к тексту его перевода как к непосредственному свидетельству самого переводчика. Иными словами, мы рассмотрим переводной текст как автопортрет человека, выполнившего его пусть даже в чужой манере (имея в виду, что перевод призван, прежде всего, отражать оригинал).

Лингвопрагматический анализ пьесы «Галантерейная лавка»

Сюжет пьесы Р. Додсли целиком построен на нравоучении: хозяин лавки, продавая покупателям различные сувениры и украшения, придает своим товарам аллегорический смысл и сопровождает

каждую покупку образной речью, обличающей пороки и возвышающей добродетели. Вот как он сам объясняет успех своей торговли:

> For really, as it is a trifling age, so nothing but trifles are valued in it. Men read none but trifling authors, pursue none but trifling amusements and contend for none but trifling opinions. A trifling fellow is preferred, a trifling woman admired. Nay, as if there were not real trifles enow, they now make trifles of the most serious and valuable things. Their time, their health, their money, their reputation are trifled away. Honesty is becoming a trifle, conscience a trifle, honour a mere trifle, and religion the greatest trifle of all [Dodsley 1735, с. 13–14].

> Ибо мы живем в таком ветреном веке, в котором только что одни безделушки и находятся в уважении. Люди читают одних ветреных писателей, забавляются одними пустяками, и токмо что неосновательных держатся мнений. Вертячка предпочитается всему, и беспутной женщине всяк дивится. Народ оставляет без всякаго почтения даже важнейшия и драгоценнейшия вещи и обращает оныя в смех, как будто и без них мало в свете истинных пустяков. Люди, ветряя, теряют свое здоровье, проживают денежки и помрачают свою славу. У них честность есть столь же ничего не значущая вещь, сколько и совесть. Честь свою почитают они совершенными пустяками, а веру и совсем ни во что не ставят [Галантерейная лавка 1799, с. 18–19].

В английском оригинале автор обыгрывает нравоучительное наблюдение повтором слова *trifle*, создавая таким образом разные стилистические приемы, которые, безусловно, представляют сложность в переводе, так как основаны на формах исходного языка. Как видим, А. И. Красовский весьма успешно справился с непростой задачей. Взяв за основу эмоциональное воздействие, заложенное в данном фрагменте оригинала, он использовал семантический ряд, обозначающий пустые, преходящие характеристики (*ветреный*, *безделушка*, *пустяк*, *вертячка*, *ветренеть*) с повтором слов *ветреный* и *пустяк*, чем достиг эквивалентности и адекватного художественно-эстетического впечатления, при этом перевод выполнен с соблюдением узуса русского языка. В данном фрагменте (как и во всем тексте) русский переводчик ориентировался больше на передачу смыслового содержания, чем формально-стилистических особенностей оригинала, так как А. И. Красовскому явно импонировала основная идея пьесы Р. Додсли о забвении современным ему обществом вечных ценностей и о предпочтении им временных, суетных вещей.

Однако русскому переводчику не везде удалось столь же успешно справиться с передачей содержания английского оригинала. Так, в другом ключевом фрагменте, передающем образ хозяина лавки, встречаются искажения смысла из-за неверно подобранного соответствия в переводе.

> *2 LADY*: Why, sir, methinks you are a new kind of a satirical parson, your shop is your Scripture and every piece of goods a different text from which you expose the vices and follies of mankind in a very fine allegorical sermon.
>
> *MASTER*: Right, madam, right; I thank you for the simile. I may be called a parson indeed, and am a very good one in my way. I take delight in my calling and am never better pleased than to see a full congregation. Yet it happens to me as it does to most of my brethren, people sometimes vouchsafe to take home the text perhaps but mind the sermon no more than if they had not heard one [Dodsley 1735, p. 16].

> *2 ГОСПОЖА*: Что это такое! Мне кажется, что ты священник новаго рода: лавка твоя у тебя Библия, а всякая вещь, продающаяся в ней, текст, посредством котораго ты изъясняешь недостатки и слабости людей в прекрасной проповеди, исполненной иносказаний (аллегорий).
>
> *ХОЗЯИН*: Правда, сударыня, правда; покорно благодарю за ваше сравнение. Меня действительно можно назвать священником, да еще и не худым, судя по моему состоянию. Звание мое мне приносит удовольствие, и я никогда столько рад не бываю, как когда вижу, что лавка моя наполнена слушателями. Но знаете ли что, сударыня? Со мною то же случается, что с большею частью моей братьи священников, а именно: некоторые из слушателей моих такие бывают люди, которые помнят текст, удерживая в уме своем столь мало проповеди, как будто они и слова из оной не слыхали [Галантерейная лавка, с. 24–25].

Здесь русский переводчик старался в точности передать создаваемые автором образы: *a satirical parson – священник нового рода*; *shop / Scripture – лавка / Библия*; *a piece of goods / text – вещь / текст.* Но в последнем случае дословное воспроизведение англ. *text* как *текст* приводит к искажению авторской метафоры. В английском языке это слово имеет религиозное значение, которому соответствуют русские слова «текст, отрывок; цитата из Библии» (НБАРС). Впоследствии, где автор разворачивает образ *take home the text but mind the sermon*, противопоставляя форму (*text*) и ее содержание (*sermon*), в русском переводе слово текст не имеет религиозного значения и поэтому не вступает здесь в прямое отношение «форма – содержание». Отсюда не вполне

понятно, как можно «помнить текст, удерживая в уме мало проповеди». Для сохранения авторской метафоры здесь следовало бы передать *text* как *притча*, ведь именно притчи составляют неотъемлемую часть Евангелия и представляют собой иносказательную форму, передающую скрытое содержание. Тогда было бы ясно, как можно «помнить притчу, удерживая в уме мало проповеди», т. е. толкования этой притчи. И товары в лавке гораздо больше похожи на притчи, чем на тексты, потому что за внешней обыденностью несут в себе нравоучительный смысл, раскрываемый хозяином лавки. Кстати, последнего следовало бы сравнить не со священником, а с проповедником. Хотя проповедь напрямую связана с обязанностями священника, всё же основные семы в значении этого слова указывают на совершение им церковных таинств. «Священник. В православии: служитель культа, исполняющий церковные службы и требы, иерей» [Ожегов 1990, с. 704]. В то время как слово *проповедник* также обозначает служителя культа, но с указанием на произнесение им проповедей [там же, с. 616]. В этом же контексте англ. *congregation* следовало бы перевести не как *слушатели*, а как *прихожане*: ведь именно так хозяин лавки – проповедник нового рода – рассматривает своих покупателей, предлагая им разные товары-притчи. В результате описанных искажений смысла А. И. Красовский «размывает» образ проповедника, который является ключевым элементом замысла автора. Осмелимся предположить, что причина этого могла заключаться в увлечении переводчиком морализаторским смыслом оригинала в ущерб тем значениям, посредством которых этот смысл передавался.

Столь пристальное внимание Александра Ивановича к содержательной стороне текста проявляется также в опущениях в переводе, которые он допускает, вероятно, из идеологических соображений, поскольку оба опущенных фрагмента относятся к одной теме[1]:

> 1. Some fine gentlemen may not see their good manners in it perhaps, ***nor some parsons their religion***, yet it is a very fine glass [Dodsley 1735, p. 14].
>
> – Хотя и бывают в большом свете такие люди, которые не приметили б в этом зеркале своей благопристойности, но невзирая на то оно очень изрядно [Галантерейная лавка 1799, с. 18].

[1] Фрагменты английского оригинала, опущенные в переводе, выделены авт. – *К. Т.*

2. The people of this age have arrived to such perfection in the art of masking themselves that they have no occasion for any foreign disguises. You shall find ***infidelity masked in a gown and cassock***; and wantonness and immodesty under a blushing countenance [Dodsley 1735, p. 23–24].

– Люди нынешняго века в искусстве украшаться личинами достигли до такого совершенства, что уже совсем не имеют нужды в новых лукавствах. В наш век под видом притворного целомудрия сыщешь порочность [Галантерейная лавка 1799, с. 43].

В обоих примерах А. И. Красовский опускает в переводе насмешку автора над лицемерием иных церковнослужителей, которые «не увидели бы собственной веры» в чудесном зеркале и «неверие которых прикрывается сутаной», т. е. о пороках священства русский переводчик счел нужным умолчать. Объяснить такие действия возможно, на наш взгляд, личными убеждениями Александра Ивановича Красовского, который сам происходил из семьи духовного звания и не хотел даже в форме художественного вымысла бросать тень на репутацию священников, чтобы этим не подрывать основы веры.

Убеждениями переводчика продиктован в отдельных случаях выбор лексических соответствий в русском тексте. Так, передавая речь щеголя, заглянувшего в лавку, А. И. Красовский намеренно насыщает перевод иноязычными заимствованиями, чтобы с их помощью создать отрицательный образ.

BEAU: …a little decent smut is the very life of all conversation. It's the wit of drawing-rooms, assemblies and tea-tables [Dodsley 1735, c. 20].

ЩЕГОЛЬ: Несколько пристойное похабство придает всю живость *конверсации*. Оно есть душа всякой *компании* и предмет забавы сидящих за чайным столиком [Галантерейная лавка 1799, с. 35].

Заметим, что иноязычные слова в русском тексте выделены курсивом, как и некоторые другие слова и французские выражения (*дефиниции*, *double entendre*, *à la mode*), употребляемые щеголем. При этом хозяин лавки подчеркнуто отказывается от заимствованных слов, говоря щеголю: …*душа всякого сообщества*, *или*, *как вы говорите*, *компании* [Галантерейная лавка, с. 35]. Таким образом А. И. Красовский выделяет речевые характеристики положительного и отрицательного персонажей. Очевидно, что симпатии переводчика направлены в сторону первого из них, что свидетельствует о приверженности идеям языкового пуризма, появившегося в литературных кругах России

в последние десятилетия XVIII в. Ярким представителем этого идейного течения был А. С. Шишков, по рекомендации которого А. И Красовский был принят в члены Российской Академии в 1838 г.

Заключение

Как следует из всего сказанного выше, текст русского перевода 1799 г. несет на себе печать личности переводчика. Его убеждения и идейная позиция легли в основу мотивации к созданию перевода нравоучительного фарса, обличающего пороки современного для той эпохи общества. Возможно, уже за таким выбором художественного произведения для перевода скрывались личные качества будущего строгого цензора. Но определенно те же убеждения и стремление к назидательности повлияли на стратегию переводчика, когда у него в приоритете – сохранение морализаторского содержания оригинала, и гораздо меньше он заботился о передаче художественной формы для этого содержания. Его опущения были продиктованы заботой о сохранении авторитета священства в народе, что перекликается с более поздними замечаниями цензора А. И. Красовского. Приверженность переводчика тенденции пуризма в русском языке его времени обусловила подбор им лексических соответствий в переводе и, возможно, позднее вылилась в негативное отношение к иностранной литературе. Даже если принять во внимание то обстоятельство, что бурное негодование по поводу цензорской деятельности Александра Ивановича Красовского проистекало отчасти из бунтарского духа романтизма, господствовавшего в культуре начала XIX в., всё же указанные характеристики его перевода, выполненного им в молодости, обнаруживают в нем ревнителя морали, поборника патриархального уклада и ярого противника западных идей. Примечательно здесь еще и то, что удаленный во времени мало известный художественный перевод рядового переводчика можно рассматривать как автопортрет, воссоздающий для нас сегодня характерные черты личности и эпохи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Блудилина Н.Д. «Путешествия разума» русского культурного общества 1760-х гг. Просветительско-издательская деятельность литературного кружка М. М. Хераскова // Studia Litterarum. 2016. Т. 1. № 1–2. М.,

2016. С. 256–268. [*Bludilina, N. D.* (2016). «Puteshestviya razuma» russkogo kul'turnogo obshchestva 1760-kh gg. Prosvetitel'sko-izdatel'skaya deyatel'nost' literaturnogo kruzhka M. M. Kheraskova ("Journeys of the Mind" in the Russian Cultural Society of the 1760-s. Educational and Publishing Activity of Kheraskov Literary Circle). Studia Litterarum. T. 1. № 1–2 (pp. 256–268). (In Russ.)].

Галантерейная лавка. Комедия / пер. Александра Красовского. СПб. : Тип. И. К. Шнора, 1799. 64 с. [Galantereinaya lavka. Komediya (The Toy Shop. Comedy). Perevod s anglinskogo Aleksandra Krasovskogo (translated by Aleksander Krasovsky). (1799) St.-Petersburgh : Tip. I. K. Shnora. (In Russ.)].

Захаров Н. В. Процесс шекспиризации в русской литературе рубежа XVIII–XIX вв.: пример М. Н. Муравьева // Знание. Понимание. Умение. 2009. № 2. М., 2009. С. 130–139. [*Zakharov, N. V.* (2009). Protsess shekspirizatsii v russkoi literature rubezha XVIII–XIX vv. : primer M. N. Murav'eva (The Process of Shakespearization in the Russian Literature at the Turn of the XVIII–XIX Centuries: the Example of N. M. Muravyov). Znanie. Ponimanie. Umenie. № 2 (pp. 130–139). Moscow. (pp. 130–139). (In Russ.)].

Михеева Г. В. Красовский Александр Иванович // Сотрудники Российской национальной библиотеки – деятели науки и культуры: библиографический словарь. СПб. : РНБ, 1995. С. 290. [*Mikheeva, G. V*. (1995). Krasovskii Aleksandr Ivanovich (A. I. Krasovsky). Sotrudniki Rossiiskoi natsional'noi biblioteki – deyateli nauki i kul'tury: bibliograficheskii slovar' (p. 290). St. Petersburg : RNB. (In Russ.)].

Новый Большой англо-русский словарь: в 3 т. / Ю. Д. Апресян, Э. М. Медникова, А. В. Петрова и др. М. : Рус. яз., 1993. [Novyi Bol'shoi anglo-russkii slovar': v 3 t. (The New English-Russian Dictionary). Apresyan, Yu. D., Mednikova, E. M., Petrova, A. V. (1993). Moscow : Rus. yaz.].

Ожегов С. И. Словарь русского языка / под ред. Н. Ю. Шведовой. М. : Рус. яз., 1990. 917 с. [*Ozhegov, S. I*. (1990). Slovar' russkogo yazyka (The Russian Language Dictionary). Moscow : Rus. yaz. (In Russ.)].

Энциклопедический словарь Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона. СПб. : Брокгауз-Ефрон, 1890–1907. [Entsiklopedicheskii slovar' F. A. Brokgauza i I. A. Efrona (The Encyclopedic Dictionary) (1890–1907). St. Petersburg: Brokgauz-Efron. (In Russ.)]. URL: dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz_efron.

Dodsley R. The Toy Shop. London: Henry E. Huntington Library, 1735. 60 p.

Dodsley R. // Encyclopedia Britannica. URL: www.britannica.com/biography/Robert-Dodsley. SPb.: Brokgauz-Efron, 1890–1907. URL: dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz_efron.

УДК 81’37

А. В. Трубочкин

соискатель кафедры лексикологии английского языка факультета английского языка;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: nalugu@mail.ru

ЯВЛЕНИЕ ВЗАИМНОЙ АТТРАКЦИИ ВО ФРАЗОВО-ГЛАГОЛЬНЫХ КОНСТРУКЦИЯХ

Статья посвящена изучению свойств аттракции английских фразовых глаголов (ФГ), рассматриваемых как лексико-грамматические конструкции с позиций грамматики конструкций и корпусной лингвистики. Впервые свойства аттракции ФГ-конструкций изучаются при помощи методов и техник корпусного анализа, позволяющих провести детальное исследование свойств и возможных связей аттракции с процессом продуцирования фразовых глаголов.

Ключевые слова: фразовые глаголы; грамматика конструкций; корпусный анализ; Delta P; аттракция; взаимная аттракция; глубина аттракции; метод глубокого поля.

A. V. Trubochkin

External Post-Graduate Student;
Department of English Lexicology;
English Language Faculty;
Moscow State Linguistic University;
e-mail: nalugu@mail.ru

MUTUAL ATTRACTION IN PHRASAL VERB CONSTRUCTIONS

The paper examines the features of attraction of English phrasal verbs (PhVs) viewed as lexico-grammatical constructions using the combination of a corpus-based and constructional approach. For the first time, the features of attraction of PhVs are investigated with the use of corpus techniques and methods of corpus analysis which allow us to conduct a detailed investigation of possible links between the attraction effect and PhV production.

Key words: phrasal verbs; construction grammar; corpus analysis; Delta P; attraction; mutual attraction; attraction depth; deep field of attraction.

Введение

Статья посвящена проблеме аналогического словообразования на материале фразовых глаголов (далее – ФГ) в современном английском языке. В силу распространенности ФГ и словообразовательной

CC BY

активности в плане создания новых ФГ по определенным моделям остается открытым вопрос, какие факторы способствуют данному процессу в системе языка и вовлекают новые единицы в орбиту ФГ. В духе теории грамматики конструкций мы рассматриваем ФГ как лексико-грамматические конструкции, определяемые как самостоятельные лексические единицы языка, представляющие собой такие сочетания определенных частей речи в определенной синтаксической последовательности, значение которых не образуется простой композицией значений ее компонентов, т. е. сочетания, характеризующиеся особенными синтаксико-грамматическими, морфологическими и семантическими свойствами. Следовательно, конструкция обладает особыми взаимозависимыми силами, определяющими сочетаемость ее компонентов и «допускающими» в состав конструкции необходимые единицы номинации. Эти силы оказывают влияние на семантику конструкции и проявляются на лексическом и синтаксико-грамматическом уровнях. Одной из таких сил является сила притяжения или аттракция одних компонентов конструкции по отношению к другим [Голубкова 2009]. В данной статье рассматривается конструкция, представляющая собой сочетание глагола, частицы в постпозиции и актантов-участников конструкции. В случае, если глагол и частица образуют ФГ в конструкции, то такую конструкцию мы называем ФГ-конструкцией. Исследуя силу аттракции в ФГ-конструкции между глаголом и частицей, мы пытаемся ответить на вопрос, может ли аттракция, допуская новые глаголы в состав конструкции, быть использована в качестве критерия идентификации новых ФГ.

Таким образом, в статье рассматривается характер и особенности аттракции, проявляющиеся во фразово-глагольных конструкциях (ФГ-конструкции) с позиции грамматики конструкций и корпусной лингвистики [Fillmore 1983]. Цель работы – установление связи аттракции с процессом продуцирования новых фразовых глаголов (ФГ), степени участия аттракции в кластеризации ФГ и ее влияния на процесс создания новых ФГ.

Методы корпусного исследования и выбранный инструментарий обработки корпусных данных, описанные ниже, позволяют детально изучить характер и уровни проявления аттракции между частицей и глаголом и поставить вопрос о закономерностях процесса продуцирования новых фразовых глаголов по критериям аттракции.

Материал и методы исследования

Для анализа аттракции глагола и частицы во фразово-глагольных конструкциях, в качестве инструмента исследования использовались одна из общепризнанных статистических процедур, используемых в корпусной лингвистике для оценки статистической значимости взаимной аттракции между лексическими единицами *Delta P*, а также MI (Mutual Information), LL (LogLik, или Log-Likelihood test) [Gablasova, Brezina, McEnery 2017] и корпусный инструментарий LancBox (университет Ланкастер, Великобритания) [Brezina, Timperley, McEnery 2018] для обработки корпусных данных. В качестве статистической базы возьмем корпус типа *snapshot*, своего рода «корпус-снимок» с какого-либо известного сбалансированного репрезентативного корпуса, например BNC или COCA. Такой корпус-снимок (snapshot corpus) должен соответствовать одному и тому же корпусному фрейму – целям и условиям составления исходного репрезентативного корпуса, но представляющий собой лишь срез такого корпуса по какому-либо одному критерию, поэтому такой корпус содержит относительно небольшой объем слов при соблюдении условий репрезентативности. Одним из таких корпусов-снимков, является корпус LOB (Ланкастер – Осло – Берген), объемом 1 млн слов и являющийся репрезентативным для корпуса BNC в части письменной формы современного английского языка на 1960-е гг.

В качестве материала исследования используются представители различных семантических кластеров фразовых глаголов, образуемых частицами *away* и *through*. Под семантическим кластером мы понимаем множество ФГ, обладающих синонимическим значением.

Предварительные результаты исследования

Для проверки гипотезы, утверждающей, что аттракция может служить маркером ФГ-конструкции и классификатором ФГ, необходимо изучить особенности аттракции и установить ее характеристики. Прежде чем проводить анализ взаимной аттракции глагола и частицы away с применением процедуры *Delta P*, проверим аттракцию частицы, чтобы определить, какие глаголы и насколько сильно притягиваются к частице в первую очередь. Следовательно, необходимо проверить аттракцию частицы по отношению как к низкочастотным, так и высокочастотным глаголам. Для этой цели применим статистические процедуры MI и LL, соответственно.

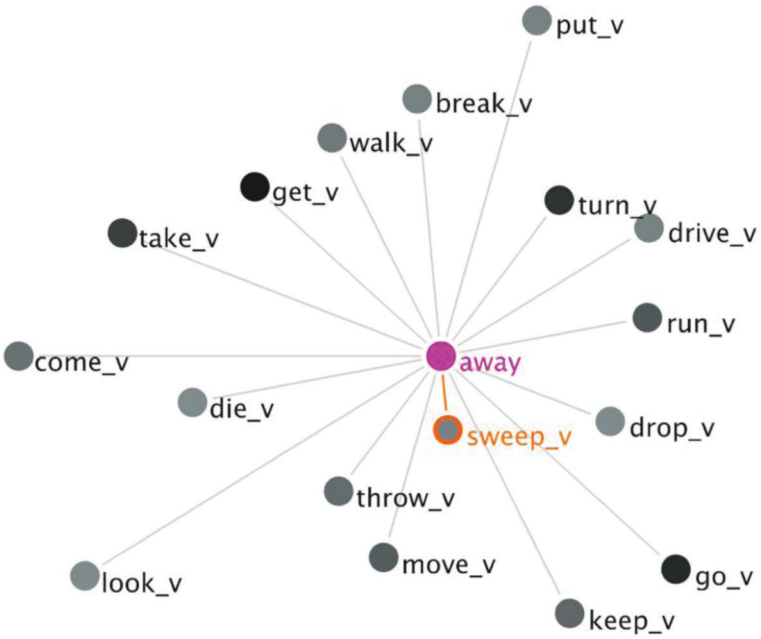


Рис. 1. Аттракция частицы *Away*
при нормалльных значениях порогов аттракции и частотности

Процедура MI при нормальных пороговых значениях (порог аттракции и порог частотности) (см. рис. 1), применяющаяся к лексическим единицам с невысокой частотностью, показывает, что к частице *away*, притягиваются глаголы, достаточно часто встречающиеся в речи и предрасположенные к образованию с разными частицами достаточно частотных ФГ, что демонстрировалось нами в предыдущих исследованиях, где также обнаруживались такие ФГ, как *jot down*, выделяющиеся своей исключительно высокой силой взаимной аттракции между глаголом и частицей [Голубкова, Трубочкин 2019].

Этот факт поднимает вопрос о значимости аттракции в процессе формирования ФГ и возможности классифицировать ФГ по критерию аттракции. Поэтому, оперевшись на результаты нашего предыдущего исследования, можно сделать предположение о существовании также и других ФГ, схожих по своим характеристикам аттракции с *jot down*, в том числе ФГ с другими частицами и не выявляющихся при нормальных значениях порогов аттракции и частотности, т. е. как бы

составляющих массив потенциально возможных ФГ. Для проверки этого предположения уменьшим порог частотности, но при этом существенно увеличим порог аттракции и снова применим ту же статистическую процедуру MI к частице *away*. Таким образом, мы как бы настраиваемся на выявление более глубоких связей между глаголом и частицей, обладающих исключительно высокой степенью аттракции, поэтому предположительно, не таких частотных, как показано на рисунке 1. Назовем этот метод ***методом глубокого поля аттракции*** (Deep field of attraction), заимствуя его первую часть из терминологии астрономии. Термин "deep field" был введен NASA и используется в астрономии для изучения посредством телескопа Hubble скоплений далеких галактик в глубоком космосе: при наведении телескопа на черный фрагмент космического пространства, не содержащий видимых источников света, производилась настройка параметров инструмента (параметров экспозиции телескопа Hubble), затем производилась обработка полученных данных, в результате чего в исследуемом фрагменте проявлялись множества скоплений далеких галактик, проект 1993–1995 гг. Термин удобно применить здесь, так как аттракция подобна магниту, магнит имеет магнитное поле, поле действует, т. е. и мы можем говорить о действии поля аттракции, или о том, что попадает в поле аттракции, но в нашем случае действие поля аттракции мы обнаруживаем еще и в третьем измерении – по уровням частотности притягиваемых лексических единиц, т. е. поле аттракции действует как бы по глубине всей частотности глаголов – от поверхностного видимого или частотного уровня (обычные частотные ФГ) до некоего глубокого уровня, где мы обнаруживаем низкочастотные глаголы. И на каждом уровне частотности мы обнаруживаем действие поле аттракции, выражаемое силой аттракции (1-е измерение) и направлением действия (2-е измерение): частица → глагол, глагол → частица, взаимно ↔. Таким образом, чтобы охватить весь спектр лексических глаголов, удобно говорить о глубине поля аттракции или глубине аттракции (3-е измерение), на которой обнаруживается действие ее поля, в которое попадают захватываемые лексические единицы на разных уровнях частотности. То есть таким методом мы пробуем установить, насколько глубоко по уровням частотности лексических единиц ФГ-конструкции проникает поле аттракции или же глубину поля аттракции. Подобным способом, манипулируя

параметрами порога частотности глаголов и порога аттракции частицы, мы исследуем, насколько глубоко по уровням частотности глаголов распространяется действие поля аттракции частицы, обнаруживая всё новые глаголы, аттракция частицы к которым превышает пороговое значение, подсказывая нам об устойчивости таких соединений и об образовании ФГ. Исходя из чего, мы можем сделать предположение о кластеризации ФГ на разных уровнях частотности. Другими словами указанный метод позволяет установить глубину проникновения поля аттракции или глубину аттракции лексической единицы, заполняющей один слот конструкции, в уровни частотности коллокатов, заполняющих другой слот конструкции, проявляя новые группы ФГ на каждом уровне частотности, а также установить границы частотности коллокатов по отношению к лексическому компоненту конструкции, занимающего первый слот.

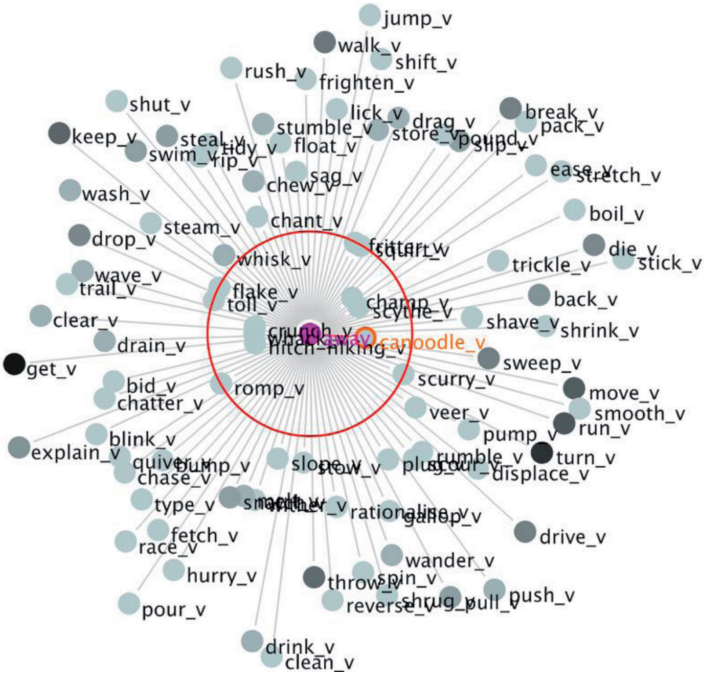


Рис. 2. Аттракция частицы *Away*

Результаты применения метода глубокого поля, отображенные на Рисунке 2, свидетельствуют о проявлении аттракции частицей

также и в конструкциях с низкочастотными глаголами, причем гораздо более сильной, чем она проявляется на умеренной и высокой частотностях. Поэтому частотные глаголы, такие как *get*, *go*, *run*, *throw*, *take* или *turn*, отображенные на рисунке 1, в данном случае, занимают уже периферийные позиции на рисунке 2, а в область особенно сильной аттракции, граница которой обозначена красным цветом вокруг частицы away, попадают такие ФГ, как *canoodle away*, *champ away*, *crunch away*, *hitch-hike away*, *scythe away*, *whack away*, *flake away* или *romp away*. Иными словами, используя представленный выше метод глубокого поля аттракции, показывающий взаимную регулировку значений порогов частотности глагола и порога аттракции частицы, мы можем наблюдать процесс объединения глаголов в отдельные множества (группы) относительно аттракции частицы по всей частотности употребления глаголов, т. е. мы можем оценить не только силу аттракции на какой-то одной частотной группе глаголов, но и оценить глубину проявления аттракции по всем глагольным группам относительно частотности.

Понятие глубины аттракции

Таким образом, метод глубокого поля выявляет множество ФГ, образующихся за счет сильной аттракции частицы на неявном (скрытом или глубинном) уровне относительно частотности употребления глаголов. Более частотные глаголы обнаруживаются сразу при первой итерации метода, т. е. располагаются как бы на поверхностном уровне проявления действия аттракции, в то время как с каждой последующей итерацией метода (увеличиваем порог аттракции, но при этом уменьшаем порог частотности) обнаруживаются всё новые кластеры глаголов, подверженные силе аттракции частицы, т. е. располагаются на последующих более глубоких уровнях проявления аттракции, доходя до определенного глубинного уровня проявления аттракции, которому соответствуют низкочастотные глаголы. ФГ в таких кластерах могут быть далее классифицированы по степени силы аттракции внутри своего уровня. Другими словами, метод глубокого поля можно определить как корпусный итерационный метод нахождения ФГ по глубине аттракции.

Для того чтобы проверить насколько сильно притягиваются частотные глаголы, применим статистическую процедуру LL по

отношению к частице away. Данная процедура заключается в определении по силе аттракции лексической единицы, занимающей один слот конструкции, возможных ее коллокатов для второго слота конструкции, при средней и высокой частотности последних (в данном случае силы аттракции частицы по отношению к глаголам при условии достаточно высокой частотности их употребления). Результаты применения процедуры LL показывают, что в область аттракции при средней и высокой частотностях, граница которой обозначена красным цветом на Рисунке 3 попадают высокочастотные глаголы *get*, *go*, *run*, *throw*, *move*, *take* или *turn*, т. е. такие глаголы также достаточно сильно притягиваются частицей, но на своем частотном уровне.

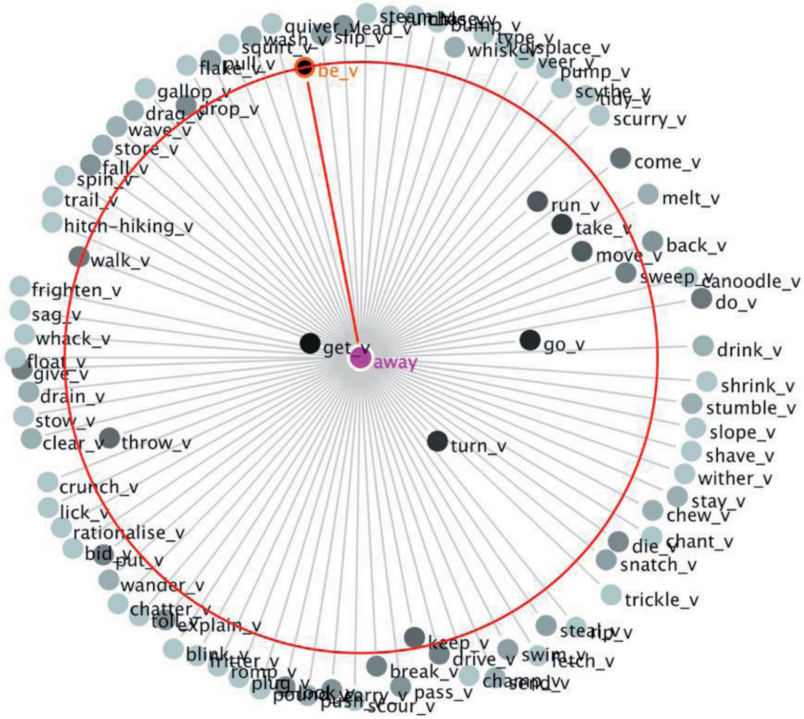


Рис. 3. Аттракция частицы Away

Таким образом, аттракция проявляется на разных уровнях частотности: частотном или поверхностном уровне проявления действия силы аттракции, которому соответствует первая итерация метода

глубокого поля, и скрытом – низкочастотном, которому соответствуют последующие итерации применения метода глубокого поля, сопровождающиеся ступенчатым повышением порога аттракции частицы и одновременным понижением уровня частотности глаголов, доходя до определенного глубинного уровня проявления действия силы аттракции, обозначающего границу ее распространения. Причем на глубинном уровне аттракция оказывается сравнительно выше аттракции, проявляющейся на поверхностном уровне, для которого характерна достаточно высокая частотность употребления лексических единиц, где мы наблюдаем частотные глаголы первой итерации метода, т. е. они как бы располагаются на поверхности действия сил аттракции. Это, в свою очередь, предоставляет возможность классифицировать ФГ по категории, соответствующей уровню аттракции. Следует отметить, что высокая степень аттракции обнаруживается на обоих уровнях. В таблице 1 приведены примеры ФГ с высокой степенью силы аттракции как на поверхностном, так и на глубинном уровнях. Сравните.

Таблица 1

Категория ФГ по глубине аттракции частицы

Глубина аттракции частицы	
Поверхностный уровень	Глубинный уровень
get away	canoodle away
go away	champ away
turn away	crunch away
run away	hitch-hike away
take away	scythe away
move away	whack away
throw away	flake away
sweep away	fritter away
keep away	romp away
be away	scurry away

Определившись с характером поведения аттракции частицы по отношению к глаголу, можно приступить к изучению вопроса, насколько взаимна такая аттракция, иными словами, насколько сильно, в свою очередь, глагол притягивает частицу. О наличии взаимной

аттракции между глаголом и частицей во фразовых глаголах также свидетельствуют и результаты корпусного анализа ФГ-конструкций предыдущих исследований [Голубкова, Трубочкин 2019; Трубочкин 2019].

Применение Delta P в корпусном анализе ФГ-конструкций

Для анализа взаимной аттракции применим процедуру статистической значимости *Delta P* при пороговых значениях для высокой степени взаимной аттракции. Процедура заключается в определении силы взаимной аттракции между компонентами, занимающими соседние слоты конструкции, по отношению друг к другу. В нашем случае процедура позволяет проанализировать, насколько взаимна аттракция между частицей и глаголом, т. е. какие глаголы, притягиваемые частицей, обладают аттракцией по отношению к частице, и, в свою очередь, притягивают ее. Таким образом, с помощью *Delta P*, мы анализируем степень взаимности такой аттракции и устанавливаем группы ФГ с аттракцией, значения которой, характеризующие ее действие в обоих направлениях, от частицы к глаголу и от глагола к частице, статистически значимы. Это может свидетельствовать о наличии еще одной характеристики аттракции – направления (действия) аттракции.

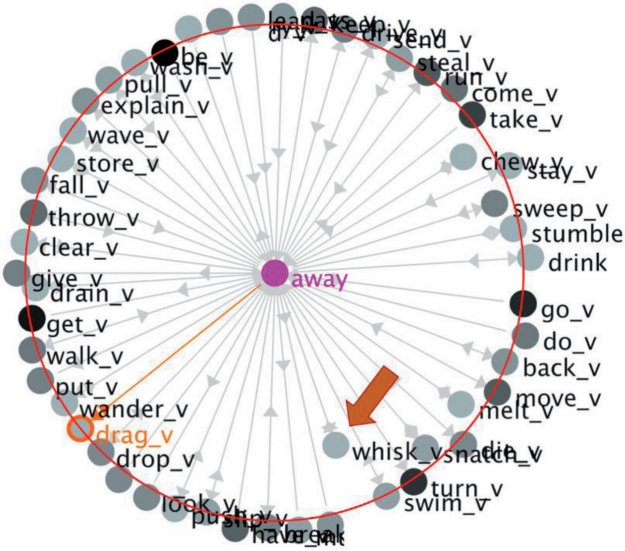


Рис. 4. Взаимная аттракция частицы *Away* и глаголов

Результаты применения *Delta P*, показанные на Рисунке 4, свидетельствуют о существовании еще одной категории фразовых глаголов, с точки зрения аттракции выделяемых по наличию статистически значимой величины взаимной или двусторонней силы между частицей и глаголом. В данной категории ФГ можно выделить представителей отдельного класса, обладающих особо сильной взаимной аттракцией типа *jot down*. Отметим, что чем сильнее взаимная аттракция, тем менее, глагол способен на самостоятельное употребление в речи без частицы в том же значении. К таковым ФГ с частицей *away*, относится фразовый глагол *whisk away*, как обладающий более высокой взаимной аттракцией (см. рис. 4). Исходя из этого, мы можем предположить, что глагол *whisk* без частицы *away* менее предрасположен к употреблению в том же значении, что и *whisk away*. Чем ближе располагается глагол к центру рисунка, тем большей взаимной аттракцией обладает пара глагол – частица. Также отметим, что большинство существующих часто употребляемых ФГ, которые обнаруживаются на поверхностном уровне аттракции частицы, т. е. на уровне, характерном достаточно высокой частотностью ее коллокатов (см. табл. 1), обнаруживаются также и по характеристике взаимной аттракции, принимая околопороговые значения (см. рис. 4), т. е. не очень высокие, но удовлетворяющие критерию статистической значимости, т. е. достаточные для того, чтобы аттракцию считать взаимной. Кроме того, наряду с ними, а точнее, несколько ближе к центру рисунка – частице, т. е. с несколько более высоким значением силы взаимной аттракции, располагается множество и других глаголов (см. рис. 4), образующих устойчивые соединения с частицей, с точки зрения взаимной аттракции. Другими словами, ФГ поверхностного уровня аттракции частицы задают пороговый уровень взаимной аттракции, выше которого сочетание другого глагола с частицей становится фразовым глаголом. В случае с частицей *away*, выше порогового уровня обнаруживаются и глаголы романской этимологии, например, *explain*, что делает его, с точки зрения взаимной аттракции фразовым глаголом *explain away*.

Исходя из сравнительного анализа первых *top* 10 ФГ каждого уровня аттракции, мы можем наблюдать (см. табл. 2), что ФГ поверхностного уровня аттракции обладают также и достаточной взаимной аттракцией.

Таблица 2

Категории ФГ по уровням аттракции (с частицей away)

Глубина аттракции частицы		Взаимная аттракция		
Поверхностный уровень	Глубинный уровень	Пороговая	Высокая	Очень высокая
get away	canoodle away	get away	chew away	whisk away
go away	champ away	go away	melt away	
turn away	crunch away	turn away	sweep away	
run away	hitch-hike away	take away	snatch away	
take away	scythe away	run away	drain away	
move away	whack away	move away	store away	
throw away	flake away	keep away	stumble away	
sweep away	fritter away	throw away	back away	
keep away	romp away	come away	drug away	
be away	scurry away	break away	wander away	

Следовательно, такие ФГ могут образовывать модели продуцирования аналогичных лексических конструкций, коллоструктуры которых выявляются на глубинном уровне аттракции и на уровне взаимной аттракции. (Ср.: см. табл. 2). Проверим сделанное предположение по отношению и к другой частице – *through*. Приняв во внимание вышеизложенные результаты, сразу перейдем к процедуре *Delta P* для идентификации фразовых глаголов по критерию достаточной взаимной аттракции.

Результаты применения *Delta P* также свидетельствуют о наличии множества глаголов (см. рис. 5), обладающих взаимной аттракцией по отношению и к частице *through*, среди которых также выделяются пары с более сильной взаимной аттракцией, такие как *rotate through* или *peer through*, что, с точки зрения взаимной аттракции, делает их устойчивыми лексическими соединениями. Сравните два синонимичных высказывания, *I'll* ***get through*** *this problem because I'll keep moving and won't let anything stop me*[1] и *I'll* ***rotate through*** *this problem*[2], где ФГ *rotate through* дополнительно передает всю семантику придаточного предложения причины из первого примера. *Rotate through* добавляет модифи-

[1] Пример взят у носителя английского языка Марка Уильямса (Mark Williams), Лондон, Великобритания.

[2] Там же.

кацию как бы непоколебимой твердой решительности к значению *get through*, поэтому часть *because I'll keep moving and won't let anything stop me* можно опустить, если использовать в той же конструкции *rotate* вместо *get*. *Rotate through* «возьмет» эту семантику на себя.

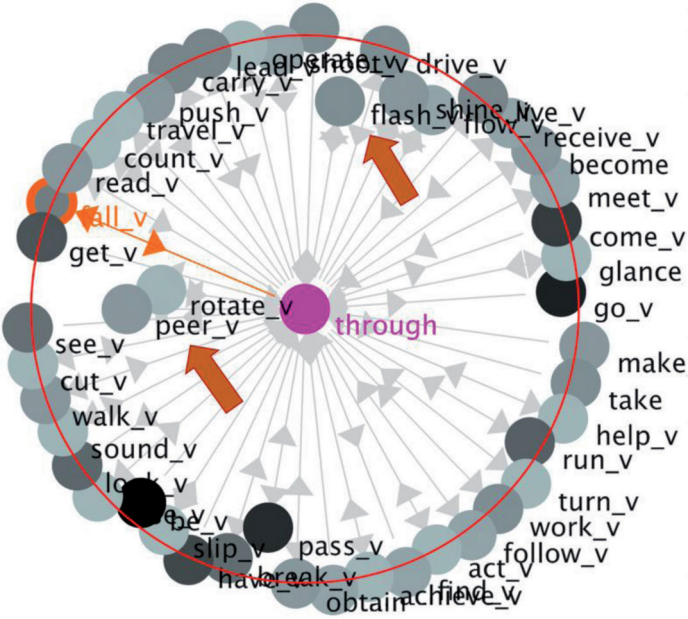


Рис. 5. Взаимная аттракция частицы Through и глаголов

Кроме того, с помощью *Delta P* мы обнаруживаем скрытые ФГ, представителей криптоклассов ФГ. Например: *the thought flashed through her mind…*[1], где *through*, на первый взгляд, выполняет функцию отдельного предлога, поэтому распознать ФГ в этом предложении довольно сложно, если мы не знаем о наличии устойчивой взаимной сильной связи между *flash* и *through*, которая может быть определена через *Delta P*. При этом выявляется, что аттракция между *flash* и *through* не только взаимна, но и обоюдна, что на рисунке 5 указано красной стрелкой – глагол *flash* располагается заметно ближе к центру рисунка – частице *through*, чем большинство остальных представителей указанной группы.

[1] Пример взят из корпуса L-O-B (a romance section, file: p-romance.txt, index: 724, line: 514).

Опираясь на полученные результаты, мы можем предположить, что *flash through* является не просто биграммом, т. е. синтаксической последовательностью, состоящей из двух отдельных лексических единиц, глагола и частицы, достаточно часто встречающихся в корпусе, а лексическим сочетанием, обладающим существенной взаимной аттракцией, что в терминологии корпусной лингвистики определяется как «lexical bundle» [Brezina, McEnery, Wattam 2015], и с точки зрения нашего исследования, фразовым глаголом. Другими словами, процедура Delta P помогает распознать в конструкции потенциальный фразовый глагол и, как следствие, выявить и саму ФГ-конструкцию. Встретив сочетание *flash through*, с опорой на принцип аналогии, мы можем указать на вполне известный «родительский» фразовый глагол *go through*, который, во-первых, обозначит «семантический коридор», а, во-вторых, укажет на ФГ-конструкцию типа **X Verb+through Y**, где *Verb + through* – фразовый глагол, образуемый по принципу аналогии. Например: *His voice sounded through the house*. *But there was no reply*[1].

Кроме того, глагол *Verb*, подвергнувшийся эффекту коэрции со стороны ФГ-конструкции, в которую он погружен, привносит свой вклад в семантику самой ФГ-конструкции, а точнее, модификацию в значение ФГ-конструкции [Голубкова, Трубочкин 2019; Голубкова 2002]. Этот процесс наблюдается на примере глагола *flash*, где глагол является модификатором скорости выполнения действия, обозначаемого ФГ-конструкцией с частицей *through*, задающей базис семантической структуры, к которой фразовый глагол вынужден адаптироваться.

Заключение

Таким образом, мы установили, что аттракция, как показатель устойчивости лексического сочетания, кроме силы или степени, имеет глубину действия, выражаемую уровнями аттракции, и характеристику направления действия. Глубина аттракции обратно пропорциональна частотности притягиваемых лексических единиц. Фразовые глаголы распределяются по группам, соответствующим уровням аттракции, которые могут быть определены применением *Delta P* и методом глубокого поля.

Кроме того, на уровне взаимной аттракции определяются представители криптоклассов фразовых глаголов, в том числе

[1] Пример взят из корпуса L-O-B (a romance section, file: p-romance.txt, index: 753, lines: 3894–3895).

и коллоструктции, по которым представляется возможным определить исходную ФГ-конструкцию, по аналогии которой произошло продуцирование новых ФГ. Исходные ФГ-конструкции концентрируются на поверхностном уровне аттракции, в то время как их коллоструктции стремятся к локализации на глубинном уровне и на уровне взаимной аттракции. Для упрощения формулировок в дальнейших исследованиях ФГ-конструкций, представляется логичным выделить две категории ФГ: 1) по глубине аттракции: поверхностная или глубинная аттракция; 2) по направлению аттракции: взаимная или аттракция частицы.

Причем в каждой категории ФГ сила аттракции может быть как низкой, так и высокой. Кроме того, новые глаголы, выявляющиеся на различных уровнях аттракции выше ее порогового значения, обладают свойством модификатора семантического значения ФГ-конструкции, в которой они употребляются, но при этом подстраиваются под семантику самой конструкции – эффект коэрции. Такой процесс приведения значения в соответствие с коммуникативной ситуацией при использовании лексической единицы в глагольной позиции ФГ-конструкции и удерживаемой в этой позиции силой аттракции частицы, можно выделить как номинативную особенность, свойственную именно ФГ-конструкциям.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Голубкова Е.Е. Использование корпусных данных при изучении словосочетаний устойчивого характера (на материале английского языка) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2009. Вып. 572. С. 30–36. [Golubkova, E.E. (2009). Ispol'zovanie korpusnyh dannyh pri izuchenii slovosochetanij ustojchivogo haraktera (na materiale anglijskogo jazyka) (Corpus data application in the study of English phraseological units). Vestnik of Moscow state linguistic university. Humanities. Vyp. 572 (pp. 30–36). (In Russ.)].

Голубкова Е.Е. Использование лингвистических корпусов при решении семантических проблем // Методы когнитивного анализа семантики слова: компьютерно-корпусный подход / под общ. ред. В.И. Заботкиной. М. : Языки славянской культуры, 2015. С. 39–81. (Studia philologica). [Golubkova, E.E. (2015). Ispol'zovanie lingvisticheskih korpusov pri reshenii semanticheskih problem (Application of corpora in addressing semantic problems). Metody kognitivnogo analiza semantiki slova: komp'juterno-korpusnyj podhod). Zabotkina, V.I. (ed.), (pp. 39–81). Moscow: Jazyki slavjanskoj kul'tury. (Studia philologica). (In Russ.)].

Голубкова Е. Е. Фразовые глаголы движения (когнитивный аспект). М. : ГЕОС, 2002. 174 с. [Golubkova, E. E. (2002). Frazovye glagoly dvizhenija (kognitivnyj aspekt) (Phrasal verbs of movement (the cognitive aspect)). Moscow: GEOS. (In Russ.)].

Голубкова Е. Е., Трубочкин А. В. Фразовые глаголы как грамматические конструкции (на материале английского языка) // Когнитивные исследования языка. Интегративные процессы в когнитивной лингвистике: материалы Международного конгресса по когнитивной лингвистике. Н.-Новгород : ДЕКОМ, 2019. № 37. С. 604–609. [Golubkova, E. E., Trubochkin, A. V. (2019). Frazovye glagoly kak grammaticheskie konstrukcii (na materiale anglijskogo jazyka) (Phrasal verbs from the viewpoint of construction grammar in modern English). Kognitivnye issledovanija jazyka. Integrativnye processy v kognitivnoj lingvistike: materialy Mezhdunarodnogo kongressa po kognitivnoj lingvistike (Issue 37, pp. 604–609). N-Novgorod: DEKOM. (In Russ.)].

Трубочкин А. В. Явление коэрции во фразово-глагольных конструкциях // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2019. Вып. 6 (822). С. 79–90. [Trubochkin, A. V. (2019). Yavlenie koercii vo frasovo-glagol'nyh konstrukciyah (Coercion in phrasal verb constructions). Vestnik of Moscow state linguistic university. Humanities. (Vyp. 6 (822), pp. 79—90). (In Russ.)].

Филлмор Ч. Основные проблемы лексической семантики // Новое в зарубежной лингвистике / под. ред. М. А. Обориной. М. : Радуга, 1983. Вып. XII. С. 74–122. [Fillmore, Ch. (1983). Osnovnye problemy leksicheskoy semantiki (Topics in lexical semantics). In Oborina, M.A. (ed.), Novoe v zarubezhnoy ligvistike (Vyp. 12, pp. 74–122). Moscow: Raduga. (In Russ.)].

Brezina, V. Statistics in Corpus Linguistics. Cambridge : Cambridge University Press, 2018. P. 1–37.

Brezina, V., McEnery, T., Wattam, S. Collocations in context: A new perspective on collocation networks // International Journal of Corpus Linguistics. Vol. 20. Issue 2, pp. 139–173). Amsterdam : John Benjamins, 2015.

Brezina, V., Timperley, M., McEnery, A. #LancsBox v. 4. x. Software package. Lancaster : Lancaster University, 2018.

Gablasova, D., Brezina, V., McEnery, T. Collocations in Corpus-Based Language Learning Research: Identifying, Comparing, and Interpreting the Evidence // Language Learning. Vol. 67. S. 1, pp. 155–179. Lancaster: Lancaster University, 2017.

Greis, S. Some proposals towards a more rigorous corpus linguistics // Zeitschrift für Anglistik und Amerikanistik. 2006. Vol. 54, Issue 2, pp. 191–202.

McEnery, T., Hardie, A. Corpus linguistics: method, theory and practice. Cambridge : Cambridge University Press, 2011. P. 48–52.

УДК 81-114.2

М. А. Уханова

аспирант кафедры лексикологии английского языка факультета английского языка;
ст. преподаватель кафедры лингвистики
и межкультурной коммуникации заочного факультета;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail umhanova@mail.ru

КОРПУСНЫЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ КОНСТРУКЦИЙ (на материале анекдотов на английском языке)

В статье приводится когнитивно-корпусный анализ лексико-грамматической конструкции, которая, согласно выдвигаемой гипотезе, при совмещении с другой конструкцией в тексте шутки вызывает у реципиента когнитивный диссонанс и приводит к созданию комического эффекта. Автор предпринимает попытку рассмотреть проблему вычленения конструкции при помощи колексемного анализа на основе статистических данных корпуса The Intelligent Web-based Corpus (iWEB). В результате проведенного исследования делается вывод об определенной степени аттракции разных элементов конструкции, что позволяет свидетельствовать о ее устойчивости в языке. При дальнейшем изучении анекдотов с позиции грамматики конструкций (C&G) возможно рассматривать такие конструкции, как неделимые лексико-грамматические структуры. Их взаимодействие в комическом тексте имеет широкий потенциал для изучения когнитивных процессов восприятия и порождения юмора.

Ключевые слова: анекдот; корпусный анализ; грамматика конструкций; коэрция; фрейм; когнитивная лингвистика; комический эффект.

M. A. Ukhanova

PhD Student, Department of English Lexicology, Faculty of English;
Senior Lecturer, Department of Linguistics and Intercultural Communication;
Faculty of Correspondence Education;
Moscow State Linguistic University;
e-mail umhanova@mail.ru

CORPUS–BASED APPROACH TO CONSTRUCTIONS (analysis of jokes in the English Language)

The article provides corpus-based analysis of the so-called lexico-grammatical constructions which are considered to be the key element of a joke. According to our hypothesis, blending of constructions and respective frames in a joke causes cognitive dissonance in recipient and as a result of it, leads to comic effect. The author attempts to look into the problem of identifying a construction employing the

colexeme analysis based on the data from The Intelligent Web-based Corpus (iWEB). The results demonstrate a certain degree of attraction between the construction elements which proves its stable nature in the language. Further research of the jokes within Construction Grammar approach is aimed to consider such constructions as ultimate lexico-grammatical structures while their interaction in a humorous text may give grounds to the investigation of cognitive processes laying behind the perception and creation of humour.

Key words: joke; corpus analysis; construction grammar; coercion; frame; cognitive linguistics; humorous effect.

Введение

Изучение природы юмора через призму когнитивной лингвистики позволяет по-новому посмотреть на привычные механизмы восприятия и порождения смешного. Анализируя анекдоты на английском языке с позиции грамматики конструкций Ч. Филлмора и А. Голдберг [Fillmore 1988; Goldberg 2003], мы предположили, что комический эффект достигается не только благодаря лексической многозначности, а за счет создания когнитивного диссонанса одновременно на уровне синтаксиса и на лексическом уровне при помощи наложения конструкций и стоящих за ними фреймов [Голубкова, Уханова 2019]. Данный взгляд на природу анекдота позволяет не только «примирить» семантику и синтаксис в вопросе порождения смешного, но и под новым ракурсом посмотреть на само понятие конструкции, которое остается спорным даже в рамках подхода грамматики конструкций (C&G).

В данной статье рассматривается возможность вычленения и интерпретации лексико-грамматических конструкций в тексте анекдота с применением корпусного анализа, в частности колексемного метода, позволяющего судить о силе аттракции элементов предполагаемой конструкции. Широкое применение статистики помогает решать непростые лингвистические задачи. Так, метод коллострукционного исследования, созданный С. Грисом и А. Стефановичем, позволяет выявить взаимоотношения и взаимозависимости элементов конструкции и их значений с математической точностью [Грис, Стефанович 2004]. Колексемный анализ, будучи составной частью коллострукционного метода, позволяет с помощью данных современных корпусов оценить, какие компоненты конструкции более устойчивы, а какие к ним «притягиваются». Для этого учитывается полное количество языковых форм той или иной единицы (например, глагола), содержащееся в корпусе.

Выбор колексемного метода для анализа конструкций в анекдотах позволяет более точно очертить границы конструкций, их количество и количество стоящих за ними фреймов, а также подтвердить или опровергнуть гипотезу о том, что комический эффект создается путем совмещения двух или более конструкций в тексте шутки.

Понятие конструкции и подходы к ее изучению

В центре внимания исследования C&G находится конструкция, которая в определении А. Голдберг является языковой единицей, в которой план выражения или план содержания не является строго обусловленным его составными частями: «C is a CONSTRUCTION iffdef C is a form-meaning pair ‹Fi›, ‹Si› such that some aspect of Fi or some aspect of Si is not strictly predictable from C's component parts or from other previously established constructions» [Goldberg 1995, с. 5]. Данное определение охватывает основные свойства конструкции: конструкция неразрывно связывает форму и значение, является не только планом выражения, но и отражает познания говорящего о языке, а также форма или значение конструкции не всегда могут быть однозначно определены содержанием ее компонентов. Важным принципом C&G является восприятие конструкции одновременно на лексическом и синтаксическом уровне, как единого блока, хранящегося в памяти говорящего [Fillmore et al. 1988]. По мнению Хилперта, все наши знания о языке можно свести к уровню конструкций, например нельзя сказать, что ребенок сначала изучает отдельные слова, а лишь потом грамматические правила их сочетаемости, напротив, только начиная осваивать речь, он оперирует определенными языковыми конструктами [Hilpert 2014].

Таким образом, конструкция – своеобразный краеугольный камень построения высказывания или дискурса в целом. При этом возникает вопрос о механизме вычленения конструкции в элементе текста. Многие сторонники C&G относят к понятию конструкций не только устойчивые словосочетания или высказывания, но и целые предложения или тексты, а также отдельные морфемы или префиксы [Рахилина 2010]. Изучая анекдоты с позиции C&G, мы сталкиваемся с аналогичной проблемой. Так, довольно легко вычленить конструкцию в анекдоте, в котором комический эффект создается за счет синтаксической многозначности. Например:

(1) Time flies like an arrow. Fruit flies like a banana.

Очевидно, мы можем говорить в данном анекдоте о совмещении конструкций *time flies = NOUN+VERB* и *time flies = NOUN+NOUN* и, аналогично, *fruit flies = NOUN+VERB* и *fruit flies = NOUN+NOUN*. В высказывании *like a banana* (*like an arrow*) *like* также выступает одновременно в качестве разных элементов двух конструкций *like + a NOUN* и *VERB+ a NOUN*.

Однако в большинстве изученных нами анекдотов когнитивный диссонанс, определяемый как «существование противоречивых отношений между отдельными элементами в системе знаний» [Фестингер 1999, с.18] создается на фонетическом уровне (посредством омонимии) или лексическом (полисемии) [Уханова, 2019]. Вычленение конструкций в подобных анекдотах, на первый взгляд представляет сложность.

Кроме того, актуальной проблемой при изучении анекдотов с позиции C&G является разграничение идиоматических выражений и конструкций. Рассмотрим пример:

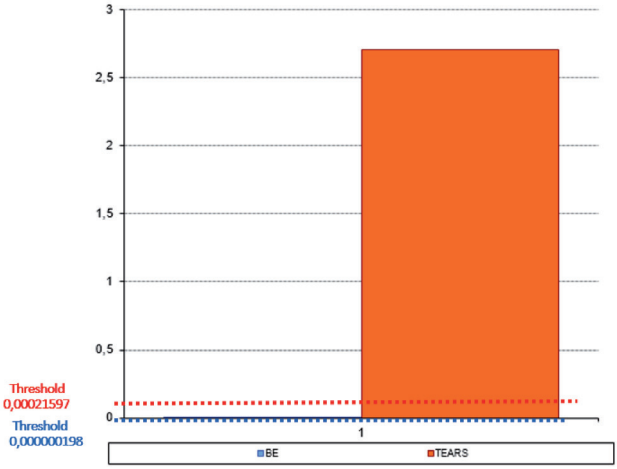


Рис. 1. Степень аттракции элементов конструкции относительно порогового значения

(2) A: Arthur hasn't been out one night for three weeks.
B.: Has he turned over a new leaf?
A.: No, he has turned over a new car.

Можем ли мы считать в этом анекдоте идиому *turn over a new leaf* (*начать жизнь с нового листа*) конструкцией или ее частью? Согласно теории C&G, лексика и грамматика в языке не должны восприниматься обособленно: лексический запас является прочным «строительным материалом», а грамматические правила и правила словообразования позволяют говорящему быть гибким и создавать оригинальные высказывания [Hilpert 2014]. Неразрывная связь лексики и синтаксиса позволяет конструкциям быть продуктивными. Так, Филлмор подчеркивает продуктивность идиоматических выражений, что позволяет на их основе стоить новые оригинальные высказывания. Например, *the more*, *the merrier* может трансформироваться в *the bigger*, *the better*; *the bigger*, *the deadlier* и т. д.,и представляет собой конструкцию *The X-er*, *The Y-er* [Fillmore et al. 1988]. Таким образом, фразеологизмы также выступают в роли конструкции и могут рассматриваться через призму C&G.

Далее с помощью колексемного анализа мы попытаемся более четко выявить механизм вычленения конструкции.

Материал и методологическая база исследования

В качестве материала для колексемного анализа нами были отобраны анекдоты, в которых наименее очевидно задействованы конструкции. Рассмотрим пример шутки, в которой когнитивный диссонанс реализуется на фонетическом уровне, или, как кажется на первый взгляд, исключительно посредством омонимов:

(3) The two pianists had a good marriage. They always were in a chord.

При более детальном рассмотрении становится понятно, что юмористический эффект создается не столько благодаря омонимии лексических единиц *in accord* и *in a chord*, сколько за счет искажения устойчивой языковой модели *to be in accord* и наложения двух фреймов *to have good family relationship* и *to share musical interests*, которые активизируются ключевыми словами *good marriage* и *pianists*, соответственно.

Изучение таких языковых моделей с помощью колексемного анализа позволяет сделать вывод об устойчивости их компонентов. Исследование включало в себя несколько этапов:

Вычленение предполагаемой лексико-грамматический конструкции в тексте шутки:

– определение количества предполагаемых конструкций, фреймов и ключевых слов;

– выбор корпуса для исследования;

– определение порога аттракции;

– определение силы аттракции между элементами предполагаемой конструкции;

– основываясь на полученных данных о силе аттракции, делается вывод об устойчивости лексико-грамматической конструкции.

В качестве статистической базы исследования был выбран наиболее полный на данный момент корпус The Intelligent Web-based Corpus (iWEB), объёмом 14 млрд слов (BY University, USA), поскольку тематика анекдотов и используемая в них лексика, могут быть достаточно широкими.

Колексемный анализ конструкции в анекдоте на английском языке

По мнению Е. Рахилиной, каламбурный эффект в анекдотах создается при наложении конструкций, однако полного совмещения достичь почти невозможно: «Обычно с языковой точки зрения безупречной является только одна конструкция, а другая должна так или иначе “подстроиться” под нее – при этом, как правило, нарушаются условия ее построения» [Рахилина 2010, с. 144]. Приведем пример подобного совмещения в анекдоте:

(4) A man just attacked me with milk, cream and butter. I mean, how dairy!

Безупречной является закрепленная в английском языке конструкция «How dare you!», которая накладывается на «неправильную» «how dairy!», являющейся бессмыслицей, так как представляет собой искаженную конструкцию «How + ADJECTIVE!». Примечательно, что обе конструкции являются восклицательными, что в сочетании с третьей конструкцией *to be attacked with sth* порождает в нашем восприятии смешение фреймов *an attack / crime* и *dairy products*. Благодаря данному совмещению «правильной» и «искаженной» конструкций создается комический эффект. По мнению Рахилиной, «назначение такого высказывания … в том, чтобы обратить внимание слушающего на игру смыслов друг с другом». С этой точки зрения, «исправлять» неточный каламбур нет никакого смысла, наоборот будет не смешно» [Рахилина 2010, с. 145]

Для того чтобы утверждать, что одна из совмещаемых конструкций является с языковой точки зрения правильной и безупречной мы прибегнем к понятию коэрции, определяемой как вынужденное приспособление одного элемента конструкции к другому, которое отвечает за целостность и однозначность конструкции [Hilpert 2014]. Силу коэрции или вынужденного приспособления (тяготения) элементов конструкции мы можем охарактеризовать, введя понятия аттракции и порога аттракции. Чтобы утверждать, что мы имеем дело с конструкцией, значение аттракции должно быть выше установленного порога аттракции [Трубочкин 2019]. Рассмотрим явление коэрции в анекдоте, в котором формирование когнитивного диссонанса происходит на фонетическом уровне:

(5) I just went to an emotional wedding. Even the cake was in tiers.

В данном примере можно предположительно говорить о совмещении двух конструкций: *to be in tears* и *to be in tiers*, последняя с языковой точки зрения является «неправильной». Фреймы *to experience emotions at a wedding* и *a traditional wedding cake* активизируются ключевыми словами *emotional wedding* и *the cake*, соответственно.

Попробуем с помощью колексемного анализа доказать, что мы имеем дело с конструкцией *to be in tears*. Вычислив с помощью данных корпуса пороги аттракции элементов конструкции *to be* и *in tears* и определив их значение, мы пришли к выводу о том, что степень аттракции элемента *in tears* в разы превышает порог аттракции, а также на порядок сильнее аттракции глагола *to be* (см рис.1). Таким образом, существительное является в этой конструкции более устойчивым и вынуждает глагол «приспособиться». Иными словами, если мы заменим *tears* на другое исчисляемое существительное во множественном числе (в данном анекдоте *tiers*) мы получим уже другую конструкцию, возможно, менее безупречную или даже бессмысленную с языковой точки зрения. Их наложение создает эффект каламбура, усиливающийся благодаря когнитивному диссонансу, который реципиент испытывает на фонетическом уровне ввиду омонимии двух существительных.

Приведем пример еще одного анекдота, в котором взаимодействие конструкции, на первый взгляд, кажется неочевидным

(6) A boss announces to his staff: “I’ve lost a wallet with 500 dollars, if you find it, I’m offering a 100 dollars finder’s fee!”

A voice in the background says: “I’m offering 200!”

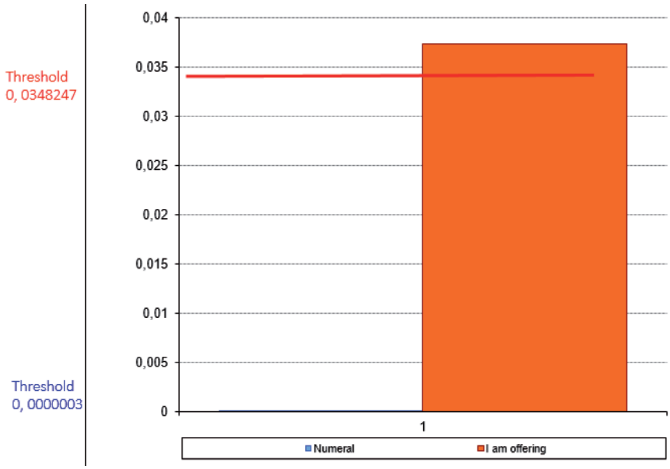


Рис. 2. Степень аттракции элементов конструкции относительно порогового значения

В данном анекдоте мы наблюдаем одну конструкцию *to be offering* + *NUMERAL* (*some money*). При этом в нашем восприятии происходит наложение двух фреймов: *to be offering some money as a finder's fee* и *to be offering some money as a bid at an auction*. На первый взгляд, мы наблюдаем игру слов за счет многозначности глагола *offer*. Однако комический эффект будет достигаться только при его использовании в форме времени Present Progressive и личным местоимением первого лица, единственного числа, так как только такая языковая форма формирует ментальное пространство *auction* (*We are offering*; *He offered*, etc. не будут иметь такого же эффекта). Это позволяет нам предполагать, что механизм конструирования значения запускается благодаря смешению двух фреймов, стоящих за данной конструкцией.

Колексемный анализ с помощью корпуса показал, что аттракция числительного к конструкции *I am offering* равна пороговому значению, а сила аттракции конструкции превышает пороговое значение, что говорит о ее устойчивости (см. рис.2). Принципиально, что аттракция конструкции к числительному выше, чем числительного к конструкции, так как именно за счет «притяжения» к конструкции любого качественного числительного будет достигаться юмористический эффект, при замене числительного на существительное, например комическая ситуация не будет воссоздана.

Таким образом, колексемный анализ (по С. Грису и А. Стефановичу) позволяет нам судить о силе аттракции элементов конструкции и ее роли в порождении комического эффекта.

Выводы

Принимая во внимание полученные результаты колексемного анализа, мы можем говорить о наложении конструкций и порождении комического эффекта одновременно на лексическом и синтаксическом уровне. Юмористический характер такого вида текстов также обусловливается различной природой задействованных конструкций, одна из которых является устойчивой и лексически и синтаксически правильной, а вторая «подстраивается» под нее, создавая тем самым эффект каламбура.

В данной работе мы затронули возможность применения корпусных данных и корпусных методов анализа для исследования, возможно, одного из наиболее неоднозначных видов дискурса – юмористического. Есть основания предполагать, что анекдоты строятся по определенным языковым законам, в этом процессе задействуются одновременно все языковые уровни (фонетический, лексический и синтаксический), а в восприятии коммуникантов происходит наложение нескольких фреймов, что способствует порождению комического эффекта. Лексико-грамматическая конструкция в данном процессе выступает в качестве основного «законодателя», определяющего порядок построения анекдота и «выносящего вердикт»: будет ли анекдот смешным или нет. Однако стоит отметить, что определенные анекдоты могут оказаться непонятными или несмешными для определенного круга людей, ввиду субъективных особенностей восприятия, наличия различного культурного или жизненного опыта. Таким образом, корпусный подход в данном случае является лишь одним из способов анализа механизма построения анекдота, но не призван полностью автоматизировать процессы порождения и восприятия комического, доступные лишь человеческому сознанию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Голубкова Е. Е. Использование лингвистических корпусов при решении семантических проблем // Методы когнитивного анализа семантики слова: компьютерно-корпусный подход / под общ. ред. В. И. Заботкиной.

М. : Языки славянской культуры, 2015. С. 39–81. (Studia philologica). [Golubkova, E. E. (2015). Ispol'zovanie lingvisticheskih korpusov pri reshenii semanticheskih problem (The Use of Linguistic Corpora in Solving Semantic Problems). Metody kognitivnogo analiza semantiki slova: komp'juterno-korpusnyj podhod, pod obshh. red. V. I. Zabotkinoi. Moscow: Jazyki slavjanskoj kul'tury (pp. 39–81). (Studia philologica). (In Russ.)].

Голубкова Е. Е., Уханова М. А. Взаимодействие конструкций как источник когнитивного диссонанса при восприятии английских анекдотов // Германистика: Nove et Nova. Материалы Второй международной научно-практической конференции. 2019. С. 95–98. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=37331857 [Golubkova E. E., Uhanova M. A. (2019). Vzaimodejstvie konstrukcij kak istochnik kognitivnogo dissonansa pri vosprijatii anglijskih anekdotov (Interaction of Constructions as a Source of English Jokes). Germanistika: Nove et Nova. Materialy Vtoroj mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii (pp. 95–98). (In Russ.)].

Демьянков В. З. Когнитивный диссонанс: когниция языковая и внеязыковая // Когнитивные исследования языка. 2011. Вып. 9. С. 33–40. [Dem'yankov V. Z. (2011). Kognitivnyĭ dissonans: kognitsiya yazykovaya i vneyazykovaya (Cognitive Dissonance: Language and Non-Languge Cognition). Kognitivnye issledovaniya yazyka. Vyp. 9 (pp. 33–40). (In Russ.)].

Рахилина Е. В. Грамматика конструкций. М. : Азбуковник, 2010. 584 с. [Rakhilina E. V.(2010). Grammatika konstruktsii (Construction Grammar). Moscow: Azbukovnik. (In Russ.)].

Трубочкин А. В. Явление коэрции во фразово-глагольных конструкциях // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2019. Вып. 6 (822). С. 79–87. [Trubochkin, A. V. (2019). Javlenie kojercii vo frazovo-glagol'nyh konstrukcijah (Coercion in Phrasal Verb Constructions). Vestnik of Moscow state linguistic university. Humanities. Vyp. 6 (822) (pp. 79–87). URL: http://libranet.linguanet.ru/prk/Vest/6_822.pdf (In Russ.)].

Уханова М. А. Почему нам смешно? Классификация анекдотов по типу создания когнитивного диссонанса // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2019. Вып. 6 (822). С. 34–44. [Uhanova M. A. (2019). Pochemu nam smeshno? Klassifikacija anekdotov po tipu sozdanija kognitivnogo dissonansa (Why Do We Find it Funny? Jokes Classification from Cognitive Dissonance Perspective). Vestnik of Moscow state linguistic university. Humanities. Vyp. 6 (822) (pp. 34–44). URL: http://libranet.linguanet.ru/prk/Vest/6_822.pdf (In Russ.)].

Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса / пер. А. Анистратенко, И. Знаешева. СПб. : Ювента, 1999. С. 1–25. [Festinger L. (1999). Teoriya kognitivnogo dissonansa (The Theory of Cognitive Dissonance), per. A. Anistratenko, I. Znaesheva. St. Petersburg : Yuventa (pp.1–25). (In Russ.)].

Интернет-ресурс анекдотов на английском языке. Reader's Digest Jokes. URL: https://www.rd.com/jokes/. [Internet-resurs anekdotov na angliiskom yazyke (Online Resource of Jokes in English). Reader's Digest Jokes. URL: https://www.rd.com/jokes/].

Филлмор Ч. [*и др.*]. Основные проблемы лексической семантики // Новое в зарубежной лингвистике. М. : Радуга, 1983. Вып. XII. С. 64–120.

Fillmore Ch. [*et al*.]. Regularity and idiomaticity in grammatical constructions: The Case of Let Alone. Language, Vol. 64, # 3 (Sep., 1988), 1988. P. 501–538.

Goldberg A. Constructions: a new theoretical approach to language, Trends in Cognitive Science. 2003. Vol. 7. # 5. P. 219–224.

Goldber A. Constructions: A Construction Grammar approach to argument structure. Chicago: University of Chicago Press, 1995. 278 p.

Goldberg, Adele & Ray Jackendoff. The English resultative as a family of constructions. Language 80, 2004. P. 532–568.

Greis S., Stefanovich A. Extending collostructional analysis: a corpus-based perspective on 'alternations' // International Journal of Corpus Linguistics. 2004. Vol. 9. Issue 1. P. 79–129.

Hilpert M. Construction Grammar and its Application to English. Edinburgh: Edinburgh University Press. 2014. P. 17–23.

УКД 811.111

Н. В. Чалбарах

аспирант кафедры грамматики и истории английского языка
факультета английского языка;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: nataliya31031982@mail.ru

КОНЦЕПТ «СОСТОЯНИЕ» И ЕГО РЕАЛИЗАЦИЯ В БРИТАНСКОМ И АМЕРИКАНСКОМ ВАРИАНТАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА (корпусное исследование)

Данная статья представляет собой синхронное корпусное исследование, посвященное выявлению характеристик и особенностей употребления репрезентантов концепта «состояние» в британском и американском вариантах английского языка. Сопоставление данных BNC и COCA позволило обнаружить сходства и различия в репрезентации концепта «состояние» в обоих вариантах: в доле субконцептов в общем концепте «состояние», в количестве и составе структурно-семантических моделей, в наполнении глагольного компонента и результативной фразы заявленных грамматических конструкций. Предполагается, что выявленные различия отражают исторически обусловленную языковую картину мира американского и британского этносов.

Ключевые слова: концепт; субконцепт; гештальт; нерезультативное состояние; результативное состояние; структурно-семантическая модель.

N. V. Chalbarakh

PhD Student, Department of Grammar and History of English, Faculty of the English language;
Moscow State Linguistic University;
e-mail: nataliya31031982@mail.ru

CONCEPT «STATE» AND ITS IMPLEMENTATION IN BRITISH AND AMERICAN ENGLISH (corpus-based investigation)

This article is a corpus-based study aimed at revealing specificity of representing the concept “state” in modern BE and AE. Comparison of the data from BNC and COCA made it possible to find out similiarity and divergence in representation of the concept “state” in both variaties of English: the ratio of subconcepts in the totality of the concept; number and variation of structural – semantic models; variation of the verb component and resultative phrases of the chosen grammatical constructions. It is proposed that the revealed differences reflect the historically accountable language world view of British and American peoples.

Key words: concept; subconcept; gestalt; ineffective state; resultative state; semantic-structural models.

1. Введение

В настоящей статье концепт «состояние» рассматривается как онтологический и лингвистический, частично вербализованный, лексически, морфологически и синтаксически репрезентированный; как единица знания, гештальтно передающая способы языкового представления знаний о языке, о ситуации и о мире [Сорокина 2018]. Данный концепт состоит из двух субконцептов: нерезультативное состояние и результативное состояние. Исходя из теории грамматики конструкций (Construction Grammar) нерезультативные и результативные конструкции являются вербализованными прототипическими репрезентантами концепта «состояние» [Goldberg1995; Boas 2003]. Это дает возможность представить их структурно-семантические модели. Семантика концепта «состояние» выражается на функциональном уровне как семантические функции (далее – СФ) и на когнитивном уровне как гештальт-функции (далее – ГФ). Гештальт-функции являются результатом объединения семантических функций. Это четыре ГФ: «физическое состояние», «психическое состояние», «вовлеченность в действие» и «вовлеченность в движение».

Выделено и описано 19 структурно-семантических моделей репрезентантов концепта «состояние» в английском языке [Сорокина, Чалбарах 2019]. Это количество включает четыре модели *нерезультативного* состояния, а также 15 моделей *результативного* состояния.

Цель статьи – определить совпадения и несоответствия британского (далее – BE) и американского (далее – AE) вариантов английского языка в относительной частотности моделей репрезентантов концепта «состояние», в составе и частотности глаголов и результативной фразы. Сопоставление количества СФ, включенных в состав ГФ двух субконцептов.

2. Методология

В основу данного исследования положены принципы функциональной и когнитивной семантики, конструктивная грамматика (Construction Grammar), гештальт-анализ. Источником поиска исследуемого материала стали British National Corpus (далее – BNC), а также Corpus of Contemporary American English (далее – COCA).

3. Обсуждение. Результаты

3.1. Структурно-семантические модели репрезентантов концепта «состояние», их наполнение и семантика в британском варианте английского языка

Субконцепт «нерезультативное состояние» репрезентирован четырьмя моделями в британском варианте:

1. Модель с лексическими глаголами (без результативной фразы).

   [NP V (lex)]

   e. g. It *stings* (*BNC*).

2. Модель с лексическими глаголами и результативной фразой, выраженной именной группой.

   [NP V (lex) NP]

   e. g. I love *you*, Lucy (*BNC*).

3. Модель, состоящая из глагола-связки состояния и результативной фразы, выраженной прилагательным.

   [NP V (link) AP]

   e. g. Realism *is good* (*BNC*).

   e. g. I *feel ill*, weak, all the time (*BNC*).

4. Модель, состоящая из глагола-связки состояния с результативной фразой, выраженной предложным сочетанием.

   [NP V (link) PP]

   e. g. My brother is unwell *from a recent wound*. (*BNC*).

Глагольный компонент, характеризующий модели нерезультативного состояния, представлен глаголами: *want*, *see*, *like*, *know*, *wish*, *love*, *desire*, *covet*, *know*, *experience*, *recognize*, *hurt*, *ache*, *pain*, *sting*, *throb*.

Наиболее частотной в британском варианте является модель **[NP V (lex) NP]** (78 %). В данной модели *see* – самый частотный глагол (55 %). Результативная фраза представлена существительными или местоимениями.

Второй по частотности является модель **[NP V (link) AP]** (17 %). Самые употребительные связочные глаголы: *be*, *sound*, *feel*, *smell*, *taste*. Из них самый частотный – *be* (55 %). Результативная фраза здесь

выражена прилагательными: *dead*, *afraid*, *free*, *alive*, *cold*, *hot*, *dark*, *sick*, *tired*, *mad*, *ill*, *anxious*. Из них самое частотное прилагательное – dead (17,8 %).

Остальные модели малоупотребительны – 3,3 % и 1,1 %, соответственно.

Подводя итог вышеизложенному, можно сделать вывод, что субконцепт «нерезультативное состояние» в британском варианте имеет следующие особенности:

1. В BNC обнаружено все четыре выделенные структурно-семантические модели «нерезультативного состояния».

Модели	Относительная частотность (в %)
[NP V (lex) NP]	78
[NP V (link) AP]	17
[NP V (lex)]	3,3
[NP V (link) PP]	1,1

2. Наиболее частотная модель – **[NP V (lex) NP]**.

3. В этой модели наиболее употребительные глаголы *see*, *know*, *love*, *like*, *want*, *wish*, *desire*, *know*, *experience*, *recognize*, *covet*, а результативная фраза представлена существительным или местоимением.

4. В британском варианте субконцепт «нерезультативное состояние» репрезентирован всеми четырьмя гештальт-функциями. Количество семантических функций – 14.

«Результативное состояние» в британском варианте представлено 13 моделями:

1. Модель со связочным глаголом и результативной фразой, содержащей прилагательное.

[NP V (link) AP]

e. g. His mouth was *dry* (*BNC*).

2. Модель с лексическим глаголом и результативной фразой, представленной предложным сочетанием.

[NP V (lex) PP]

e. g. But in that next hour, before even the doctor had arrived … she *bled to death* (*BNC*).

3. Модель без результативной фразы.

[NP V (result)]

e. g. And the seas *froze* (*BNC*).

4. Модель с результативной фразой, репрезентированной предложным сочетанием.

[NP V (result) PP]

e. g. His blue eyes widened *with the question* (*BNC*).

5. Модель, состоящая из сочетания глагола в форме причастия II и результативной фразы, представленной предложным сочетанием.

[NP V (be +Part II) PP]

e. g. the streets outside are paved *with gold* (*BNC*).

6. Модель, состоящая из причастия II и результативной фразы, представленной наречием или сочетанием с ним.

[NP V (be +Part II) QP]

e. g. He was *badly* injured (*BNC*).

7. Модель, состоящая из причастия II и результативной фразы, представленной инфинитивом.

[NP V (be +Part II) INF (CAUSE)]

e. g. She was so stunned *to find him close* that she never answered (*BNC*).

8. Модель, содержащая причастие II и результативную фразу, представленную придаточным предложением причины или сравнения

[NP V (be +Part II) CLAUSE (CAUSE / comparison)]

e. g. Presumably the doctor was satisfied *that he died as a result of his illness* (*BNC*).

9. Модель с переходными глаголами, в которой AP репрезентирует результативное состояние:

[NP V (trans) NP AP]

e. g. My knees were cold where his tears had made my jeans *wet* (*BNC*).

10. Модель, содержащая переходный глагол, в которой объект не является регулярным членом актантной структуры глагола-сказуемого.

[NP V (trans) NP PP]

e.g. He chopped the fruit *into pieces* (*BNC*).

11. Конструкции с квазивозвратными глаголами.

[NP V(intrans) NP (reflexive) AP]

e. g. You’ve screamed yourself *hoarse* (*BNC*).

12. Модель, содержащая непереходный глагол и результативную фразу, репрезентированную предложным сочетанием.

[NP V (intrans) NP PP]

e. g. He thought he had sung her *to sleep*, said Cadfael (*BNC*).

13. Модель с неаккузативными глаголами и результативной фразой, выраженной прилагательным.

[NP V (intrans) AP]

e. g. he closed his eyes and froze *solid* (*BNC*).

В моделях «результативного состояния» чаще всего встречаются такие глаголы, как *make*, *slam*, *cut*, *shoot*, *stop*, *shoot*, *strike*, *kill*, *open*, *widen*, *burn*, *dry*, *break freeze*, *melt*, *push*, *hold*, *pull*.

Самая частотная модель результативного состояния в BNC – **[NP V (be +Part II) PP]** (30 %). Также наиболее частотными моделями этого субконцепта в британском варианте являются: **[NP V (link) AP]**, **[NP V(result)]**, **[NP V (trans) NP AP]**, **[NP V (be +Part II) PP]**.

В моделях с предложным сочетанием предлоги *by* и *with* указывают на действующее лицо, источник, причины действия или на наличие какого-либо предмета. Частотность употребления результативной фразы с *by* составляет 51 %, а с *with* – 48,7 %.

Модели с прилагательными **[NP V (trans) NP AP]** и **[NP V (link) AP]** являются вторыми по частотности – 19 %. Для этих моделей характерны прилагательные: *sick*, *shut*, *mad*, *open*, *tired*, *ill*, *famous*, *flat*, *full*, *awake*, *clean*, *dry*, *apart*, *black*, *red*. Из них самое употребительное прилагательное – *open*.

Третья по частотности – модель **[NP V(result)]** без результативной фразы – 15 %. Самые частотные глаголы в этой модели – *open* (60 %), *widen* (17 %), freeze (12 %).

В итоге субконцепт «результативное состояние» в британском варианте имеет следующие особенности:

1. В BNC обнаружено 13 структурно-семантических моделей «результативного состояния» из 15-и выделенных.

2. В британском варианте наиболее частотные модели:

[NP V(be +Part II) PP], **[NP V (link) AP]**, **[NP V(result)]**, **[NP V (trans) NP AP]**.

Наиболее частотные модели	Относительная частотность (в %)
[NP V (be +Part II) PP]	30
[NP V (link) AP]	19
[NP V (trans) NP AP]	19
[NP V(result)]	15

Самая частотная модель – **[NP V (be +Part II) PP]**, где предложное сочетание встречается с наиболее употребительными предлогами *by* (51 %) и *with* (48,7 % соответственно).

4. В модели **[NPV (trans) NP AP]** наиболее частотные глаголы: *push*, *hold*, *pull*, *make*, *slam*, *cut*, *shoot*, *stop* и наиболее употребительные прилагательные: *sick*, *shut*, *mad*, *open*, *tired*, *ill*, *famous*, *flat*, *full*, *awake*, *clean*, *dry*, *apart*, *black*, *red*. Из них самое частотное – *open*.

5. В модели **[NP V (link) AP]** встречаются прилагательные: *empty*, *open*, *closed*, *broken*, *dry*, *shut*, *shaken*, *bent*, *blessed*, *rotten*, *aged*, *sunken*, *shave*. Самое частотное прилагательное – *empty*.

6. В британском варианте результативное состояние репрезентировано четырьмя гештальт-функциями. Общее количество СФ – 21.

Общие выводы корпусного исследования по британскому варианту английского языка:

1. По составу и количеству структурно-семантические модели значительно различаются: «нерезультативное состояние» – четыре модели, «результативное состояние» – 13 моделей. Из них общей для обоих субконцептов является модель **[NP V (link) AP]**, которая встречается с близкой частотностью: «нерезультативное состояние» – 17 %, «результативное состояние» – 19 %.

2. Наиболее частотной моделью для субконцепта «нерезультативное состояние» является **[NP V (lex) NP]** (78 %), а для субконцепта «результативное состояние» **[NP V(be +Part II) PP]** (30 %). При этом остальные модели, как правило, демонстрируют значительно более низкую частотность.

3. Наиболее употребительные глаголы для моделей субконцепта «нерезультативное состояние»: *want*, *desire*, *covet*, *see*, *like*, *know*, *experience*, *recognize*, *wish*, для субконцепта «результативное состояние» – глагол-связка *be* и переходные глаголы *push*, *hold*, *pull*, *make*, *slam*, *cut*, *shoot*, *stop*.

4. В моделях «нерезультативного состояния» результативная фраза выражена, в основном, прилагательными: *dead*, *afraid*, *free*, *alive*, *cold*, *hot*, *dark*, sick, *tired*, *mad*, *ill*, *anxious* и существительными; в моделях «результативного состояния» – глаголом-связкой *be*, причастием II + предложные сочетания с *by* и *with*.

5. По данным BNC, оба субконцепта представлены четырьмя гештальт-функциями, но с разным количеством семантических функций: «нерезультативное состояние» – 14 СФ, «результативное состояние» – 21 СФ.

3.2. Структурно-семантические модели репрезентантов концепта «состояние», их наполнение и семантика в американском варианте

Субконцет «нерезультативное состояние» репрезентирован четырьмя моделями в американском варианте:

1. Модель с лексическими глаголами (без результативной фразы).

[NP V (lex)]

e. g. Oh, my head *aches*! (*COCA*).

2. Модель с лексическими глаголами и результативной фразой, представленной именной группой.

[NP V (lex) NP]

e. g. Mom loves *flowers* (*COCA*).

3. Модель, содержащая сочетание глагола-связки состояния с результативной фразой, представленной прилагательным или адъективированным причастием.

[NP V (link) AP]

e. g. You *sound weird* (*COCA*).

4. Модель, содержащая сочетание глагола-связки состояния с результативной фразой, представленной предложным сочетанием.

[NP V (link) PP]

e. g. I am sick *about it* (*COCA*).

Глагольный компонент, характеризующий модели «нерезультативного состояния», представлен глаголами: *like*, *know*, *experience*, *recognize*, *hurt*, *ache*, *pain*, *sting*, *throb*, *smart*, *see*, *love*, *want*, *wish*, *desire*, *covet*.

Наиболее частотной в американском варианте является модель **[NP V (lex) NP]** (88 %). В данной модели *like* – самый частотный глагол (23 %). Также наиболее частотные глаголы в этой модели: *see*, *like*, *know*, *love*. Результативная фраза выражена существительными и местоимениями.

Относительная частотность модели **[NP V (link) AP]** составляет 8,9 %. Здесь самые употребительные связочные глаголы: *sound*, *be*, *feel*, *smell*, *taste*. В этом списке преобладает глагол *be* (62 %), частотность других глаголов-связок такова: *feel* – 10 %, *sound* – 22,2 %, *taste* – 1,8 %, *smell* – 4 %. Результативная фраза в этой модели выражена преимущественно прилагательными *dead*, *afraid*, *free*, *alive*, *cold*, *hot*, *dark*, *sick*. В этом списке превалирует прилагательное *dead* (17,4 %). Остальные две модели малочастотны (2,2 % и 0,7 % соответственно).

Таким образом, «нерезультативное состояние» в американском варианте английского языка имеет следующие особенности:

1. В COCA обнаружены все четыре выделенные структурно-семантические модели нерезультативного состояния:

Модели	Относительная частотность (в %)
[NP V (lex) NP]	88
[NP V (link) AP]	8,97
[NP V (lex)]	2,2
[NP V (link) PP]	0,7

2. Наиболее частотная модель **[NP V (lex) NP]**.
3. В этой модели наиболее частотные глаголы: *covet*, *see*, *desire*, *know*, *like*, *love*, *want*, *wish*, *experience*, *recognize*, самый частотный из них глагол – *like*.
4. В наиболее частотной модели результативная фраза выражена существительным и местоимением.

5. Наиболее частотные прилагательные в моделях нерезультативного состояния: *dead*, *afraid*, *free*, *alive*, *cold*, *hot*, *dark*, *sick*, *tired*, *mad*, *ill*, *anxious*, самое частотное из них прилагательное – *dead*.

6. В американском варианте субконцепт «нерезультативное состояние» репрезентирован всеми четырьмя гештальт-функциями. Количество семантических функций – 12.

«Результативное состояние» в американском варианте представлено 13-ю моделями:

1. Модель со связочным глаголом и результативной фразой, содержащей прилагательное.

[NP V (link) AP]

e. g. The corner table, where the oldster had been seated, was *empty* now (*COCA*).

2. Модель с лексическим глаголом и результативной фразой, представленной предложным сочетанием.

[NP V (lex) PP]

e. g. This letter of Johnston's she tore *into pieces* and threw away (*COCA*.)

3. Модель без результативной фразы.

[NP V(result)]

e. g. My tears *dried* (*COCA*).

4. Модель, содержащая результативную фразу, выраженную предложным сочетанием.

[NP V (result) PP]

e. g. The little girl's eyes widened *with pride* (*COCA*).

5. Модель, содержащая глагол в форме причастия II и результативную фразу, выраженную предложным сочетанием.

[NP V (be +Part II) PP]

e. g. He was covered *with dust* and appeared utterly spent (*COCA*).

6. Модель с причастием II, содержащая результативную фразу, представленную наречием или сочетанием с ним.

[NP V (be +Part II) QP]

e. g. But, as you may have concluded, our job is *not yet* finished (*COCA*).

7. Модель с причастием II, содержащая результативную фразу, выраженную инфинитивом.

[NP V (be +Part II) INF (CAUSE)]

e. g. And we were so relieved *to be friends* again, Lise says (*COCA*).

8. Модель с причастием II, содержащая результативную фразу, выраженную придаточным предложением причины или сравнения.

[NP V (be +Part II) CLAUSE (CAUSE / comparison)]

e. g. He was dressed as *if he had just come from a drunken brawl* (*COCA*).

9. Модель с переходными глаголами, в которой AP передает результативное состояние:

[NP V (trans) NP AP]

e. g. She caught herself and pressed her lips *flat*, trying to look official again (*COCA*).

10. Модель с переходными глаголами, в которой объект не является регулярным членом актантной структуры глагола-сказуемого.

[NP V(trans) NP PP]

e. g. I tore the portrait *into pieces* (*COCA*).

11. Конструкции с квазивозвратными глаголами.

[NP V (intrans) NP (reflexive) AP]

e. g. Many of these men and women drank themselves *sick* or froze during the long winter (*COCA*).

12. Модель с непереходными глаголами, в которой результативная фраза выражена предложным сочетанием.

[NP V (intrans) NP PP]

e.g. I know you are there I can talk you *to sleep* (*COCA*).

13. Модель с неаккузативными глаголами и результативной фразой, выраженной прилагательным.

[NP V (intrans) AP]

e. g. In its long history, the river Thames has frozen *solid* forty times (*COCA*).

14. Модель с непереходными глаголами, в которой объект не является регулярным членом актантной структуры глагола-сказуемого, а результативная фраза выражена прилагательным.

[NP V(intrans) NP AP]

e. g. During the summer of 1993 Newfoundland received more rain than in any year since 1947, and the rivers ran *bank full* late into the summer (*COCA*).

В АЕ в моделях «результативного состояния» чаще всего встречаются глаголы: *make*, *push*, *hold*, *squeeze*, *shoot*, *strike*, *stop*, *kill*, *get*, *break*, *burn*, *dry*, *melt*, *open*, *freeze*, *widen*.

Самые частотные модели «результативного состояния» в COCA: **[NP V (trans) NP AP]**, **[NP V (link) AP]**, **[NP V (be +Part II) PP]**, **[NP V(result)]**.

Относительная частотность этих моделей примерно одинакова – от 20 % до 25 %.

В этом списке моделей первая результативная фраза представлена прилагательными: *empty*, *open*, *closed*, *broken*, *dry*, *shut*, *shaken*, *bent*, *blessed*, *rotten*, *aged*, *sunken*, *shaven*, *drunken*. Самые частотные из них прилагательные – *empty*, *open*, *closed*, *broken*.

Наиболее частотные глаголы в модели **[NPV (trans) NP AP]**: *make*, *push*, *hold*, *slam*, *squeeze*, *shoot*, *strike*, *stop*, *kill*. Для нее характерны результативные фразы, выраженные прилагательными: *sick*, *shut*, *mad*, *open*, *tired*, *ill*, *famous*, *flat*, *full*, *awake*, *clean*, *dry*, *apart*, *black*, *red*.

В модели **[NP V (be +Part II) PP]** частотность употребления *by* в результативной фразе составляет 54 %, а *with* – 45,6 %.

Модель **[NP V(result)]** чаще всего встречается с глаголами *open* – 54 %, *freeze* – 14 %, *widen* – 13 %, *break* – 8,4 %, *burn* – 7,9 %, *dry* – 3 %, *melt* – 0,02 %.

Таким образом, можно сделать вывод, что субконцепт «результативное состояние» в американском варианте имеет следующие особенности:

1. В COCA обнаружено 14 структурно-семантических моделей «результативное состояние» (из 15-и выделенных).

2. Для концепта «результативное состояние» наиболее характерны модели с близкой относительной частотностью – **[NP V (link) AP]**, **[NP V(be +Part II) PP]**, **[NP V (trans) NP AP]**, **[NP V(result)]**:

Наиболее частотные модели	Относительная частотность (в %)
[NP V (link) AP]	25
[NP V (trans) NP AP]	22
[NP V (be +Part II) PP]	21
[NP V(result)]	20

Остальные 10 моделей составляют от 3,8 % до 0,09 %.

3. Наиболее частотные глаголы в результативных моделях: *make*, *push*, *hold*, *slam*, *squeeze*, *shoot*, *strike*, *stop*, *kill*, а наиболее частотные прилагательные, выражающие результативную фразу – *sick*, *shut*, *mad*, *open*, *tired*, *ill*, *famous*, *flat*, *full*, *awake*, *clean*, *dry*, *apart*, *black*, *red*. Самое употребительное прилагательное – *sick*.

4. Наиболее употребительные предлоги в модели с предложным сочетанием – *by* и *with*.

5. В американском варианте результативное состояние представлено четырьмя гештальт-функциями. Количество семантических функций – 16.

Общие выводы корпусного исследования по американскому варианту английского языка:

1. По составу и количеству структурно-семантические модели нерезультативного и результативного состояния значительно различаются: нерезультативное состояние – четыре модели, результативное состояние – 14 моделей. Из них общей для обоих субконцептов является модель **[NP V (link) AP]**: «нерезультативное состояние» – 8,9 %, «результативное состояние» – 25 %.

2. Наиболее частотной моделью для субконцепта «нерезультативное состояние» является **[NP V (lex) NP]** (88 %), а для субконцепта «результативное состояние» – **[NP V (link) AP]** (25 %). При этом остальные модели, как правило, демонстрируют значительно более низкую частотность.

3. Наиболее частотные глаголы для моделей субконцепта «нерезультативное состояние» – *covet*, *know*, *see*, *like*, *know*, *love*, *experience*, *want*, *wish*, *desire*, *recognize*; для субконцепта «результативное состояние» – глагол-связка *be* и переходные глаголы *make*, *push*, *hold*, *slam*, *squeeze*, *shoot*, *strike*, *stop*, *kill*.

4. В моделях нерезультативного состояния результативная фраза выражена, в основном, прилагательными *dead*, *afraid*, *free*, *alive*, *cold*,

hot, *dark*, *sick*, *tired*, *mad*, *ill*, *anxious* и существительными, в моделях результативного состояния – прилагательными *empty*, *open*, *closed*, *broken*, *dry*, *shut*, *shaken*, *bent*, *blessed*, *rotten*, *aged*, *sunken*, *shaven*, *drunken*.

Выводы

Корпусный анализ и сопоставление данных дали возможность прийти к следующим выводам относительно сходства и различий в функционировании репрезентантов концепта «состояние» в британском и американском вариантах английского языка:

1. Количество и наполнение моделей в обоих вариантах практически одинаковы.
2. BE и AE близки по составу наиболее употребительных моделей нерезультативного и результативного состояния, хотя их частотность несколько отличается.
3. В британском и американском вариантах практически совпадает наличие наиболее частотных глаголов и прилагательных в моделях субконцепта «нерезультативное состояние».
4. В BE и AE совпадает набор гештальт-функций. При этом:

1) значительно различается относительная частотность нерезультативного и результативного состояния. В британском варианте «нерезультативное состояние» составляет 65 %, а в американском – 83 %. «Результативное состояние» в британском варианте – 35 %, а в американском – 17 % (т. е. в 2 раза меньше). Таким образом, доли субконцептов внутри концепта «состояние» значительно отличаются в BE и AE;

2) самые частотные модели демонстрируют различия по относительной частотности и составу. Также отмечаются различия наиболее частотных глаголов, прилагательных субконцепта «результативное состояние». Выявлено разное количество семантических функций, реализуемых субконцептом «нерезультативное состояние»;

Отмечаются различия по относительной частотности и составу самых частотных моделей, наиболее частотных глаголов и прилагательных результативного состояния, в количестве семантических функций, реализуемых субконцептом «нерезультативное состояние». Так, в большей, чем в BE доле субконцепта «нерезультативное состояние», в AE реализуется меньшее количество семантических функций.

В итоге, основные отличия AE от BE касаются субконцепта «результативное состояние». Объяснение этого, возможно, следует

искать в несоответствии в языковой картине мира британцев и американцев, истоки которого определяются лингвокультурологическими особенностями исторического изменения американского и британского этносов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Сорокина Т. С. Концепт «состояние как гештальт и когнитивная схема языковой интерпретации» // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 10 (803). С. 161–174. URL: http://www/vestnik–mslu.ru/Vest–2018/10_803. Indd–1. pdf [Sorokina, T. S. (2018). Koncept «sostojanie» kak geshtal’t i kognitivnaja shema jazykovoj interpretacii (Concept “State” as Gestalt and a Cognitive Schema of Linguistic Interpretation). Vestnik of Moscow state linguistic university. Humanities. Vyp. 10 (803) (pp. 161–174). Moscow. (In Russ.)].

Сорокина Т. С., Чалбарах Н. В. Структурно-семантические модели репрезентантов концепта «состояние» в английском языке // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 10 (803). С. 174–194. URL: http://www/vestnik–mslu.ru/Vest–2018/10_803. Indd–1.pdf [Sorokina, T. S., Chalbarakh, N. V. (2018). Strukturno-semanticheskie modeli reprezentantov koncepta «sostojanie» v anglijskom jazyke (Structural and Semantic Constructions Instantiating the Concept “State” in English). Vestnik of Moscow state linguistic university. Humanities. Vyp. 10 (803) (pp. 174–194). Moscow. (In Russ.)].

Boas H. C. A Constructional Approach to Resultatives. Stratford : CSLT Publications, 2003. 400 p.

Goldberg A. Constructions: A Construction Grammar Approach to Argument Structure. Chicago : The University of Chicago Press, 1995. 265 p.

УДК 81'373.4

Т. И. Черемисина, А. В. Бондаренко

Черемисина Т. И., кандидат филологических наук;
доцент кафедры лексикологии английского языка факультета английского языка;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: cherymisinat@gmail.com

Бондаренко А. В., кандидат филологических наук;
доцент кафедры лексикологии английского языка факультета английского языка;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: av229910@gmail.com

ИНОЯЗЫЧНАЯ ЛЕКСИКА В РЕКЛАМЕ КАК СРЕДСТВО МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИИ (на примере европейских языков)

В статье рассматриваются историко-культурологические особенности влияния англоязычной рекламы на основные европейские языки в рамках англо-европейского культурно-языкового взаимодействия на примере изучения рекламного дискурса. Основное внимание уделяется характеристике и описанию особенностей заимствования посредством рекламы англоязычной лексики в ведущие современные европейские языки (немецкий, французский, итальянский, испанский, русский) и тенденциям развития указанного процесса.

Ключевые слова: лингвокультурология; межкультурная коммуникация; рекламный дискурс; языковое взаимодействие; иноязычные заимствования; ассимиляция.

T. I. Cheremisina, A. V. Bondarenko

Cheremisina T. I., PhD (Philology), Associate Professor;
Department of English Lexicology, Faculty of English;
Moscow State Linguistic Unuversity;
e-mail: cherymisinat@gmail.com

Bondarenko A. V., PhD (Philology), Assistant Professor;
Department of English Lexicology, Faculty of English;
Moscow State Linguistic Unuversity;
e-mail: av229910@gmail.com

BORROWINGS IN ADVERTISING DISCOURSE AS MARKETING COMMUNICATION MEANS (on the material of European languages)

The article attempts to describe historical and cultural peculiarities of English advertising influence on the main European languages in the framework of the Anglo-European cultural and linguistic interaction on the material of advertising discourse.

The focus is on describing some features of borrowing English vocabulary into main modern European languages (German, French, Italian, Spanish, Russian) through advertisement as well as modern trends of the given process.

Key words: linguoculturology; intercultural communication; advertising discourse; language interaction; borrowing; assimilation.

Введение

Исторически сложившиеся многовекторные культурные и языковые контакты между странами получили закрепление в национальных языках, а заимствование слов из одного языка в другой является одним из наиболее древних процессов лингвокультурологического взаимодействия. Причины, вызывающие этот процесс, многочисленны. Исторически – это открытие теми или иными этносами новых для них земель и их завоевание, войны и военные конфликты; развитие торговых и экономических связей; языковые контакты, возникающие вследствие миграции или географического соседства; распространение религии, культуры, науки, образования и множество других.

В контексте глобальных политических, экономических, социальных и культурологических процессов в современную эпоху огромную роль в распространении иноязычной лексики играют средства массовой информации, Интернет, а также на протяжении последних веков реклама как существенная и неотъемлемая часть современной массовой культуры.

Общеизвестно, что в рекламной деятельности, как в разновидности современной языковой коммуникации, копирайтерами создаются и распространяются в широкие массы населения не только моноязычные информативно-образные и экспрессивно-окрашенные тексты и слоганы, способные побудить аудиторию к нужному рекламодателю выбору и покупке, но и широко используются эффективно функционирующие механизмы многоязычных заимствований.

В работе предпринята попытка исследования и первичного сравнительного анализа использования иноязычных и, в первую очередь, англоязычных заимствований в текстах западноевропейской и российской рекламы.

Реклама и рекламный дискурс, в частности, были и остаются, как известно, основными и наиболее значимыми и яркими видами вербальной и невербальной коммуникации современного общества, которые постоянно пополняются различными способами и из разных

источников. Одним из них является заимствование иностранной лексики. Данный лексический пласт не раз подвергался исследованию, особенно в рамках рассмотрения использования иностранных слов как в российской, так и зарубежной рекламе (M. Dardano 1986, T. Domzal, Ch. Pratt 1972–73, J. Hunt, and J. Kernan 1995, D. Schütte 1996, H. Kelly-Holmes 2004, А. Патрикеева 2008, А. Дедюхина 2011 и многие другие).

Однако практически не достаточно изученной остается вариативность процесса проникновения англоязычных заимствований именно в рекламное творчество с их последующим закреплением в сознании и памяти воспринимающих рекламу и ее полиязычные тренды жителей Западной Европы и нашей страны. В этой связи новаторской представляется осуществленная на материалах именно рекламного дискурса и подкрепленная аутентичными примерами попытка осмысления и описания в сравнительном аспекте функционирования в российской и западноевропейских речевых культурах иноязычной, преимущественно англоязычной лексики.

Основной целью настоящей работы является рассмотрение процесса проникновения иноязычной лексики в ведущие европейские (немецкий, французский, испанский, итальянский) и в русский языки на примере рекламных текстов, вывесок и слоганов, а также анализ функциональных особенностей использования англоязычных неассимилированных заимствований в рекламе на данных языках, направленных на повышение вероятности достижения наилучшего конечного результата воздействия рекламного текста на объект рекламы посредством усиления мультиязыковой и мультикультурной экспрессивности и неординарности.

Из истории заимствований в западноевропейской и российской рекламе

Известный итальянский лингвист Маурицио Дардано отмечал, что главной задачей языковой политики ЕЭС является укрепление связей между народами, населяющими Европу. Граждане, проживающие в Евросоюзе, должны владеть, по крайней мере, двумя языками. Таким образом, взаимное влияние языков друг на друга становится неизбежным [Dardano 1986]. Необходимо отметить, что как правило интенсивность процесса заимствования обусловлена, прежде всего, престижем наций, говорящих на языке-«доноре». Английский язык в этом контексте занимает привилегированное положение.

Парадоксально, но, как представляется, и состоявшийся Брексит не способен существенно повлиять на данный процесс заимствования из английского языка в странах ЕЭС, замедлить и сузить его.

В России английский язык является наиболее распространенным, востребованным и изучаемым из всех иностранных языков. Этому в немалой степени способствует, как известно, то, что в многолюдных местах (транспортные хабы и транспорт в целом, публичные и достопримечательные места, музеи, театры, рестораны, гостиницы и т. п.) объявления и вывески дублируются преимущественно на английском языке. Примеры использования других языков к настоящему времени носят фрагментарный характер и мало распространены. Именно поэтому большое количество англоязычной лексики органично, плавно и как бы незаметно заимствуется в западноевропейские и русский языки из английского, который уже давно считается языком международного общения. Общепризнано, что открытый к изменениям, гибкий и экспрессивный английский язык в любой рекламной кампании эффективно справляется с задачей привлечения внимания потенциального потребителя и становится залогом ее успеха.

Активное проникновение заимствований из английского в западноевропейские языки начался достаточно давно и актуализировался в середине прошлого столетия. С одной стороны, в тот период США постепенно стали самой влиятельной экономической державой мира и навязали европейцам свои стереотипы и образ жизни, а влияние Великобритании на континенте сохранялось. С другой стороны, многократно усиливались роль и значение всех видов рекламы: наружной, в различных СМИ, а в последующем и в Интернете.

Немецкий профессор Дагмар Шутте, проанализировав немецкие рекламные объявления за период 1951–1991 гг., отмечала резкий рост англицизмов в немецкой рекламе в 1981–1991 гг., объясняя это глобализацией мировой экономики [Schütte 1996]. Действительно, именно в это время известные американские фирмы начали продвигать свою продукцию на европейский рынок, используя в своих рекламных кампаниях английский язык, что, в свою очередь, приводило к проникновению в европейские языки не только отдельных слов и словосочетаний, но и целых фраз.

Эту тенденцию подхватили многие компании по всему миру. Как результат широкое распространение получили нижеприведенные выражения, ставшие известными слоганами в различных областях:

– *телевидение и телефония*: Nokia – «**Connecting People**»; Vodafone – «**Life is now!**»; Panasonic – «**Ideas for life**»;

– *спорт*: Adidas – “**Impossible is nothing**”; Nike – “**Just do it**”;

– *еда и напитки*: Coca cola – “**Welcome to the Coke side of life**”; Mc Donald’s – “**I’m loving it!**”; Heineken – “**Sounds Good**”; Bounty – “**A taste of paradise**” и многие другие.

Использование англицизмов в рекламе объясняется многими факторами: появлением новой терминологии в области экономики, финансов, компьютерных технологий; отсутствием соответствующего наименования (слова, понятия) в своем собственном языке (спичрайтер, спрей); краткостью и одновременно емкостью заимствований, а также престижем и всевозрастающей популярностью английского языка. Поскольку основная роль рекламы заключается не только в продвижении товаров и стимулировании их дальнейшего приобретения, но и в формировании у объекта воздействия нужного рекламодателю мировоззрения и действенности императива следования определенному образу жизни или, по крайней мере, причислении себя к нему, постольку эффективность прилагаемых копирайтерами усилий привела к расширению исследуемого нами явления по всему миру, и, в частности, в рассматриваемом в настоящей статье ареале распространения.

Отметим, что Россия как страна, расположенная географически и в Европе, и в Азии, в историческом, культурном, религиозном, ментальном, языковом дискурсах является неотъемлемой частью Европы, и все основные тенденции, характерные для европейских рекламных кампаний, актуальны и для нашей страны. Наряду с этим, существуют и некоторые присущие исключительно России особенности, бóльшая часть которых лежит в маргинальном разрезе использования латиницы и кириллицы и креативном подходе не только профессиональных копирайтеров, но и широкого круга российских бизнесменов к творческому и не всегда уместному, поэтому часто не понятному потребителям использованию заимствований.

На рубеже тысячелетий наблюдалось массовое распространение иноязычных заимствований во всех типах массовой коммуникации и, в первую очередь, в рекламном дискурсе, а реклама служила, пожалуй, одним из основных источников англицизмов в русском языке. Это обусловлено как традиционно английским, так и всевозрастающим американским влиянием. В представлении русскоязычных покупателей

иностранные товары обладали лучшим качеством, были более привлекательны и престижны. Однако перенасыщенность англицизмами вызвала, как и в других европейских странах, негативную реакцию части населения, не владеющей английским языком.

Так, например, вряд ли без перевода или пояснения можно понять остроумный слоган «Superfood is my best boyfriend» (в рекламе магазина), и смысл его для среднестатистического потребителя, не знающего английский, теряется. Не могут не вызывать раздражение объявления, такие как: «Требуется мерчендайзер или менеджер по клинингу», «Выполняем интерьер / экстерьер-клининг», а также слова «валидатор», «секьюрити» и т. п., особенно если за этими громкими названиями «скрываются» простые дворники, уборщицы, охранники или товароведы.

Похожие настроения наблюдаются и в стремящихся отстоять свой язык и национальную культуру широких слоях населения Франции, Германии, Италии, Испании и некоторых других европейских стран. Напуганные перспективой потерять собственную языковую идентичность и столкнувшись с появлением в своих странах таких языковых гибридов, как ***Denglish*** (*немецкий + английский*), ***Franglais*** (*французский + английский*), ***Anglitaliano*** (*итальянский + английский*), а также огромного количества англицизмов в испанском языке[1], многие европейские страны запустили кампании по предотвращению того, что они называют «английским вторжением».

Для того чтобы показать насколько абсурдным иногда бывает увлечение иностранными словами, в Испании был создан видеоролик с рекламой духов «Swine», в котором сладострастный женский голос убеждает зрителей купить их, называя аромат магическим. Затем ролик демонстрируется еще раз уже с комментариями на испанском языке, поясняющими, что если вы используете эти духи, то и пахнуть будете, как свинья, так как английское слово *swine*, каким бы красивым голосом его не произносили, именно это и обозначает (*www.thelocal.es/20160524/spain-launches-campaign-to-stop-invasion-of-english-words-languages*).

Тем не менее нельзя отрицать тот факт, что иностранные слова в рекламе – это крайне эффективное средство привлечения

[1] Термин «spanglish», как привило, относится к языковой ситуации в США и Мексике, а не в Испании.

внимания [Domzal 2013]. Во-первых, целевому иноязычному адресату рекламного воздействия требуется больше времени на их обработку, и в результате они глубже укореняются в сознании. Во-вторых, такому объекту совсем необязательно понимать значение того или иного слова, гораздо важнее ассоциации, которые оно вызывает, и его связь с языком-«донором» [Kelly-Holmes 2000]. Если представление потенциального потребителя об образе той или иной страны не совпадает с традиционно рекламируемыми товарами или услугами, и, например, французский язык будет использоваться для рекламы пива, русский – для рекламы духов, а английский – для рекламы оливкового масла, то подобные рекламные кампании с высокой степенью вероятности не будут иметь успеха.

Необходимо отметить, что сам английский язык на две трети состоит, как известно, из ассимилированных заимствований, и этот процесс обогащения английского языка продолжается и в настоящее время. Основными причинами появления иноязычной лексики в английском языке в целом и в рекламе, в частности являются:

– появление новых терминов, понятий и обозначений;

– сохранение национального колорита: сюда, например, можно отнести названия блюд и напитков, хорошо известных во всем мире и ассоциирующихся с определенной страной (*pizza*, *prosecco*, *jamon*, *ravioli*, *vodka* и т. д.);

– повышение престижа, причем здесь необходимо упомянуть особую значимость заимствований из французского языка, которым владеют, прежде всего, люди образованные, принадлежащие к более состоятельной части населения Великобритании.

В развитие последнего тезиса напомним, что образ Франции для британцев имеет огромное значение, так как две великие европейские культуры – французская и английская – представляют собой полную противоположность и всегда соперничали. Все французское – априори живое, пикантное, легкомысленное – совершенно не соответствует национально ценностным ориентирам британцев, и именно поэтому им так нужны подобные заимствования, относящиеся к высокой моде (*haute couture*), высокой кухне (*haute cuisine*), умению жить и наслаждаться жизнью (*joie de vivre*), изящным искусствам (*Beaux Art*) и т. п., т. е. всё то, с чем Франция обычно ассоциируется в их сознании.

Особенности употребления заимствований в западноевропейской, российской и британской рекламе

Язык рекламы ярок и очень динамичен. Лексика рекламных текстов характеризуется разносторонним использованием обширных групп как разговорных, так и книжных лексических единиц. Для поддержания высокой привлекательности рекламных текстов и слоганов копирайтеры используют максимально экспрессивные возможности словообразования соответствующего языка на стыке перехода смысловых, стилистических, этнически окрашенных и привлекающих внимание адресатов возможностей языков в паре «донор» – реципиент.

Рассматривая основные тенденции использования иноязычной лексики в европейской и российской рекламе, необходимо отметить, что, продвигая тот или иной товар на иностранный рынок, рекламодатель должен учитывать национально-культурные особенности аудитории, которой адресован его продукт. В данной статье нас будут интересовать только неассимилированные или частично ассимилированные заимствования, в которых иностранное происхождение слова намеренно подчеркивается, а не иноязычная лексика, полностью освоенная языком-реципиентом.

В ходе исследования было проанализировано более 200 образцов рекламы, в том числе телевизионные рекламные слоганы, рекламные объявления в журналах и газетах, а также наружные рекламные вывески Германии, Франции, Испании, Италии, а также России и Великобритании. В процессе данного изучения репрезентативного массива выявлены следующие тенденции:

1. В настоящее время в телевизионной рекламе количество заимствований сильно сократилось. Это объясняется ориентированностью данного вида рекламы на среднего потребителя, который не всегда хорошо владеет иностранными языками. Рекламодатели рассчитывают на то, что зрители понимают примерно треть иностранных слов, особенно заимствований из английского языка. Естественно, что английский язык в рекламе имеет свои особенности, направленные на то, чтобы эффективность рекламы не страдала. Например, можно отметить тенденцию употреблять простые, хорошо известные глаголы, такие как *be*, *go*, *do*, *keep*, *open* и т. п. в повелительном наклонении. Например, в испанской рекламе *чая*, которую проводила компании «Hornimans», звучит слоган «Be natural. Be Hornimans».

Часто заимствования заменяют эквивалентами в соответствующем языке, используются лексические кальки или перевод. В российском рекламном ролике «Турецких авиалиний» в качестве восторженной реакции на путешествие в Турцию звучит русское «Ух ты!», заменяющее часто не к месту употребляемое английское восклицание «Wow!». В итальянской рекламе кока-колы английский слоган «Welcome to the Coke side of life» продублирован его итальянским переводом «Vivi il Lato Coca Cola della vita». В немецкой рекламе McDonald's вместо известного на весь мир слогана «I'm Lovin' It» звучит его немецкий перевод «Ich Liebe Es». В рекламе средства для стирки «Ласка» для российского потребителя на экране виден слоган «Rethink Fashion with Ласка», а голос за кадром поясняет: «Переосмыслите моду с Лаской!».

2. Если иностранные слова всё же используются в слоганах телевизионной рекламы, то они объясняются или обыгрываются копирайтерами так, чтобы их значение было понятно. Например, в российской рекламе новинки J7 Fresh Taste 2019 хоть и звучит слоган «Keep fresh», однако мы слышим повторение слова «свежий» (свежее утро, свежие фрукты, свежий вкус и т. д.) и видим перевод *fresh taste – свежий вкус*.

В испанской рекламе «Hornimans» звучит не только слоган «Be natural. Be Hornimans», он сопровождается испанским «Hornimans Fresh, refréscate naturalmente. Lo más fresh del verano con sabor 100% natural», где испанское *naturalmente* (*естественно*, *непринужденно*), а полное совпадение на письме английского и испанского вариантов слова «natural», помогают понять игру слов и суть слогана благодаря цепочке из английских и испанских слов «natural (*англ.*) – naturalmente – natural (*исп.*)», которые ведут потребителя рекламы в запрограммированном копирайтерами направлении: «веди себя естественно (*natural*), пей естественный / натуральный напиток (*refréscate*), пей чай Hornimans, натуральный (*natural*) на 100%».

3. Особое место занимает телереклама парфюмерии и косметики. В сознании обывателя качественные духи и косметика ассоциируются с Францией, и это является своеобразным залогом их качества. Именно поэтому реклама парфюмерии на телевидении часто звучит на французском языке, например: «J'adore Dior», и в ней встречается множество заимствований из французского и итальянского языков, таких как *eau de toilette*, *eau de parfum*, *mascara* и т. п., что, с одной стороны, придает рекламе определенный шик, а с другой – не вызывает никаких трудностей понимания у потенциального покупателя, как правило, знакомого с этими названиями.

4. Названия магазинов и иностранных компаний преимущественно не переводятся: например, McDonald's, KFC, United Colours of Benetton, Top shop, Etam, Uniqlo и многие другие, так как это обычно всемирно известные марки и компании. К этой же категории относятся названия отделов магазинов и некоторых товаров, которые становятся понятны в контексте витринного оформления: *for men/menswear*, *for women/womenswear*, *for kids*, *sportswear*, *T-shirts* и т. п. Исключение здесь составляет Россия, где заимствование иногда просто записывается кириллицей: *Иль де Ботэ*, *Рив Гош*, *Л'Этуаль*, *Л'Окситан* и т. п.

5. В плакатах/проспектах или газетной/журнальной рекламе иноязычная лексика появляется намного чаще, чем в телерекламе. Это объясняется тем, что в письменном тексте легче распознать заимствование (оно, как правило, выделяется) и понять его значение. При этом копирайтеры часто дают его толкование или перевод на родной для потребителя язык. Например, в рекламе французского магазина Galeries Lafayette мы видим смешение английского и французского, но под рекламой есть перевод англицизма: *Je peux pas, j'ai plage.* ***Out of office****. ****out of office*** = *hors de bureau* (*букв.* 'Я не могу, я иду на пляж. Не в офисе'). В слогане рекламы французских авиалиний Air France более образованный и лингвистически подкованный потребитель способен, в отличие от среднестатистического, распознать игру слов: Air France – «France is in the Air».

6. Иноязычные заимствования в наружной рекламе и вывесках пользуются наибольшей популярностью у рекламодателей. Текстовая или графическая информация может быть размещена как на зданиях, так и на специально инсталлированных рекламных конструкциях практически на любой открытой местности. Тем самым обеспечивается наибольший охват аудитории в целях информирования потенциальных потребителей о существовании той или иной продукции. Однако многообразие видов подобной рекламы и большой объем информации рассеивают внимание пользователя. Перед копирайтерами, таким образом, стоит сложная задача создания такой рекламной продукции, которая бы выделяла ее на фоне других. И иноязычная лексика здесь – один из самых распространенных приемов привлечения внимания. Необходимо отметить, что в западноевропейской, как и в российской наружной рекламе, преобладают англицизмы. Вне всякого сомнения, при этом задействуются все экспрессивные возможности английского языка. Способы их введения в рекламный текст различны

в западноевропейских и русском языках, прежде всего из-за русской кириллицы, которая диверсифицирует возможности копирайтеров на русскоязычном направлении деятельности. Так, например, для российской наружной рекламы характерны следующие тенденции:

– полное или частичное написание русских слов латинскими буквами: *Lomonosov*, *Tinkoff*, *Sumochka*;

– использование иностранных слов в рекламе без перевода: *Sale – 50 % off*, *Superfood is my best boyfriend*;

– название учреждения на русском языке дублируется уточняющим переводом на английский для привлечения иностранцев: *Прайм Стар Natural food*;

– название компании (магазина, кафе, салона и т. п.) может быть полностью написано на иностранном языке с пояснением ее специализации на русском:

Studio Line – Фитнес,
Nota Bene – Салон автомобилей,
Chin up – Мужская парикмахерская,
Rendez-Vous – Обувь. Сумки. Аксессуары,
La Casa – Домашнее кафе,
British Bakery – Кофейня-кондитерская,
Babyland – Магазин детских товаров,
C.O.C.S. Come On Catch Success – Фитнес-клуб;

– нередко надписи в рекламе на русском языке не соответствуют английскому содержанию: SECOND HAND – МАГАЗИН ОДЕЖДЫ, например, и хотя понятие «секонд-хенд» широко распространенов русском языке, копирайтеры намеренно прячут от русского глаза точный перевод и никогда не пишут «поношенная одежда», а информируют: «магазин одежды» или «одежда из Европы»;

– могут использоваться «вкрапления» латиницы в словах на русском языке: ***Z****еленопарк*, *Эльдора****d****о*, *Лада* ***D****еталь*, *Берё****z****ка*, *Территория shoppinga*, *бе****$****платно*;

– используются «вкрапления» кириллицы в словах, написанных латиницей (чаще других это буквы, отсутствующие в латинице: Б, Г, Д, Ё, Ж, Й, Л, Ф, Ц, Ч, Ш, Щ, Э, Ю, Я) – *Эstetica*, *Олimpic*; имеет место также псевдоследование нормам дореволюционной орфографии с произвольным добавлением Ъ в конце написанных на латинице слов *BazarЪ*, *TraktirЪ*;

– русское слово записывается латиницей и *густой суп* превращается в *GUSTO SOUP*;

– название на иностранном языке записывается кириллицей: *Стар Хит Кафе*, *Принт сайд копи центр*, *Гуд-шуз*;

– название содержит частично русские слова, а частично – слова на иностранном языке и записывается и кириллицей, и латиницей: *БлинStreet Блинная*, *SuperДетка*;

– заимствования обыгрываются в оригинальных словосочетаниях, создаются слова-«гибриды»:

Mexx*мальное удовольствие* (реклама Mexx),

Spa*сение души и тела* (реклама СПА-салона),

*Удо****Volvo****ствие*» (реклама Volvo).

Для европейской наружной рекламы характерны, как показало проведенное исследование, также следующие особенности:

– слоганы на английском языке или отдельные слова вывески часто дублируются переводом на соответствующий язык, например: *Sensing Chicago → Sentir a Cicago*, *Craft Now Open → Craft Maintenant Ouvert*;

– опирайтеры смешивают англицизмы с национальным языком, иногда замещая им слова родного языка:

Menu Speciale: ***Fish*** *& Frites Fraiches*,

T.G.I. *vendredi!*,

C'est ***Cool!***,

Parking *für Mitarbeiter only*,

Lebkuchen ***& more***,

Dirt-free *Reiningung*,

Drei, Wetter, ***tough***,

We *kehr* ***for you***,

Keep *tranquilo* ***and*** *habla* ***Spanglish***,

L*'atelier du* ***pressin***.

В рекламе Великобритании, язык которой служит «донором» для многих других европейских языков, заимствования появляются намного реже. Это может объясняться, прежде всего, традиционным нежеланием средних британцев учить иностранные языки. Французские неассимилированные и частично ассимилированные заимствования встречаются в рекламе модных журналов, таких как Vogue или Cosmopolitan. Для британцев французские слова создают неповторимую атмосферу, заставляют быть причастными к «высокой моде»,

«высокой кухне» и тому неповторимому шику, с которым обычно ассоциируется Франция. Именно поэтому копирайтеры намеренно подчеркивают иностранное происхождение слов, даже если они уже частично ассимилированы и закреплены в словаре, например: *boutique*, *brasserie*, *maison*, *deluxe*, *chic* и др.

Что касается других языков, то в британской рекламе часто используются иностранные слова, передающие национальный колорит другой страны и то, что обычно с ней ассоциируется: *prosecco*, *panettone*, *qualitet*, *ordnung*, *siesta*, *serrano* и др. Британцы также заимствуют понятия, которые содержат характеристику или образ жизни другой страны, например, как какая-либо культура понимает «счастье» и «искусство жить и наслаждаться жизнью», объясняя значение того или иного термина на английском языке:

sobremesa и ***tapeo*** в Испании,
tarab в Сирии,
tūrangawaewae и ***haka*** в Новой Зеландии,
pura vida в Коста-Рике,
dolce far niente в Италии,
Wabi sabi в Японии,
Azart, ***posidelki***, ***razgovory v poezde*** в России и т. д.

Так, с помощью туристической рекламы британцы приобщаются к другой культуре, что, в свою очередь, не только расширяет их кругозор, но и способствует развенчанию некоторых существующих стереотипов.

Интересным аспектом проникновения англицизмов в русский язык является приобретающее всё более широкое распространение внедрение муниципальными властями и владельцами хозяйствующих субъектов дублирования вывесок и табличек в общественных местах, в транспорте, в торговых центрах и других местах массового пребывания людей (*Do not lean on door*, *Tap your card*, *Exit*, *Entrance*). Отметим, что доминировавший до недавнего времени в подобных надписях так называемый *Ринглиш* или *РУнглиш*, т. е. *пиджин Russian English* или русский в английском стиле, отразивший на определенной этапе данного процесса малограмотное перенесение прямых лексических русизмов на основе русской грамматики в англоязычную латинизированную оболочку, постепенно уходит в прошлое. Но, к сожалению, это явление окончательно свои позиции пока не сдает. Примерами являются часто встречающиеся на улицах российских городов таблички *Way*

out, *No way out* и многочисленные нелепые переводные надписи, имитирующие английский язык и вызывающие смех у носителей языка. Приведем для пояснения данного тезиса и для наглядности несколько одиозных примеров: *Clinic them. Pirogov* – «Клиника им. Н. И. Пирогова»; *Dom youth* – «Дом молодежи»; *Oblast arts center* – «Областной центр изобразительного искусства».

Отметим, что западные исследователи делают основной акцент на нелепостях и ошибках россиян в использовании английского языка как в устной, так и в письменной речи. Параллельно они критикуют российских авторов, стремящихся показать позитивные элементы заимствования английских слов посредством калькирования и транслитерации и регулярно обновляющих словари этого «пиджин» языка, многие неассимилированные элементы которого появились в последние десятилетия, в том числе и под воздействием направленной на русскоговорящую аудиторию англоязычной рекламы.

Выводы

В результате анализа репрезентативного материала было выявлено достаточно большое количество слоганов на английском языке, которые привносят в рекламу чувство успешности и повышают ее престиж. Часто английский язык выступает в качестве международного коммуникатора и используется компаниями как англоязычных, так и других стран. Активное использование в западноевропейской (немецкой, французской испанской и итальянской) и в российской рекламе слоганов со смешением английского и национальных языков наглядно свидетельствует о продолжении процесса заимствования этими языками англицизмов. Пропорциональное присутствие других иностранных языков в рекламе невелико и используется в рекламном дискурсе преимущественно для подчеркивания национальной специфики.

Часто копирайтеры используют параллельные слоганы или разъясняют значение англицизма, что связано с недостаточно высоким уровнем владения английским языком национальной целевой аудиторией. Однако необходимо отметить, что по сравнению с другими сферами функционирования языка степень ассимиляции англицизмов в языке западноевропейской и российской рекламы незначительна, что может быть объяснено стремлением рекламодателей привлечь внимание потребителя к своим товарам.

В британской рекламе, в основном, встречаются французские заимствования, которые по сложившейся традиции повышают статус рекламируемых товаров, делая их более привлекательными для потребителя. Заимствования из других языков используются, как правило, преимущественно для введения в язык слов, являющихся названиями предметов или определением понятий другой культуры, а также для сохранения привносимого национального колорита.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Дедюхина А. Г. Англоязычные заимствования в Российской рекламе: лингвосемиотические характеристики : дис. … канд. филол. наук. Краснодар, 2011. 169 с. [Dedjuhina, A. G. (2011). Anglojazychnye zaimstvovanija v Rossijskoj reklame: lingvosemioticheskie harakteristiki (English Borrowings in Russian Advertising: linguo-semiotic characteristics): dis. … kand. filol. nauk . Krasnodar. (In Russ.)].

Патрикеева А. А. Англицизмы в немецком языке: на материале языка рекламы : дис. … канд. филол. наук. М., 2008. 183 с. [Patrikeeva, A. A. (2008). Anglicizmy v nemeckom jazyke: na materiale jazyka reklamy (Anglicisms in German: on the material of the language of advertising): dis. … kand. filol. nauk. Moscow. (In Russ.)].

Dardano M. The influence of English on Italian. Virveck / Bald, 1986. P. 231–252.

Domzal T., Kernan J. Mirror, Mirror: Some Postmodern Reflections on Global Advertising // Journal of Advertising 22. 2013. P. 1–20.

Domzal T. J., Hunt J. M., Kernan J. B. Achtung! The information processing of foreign words in advertising // International Journal of Advertising 14 (2), 1995. P. 95–114.

Kelly-Holmes H. Advertising as Multilingual Communication. Palgrave Macmillan UK, 2004. 206 p.

Pratt Ch. El lenguaje de los medias de communicacion de masas: algunas aspectos. Filologia Moderna 46 / 47, 1972–1973. pp 63–87.

Shutte D. Das Schone Fremde. Anglo-Americanische Einflusse auf die Sprache der Deutschen Zeitschriftenwerbung (1951–1991). Westdeutscher Verlag. 1996. 383 p.

Wendel A. T. Anglicisms in German Advertising Slogans. Munich : Grin Publishing, 2013. 20 p.

УДК 81.111; 378

Г. Г. Бондарчук, Л. В. Яроцкая

Бондарчук Г. Г., доктор филологических наук, профессор;
профессор кафедры лексикологии английского языка факультета английского языка;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: bondarchuk.gal@yandex.ru

Яроцкая Л. В., доктор педагогических наук, доцент; профессор МГЛУ;
профессор кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации
в области права Института международного права и правосудия;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: lvyar@yandex.ru

ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В ПАРАДИГМЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО АНАЛИЗА: ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Статья посвящена обоснованию необходимости расширения перспективы лингводидактического осмысления пространства межкультурного профессионального диалога за счет комплексного использования лингвокогнитивных инструментов исследования этой сферы, соотнесения результатов лингвокультурологического, дискурсивного, межкультурного анализов сопоставляемых объектов. В качестве примера полиперспективного исследования рассматривается область межкультурного профессионального юридического общения (международно-правовая специализация). В статье обозначены важнейшие составляющие правовой культуры социума, определены лингво-ориентированные инструменты их исследования, возможности построения целостной модели обучения юристов межкультурному иноязычному профессиональному общению с опорой на полученные результаты.

Ключевые слова: межкультурная парадигма обучения профессиональному общению; полиперспективное исследование профессиональной культуры; правовая культура социума; лингвокогнитивные инструменты; лингвокультурологический анализ; дискурсивный анализ; лингводидактическая модель.

G. G. Bondarchuk, L. V. Yarotskaya

Bondarchuk G. G., Doctor of Philology (Dr. habil.), Professor;
Profesor at the Department of English Lexicology, Faculty of the English Language;
Moscow State Linguistic University;
e-mail: bondarchuk.gal@yandex.ru

Yarotskaya L.V., Doctor of Pedagogy (Dr. habil.), Associate Professor; MSLU Professor;
Professor at the Department of Linguistics and Professional Communication
in the Field of Law; Institute of International Law and Justice;
Moscow State Linguistic University;
e-mail: lvyar@yandex.ru

CC BY

LINGUOCOGNITIVE INSTRUMENTS IN THE PARADIGM OF INTERCULTURAL ANALYSIS : LANGUAGE PEDAGOGY PERSPECTIVE

The article is devoted to providing evidence in favour of expanding the prospects of raising language pedagogy awareness about the linguocognitive dimension of cross-cultural professional dialogue. Increased awareness is achieved through combining linguocognitive instruments of research in the field and correlating results of linguoculturological, discourse, as well as intercultural analyses. By way of illustration, the poly-perspective approach in question is used to examine the sphere of cross-cultural professional comunication in the field of law (international law and justice). Outlined are the basic components of society's legal culture, adequate language-related instruments of their research, prospects for designing a coherent whole model of teaching student lawyers cross-cultural foreign language professional comunication (based on the reseach results obtained).

Key words: intercultural paradigm of teaching professional comunication; poly-perspective research of professional culture; society's legal culture; linguocognitive instruments; linguoculturological analysis; discourse analysis; language pedagogy model.

Введение

Межкультурный подход в обучении современному профессиональному общению, очевидно, обусловливает необходимость учета базовых составляющих рассматриваемой системы отношений: особенностей каждой из «взаимодействующих» в сознании обучающегося профессиональных культур (родной и связанной с соответствующим иноязычным профессиональным сообществом); зоны пересечения когнитивных пространств коммуникантов – как основания для положительного межкультурного переноса знания и опыта практической деятельности; области значимых различий – как источника вероятной интерференции языковых и концептуальных картин мира, часто неосознаваемой участниками ситуации межкультурного общения и в силу этого приводящей их к конфликту взаимного непонимания.

Решение рассматриваемого вопроса в лингводидактическом плане, как правило, связывают прежде всего с освоением «лингвистически препарированного» понятийного аппарата иноязычного профессионального сообщества (так называемого языка профессии), что позволяет дифференцировать значимые различия в сопоставляемых системах понятий, осознать наличие культурных лакун, определить способы их экспликации для каждой из сторон коммуникации. Ни в коей мере не

отрицая важности такой работы, тем не менее? заметим, что нередко учет всех этих факторов не обеспечивает необходимой для конструктивного взаимодействия общности понимания партнерами по межкультурному общению исходных условий сложившейся проблемной ситуации, а следовательно, и возможных путей ее преобразования в формат задачи с целью последующего решения. Выясняется, что из поля зрения взаимодействующих сторон выпадает множество значимых факторов: так называемые неписаные законы профессиональной деятельности, особенности менталитета инокультурной профессиональной личности; обычаи, стереотипы, пресуппозиции и т. п., не получившие экспликации в осваиваемой системе понятий.

В данной статье предпринята попытка расширить перспективу лингводидактического осмысления пространства межкультурного профессионального диалога за счет комплексного использования лингвокогнитивных инструментов исследования этой сферы, соотнесения результатов лингвокультурологического, дискурсивного, межкультурного анализов сопоставляемых объектов. В качестве примера такого полиперспективного исследования рассмотрим предметную область юриспруденции (международно-правовую специализацию). Выбор обусловлен обширностью и многогранностью культурного основания юридической деятельности, ее коммуникативной природой, проблемным характером современного общения в этой области [Алейникова 2019; Бондарчук 2015; Яроцкая 2018; Поляков 2006; Поляков 2007].

Полиперспективное лингвистическое исследование в фокусе лингводидактического моделирования

В современных массмедиа, политическом, правовом дискурсах, научной литературе обнаруживаем многочисленные свидетельства того, что юристы, работающие в разных системах национально-правовых координат, сегодня как никогда далеки от конструктивного диалога. Как показывают специальные исследования этого вопроса, подобные противоречия связаны не только с природой юридической деятельности – необходимостью отстаивать интересы противоборствующих / конфликтующих сторон, но и с факторами межкультурных различий, приводящих к «коллизиям правовых культур» [Алейникова 2019]. При этом под *правовой культурой социума* понимается система, объединяющая сущности разного порядка: *невербальные продукты* культурно-исторического развития юридической сферы социума

в виде актуальных в профессиональном сообществе социальных практик, стереотипов деятельности; *вербальные продукты*, опосредующие эту деятельность и обусловливающие специфику профессионального взаимодействия в юридической сфере [там же].

Продукты вербальной коммуникации стали объектом пристального внимания юристов, лингвистов, лингводидактов, что вполне объяснимо, учитывая *коммуникативную природу юридической деятельности*. В то же время невербальные компоненты правовой культуры – стереотипы поведения, взаимодействия, алгоритмы профессиональной деятельности в правовой сфере, не получившие вербальной экспликации, но органично связанные с языком права, текстовой деятельностью, – до недавнего времени оставались на периферии лингвоориентированных исследований. Такая сегментация правовой культуры, оправданная при проведении научного анализа, например в лингвистических исследованиях, оказывается, на наш взгляд, малопродуктивной в лингводидактическом контексте – при межкультурном подходе в обучении профессиональному общению. Это связано с тем, что без учета социальных факторов общения (социокультурных, социолингвистических, социопсихологических) проектирование *модели обучения*[1] юристов профессиональному общению в межкультурном правовом пространстве оказывается невозможным. Не случайно в научном плане поставлен и решен вопрос о новом интегративном основании подобной модели – *коммуникативно-деятельностных потребностях типичного представителя правовой культуры* страны изучаемого языка [Алейникова 2019]. Реализация данного подхода с опорой на результаты смежных с лингводидактикой наук, безусловно, позволяет рассматривать вербальный и социальный компоненты правовой культуры как составляющие единой системы отношений.

В этой связи становится очевидной необходимость интеграции научных парадигм, позволяющих совместить в рамках одной системы координат несколько перспектив анализа рассматриваемого нами объекта – пространства межкультурного диалога юристов: лингвистическую, лингвокультурологическую, дискурсивную – как условие создания целостной лингводидактической модели обучения будущих

[1] Напомним, что создание модели обучения рассматривается в качестве необходимого требования к любому полноценному лингводидактическому исследованию.

юристов межкультурному общению в профессиональной сфере. Подтверждение этому находим в отечественной и зарубежной литературе, посвященной обучению студентов техникам коммуникации в юридической сфере [Алейникова 2019; Ускова, Викулина 2018; Hoffman 2011; Law in the United States 2006 и др.].

Действительно, освоение терминологического аппарата (с культурным компонентом значения) оказывается важным, но недостаточным условием формирования готовности профессиональной личности к межкультурному взаимодействию в правовой сфере. Даже интернациональные термины, рассматриваемые как корреляты в разных правовых культурах (*case study/cas pratiques/кейс стади*, *the Socratic method/метод Сократа* и др.), а также ведущие правовые принципы, в том числе признанные на международном уровне и, следовательно, призванные выступать в качестве общего методологического основания юридической деятельности (например, *принцип правовой определенности* [Амосова 2017]), нередко оказываются лишь формальными соответствиями [Яроцкая 2018a]. За каждым из них в соответствующей культуре стоит своя система профессиональных ценностей, приоритетов деятельности, специфические социальные практики профессионального взаимодействия (Об этом подробнее см. [Яроцкая 2018a; Яроцкая 2018b]. Это приводит к значительной межкультурной интерференции, несостоятельности перцептивных ожиданий коммуникантов в отношении друг друга и, в конечном счете, к правовым коллизиям. Международные отношения последних лет изобилуют примерами подобного рода. Оставляя в стороне политический аспект рассматриваемой проблемы, заметим, что неготовность коммуникантов к конструктивному диалогу не может не отражать недостаточный уровень осознания ими основополагающих межкультурных различий, должного внимания к этой стороне общения, понимания функциональных смыслов дискурсивных практик, сложившихся в иных правовых культурах.

Так, например, *метод Сократа* (важнейшая техника профессиональной деятельности юристов, а также педагогический инструмент подготовки юридических кадров) в традиции англо-американского права, несмотря на свое название, оказывается, по сути, противоположностью исконного понимания этого метода – именно тем, за что Сократ и его ученики критиковали софистов, отказавшихся от поиска истины в пользу прагматически мотивированных решений [Яроцкая

2018a; Яроцкая 2018b]. При этом в отечественной юридической практике *истина*, несмотря на многочисленные дискуссии последних лет, остается значимой константой [Головко 2012]. Разные профессиональные установки в реализации этой техники определяют существенные различия в алгоритмах деятельности юристов, представляющих свои правовые культуры, принятые в их сообществе способы профессионального взаимодействия, стереотипы поведения. Всё это создает специфический социокультурный фундамент для уяснения ключевого понятия любой правовой культуры – *справедливости* как высшей ценности общества. Без осознания культурного основания понятия, воплощенного в вербальных и невербальных продуктах культурно-исторического развития правового пространства конкретного социума, понимание *института справедливости* оказывается ущербным.

Приведем еще один пример подобных различий, требующих комплексного применения инструментов лингвокогнитивного анализа при проектировании модели обучения юристов межкультурному профессиональному общению. Как отмечалось выше, *принцип правовой определенности* относится к числу значимых правовых принципов, признанных международным сообществом. При этом уяснение механизма его действия в межкультурном формате юридической деятельности оказывается затруднительным. Причины такого положения дел становятся понятными при проведении анализа американского академического юридического дискурса, где, в отличие от профессионального юридического дискурса, алгоритмы деятельности представлены в эксплицитном виде (очевидно, в силу специфики образовательной деятельности). Выясняется, что американских студентов-юристов учат прежде всего работать с полем *неопределенности* (*ambiguity*), выявлять, систематизировать и оценивать источники неопределенности как важный ресурс для развития права [Abernathy 2006], в отличие, например, от нашей юридической традиции, где изначально принято отсекать всякого рода неопределенности.

Заключение

Развитие междисциплинарного подхода к проведению современных исследований, связанных с построением моделей взаимодействия коммуникантов, в том числе в межкультурном пространстве профессионального диалога, очевидно, нуждается в дальнейшей разработке соответствующего исследовательского аппарата, проектировании

надежного методологического основания научной деятельности, обеспечивающего учет и систематизацию различных перспектив обзора анализируемого объекта. Сегодня исследователи из разных предметных областей, нередко двигаясь в одном направлении, недостаточно используют значительные ресурсы смежных наук (ср., например, дискурсивный подход в лингвистике и контекстный подход в дидактике, частных методиках обучения). Между тем, как показывают исследования последних лет, важной чертой инновационных научных продуктов становится охват нескольких предметных областей – трансдисциплинарность, способность интегрировать широкий диапазон средств научного осмысления объекта с разных сторон, выходить за пределы отдельно взятой системы [Алейникова 2019].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Алейникова Д. В. Методика обучения юристов межкультурному профессиональному общению в условиях коллизии правовых культур (английский язык, магистратура) : дис. … канд. пед. наук. М., 2019. 191 с. [Aleinikova, D.V. (2019). Metodika obucheniya yuristov mezhkul'turnomu professional'nomu obshcheniyu v usloviyakh kollizii pravovykh kul'tur (angliiskii yazyk, magistratura) (Methods of Teaching Lawyers in Cross-cultural Professional Communication in the Context of a Conflict of Legal Cultures (English, Master's degree): dis. … kand. ped. nauk. Moscow. (In Russ.)].

Амосова Т. В. Принцип правовой определенности в зеркале лингвокультуры // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки. 2017. Вып. 2 (773). С. 106–118. URL: http://libranet.linguanet.ru/prk/Vest/2_773_2017_indd.pdf. [Amosova, T.V. (2017). Printsip pravovoi opredelennosti v zerkale lingvokul'tury (Legal Certainty in the Mirror of Linguoculture). Vestnik of Moscow state linguistic university. Humanities. *2* (773), 106–118. (In Russ.)].

Бондарчук Г. Г. Некоторые особенности развития англоязычной юридической терминологии // Когнитивные исследования языка. 2015. Вып. XX. С. 273–281. [Bondarchuk, G.G. (2015). Nekotorye osobennosti razvitiya angloyazychnoi yuridicheskoi terminologii (Some Peculiarities of English-language Legal Terminology Development). Kognitivnye issledovaniya yazyka. Vyp. XX (pp. 273–281). (In Russ.)].

Головко Л. В. Теоретические основы модернизации учения о материальной истине в уголовном процессе // Библиотека криминалиста. Научный журнал. 2012. № 4(5). С. 65–87. [Golovko, L.V. (2012). Teoreticheskie osnovy modernizatsii ucheniya o material'noi istine v ugolovnom protsesse

(Theoretical Foundations of Modernization of the Doctrine of Material Truth in Criminal Proceedings). *Biblioteka kriminalista. Nauchnyi zhurnal, 4*(5), 65–87. (In Russ.)].

Поляков А. В. Коммуникативная концепция права (проблемы генезиса и теоретико-правового обоснования) : автореф ... д-ра юр. наук. СПб., 2007. 42 с. [Polyakov, A. V. (2007). Kommunikativnaya kontseptsiya prava (problemy genezisa i teoretiko-pravovogo obosnovaniya) (*Communicative Concept of Law* (*Problems of Genesis and Theoretical and Legal Justification*)): avtoref ... d-ra yur. nauk. St. Petersburg. (In Russ.)].

Поляков А. В. Российский правовой дискурс и идея коммуникации : учебное пособие. СПб. : Юридическая книга, 2006. 60 с. [Polyakov, A. V. (2006). Rossiiskii pravovoi diskurs i ideya kommunikatsii (*Russian Legal Discourse and the Idea of Communication*) : uchebnoe posobie. St. Petersburg: Yuridicheskaya kniga. (In Russ.)].

Ускова Т. В., Викулина М. А. Использование метода дискурсивного анализа во время работы с текстами судебных решений при обучении студентов-юристов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки. 2018. Вып. 6 (814). С. 146–158. URL: libranet.linguanet.ru/prk/Vest/6_814.pdf. [Uskova, T. V., Vikulina, M. A. (2018). Ispol'zovanie metoda diskursivnogo analiza vo vremya raboty s tekstami sudebnykh resheniĬ pri obuchenii studentov-yuristov (The Use of Discourse Analysis for Studying Supreme Court Judgements in Teaching Law Students). *Vestnik of Moscow state linguistic university. Humanities, 6*(814), 146–158. (In Russ.)].

Яроцкая Л. В. «Диалог смыслов» в межкультурном правовом пространстве как актуальный объект освоения // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018a. Вып. 17 (815) С. 204–211. URL: www.vestnik-mslu.ru/Vest/17_815.pdf. [Yarotskaya, L. V. (2018a) «Dialog smyslov» v mezhkul'turnom pravovom prostranstve kak aktual'nyi ob»ekt osvoeniya ("Dialogue of Senses" in an Intercultural Legal Framework as an Urgent Research Object). Vestnik of Moscow state linguistic university. Humanities. *17*(815), 204–211. (In Russ.)].

Яроцкая Л. В. Лингводидактические основы формирования профессиональной личности современного юриста // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки. 2018b. Вып. 1 (790). С. 114–120. URL: libranet.linguanet.ru/prk/Vest/1_790_2018.pdf. [Yarotskaya, L. V. (2018b). Lingvodidakticheskie osnovy formirovaniya professional'noi lichnosti sovremennogo yurista (Legal Pedagogy Foundations of Developung a Contemporary Lawyer's Professional Identity). Vestnik of Moscow state linguistic university. Humanitiesю *1*(790), 114–120. (In Russ.)].

Hoffman, C. Using Discourse Analysis Methodology to Teach «Legal English.» Georgetown University Law Center // L. Language & Discourse. Volume 1. 2, 2011. P. 1–19.

Law in the United States. American Casebook Series / F. Charles Abernathy. USA : Thomson West, 2006. 720 p.

УДК 824

Д. А. Беляков

кандидат филологических наук;
и. о. заведующего кафедрой отечественной и зарубежной литературы;
переводческий факультет;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: d_belyakov@bk.ru

ОБРАЗ СОВЕТСКОЙ СТОЛИЦЫ В «МОСКОВСКИХ ЗАМЕТКАХ» КЛАУСА МАННА

Статья посвящена анализу малоизученного отечественным литературоведением очерка К.Манна «Московские заметки» (Notizen in Moskau), осуществляемому в идеологическом, биографическом, литературном и – отчасти – текстологическом аспектах. Особое внимание уделяется изучению амбивалентности образа советской столицы, формирующегося в восприятии немецкого писателя и журналиста. Делается вывод, что Москва вселяет в К. Манна веру в возможность интеллектуального взаимодействия Запада и Востока перед лицом общего врага – фашизма.

Ключевые слова: Клаус Манн; Томас Манн; Генрих Манн; Москва; Первый съезд советских писателей; идеология.

D. A. Belyakov

PhD (Philology);
Acting Head of the Department of Russian and World Literature;
Faculty of Translation and Interpreting;
Moscow State Linguistic University; e-mail: d_belyakov@bk.ru

IMAGE OF THE SOVIET CAPITAL IN KLAUS MANN'S «NOTES IN MOSCOW»

The article is devoted to the analysis of Klaus Mann's «Notes in Moscow» – an essay, which is little-known in Russian literary studies. The study includes ideological, biographical, literary and – in some measure – textological aspects. Particular attention is paid to the analysis of Moscow's ambivalence, which is formed in the perception of the German writer and journalist. It is concluded that the Soviet capital instills in K. Mann faith in the possibility of intellectual interaction between the West and the East in the face of a common enemy – fascism.

Key words: Klaus Mann; Thomas Mann; Heinrich Mann; Moscow; the First Congress of Soviet Writers; ideology.

Введение

Цель статьи – всесторонне изучить образ советской столицы, запечатленный Клаусом Манном в «Московских заметках» (Notizen in Moskau) – очерке, не переведенном на русский язык и малоизвестном российскому читателю.

Этот текст был опубликован в октябре 1934 г. в издаваемом Манном в Амстердаме антифашистском журнале «Ди Замлунг». В основе очерка – впечатления Клауса от визита в столицу СССР, совершенного им несколькими неделями ранее в качестве иностранного гостя Первого Всесоюзного съезда советских писателей, проходившего в Колонном зале Дома Союзов в период с 17 августа по 1 сентября 1934 г.

Оказавшись в эпицентре событий, талантливый писатель и проницательный журналист фокусирует свое внимание не только на литературной и общественной значимости съезда, но и на облике Москвы – как важного «диалогизующего фона» (термин М. М. Бахтина).

Приглашая Клауса Манна в советскую столицу и отдавая тем самым безусловную дань уважения его активной деятельности в антифашистском движении, организаторы съезда определенно строят далекоидущие планы и в отношении его прославленных родственников – дяди Генриха и отца Томаса, имена которых, как будет показано далее, оказываются неразрывно связанными с политико-литературными московскими событиями позднего лета 1934 г. Таков еще один «диалогизующий фон» анализируемого нами сюжета.

Между воодушевлением и возражением

Генрих Манн, известный своей симпатией к идеям социализма, отсутствует на съезде, однако направляет в советскую столицу дружественное приветственное слово, текст которого публикуется в «Правде».

Вместе с Р. Ролланом, А. Барбюсом, Б. Шоу, также отсутствующими в Москве, Г. Манн причисляется к когорте «прогрессивных писателей» – «лучших друзей трудящегося человечества», удостоенных особого «братского» привета от делегатов съезда [Первый Всесоюзный съезд советских писателей 1934, с. 374].

Имя отца Клауса – Томаса Манна – отсутствует в этом ряду. При этом его творчество не подвергается критике – в отличие, например, от М. Пруста или Д. Джойса. Первый порицается Горьким за склонность к мистике и фантастике, гипертрофированный индивидуализм

и абсолютную оторванность от действительности [Первый Всесоюзный съезд советских писателей 1934, с. 6–18]. Художественный мир Джойса удостаивается еще более нелицеприятной оценки из уст Карла Радека: «Куча навоза, в которой копошатся черви, заснятая кинематографическим аппаратом через микроскоп» [там же, с. 316].

В глазах советских идеологов Томас Манн, очевидно, пребывает в своего рода буферной, нейтральной зоне: бюргер по происхождению, демократ-республиканец по политическим убеждениям, но при этом – благожелательствующий наблюдатель большевистского культурного эксперимента.

Сразу после съезда начинается активная «вербовка» Т. Манна, о которой в своей недавно изданной в Германии монографии подробно пишет А. Баскаков [Baskakov 2018].

Иоганнес Бехер, председатель Союза революционно-пролетарских писателей и функционер компартии Германии, возглавлявший на московском съезде делегацию поволжских немцев, был уполномочен советским правительством установить контакт с находящимися в эмиграции писателями левых взглядов с тем, чтобы использовать их в будущем как инструмент «мягкой силы» в геополитической борьбе.

20 сентября 1934 г., спустя 3 недели после окончания съезда, Т. Манн пишет в дневнике о «присланной из Москвы газете с прекрасной в своем роде речью И. Бехера» [Mann 1977, с. 529]. В ответном письме в советскую столицу он благодарит за посылку и подчеркивает, что чтит мир сражающегося коммунизма, однако не принадлежит к нему по своей природе и не хочет лицемерить [Baskakov 2018, с. 41].

Уже в ноябре Манна посещает все тот же Бехер и предлагает рассмотреть возможность организации официального визита в СССР. Не давая однозначного ответа, Манн берет паузу на размышление. При этом Бехер спешит сообщить в Москву о том, что его собеседник «настроен чрезвычайно положительно»[1] [Becher 1993, с. 189].

Нужно заметить, что схожая модель лежит и в основе взаимоотношений национал-социалистического немецкого правительства с Томасом Манном. Несмотря на приказ о заочном аресте писателя, изданный баварской политической полицией в июле 1933 г., власти рейха старались не применять жестких санкций к литературной продукции Нобелевского лауреата 1929 г. Министр пропаганды Й. Геббельс до

[1] Зд. и далее перевод наш. – *Д. Б.*

последнего надеялся сподвигнуть Манна к возвращению на родину, дабы авторитет писателя возвысил образ новой Германии в глазах международного сообщества [Беляков 2018].

В дальнейшем, с середины 1930-х гг. до середины 1950-х гг., советские власти предпримут множество попыток пригласить Томаса Манна в СССР, ангажировать его культурно, политически и даже вручить ему Сталинскую премию за 1954 год [Колязин 2012]. Несмотря на безусловное почтение к миру русской культуры, Манн, проживающий сначала в США, а потом в Швейцарии, прямо или косвенно отклонит все эти предложения с присущей ему деликатностью.

Вернемся к тексту К. Манна.

Его взгляд на Москву лишен примитивной идеализации. Лейтмотив его очерка – двойственность впечатлений от увиденного. Писатель отмечает, что в его сердце и мыслях непрерывно борются друг с другом «воодушевление» (Ergriffenheit) и «возражение» (Widerspruch).

Воодушевление К. Манна обусловлено, прежде всего, особой ролью литературы в советском обществе, «витальной» связью литератора с широкими читательскими массами. В то время как немецкая литература сталкивается с беспрецедентным дефицитом читателей, здесь, в Москве, главная проблема – дефицит бумаги.

В то же время К. Манн с подозрением взирает на строгую регламентацию интеллектуальной жизни: обращение к вопросам метафизики представляется здесь фактически контрреволюционной деятельностью.

Москва в глазах К. Манна – отчасти *уже* американский город, отчасти *еще* азиатский. С одной стороны, он отмечает демократический характер повсеместной атмосферы энтузиазма и усердия, пафос созидания нового мира.

Так, например, строительство гостиницы (речь, очевидно, о возводимой напротив Колонного зала Дома Союзов «Москве») – предстает не заботой никому неизвестного акционерного общества, а подлинно общественным делом, за которым повсеместно следят и о котором регулярно сообщают в центральных СМИ.

С другой стороны, Манн обращает внимание на диктаторский характер власти большевистской партии, быт руководства которой по-прежнему далек от народа. Особое место в очерке занимает описание визита к Горькому, особняк которого на Малой Никитской улице именуется «княжеским домом» [Mann 1934 / 1935, с. 79].

Далее писатель останавливается на особой «культуртрегерской» функции института вооруженных сил в Стране Советов, реализующейся через сеть так называемых «домов культуры». Манн пишет о посещении «Центрального дома культуры Красной армии» (в то время – площадь Коммуны, ныне – Суворовская площадь), об увиденных там кинофильмах и театральных постановках, упоминает ухоженный парк с прудом, в котором гуляют, катаются на лодках и занимаются спортом (в то время – парк ЦДКА, ныне – Екатерининский парк).

Однако это видимая гармония души и тела сопряжена у Манна с чувством страха, вызванного столь высокой степенью милитаризации общества. Особенно поражает Манна выступление с трибуны Съезда писателей делегации красноармейцев с винтовками – «момент, когда вооруженная власть врывается в литературный зал и восторженно там приветствуется» [Mann 1934 / 1935, с. 77].

Во время своего московского визита К. Манн улаживает еще одно важное, личное, дело – решает вопрос с выплатой гонорара за русский перевод романа своего отца «Будденброки», осуществленный В. С. Вальдман и М. Е. Лембергом и изданный в 1927 г. в Государственном издательстве художественной литературы [Baskakov 2018, с. 41].

19 августа Клаус Манн фиксирует в дневнике факт визита в издательство. Гонорар выплачен, и дневниковая запись от 25 августа сообщает, среди прочего, о покупке «красивой шкатулки» для «волшебника» (Zauberer) – сувенире для отца [Mann 1989, с. 95]. Очевидно, речь шла не только о шкатулке. В письме брату Генриху Томас Манн упоминает о «целой куче симпатичных вещей», привезенных Клаусом из Москвы [Thomas Mann – Heinrich Mann. Briefwechsel 1995, с. 256].

Спустя некоторое время, в 1934–1935 гг., в СССР выходит перевод «Волшебной горы» Т. Манна под редакцией В. Зоргенфрея. В свете вышеупомянутых стратегических целей советских идеологов финансовый вопрос решается значительно более быстрым и удобным образом, чем в случае с «Будденброками». Гонорар за «санаторный роман» будет перечисляться автору в валюте в Швейцарию.

Как и его отец – Томас Манн – Клаус Манн непрерывно фиксирует ключевые события и переживания дня в дневниках, ныне опубликованных в отдельном издании. Их анализ позволяет проследить, как из дневниковых набросков августа 1934 г. и вырастает рассматриваемый нами очерк «Московские заметки». При этом невооруженным взглядом видно, что в исходных записях критических наблюдений

значительно больше, чем в опубликованном в Амстердаме тексте [Albrecht 2009].

Таким образом, на данном этапе К. Манн, очевидно, заинтересован в поддержании имиджа идеологически благонадежного товарища Страны Советов и намеренно не придает своему очерку чрезмерно оппозиционный тон. Он твердо верит в возможность интеллектуального взаимодействия Запада и Востока перед лицом общего врага.

Так, например, в дневнике он очень трезво рассуждает о роли статистов, исполняемой приглашенными в Москву зарубежными литераторами, а о своем номере в «Метрополе» пишет как о «золотой клетке», ведь почти все перемещения по городу четко спланированы и контролируются уполномоченными органами.

Не входят в текст статьи и следующие дневниковые наблюдения Манна: «очень большой разрыв в зарплатах» (die sehr ungleichen Löhne); «люди хуже одеты» (die Leute schlechter angezogen); «трудности с покупкой сигарет» (Schwierigkeiten, Zigaretten zu kriegen»); «привычка стоять в очереди, в том числе в парке культуры)» (die Gewohnheit, Schlange zu stehen, auch im Kulturpark)», «по-азиатски роскошная трапеза» (asiatisch üppiges Mahl) в особняке Горького [Mann 1989, с. 95–97].

Наиболее критическое замечание касается принципиального идеологического аспекта, а именно – сходства советского режима с фашистским: «Раздражающее явление – милитаризм. Артикулированное подчинение. “Я отправлюсь туда, куда меня пошлет партия“, – как раз те черты, которые напоминают фашизм» [Mann 1989, с. 98].

В более позднем тексте – мемуарах «На повороте», изданных на английском языке в Нью-Йорке в 1942 г., уже в совершенно иных геополитических реалиях, воспоминания о поездке в советскую столицу приведены без этих идеологических купюр. Тем не менее и здесь ясно звучит важная для Манна мысль: «В борьбе против кровавого атавистического иррационализма Гитлера и Розенберга воинственный рационализм, «научное» верование в прогресс сталинистских писателей казалось мне приемлемым или даже необходимым союзником» [Манн 1990].

В заключительной части «Московских заметок» Клаус Манн пишет о содержательной части Съезда. Программные доклады его руководителей откровенно разочаровывают немецкого гостя. Он не готов принять догматизм и схематичность выступлений Горького и Радека,

им отвергается наивный материализм и оптимизм социалистической литературы. Наиболее содержательной и мужественной представляется Манну речь И. Эренбурга.

Заключение

В конечном счете «воодушевление» писателя все-таки оказывается сильнее «возражений». К. Манн, подобно многим левым европейским интеллектуалам начала 1930-х гг., воспринимает СССР в качестве последнего оплота европейской культуры перед лицом фашизма. По этой причине именно здесь, в Москве, он ощущает, что у человечества «снова есть будущее» [Mann 1934 / 1935, с. 83].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Беляков Д. А. «Человек равновесия»: о политических взглядах Томаса Манна // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 7 (798). С. 49–56. [Belyakov, D.A. (2018). «Chelovek ravnovesija»: o politicheskih vzgljadah Thomasa Manna («The Man of Balance»: on the Political Views of Thomas Mann). *Vestnik of Moscow state linguistic university. Humanities, 17*(815, 49–56. (In Russ.)].

Колязин В. Бертольт Брехт vs. Томас Манн: как великого драматурга награждали Сталинской премией // Театр. 2012. № 8. С. 184–192. [Koljazin, V. (2012). Bertolt Brecht vs. Thomas Mann: kak velikogo dramaturga nagrazhdali Stalinskoj premiej (Bertolt Brecht vs. Thomas Mann: How the Great Playwright Was Awarded the Stalin Prize). Teatr. № 8 (pp. 184–192). (In Russ.)].

Манн К. На повороте. Жизнеописание. М. : Радуга, 1990, 557 с. [Mann, K. (1990). Na povorote. Zhizneopisanie (At the Turn. Biography). Moscow: Raduga. (In Russ.)].

Первый Всесоюзный съезд советских писателей. 1934. Стенографический отчет. М. : Художественная литература, 1934. 720 с. [Pervyj Vsesojuznyj sjezd sovetskih pisatelej (First All-Union Congress of Soviet Writers). 1934. Stenograficheskij otchet. Moscow: Hudozhestvennaja literatura. (In Russ.)].

Albrecht F. Klaus Mann der Mittler: Studien aus vier Jahrzehnten. Bern : Peter Lang, 2009. 342 S.

Baskakov A. Ich bin kein Mitläufer …: Thomas Mann und die Sowjetunion. Köln : Böhlau Verlag, 2018. 199 S.

Becher J. Briefe. 1909–1958. Berlin, Weimar : Aufbau–Verlag, 1993. 678 S.

Mann K. Notizen in Moskau // Die Sammlung. 1934/1935. № 2. Heft 2. S. 72–83.

Mann K. Tagebücher 1934–1935. München : Edition Spangenberg, 1989. 240 S.

Mann Th. Tagebücher 1933–1934. Frankfurt am Main : S. Fischer, 1977. 818 S.

Thomas Mann – Heinrich Mann. Briefwechsel 1900–1949. Frankfurt am Main : S. Fischer, 1995. 608 S.
Thomas Mann – Heinrich Mann. Briefwechsel 1900-1949. Frankfurt am Main : S. Fischer, 1995. 608 S.

УДК 82-1

А. В. Нестеров

кандидат филологических наук;
доцент кафедры переводоведения и практики перевода английского языка переводческого факультета;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: avnesterov@gmail.com

СТИХОТВОРЕНИЕ КАК СИСТЕМА ОБРАЗОВ, ОРГАНИЗУЮЩАЯ РОЛЬ АЛЛЮЗИЙ И ПОЭТИЧЕСКИЙ ПЕРЕВОД

В статье на примере нескольких стихотворений норвежских поэтов (Руне Кристиансена и Стейна Мерена) рассматривается алгоритм перевода поэтических текстов с учетом их внутренней структуры. Поэтические тексты часто организованы таким образом, что некий определенный образ «собирает» вокруг себя все стихотворение и определяет все остальные его образы. От переводчика требуется особая аккуратность при передаче таких образов, глубокое понимание их структуры и роли в стихотворении, а также заложенных в них аллюзий.

Ключевые слова: поэтическая речь; аллюзия; образ; ассоциация; контекст.

A. V. Nesterov

PhD (Philology), Associate Professor;
Department of Translation Studies and Translation and Interpreting (the English Language); Faculty of Translation and Interpreting;
Moscow State Linguistic University;
e-mail: avnesterov@gmail.com

A POEM AS A SYSTEM OF IMAGES, THE ORGANIZING ROLE OF ALLUSIONS AND TRANSLATING OF POETRY

The paper considers an algorithm of translating poems taking into account their inner structure, on the example of several poems by Norwegian authors (Rune Christiansen and Stein Mehren). Some poems are organized in such a way that this or that poetic image could arrange the others around and dictate the system of images in the text. A translator should pay special attention to such images and verify their role in texts as much as allusions to be interacted with.

Key words: poetic speech; allusion; image; association; context.

Введение

Поэтический текст отличается от прозаического плотностью содержащейся в нем информации: поэтическая речь намеренно

аллюзивна, плюс к тому, работает с традицией: внутри авторской речи часто присутствуют голоса поэтов-предшественников – как определил это Иосиф Бродский:

Только звук отделяться способен от тел,
вроде призрака, Томас.
Сиротство
звука, Томас, есть речь!
Оттолкнув абажур,
глядя прямо перед собою,
видишь воздух:
анфас
сонмы тех,
кто губою
наследил в нем
до нас.

Сочинения Иосифа Бродского : в 7 т. Т. III.
СПб. : Пушкинский фонд, ММI, с. 55

На это накладывается память поэтического метра, если речь идет о регулярном стихе, порождение дополнительных смыслов за счет строфической организации текста (смысловые, грамматические параллелизмы, анжабеманы и т. д.), и масса других факторов [Лотман 1996; Гаспаров 1999].

Потому часто рассуждения о поэтическом переводе превращаются в «смесь» шаманских заклинаний с сеансом психоанализа: слишком сложен рассматриваемый материал. Но можно попробовать всё же описать некоторые грани подхода к поэтическому переводу – при этом вовсе не пытаясь гиперрационализировать его.

Речь идет о внимании к образной структуре текста и «зашитым» в текст аллюзиям, – и в этой точке от переводчика требуется не только владение языками, но и тем, что Осип Мандельштам называл «упоминательной клавиатурой» – глубокая погруженность в культуру.

Переводя стихи, часто важно увидеть тот образ, который собирает текст воедино, удерживая его смыслы, подобно тому, как гравитация удерживает планеты на их орбитах. Чтобы пояснить эту мысль, приведем яркий пример из английской поэзии, хотя данная статья построена прежде всего на норвежском материале.

У английского поэта Филипа Ларкина есть короткое стихотворение:

1952–1977

In times when nothing stood
but worsened, or grew strange,
there was one constant good:
she did not change.

Larkin Philip. Collected Poems.
London: Faber & Faber, 1988., с. 192

Здесь «сплетено» множество мотивов: образ быстробегущего, меняющего всё времени – его можно проследить вплоть до начала начал, древнеанглийской элегии «Морестранник», но особенно этот образ любили английские поэты, тяготевшие к классицизму, от Джона Драйдена до Александра Поупа. Правда, напоминание о постоянной деградации всего и вся вокруг, скорее, проникнуто духом модернизма, как и ощущение «странных путей», которыми склонен идти мир, и тут же вводится утверждение, что даже в череде этих изменений есть нечто постоянное, пользуясь мандельштамовской формулой – «ценностей незыблемая скала»… А потом следует финальная строка: «she did not change» – «она не изменилась». И ее понимание возможно только в том случае, если мы соотнесем стихотворение с его названием и увидим, что это – даты жизни, выбитые на могильном камне, а все стихотворение – своего рода горькая и ироничная речь у могилы близкого человека. Название (интерпретируемое именно как надпись на камне, только после прочтения текста – до этого за ним можно увидеть что угодно: годовщину университетского выпуска, профессиональной деятельности, брака, существования фирмы, и т. д., и т. п.) здесь не просто обозначение темы стихотворения, оно прочно «срощено» с текстом и определяет его понимание (заметим, приходящее к читателю не сразу – последнему приходится сделать усилие для понимания, кто же эта «она», вдруг упоминаемая в последней строке, – и только возврат к названию расставляет все по местам, давая ключ к описываемой ситуации, – Ларкин, по сути, умело читателем управляет). И уже с учетом всего этого делался перевод:

1952–1977

Что неизменно в наши времена?
Все – только хуже, ежели не гаже,
утешься ж постоянством: здесь она
пребудет та же.

пер. А. Нестеров

Порой бывает и так, что задающий всю «гравитацию» стихотворения образ, может показаться переводчику «проходным», не требующим специального внимания.

У норвежского поэта Рюне Кристиансена есть стихотворение:

Lukas 2,5

På et fotografi jeg (gjennom en hel vinter) hadde liggende
mellom to sider i *La Pluralité des mondes* de
Lewis var du to-og-et-halvt og gikk tur med en bikkje
over en plen som var diger som månen: først senere,
i en bil på vei til en fremmed by, ante jeg at snøfillene
og den grå himmelen tilhørte samme drøm, samme
barndom, samme livsløp, kanskje til-og-med samme
alderdom … hvis tiden fortsatt utsetter oss for tid.
Et øyeblikk lignet refleksene i frontruten noe vi kalte
åpenbaringer (en gyllen vogn, en glanset frukt) og jeg
tenkte at vi kunne sove i all evighet i en så varsom glød.

Christiansen Rune. Samlede dikt.
Oslo: Forlaget Oktober, 2004, s. 301

Приведем свой перевод стихотворения:

Лк. 2, 5

На фотографии я, (всю зиму) пролежав
между страницами La Pluralité des mondes Льюиса,
был тобой в версии 2.5 и с собакой шел по лужайке
изрытой, как луна – кратерами: с тех пор впервые
взяв машину, чтобы поехать в чужой город, я подумал: эти
снежинки, это серое небо принадлежат одному
и тому же сну, похожему детству, похожему образу жизни,
даже похожей старости… если время соизволит и дальше

превращать нас в развалины. На мгновение отблеск
на ветровом стекле напомнил мне то, что мы называли откровением
(золотой вагон, блестящий плод), и я подумал: можно было бы
проспать всю вечность, вдвоем, в теплом свете заката.

пер. А. Нестеров
Кристиансен Рюне // Иностранная литература.
2018. № 9, с. 124

С названием стихотворения здесь, как и у Ларкина, не всё просто: перед нами отсылка к Евангелию от Луки. Отсылка, прочитываема как определенный поэтический жест, – вместо того, чтобы дать соответствующий новозаветный стих эпиграфом, Руне Кристиансен просто указал на него. При этом в современном мире почти никто, даже священники, не помнит наизусть библейские тексты с нумерацией, и весьма немногие поспешат открыть Новый завет или поискать нужный стих в «Сети». Тем самым поэт называет что-то, не называя. На самом деле, стих звучит следующим образом: «Пошел также и Иосиф из Галилеи, из города Назарета, в Иудею, в город Давидов, называемый Вифлеем, потому что он был из дома и рода Давидова, записаться с Мариею, обрученною ему женою, которая была беременна» (Лк. 2, 4–5). Библейская аллюзия задает мотив образцового супружества, не проявляя его напрямую, – и переводчику нужно держать это в голове. Также ему нужно быть готовым к тому, что в стихотворении и дальше могут встретиться неявные контекстуальные аллюзии.

И они, естественно, встречаются – уже во второй строке присутствует упоминание (французского перевода) книги американского философа Дэвида Келлога Льюиса (1941–2001) «О множественности миров» (On Plurality of Worlds, 1986). По Льюису, существует множество миров, они не связаны друг с другом ни пространственно-временными, ни причинно-следственными отношениями, и нет возможности, которая бы не была бы в одном из этих миров реализована. Сильно упрощая построения Льюиса, можно сказать, что жизнь, которую мы проживаем здесь, в нашем мире – лишь один из ее бесчисленных вариантов.

С точки зрения поверхностного подхода к переводу, достаточно оставить название книги по-французски, не выясняя, что за ней стоит, и переводить дальше. Можно сделать уступку читателю, который, возможно, не читает по-французски и перевести название… Последнее

решение, однако, сразу же чревато потерей важной для автора аллюзии, указывающей, среди прочего, если не на его поэтическую генеалогию, то, несомненно, – на его поэтические пристрастия: дело в том, что у французского поэта (и математика!) Жака Рубо существует сборник стихов «La pluralité des mondes de Lewis» – «Множество миров Льюиса», выпущенный издательством «Галлимар» в 1991 г. Более того, об этому сборнике Руне Кристиансен упоминает в примечании к своему циклу «Besøket» – «Посещение», где он в одном из стихотворений фактически цитирует Рубо (*Christiansen Rune. Samlede dikt. Oslo: Forlaget Oktober, 2004, s. 279, 295*).

Но важней для перевода стихотворения Кристиансена другое – понимание, что аллюзия на Льюиса «подсвечивает» всю ситуацию, описываемую в стихотворении: перед нами своего рода «спектральная раскладка» сущего, возможного, бывшего – так и не ставшего, и упоминание трактата «О множественности миров» задает элегическую интонацию всему тексту.

И это же упоминание, по всей видимости, легитимизирует «лунные» характеристики пейзажа, используемые в стихотворении Кристиансена («en plen som var diger som månen» «шел по лужайке / изрытой, как луна – кратерами») – дело в том, что трактат Льюиса в его французском изводе явно перекликается с названием работы французского мыслителя-картезианца Бернара ле Бове де Фонтанеля (1657–1757) «Разговоры о множественности миров» («Entretiens sur la pluralité des mondes»), изданной в Париже в 1686 г. В этой книге рассказывается о других планетах и их гипотетических обитателях – и очень много места отведено рассказу о Луне. А значит, «лунную ассоциацию» в переводной текст надо вводить мягко, чтобы она из него «не торчала» как некий надуманный, «за уши притянутый» странный образ, из числа авторских «я так вижу».

У норвежского поэта Стейна Мерена в сборнике «Наедине с небом» (1962) есть стихотворение «Тристан и Изольда»:

De kledde av seg, og ble for hverandre evige
Som av en magisk drikk ble alt forvandlet
til dem selv, deres lengsler ble blinde akkorder
som ilte mot dem fra alt de berørte, til de
ble alt de berørte. Hud mot hud ble de
hverandres
legemer på jorden og bestandig tro ...

Og de kunne aldri gledes
ved sin kjærlighet
for den var deres glede
Kunne de ikke lenger tenke på
sin kjærlighet
for den var deres tanke
De så på hverandre og sa aldri
Se vår kjærlighet
for den var deres blikk…

Mehren Stein. Samlede Dikt 1960–1967.
Oslo Oslo: Aschehoug Lyrikk, 2004, s. 78

Сбросив «я», обнажились – и стали друг другу навеки
Будто любовный напиток превратил этот мир
в них самих, их желания стали аккордами прикосновений
вслепую
к телу мира, но все, к чему прикасались они
ими же и становилось. Кожа к коже, мука
жажды друг друга…

И они не радовались
своей любви:
любовь и была радостью им
И они не могли помыслить
об этой любви
ибо эта любовь была мыслью о ней
И они смотрели друг другу в глаза, но не сказали:
вот же она, наша любовь, –
ибо эта любовь была взглядом…

пер. А. Нестеров
Мерен Стейн. 75 стихотворений.
М.: О.Г.И., 2013, с. 33

Стихотворение построено по законам музыкальной фуги. За отсылкой к средневековой легенде о Тристане и Изольде скрыта еще и аллюзия на оперу Вагнера и ее знаменитый «тристан-аккорд» – аккорд, для которого невозможно гармоническое разрешение… И в сознании переводчика здесь не столько должна всплывать та или иная версия средневековой легенды, сколько звучать финальная ария

Изольды, «Libestod», из вагнеровской оперы. Первая строфа стихотворения Мерена задает тему: для любящих весь мир превращается в них самих, – дальнейшее развитие стихотворения есть повторение этой темы в разных модуляциях: страх, бегство, подобно тому как в фуге основная тема последовательно звучит в разных голосах. Все вариации строятся по одной и той же модели: конструкция типа «и они не могли бежать от своей любви» противопоставляется параллельной: «ибо это было их бегство» – как динамика глагола («бежать») противопоставляется статике существительного («бегство»). Любое движение, которое «они» пытаются сделать в направлении от любви, возвращает их к ним самим – «ибо это была их любовь». При этом происходит своеобразное грамматическое замыкание: все периоды начинаются подлежащим «они», а заканчиваются притяжательным местоимением «их» перед определяемым словом. Грамматика здесь четко выражает метафизическое представление: «Любовь есть те, кто любит». Однотипность грамматических конструкций, их навязчивая повторяемость в этом стихотворении вместо того, чтобы утомить читателя, выводят его на иной уровень понимания.

Начало другого стихотворения Стейна Мерена, «Зимний солнцеворот», несомненно, восходит к Августину:

Hvor kommer tiden fra, hvor går tiden hen
hvor er den tid som unnslipper tiden, hvor
er den tid som overvinner tiden, det er tid
i brødet vi spiser, tid i søvnen vi sover
det er tid, også under tiden, tid over tiden...

Mehren Stein. Samlede Dikt 1973 – 1979.
Oslo: Aschehoug Lyrikk, 2004, s. 193

Где исток времени и куда утекает оно
где то время, что не прейдет – но пребудет, время,
которое победит сам ход времени; время – которое хлеб:
преломляем его, и время – сон, снящийся нам,
время, что временем скрыто и время превыше времен…

пер. А. Нестеров
Мерен Стейн. 75 стихотворений.
М.: О.Г.И., 2013, с. 107

В своем знаменитом рассуждении о времени в XI книге «Исповеди» Августин пишет: «Что же такое время? <…> Если и будущее и прошлое существуют, я хочу знать, где они. Если мне еще не по силам это знание, то всё же я знаю, что, где бы они ни были, они там не прошлое и будущее, а настоящее. Если и там будущее есть будущее, то его там еще нет; если прошлое и там прошлое, его там уже нет. Где бы, следовательно, они ни были, каковы бы ни были, но они существуют только как настоящее. <…> Совершенно ясно теперь одно: ни будущего, ни прошлого нет, и неправильно говорить о существовании трех времен, прошедшего, настоящего и будущего. Правильнее было бы, пожалуй, говорить так: есть три времени — настоящее прошедшего, настоящее настоящего и настоящее будущего. <…> Мы измеряем, как я и говорил, время, пока оно идет, и если бы кто-нибудь мне сказал: “Откуда ты это знаешь?”, я бы ему ответил: “Знаю, потому что мы измеряем его; того, что нет, мы измерить не можем, а прошлого и будущего нет”. А как можем мы измерять настоящее, когда оно не имеет длительности? Оно измеряется, следовательно, пока проходит; когда оно прошло, его не измерить: не будет того, что можно измерить. Но откуда, каким путем и куда идет время, пока мы его измеряем? Откуда, как не из будущего? Каким путем? Только через настоящее. Куда, как не в прошлое? Из того, следовательно, чего еще нет; через то, в чем нет длительности, к тому, чего уже нет» [Августин 1991, с. 295–296, 298].

Кроме Августина в этом стихотворении присутствует еще множество аллюзий. Часть из них связана с тем, что зимнее солнцестояние, 22 декабря, в европейском сознании всегда ассоциируется с выпадающим на 25 декабря Рождеством. Солнце идет на лето – и в мир является Бог, приносящий надежду и искупление. И когда Стейн Мерен говорит в стихотворении о «времени – которое хлеб», он имеет в виду слова Иисуса «Я есмь хлеб жизни; приходящий ко Мне не будет алкать, и верующий в Меня не будет жаждать никогда» (Ин. 6, 35). Формула же «время превыше времен» имеет в виду пророчества Апокалипсиса о том, что «времени больше не будет» (Откр. 10, 6) и «смерти не будет уже; ни плача, ни вопля, ни болезни уже не будет, ибо прежнее прошло» (Откр. 21, 4). Таким образом Стейн Мерен разворачивает перед читателем целый спектр ассоциаций и перекрестных отсылок – которые необходимо учитывать переводчику.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Аврелий Августин. Исповедь Блаженного Августина, епископа Гиппонского. М.: Renaissance, 1991. 490 с. [Avrelij Avgustin. (1991). Ispoved' Blazhennogo Avgustina, episkopa Gipponskogo (Cofessions of St. Augustine, Bishop of Hippo). Renaissance. (In Russ.)].

Гаспаром М.Л. Метр и смысл. Об одном механизме поэтической памяти. М.: РГГУ, 1999. 297 с. [Gasparom, M. L. (1999). Metr i smysl. Ob odnom mehanizme pojeticheskoj pamjati (Meter and Meaning. On One Mechanism of Poetic Memory). Moscow : RGGU. (In Russ.)].

Кристиансен Рюне // Иностранная литература / пер. А. Нестерова. 2018. № 9. С. 122 – 124. [Kristiansen Rjune, per. A. Nesterova . Inostrannaja literatura. 2018. № 9. (pp. 122 – 124). (In Russ.)].

Лотман Ю. М. О поэтах и поэзии. Анализ поэтического текста. Статьи и исследования. Заметки. Рецензии. Выступления. СПб. : Искусство–СПб, 2001. 846 с. [Lotman, Ju. M. (2001). O pojetah i pojezii. Analiz pojeticheskogo teksta. Stat'i i issledovanija. Zametki. Recenzii. Vystuplenija (On Poets and Poetry. Analysis of the Poetic Text. Articles and Research. Notes. Reviews. Performances). St. Petersburg : Iskusstvo–SPb. (In Russ.)].

Мерен Стейн. 75 стихотворений / пер. А. Нестерова. М. : О. Г. И., 2013. 214 с. [Meren, Stejn. (2013). 75 stihotvorenij (75 poems), per. A. Nesterova. Moscow : O.G.I. (In Russ.)].

Сочинения Иосифа Бродского. В 7 т. Т. III. СПб. : Пушкинский фонд, MMI, 1997. 344 с. [Sochinenija Iosifa Brodskogo (Works of Joseph Brodsky). 1997. V 7 t. T. III. St. Petersburg : Pushkinskij fond, MMI. (In Russ.)].

Larkin, Philip. Collected Poems. London : Faber & Faber, 1988. 224 p.

Christiansen, Rune. Samlede dikt. Oslo : Forlaget Oktober, 2004. 322 S.

Mehren, Stein. Samlede Dikt 1960–1967. Oslo : Aschehoug Lyrikk, 2004. 224 S.

Mehren, Stein. Samlede Dikt 1973–1979. Oslo: Aschehoug Lyrikk, 2004. 224 S.

УДК 930. 85

Е. А. Осьминина

доктор филологических наук, доцент;
профессор кафедры мировой культуры Института гуманитарных и прикладных наук;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: eleosminins@mail.ru

КУЛЬТУРА КИТАЯ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ РУССКОГО ФУТУРИЗМА (на примере антологии «Свирель Китая»)

В статье рассматриваются представления русского футуризма о китайской культуре. В качестве яркого примера выбрана антология китайской поэзии «Свирель Китая» (1914) в переложениях В. Егорьева и В. Маркова (псевдоним В. Матвейса, художника и теоретика авангардизма). Выяснены европейские источники переложений авторов антологии, результаты сведены в таблицу. Это стихотворения из «Китайской флейты» (1907) Г.Бётге, основой которых по большей части послужили переложения из «Яшмовой книги» (1867, 1902) Ж. Готье.

Ключевые слова: Владимир Матвейс; русский футуризм; «Свирель Китая»; Ганс Бётге; Жюдит Готье; шинуазри.

E. A. Osminina

Doctor of Philology (Dr. habil.), Associate Professor;
Professor at the Department of World Culture;
Institute of Humanities and Applied Sciences;
Moscow State Linguistic University;
e-mail: eleosminins@mail.ru

CHINESE CULTURE IN THE REPRESENTATION OF RUSSIAN FUTURISM (on the example of the anthology «The Flute of China»)

The article considers the ideas of Russian futurism about Chinese culture. The anthology of Chinese poetry «The Flute of China» (1914) in the arrangements of V. Yegoriev and V. Markov (pseudonym of V. Matveis, an artist and theorist of avant-garde art) is taken as a representative example. The main sources of transcriptions of the authors of the anthology were found out, the results are summarized in a table. These are the poems from the«Chinese flute» (1907) by G. Betge, the basis of which, for the most part, served as a translation from the «The book of Jade» (1867, 1902) by J. Gautier.

Key words: Matvejs Vladimir; Russian futurism; «Pipe of China»; Hans Bethge; Judith Gautier; chinoiserie.

Введение

В марте 1914 г. в Петербурге вышел сборник «Свирель Китая» – первая русская антология, посвященная исключительно китайской поэзии. До этого только вышла небольшая брошюрка «Китай и Япония в их поэзии» (1896). Авторы «Свирели Китая» – В. Егорьев и В. Марков (псевдоним В. И. Матвейса), издательство – Общество художников «Союз молодежи», а профинансировал антологию председатель общества Л. И. Жевержеев [Арская, Любославска 2005, с. 36]. Китайские стихи переводились с европейских переложений: первоначальные подстрочники и окончательную редактуру сделал В. И. Матвейс (1877–1914) – художник и теоретик русского авангарда. «Союз молодежи» – первое официально зарегистрированное объединение художников-авангардистов. «Союз» возник в весной 1909 г., узаконил свое существование в феврале 1910 г., в 1913 г. на правах автономной группы в него вошли кубофутуристы.

В 1912–1913 гг. «Союз молодежи» издал три одноименных сборника. Во втором номере (1912) после статьи В. Матвейса «Принципы нового искусства» были опубликованы три перевода, затем вошедшие в антологию «Свирель Китая»: «Красная роза» Ли-Тай-По (Ли Бо), «Император» Ту-Фу (Ду Фу) и «На чайном поле» Шей-Минга. Интересно, что в статье обращалось внимание на несколько другие принципы китайской поэзии, нежели затем в предисловии к «Свирели Китая» (а именно, обосновывалось искусство подражания и значимость кажущейся грубости и аляповатости для свободы творчества). Автором перевода значился В. Егорьев. Показательно, что за переводами в сборнике следовал «Манифест футуристов».

Антология «Свирель Китая» оценивается в синологии и литературоведении по-разному. Академик В. М. Алексеев, с чьим именем связывается основание русской китаистики как науки, назвал тексты В. Егорьева и В. Маркова «безграмотными переводами» [Алексеев 2000, с. 31]. В качестве доказательства он привел подстрочник стихотворения Мэн Хао-Жаня «Ночью в келье монаха Е-ши. Жду друга Дина. Не приходит» и сравнил с текстом антологии, озаглавленным «В ожидании друга» Мон-Као-Иена. Современный синолог» И. С. Смирнов назвал переложение стихотворения «Тоска на яшмовых

ступенях» Ли Бо («Лестница при лунном свете» Ли-Тай-По в антологии) – «курьезным», «многословным переводом-пересказом», и в то же время охарактеризовал его как попытку «проявлять не только поверхностный смысл, но то, что только угадывается за словами» [Смирнов 2007, с. 288].

Литературовед Д. К. Бернштейн (благодарим В. Н. Терехину за указание ряда статей о русском футуризме), напротив, дал высокую оценку «синологическим» штудиям В. Матвейса, назвав их поисками «сопряженности реальностей», «соединенности пластической и символической реалий», которая есть в «графике китайского стиха». Эту сопряженность «Матвей обозначает через “фактуру”/“шум”» [Бернштейн 2005, с. 145].

Как объяснить столь разные оценки? На какие аспекты китайской культуры В. Матвейс обратил внимание и что он не увидел? Попыткой ответить на эти вопросы и является настоящая статья.

Основная часть

И синологи, и литературоведы рассматривали сами тексты антологии. Представляется, что исследование их источников может многое сделать ясным. Тем более, что В. Матвейс в конце предисловия их привел на языках оригиналов и с некоторыми неточностями (возможно, погрешностями корректуры).

На первом месте совершенно справедливо поставлена «Поэзия эпохи Тан» (1862) маркиза д’Эрве Сен-Дени, качество переводов которого В. М. Алексеев высоко оценил. На втором – «Яшмовая книга» (1867, дополненное издание 1902) Жюдит (или Юдифи) Готье, дочери французского поэта Теофиля Готье. Ее переложения, раскритикованные В. М. Алексеевым, послужили основой для переводов с китайского на многие европейские языки, им посвящен ряд французских, американских, российских исследований.

На «Яшмовой книге», в том числе, основывался немецкий переводчик Ганс Хельман в «Китайской лирике» (1905) – его имени и сборника В. Матвейс не приводит. Как указывает Т. И. Виноградова [Виноградова 2010, с. 506], книга Хельмана послужила основой для сборника «Китайская флейта» (1907) Ганса Бётге. Переложениям Бётге посвящен ряд исследований, поскольку ими вдохновился композитор Густав Малер.

«Китайская флейта» Бётге – базовый источник переложений «Свирели Китая»: повторено не только заглавие, но и порядок следования стихотворений, хотя в книге Бётге их больше. Поэтому остальные источники, указанные после предисловия: «Китайская поэзия» Ш. де Харлеза (1892), «Китайский язык» В. Шотта (1857), «Цветы китайской поэзии со времен династии Хань» А. Фортке (1899), «О двух сборниках китайских стихов династии Тан» И. Платца (1862) – не столь важны. Исключение – последний источник: «Китайская литература» В. Грубе (к моменту выхода антологии она уже была переведена на русский язык, войдя в книгу В. Грубе «Духовная культура Китая»). Именно текст Грубе (вместе с предисловием и комментариями маркиза д'Эрве Сен-Дени) послужил основой для предисловия В. Матвейса и «комментариям» В. Бубновой к отдельным стихотворениям, приведенным в антологии. Результаты источниковедческого анализа сведены в таблицу.

Таблица

	В. Егорьев, В. Марков «Свирель Китая» (1914)	Hans Bethge «Die chinesische Flöte» (1919)	Judith Gautier «Le livre de jade» (1902)	Le marquis d'Hervey-sant-Denys «Poésies de l'époque des Thang» (1862)
1.	Ши-Кинг (Shi-King) Девушка (с. 19–20)	Ausdem Schi-King Des Mädchens Klage (с. 6–7)	Che-King Une Jeune fille (с. 7–8)	
2.	Конг-Фу-Тзе (Confucius) Жребий человека (с. 23)	Khong-Fu-Tse (Konfuzius). Das Los des Menschen (с. 8)	Khong-Tsé Strophes improvisées (с. 205–206)	
3.	Император Ву-Ти Осень (с. 27)	Kaiser Wu-Ty Herbst (с. 9)	Par l'empereur Ou-Ty. Le vent d'automne (с. 17–18)	L'empereur Vou-ti Chanson des rames (с. 71)
4.	Хиэ-К-О (Странствующие поэты) Красавица (с. 30)	Gedicht eines Fahrenden. Die Herrliche (с. 12–13)		Анонимный автор (с. 32–33)

5.	Сао-Хан. Юный поэт мечтает о своей возлюбленной (с. 35)	Sao-Han Ein junger Dichter denkt an die Geliebte (с. 16)	Sao-Nan Un jeune poëtepense a sabien-aimée (с. 49–50)	Thao-Han Le poète passe la nuit au couvent de Tien-tcho (с. 290–291)
6.	Мон-Кео-Иен В ожидании друга (с. 39)	Mong-Kao-Jen In Erwartung des Freundes (с. 18)		Mong-Kao-Jèn Le poète attend son ami Ting-kong dans une grotte du mont Nié-chy (с. 282)
7.	Ванг-Чанг-Линг Некогда юные девы (с. 43)	Wang-Tschang-Ling Die jungen Mädchen von einst (с. 20)	Ouan-Tchan-Lin. Par un temps tiède (с. 223–224)	Ouang-Tchang-Ling. La chanson des nénuphars (с. 297)
8.	Ли-Тай-По У реки (с. 47)	Li-Tai-Po (702–763) Am Ufer (с. 26–27)	Li-taï-pé Au bord de la rivière (с. 35–26)	Li-taï-pé Sur les bords du Jo-yeh (с. 130)
9.	Ли-Тай-По Красная роза (с. 48)	Li-Tai-Po Die rote Rose (с. 30)	Li-taï-pé La fleur rouge (с. 167–168)	
10.	Ли-Тай-По Лестница при лунном свете (с. 49)	Li-Tai-Po Die Treppe im Mondlicht (с. 31)	Li-taï-pé L'escalier de jade (с. 103–104)	
11.	Ли-Тай-По Рыбак весною (с. 50)	Li-Tai-Po Der Fischer imFrühling (с. 37)	Li-taï-pé Le pêcheur (с. 27–28)	
12.	Ту-Фу Обращение к Ли-Тай-По (с. 53)	Thu-Fu An Li-Tai-Po (с. 42)	Thou-Fou Louange a Li-taï-pé (с. 245–246)	
13.	Ту-Фу Сгоревший дом (с. 55)	Thu-Fu Das verbrannte Haus (с. 43–44)	Thou-Fou La maison dans le Cœur (с. 39–40)	
14.	Ту-Фу Император (с. 54)	Thu-Fu Der Kaiser (с. 45–46)	Thou-Fou L'empereur (с. 41–42)	

15.	Ту-Фу На воде (с. 56)	Thu-Fu Auf dem Flusse (с. 47)	Thou-Fou Sur le fleuve Tchou (с. 37–38)	Thou-Fou En bateau, laveille du jour des aliments froids (с. 228)
16.	Тсуи-Чонг-Че На-питок богов (с. 59)	Tsui-Tsong-Tsche Der Trank der Götter (с. 53)	Tsoui-Tchou-Tchi En buvant dans la maison de Thou-Fou (с. 193–194)	
17.	Неизвестный автор. Дары любви (с. 63)	Unbekannter Dichter Liebes-geschenke (с. 58)	Неизвестный автор. La fleur depêcher (с. 61–61)	
18.	Чанг-Цзи Белый лист (с. 67)	Tschang-Tsi Das weisse Blatt Papier (с. 62)	Tchang-Tsi La feuille blanche (с. 265–264)	
19.	Ту-Синг-Ю Попугай (с. 71)	Tsu-Sin-Yu Hofdamen (с. 63)	Thou-Sin-Yu Dans le palais (с. 139–140)	
20.	Ли-Оэй Лунная ночь (с. 75)	Li-Oey (Lebens daten unbekannt) Mond nacht auf dem Meer (с. 66)	Li-Su-Tchon Le clair de lune dans la mer (с. 119–120)	
21.	Су-Тонг-По Корморан (с. 79)		Sou-Tong-Po Le cormorant (с. 221–222)	
22.	Су-Тонг-По Зима (с. 80)	Su-Tong-Po Der Land mann imWinter (с. 68)	Sou-Tong-Po Tristesse du laboureur (с. 233–234)	
23.	Чанг-Ио-Су Ночное (с. 83)	Tschan-Jo-Su Nächtliches Bild (с. 81)	Tao-Jo-Su Au bord du petit lac (с. 115–116)	Tchang-Jo-Hou Le printemps, le Kiang, la lune les fleurs et la nuit. (с. 317–319)
24.	Ло-Чанг-Най Осеннее (с. 87)	Lo-Tschang-Nai Herbst Gefühl (с. 88)		
25.	Ла-Ксу-Фенг Три принцессы (с. 91)	La-Ksli-Feng Die drei Prinzessinnen (с. 90)		

26.	Шей-Минг На чайном поле (с. 95)	Schei-Min Am Teeffeld (с. 92)		
27.	Ма-Хуанг-Тунг Весеннее (с. 99)	Ma-Huang-Tschung Im Frühling (с. 96)		
28.	Ма-Хуанг-Тунг Отверженный (с. 100)	Ma-Huang-Tschung Der Verschmähte (с. 97)		
29.	Тун-Лиу-Фан Ладья в венках (с. 103)	Tung-Liu-Fan Bekränzter Kahn (с. 98–99)		
30.	Ли-Зонг-Флу Весенней ночью (с. 107)	Li- Song-Flu Traurige Frühlings nacht (с. 101)		
31.	Тин-Тун-Линг Тень мандариновой ветки (с.111)		Tin-Tun-Ling L'Ombre des feuillesd'oranger (с. 93–93)	

Таким образом, недочеты «Свирели Китая» – это недочеты, прежде всего, «Яшмовой книги» Жюдит Готье, а именно – увеличение (чаще) или сокращение размера стихотворений, замена ключевых образов: любимая женщина вместо родного города (Чаньани), любимая женщина вместо духов в храме. В «Яшмовой книге» раздел «Влюбленные» (LESAMOUREUX) превышает остальные разделы, но и у Готье, и у Бётге все-таки есть стихи и на темы дружбы, поэзии, скитаний, войны, придворной жизни, винная и пейзажная лирика. У «Свирели Китая» больше половины стихов можно отнести к любовной теме и теме женской красоты. Это создает у читателя совершенно превратное представление о китайской поэзии: для нее любовная тема вовсе не является главной.

Появляются образы, которых вообще нет в китайской поэзии, например, «красная роза» или «лопух». Из «красного цветка» Ж. Готье «красную розу» создал уже Г. Бётге. Но «Осыпающийся бугорок могилы, из которого пробивается лопух» [Егорьев, Марков 1914, с. 23] – это образность футуристов, у Бётге: «Die Summe seines Lebens

ist einarmer,Verfallener Hügel, darauf Unkrautspriest» [Bethge, c. 8], т. е. «Итог его жизни – бедный, заброшенный пригорок, на нем сорняки (или бурьян) произрастают». Могила с лопухом русскому читателю невольно напоминает реплику Базарова из «Отцов и детей» И. С. Тургенева, и с большим трудом удалось найти у Конфуция, которому приписывается стихотворение, рассуждение о бренности человеческой жизни («Лунь юй» Глава IX «Цзыхань», 16).

В предисловии В. Матвейс, по В. Грубе, рассказал об особенностях размеров, цезуры, строфике, ритмике, о параллелизме (двух видов – идейном и звуковом) как важнейшем свойстве китайского стиха. Но стихи в «Свирели Китая» переложены верлибром; единственный прием, который в некоторых случаях удалось воспроизвести переводчикам – параллелизм.

Чем же интересна «Свирель Китая»? Некоторыми замечаниями, которые делает В. Матвейс в своем предисловии, а именно – вниманием к китайской иероглифической письменности, пониманием ее важности для китайской культуры.

Значима причина, по которой В. Матвейс обратился к китайской поэзии, – истоки его интереса. Он учился в Петербургской Академии художеств, профессор которой Е. А. Сабанеев включал в свои лекции по истории искусства – искусство Древнего Востока, Индии, Китая и Японии [Арская, Любославская 2005]. По воспоминаниям В. Д. Бубновой, В. Матвейс приобрел ярко иллюстрированные книги по китайскому искусству Мюнстерберга. «На обложке одного из номеров «Союза молодежи» мне вспоминается репродукция старой буддийской скульптуры, взятой из Мюнстерберга. Русские художники тогда совсем не были знакомы с классическими видами искусства Востока, если не считать японской деревянной гравюры» [Бубнова 2005, с. 45].

Бубнова имеет в виду трехтомную немецкую «Историю китайского искусства» Оскара Мюнстерберга, вышедшую в Лейпциге в 1896 г. и охватывающую период с Каменного века до династии Цин.

Далее Матвейс, как вспоминает Бубнова «продолжал собирать книжный материал по искусству Востока, главным образом Китая и Японии», которое «вызывала у Матвея мысли о значении символа в изобразительности <…>. Он отличал символы Востока как традиционные, как уже готовые знаки вещей – деревьев, гор, скал, человека, – слагавшиеся в веках, по которым каждый художник Востока был как

бы мостом между изобразительностью и пластической стороной картины, между “что” и “как” художественного произведения» [Бубнова 2005, с. 52].

Именно от интереса к китайской живописи и желания создать «свои, новые пластические символы для изобразительности» родился и интерес к китайской поэзии: «Он собрал довольно обширную иностранную литературы о поэзии Китая вместе с переводами ее лучших древних образцов» [Бубнова 2005, с. 53]. Рискнем предположить, что список в конце предисловия и отражает состав этого собрания.

Мысли, которыми Матвейс делился с Бубновой, отразились в его предисловии. Примеры он взял из Грубе (начертание иероглифов солнца, луны, горы), но Грубе ограничился замечаниями: «Китайское стихотворение обращается также и к зрению <...> форма и синтаксис письменного знака дают ключ к пониманию его смысла» [Грубе 1912, с. 9, 11].

В. Матвейс пошел дальше: «Начертательный знак в китайском языке позволяет, не прибегая к помощи звука, непосредственно выразить мысль, и поэты пользуются этим преимуществом, чтобы углубить смысл слова [Егорьев, Марков 1914, VII]. Благодаря своей «живописной сущности» и «ассоциации, связанных с ней идей, воспринимаемых с детства» китайская письменность производит более сильное впечатление на читателя, нежели звуковая система письменности: «Живописный ее элемент дает новые красоты: некоторые поэтические произведения представляют собой настоящие живописные картины: здесь мы видим дерево, там – птицу, цветы, лошадь, стремящийся ручей; достаточно мимолетного взгляда, чтобы “увидеть” тему стихотворения» [там же, IX].

Именно эти рассуждения и художника и оценил Бернштейн, говоря о «соединении выразительности пластической и выразительности семантической [Бернштейн 2005, с. 146], которое осознается В. Матвейсом как «фактура».

Заключение

Почему это представляется важным? Матвейс был художником. Обращаясь к искусству Китая, Полинезии, Африки (его перу принадлежат книги «Искусство острова Пасхи», «Искусство негров»), он искал новые средства выразительности. И китайский иероглиф заинтересовал его именно своей изобразительными возможностями.

На практике, в переложениях китайских стихов, практически это не выразилось никак, разве что стихотворение «Девушка» из «Ши Цзина» (часть « Гофын. I. Нравы царств. VII. Песни царства Чжан. 3) имеет очень прихотливую строфику (не соответствующую китайской). Но для истории русского стиха, для поисков новой выразительности, экспериментов графической поэзии – положения Матвейса значат очень много.

Они могли повлиять, например, на В. Хлебникова: в 1913 г. группа кубофутуристов на правах автономии вошла в «Союз молодежи» и издала третий из одноименных сборников. Или поиски Матвейса и Хлебников шли параллельно? В 1912 г., когда Матвейс публиковал первые переложения во втором сборнике «Союз молодежи», Хлебников писал: «Хочу, чтобы слово смело пошло за живописью» [Баран, с. 170]. Ориентацию на Восток можно найти и в письмах М. Ф. Ларионова 1913 г. и т. д.

Таким образом, вклад футуризма в осмысление китайской культуры – не в обращении к ее традиционным образам, религиозно-философским системам, но к самой иероглифической письменности, ее основы основ. Пусть это делалось в «прагматических» целях, поисках новой выразительности, но и для представления о культуре (не говоря уже о дальнейшем развитии поэзии), «синологические» штудии Матвейса оказались плодотворными.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Алексеев В. М. Предисловие // Дальнее эхо. Антология китайской лирики (VII–IX вв.). СПб. : Петербургское востоковедение, 2000. С. 25–36. [Alekseev, V. M. (2000). Predislovie (The Preface). Dal’nee ekho. Antologiya kitaiskoi liriki (VII–IX vv.) (pp. 25–36.) Peterburgskoe vostokovedenie. (In Russ.)].

Арская И. И., *Любославская Т. В.* Петербургские адреса В. Матвея // Волдемар Матвейс и «Союз молодежи». М. : Наука, 2005. С. 18–39. [Arskaya, I. I., Lyuboslavskaya, T. V. (2005). Peterburgskie adresa V. Matveya (The Petersburg Addresses of V. Matvey). Voldemar Matveiis i «Soyuz molodezhi» (pp. 18–39). Nauka, 2005. (In Russ.)].

Баран Х. О Хлебникове. Контексты, источники, мифы. М. : РГГУ, 2002. 416 с. [Baran, Kh. (2002) O Khlebnikove. Konteksty, istochniki, mify (About Khlebnikov. Contexts, sources, myths). RGGU. (In Russ.)].

Бернштейн Д. К. Татлин, Пугин, Матвейс и фактура // Волдемар Матвейс и «Союз молодежи». М. : Наука, 2005. С. 137–153. [Bernshtein, D. K.

(2005). Tatlin, Pugin, Matveis i faktura (Tatlin, Pugin, Matveis and Texture). Voldemar Matveiis i «Soyuz molodezhi» (pp. 137–153). Nauka. (In Russ.)].

Бубнова В.Д. Последние годы жизни и работы В.И.Матвея // Волдемар Матвейс и «Союз молодежи». М. : Наука, 2005. С. 40–56. [Bubnova, V.D. (2005). Poslednie gody zhizni i raboty V.I.Matveya (The Last Years of the Life and Work of V.I.Matthew). Voldemar Matveiis i «Soyuz molodezhi» (pp. 40–56). Nauka. (In Russ.)].

Виноградова Т.И. Ориентализм – оксидентализм. Возвращение «Песни о земле» Густава Малера в китайское культурное пространство // Проблемы литератур Дальнего Востока : материалы IV Международной научной конференции. 29 июня – 2 июля 2019 г. : в 3 т. СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского Университета, 2010. Т. 1. С. 505–513. [Vinogradova, T.I. (2010). Orientalizm – oksidentalizm. Vozvrashchenie «Pesni o zemle» Gustava Malera v kitaiskoe kul'turnoe prostranstvo (Orientalism-occidentalism. The Return of Gustav Mahler's «Song of the Earth» to the Chinese Cultural Space). Problemy literature Dal'nego Vostoka. Materialy IV Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii. 29 iyunya – 2 iyulya 2019 g. : v 3 t. T. 1 (pp. 505–513). Izd-vo Sankt-Peterburgskogo Universiteta. (In Russ.)].

Грубе В. Духовная культура Китая: Литература, религия, культ. СПб. : Брокгауз–Ефрон, 1912. 237 с. [Grube, V. (1912). Dukhovnaya kul'tura Kitaya: Literatura, religiya, kul't (Spiritual Culture of China: Literature, Religion, Cult). Brokgauz–Efron. (In Russ.)].

Егорьев В., Марков В. Свирель Китая. СПб.: Общество художников «Союз молодежи», 1914. 115 с. [Egor'ev, V., Markov, V. (1914). Svirel' Kitaya (The Flute of China). Obshchestvo khudozhnikov «Soyuz molodezhi». (In Russ.)].

Смирнов И.С. Об одном стихотворении Ли Бо // Иностранная литература. 2007. № 2. С. 275–288. [Smirnov, I.S. (2007). Ob odnom stikhotvorenii Li Bo (About the poem by Li Bo). Inostrannaya literatura. № 2 (pp. 275–288). (In Russ.)].

Bethge, H. Die chinesische Flöte. InselVerlag. 1919. 112 s.

Gautier, Jud. Le livre de jade. Paris, 1902. 280 p.

d'Hervey-sant-Denys, M. J. L. Poésies de l'époque des Thang. Paris, 1862. 302 p.

УДК 008

К. Л. Филимонова

соискатель кафедры мировой культуры;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail ksenja@gmail.com

МОДЕРНИЗАЦИЯ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ В РОССИИ КОНЦА 1990-х – НАЧАЛА 2000-х гг.: ОПЫТ КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЙ РЕФЛЕКСИИ

Период после распада СССР ознаменован масштабными переменами и масштабной модернизацией всех отраслей деятельности: экономика, законодательная система, промышленность. Самый сложный объект модернизации – сфера культуры, поскольку в этом случае речь идет не только о хозяйственных структурах и управленческой системе, но, в первую очередь, о смыслах, ценностях, духовной сфере жизни человека. Процесс модернизации культуры в России отличается длительностью, скачкообразностью, балансированием между традициями и инновациями. В статье мы рассматриваем основные процессы, происходившие в сфере культуры в контексте модернизации в первые 20 лет после распада СССР, даем авторскую периодизацию этих процессов.

Ключевые слова: культура России; модернизация; реформа сферы культуры; культурные институты.

K. L. Filimonova

External PhD Student;
Department of World Culture;
Moscow State Linguistic University;
e-mail ksenja@gmail.com

MODERNIZATION OF THE CULTURAL SPHERE IN RUSSIA AT THE END OF THE 90s – THE BEGINNING OF THE 2000s: THE EXPERIENCE OF CULTUROLOGICAL REFLECTION

The period after the collapse of the USSR is marked by large-scale changes and large-scale modernization of all sectors of the society: the economy, the legislative system, and industry. The sphere of culture is the most complicated object of modernization, in this case we are talking not only about economic structures and the management system, but, first of all, about the meanings, values, and spiritual sphere of human life. The process of modernization of culture in Russia is distinguished by its duration, spasmodic character, and balancing between traditions and innovations. In this article we review the main processes that took place in the field of culture in the context of modernization in the first 20 years after the collapse of the USSR, we give an author's periodization of these processes.

Key words: Russian culture; modernization; reform of the sphere of culture; cultural institutions.

Введение

Период с 1991 по 2011 гг. в истории России включает ряд важнейших перемен. Произошла полная смена парадигм во всех сферах общественной жизни: политике, экономике, изменились взгляды и убеждения граждан, системы ценностей, образа и стиля жизни. Произошло переосмысление идеологической роли культуры, пересмотр ее места и роли в обществе.

Падение «железного занавеса» открыло новой России многообразие мировой культуры, новые ценности. Наряду с классическими произведениями мировой литературы и кино, ранее не проходившими фильтр идеологической цензуры, стала доступной продукция массовой культуры.

Перестройка системы управления страной означала временную потерю управляемости, обрушение системы государственного заказа, а значит, и стабильного государственного финансирования сферы культуры. Распалась система принудительного привлечения зрителей (как правило, школьников и военнослужащих) в театральные залы. Появившиеся негосударственные структуры оказались успешными конкурентами традиционных культурных институтов. Необходимо отметить, что в рассматриваемый период модернизация культуры в России происходила скачкообразно, с резкой сменой трендов и приоритетов. Этот процесс не завершен до настоящего времени. Выбор этого периода обусловлен тем, что начиная с 2012 года, модернизационные процессы в сфере культуры носят другой характер, отличный от эпохи переходного периода, менее обусловлены ситуацией трансформации постсоветского общества в новое российское.

Концепции и этапы модернизации культуры в России

Принятые в 1992 г. «Основы законодательства о культуре» носили в целом декларативный характер и не имели реального воздействия на сферу. Статья 32 определяла «Обязанности государства по преодолению монополии в области культуры» следующим образом: «Для борьбы с монополизмом в сфере производства и распространения культурных ценностей органы государственной власти и управления обязаны содействовать созданию альтернативных организаций

культуры, предприятий, ассоциаций, творческих союзов, гильдий и иных культурных объединении»[1], но механизмы демонополизации не были проработаны. «Основы законодательства о культуре» предлагали в качестве приоритетов сохранение традиционных институтов, обеспечение охраны памятников, объектов наследия и музейных и библиотечных фондов, обеспечивая тем самым развитие классической культуры, входящей в «экспортный» или «туристический» пакет, то, что определяет престиж Российской Федерации за рубежом. В большинстве случаев это институции, составлявшие культурный потенциал СССР.

В реальности это означало сохранение существующего комплекса государственных учреждений, обеспечение воспроизводства творческих профессиональных сообществ и всех форм народного творчества. Курс на инновации не предусматривался[2]. Функции государственного управления оказались раздробленными, при этом не возникло и горизонтальных связей. Так, в 1990-е гг. в России практически свелась к минимуму гастрольная деятельность театральных и музыкальных коллективов. В целом можно сказать, что начало либеральных экономических реформ сопровождалось дискриминационным отношением к сфере культуры.

В диссертационной работе «Тенденции и противоречия культурной политики в России в 1985–1999 гг.» историк Ю. В. Федоров выявляет, что социокультурная ситуация в России 1990-х гг. обусловлена общемировым кризисом в отрасли, слабым контролем государства, быстрой коммерциализацией и превалированием массовой коммерческой культуры, что оказывало влияние на снижение культурного уровня населения. Также он отмечает тот факт, что культурные услуги стали недоступны малоимущим слоям населения, или тем группам, которых постигло резкое обнищание в условиях экономического кризиса. Особенно это относится к людям, проживающим в сельской местности. Открытие границ привело к «утечке умов», а низкая заработная плата

---

[1] Закон РФ «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 18.07.2019). URL: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1870 (дата обращения: 20. 01.2020).

[2] Лишь в 2014 г. в Законе появляется статья «Независимая оценка качества оказания услуг организациями культуры». До этого понятия «качество» и «услуга» по отношению к сфере культуры не были применимы, поскольку деятельность не измерялась экономическими категориями.

и непрестижность профессии привели к прекращению притока квалифицированных кадров в профессию [Федоров 1999].

Все перечисленные особенности ситуации 1990-х гг. – негативные. Вместе с тем два фактора, при всей их неоднозначности, играли позитивную роль – свобода слова и творческого самовыражения и развитие независимых как коммерческих, так и некоммерческих культурных организаций и проектов.

Хотя Закон «О печати и других средствах массовой информации», отменивший цензуру, был принят еще летом 1990 г., ст. 29 Конституции Российской Федерации 1993 г. сделала запрет цензуры конституционной нормой[1].

Свобода слова благотворно повлияла на развитие книгоиздания, пережившего бум в 1991–1994 гг., когда количество издательств в Москве и Санкт-Петербурге исчислялось сотнями. В очень короткий период был ликвидирован книжный дефицит, царивший на советском рынке около трех десятилетий. Но общий экономический процесс, неблагоприятный для российских производителей в целом, вызвал кризис и в этой отрасли – с 1991 по 1994 гг. цены на книги выросли в 500 раз, а расходы на бумагу и полиграфию в 900–1200 раз.

М. С. Сомова отмечает как позитивное достижение 1990-х гг. «значительный рост самодеятельности граждан в области развития следующих компонентов художественной культуры: собственно художественной деятельности; продуктов художественной деятельности; институтов, обеспечивающих процессы создания, распространения и освоения художественных ценностей. В результате в стране быстро возникали новые творческие коллективы, появились новые типы потребителей и заказчиков профессионального искусства, строивших свои отношения с деятелями искусства на рыночных принципах» [Сомова 2010].

Предполагалось, что за этим должна была последовать реформа государственных и муниципальных учреждений, направленная на повышение их самостоятельности и открытости к коммуникации с внешним миром. Тем не менее реформы, проводимые в учреждениях, были связаны в основном с организацией хозяйственной деятельности и не касались содержательных аспектов. Изменение законодательства в сфере закупок, организации бюджетной деятельности, ужесточение

[1] Конституция Российской Федерации. URL: www.constitution.ru/ (дата обращения: 20. 01.2020).

контроля над расходованием бюджетных средств не способствовали инновационным прорывам, а наоборот, подавляли отрасль. Деятельность сводилась к минимальным отчетным мероприятиям.

Хотя «Основы законодательства о культуре» впрямую запрещали властям вмешиваться в «творческие вопросы», сам статус государственного учреждения создавал предпосылки для такого вмешательства.

Влияние благотворительных фондов на модернизацию сферы культуры в России

Середина 1990-х гг. связана не только с повсеместным переделом собственности, но и с приходом в Россию западных благотворительных фондов, в частности американских – Института «Открытое Общество» (Фонд Сороса), Фонда Дж. Форда, Фонда Мак-Артуров, западногерманских – Фонда им. Г. Бёлля, Фонда Ф. Науманна, Фонда Кёрбера и ряда других. Деятельность этих фондов можно оценить как формирование ориентиров и приоритетов, а не просто финансовую поддержку организаций, оказавшихся в бедственном положении. Появление международных фондов в России создало прецедент работы института меценатства, существовавшего в дореволюционной России, но утраченного в советское время. Впервые начали проводиться грантовые конкурсы социокультурных проектов, таким образом зарождалась проектная культура, как инновационная технология управления. Наиболее гибкими и восприимчивыми к переменам организациями оказались музеи. «В девяностые годы провозвестниками перемен стали музеи, те, которые понимали свою миссию шире, чем просто сохранение культурных образцов прошлого, – говорил в интервью С. Э. Зуев, ректор Московской высшей школы социальных и экономических наук, – ...за последние десятилетия статичный и консервативный музейный мир существенно изменился. Музей вошел в рыночное пространство, став частью социокультурной, экономической и политической жизни местных сообществ» [Архангельская 2002].

Но собственный институт благотворительности в России заработал. Деятельность по развитию музеев продолжил основанный в 1999 г. Фонд В. Потанина. Его программа «Меняющийся музей в меняющемся мире», поддержанная Министерством культуры РФ, осуществлялась с 2003 года.

Во второй половине 1990-х гг. возникли независимые некоммерческие организации, действующие в творческой сфере. Примерами могут служить Институт «Pro Arte» (Санкт-Петербург) или Фонд им. Н. Кондратюка (Новосибирск). Эти организации быстро стали конкурентами государственных, поскольку обладали двумя существенными преимуществами – свободой и мобильностью. Но, в отличие от государственных, они не имели устойчивого финансирования. Из-за этого независимый сектор в сфере культуры оставался крайне малочисленным. Фонд Форда практиковал институциональную поддержку НКО, отдавая приоритет современному искусству. Так, длительное время им поддерживалась деятельность Агентства театров танца «ЦЕХ», которое продвигало современный танец (contemporary dance) в России. С 1989 г. Фондом Форда на поддержку проектов в области культуры, журналистики, образования, развития гражданского общества было потрачено около 140 млн дол, но в 2009 г. из-за мирового экономического кризиса Фонд, потерявший треть своих ресурсов, был вынужден закрыть свои офисы в России. Летом 2015 г. в России, в соответствии с Федеральным законом № 272-ФЗ от 28.12.2012, деятельность Фонда Форда была признана нежелательной на территории России.

Еще одним новым явлением во второй половине 1990-х гг. стали «культурные сети». Сетевые модели также появились благодаря фондам, этот механизм успешно действовал во всем мире. Сети объединяли лидеров (людей и/или организации), готовых обсуждать профессиональные проблемы, обмениваться опытом и т. д.

Таким образом, к наиболее важным для сферы культуры изменениям 1990-х гг. относятся следующие: качественное изменение содержания, связанное с отменой цензуры и появлением большого числа культурных явлений, запрещенных во времена СССР (в первую очередь, запрещенная литература и кино), ослабление вертикали власти, которое привело к децентрализации и повышению роли местных сообществ, развитие коммерческого сектора и появление независимых институций.

Новые тенденции модернизации культуры эпохи «нулевых»

Начало 2000-х гг. – это период укрепления экономики, который объясняют, с одной стороны, тем, что начали сказываться позитивные последствия реформ, экономика стабилизировалась, с другой – скачкообразным ростом цен на нефть, начавшимся в конце 2003 года.

Для культуры это открыло возможности многоканального финансирования как для государственных, так и для негосударственных учреждений.

В столицах и регионах выявляются инновационные лидеры, такие как Свердловская филармония, Центр культурных инициатив Карелии, Красноярский музей «На стрелке» (Красноярский музейный центр). Разрыв между успешными и неуспешными организациями наблюдается наиболее отчетливо. Одновременно увеличивается разрыв между государственным и «третьим» сектором. Уход благотворительных фондов из России привел к тому, что НКО оказались на грани выживания. Окончательную точку в этой истории поставили принятые в 2012 году поправки к Закону «О некоммерческих организациях», которые не только ввели понятие «иностранный агент» для тех, кто пользуется иностранными деньгами, но и нанесли урон репутации третьему сектору, независимо от сферы деятельности.

Также, в период 2000–2011 гг. можно отметить следующие тенденции в сфере культуры:

1. Организации культуры начали пользоваться новым управленческим инструментарием, а именно – внедрять проектный подход к организации деятельности и технологии менеджмента, заимствованные из бизнеса.
2. Сформировалась «обратная связь» культуры и общества, началось формирование деятельности с ориентацией на потребителя.
3. Появились новые российские благотворительные фонды, так или иначе продолжающие начинания Института «Открытое общество» в России (например, грантовые конкурсы), Фонд В. Потанина, Фонд М. Прохорова и Фонд Г. Тимченко.
4. Расширились возможности получения дополнительного образования, повышения квалификации, прохождения стажировок в области арт-менеджмента и менеджмента в сфере культуры.
5. Появилось значительное количество литературы по менеджменту в сфере культуры, культурной политике, маркетингу и фандрейзингу для организаций культуры.

В Москве, а затем и в других крупных городах появляются творческие кластеры, расположенные в промышленных зонах, из которых было выведено производство. Первопроходцы – московские «Винзавод» и «Artplay», объединившие на своей территории галереи современного искусства, дизайн-бюро, архитектурные студии, быстро

завоевали популярность как места, в которых происходит всё самое интересное в Москве. Постепенно вокруг Курского вокзала вырос целый арт-квартал, объединяющий завод Арма, обновленный Гоголь-центр, преобразившие промышленную зону в творческий центр. Проект FABRIKA, дизайн-завод «Флакон» созданы также по типу тематических кластеров. Все эти институции активно включены и в официальную государственную и муниципальную культурную жизнь, участвуют в городских акциях, таких как День города, «Библионочь», «Ночь в музее», «Ночь музыки», «Ночь искусств» и т. п.

Укрепление связи культуры и общества можно подтвердить также и появлением краудфандинга – народного финансирования проектов. Посредством такого способа привлечения ресурсов проверяется качество проекта, лояльность и интерес аудитории, которая напрямую голосует деньгами.

Быстрый рост социальных сетей принуждает организации к двум не всегда привлекательным для них действиям: выложить информацию о себе и своей деятельности в открытый доступ и начать разговаривать с аудиторией. Это, пожалуй, самое болезненное следствие технологического прогресса.

Весь период президентства Д. А. Медведева (2008–2012) проходил под лозунгами необходимости широкой модернизации страны. В 2009–2012 гг. происходил крайне интересный региональный эксперимент по культурной модернизации – так называемый Пермский проект, инициированный губернатором Пермского края О. А. Чиркуновым.

Впервые региональная культурная политика была ориентирована на инновационное развитие: «Целью нашей работы является развитие региона и сообществ на основе актуализации и воспроизводства культурных ресурсов – изменение перспективы развития Пермского края на основе возможностей, которые порождает и предоставляет постиндустриальная эпоха. Не приспособление к ситуации, а ее осмысление и практическое преобразование в интересах конкретных сообществ и людей, живущих на территории края» [Пермский проект 2010, с. 24]. В цели проекта входило прекращение оттока молодого и талантливого населения из региона за счет насыщения культурной жизни и повышения престижа края, рост занятости, развитие креативного сектора экономики. Вот главные задачи, которые ставил проект: развитие туристического потенциала территории края, снижение остроты «кадрового голода» в сфере культуры, развитие культурного потенциала населения края.

Конфликт организационных форм управления культурой – традиционной, основанной на распределении бюджетных средств, и новой, основанной на привлечении широких источников финансирования, участии в грантовых конкурсах и т. д., был, по нашему мнению, одной из главных причин сопротивления «Пермскому проекту» в сложившейся культурной среде.

После 2012 года период конца «нулевых» эксперты стали характеризовать как «перепроизводство свободы». Начался откат в консерватизм и традиционализм, утверждающий, что свобода предполагает для граждан всё, кроме стабильности и опоры.

Фактически произошел откат к ситуации 2008 года, которую заведующий кафедрой управления проектами МВШСЭН, социокультурный проектировщик В. Ю. Дукельский описывал так: «Среди работников сферы культуры, несмотря ни на что сохраняется вера в способность государства решить возникающие проблемы, и никакой опыт не убеждает их в обратном. Точно так же никто не решается признать, что возможности такой формы, как госучреждение в сфере культуры давно исчерпаны» [Дукельский 2008].

В настоящее время можно отметить активизацию обсуждения государственной политики в сфере культуры, включающую изменение ее приоритетов, целей и принципов. В декабре 2014 года были приняты «Основы государственной культурной политики»[1]. Этот документ признает то, что в современном мире культура становится значимым ресурсом социально-экономического развития, позволяющим обеспечить лидирующее положение нашей страны в мире. В документе также говорится о том, что современный этап развития России требует максимального вовлечения потенциала культуры в процессы общественного прогресса.

Тем не менее новое законодательство о культуре не содержит курса на поддержку инновационного развития.

Заключение

Подводя итоги, можно выделить основные фазы и тенденции модернизации сферы культуры в России в период с 1991 по 2011 гг.

---

[1] Указ Президента РФ от 24.12.2014 N 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики». URL: static.kremlin.ru/media/events/files/41d526a877638a8730eb.pdf (дата обращения: 20. 01.2020).

Первая фаза, которая относится к ранним девяностым, периоду после распада СССР, характеризуется изменением политической и экономической систем, переопределением ценностей и резким упадком культурных институций, не входящих в число тех, которые определяли престиж России за рубежом.

Вторая фаза связана с экономическим подъемом, стабилизацией политической системы и укреплением понимания инновации как наилучшего пути развития отрасли. Активная деятельность благотворительных фондов поддерживала эту тенденцию.

Третья фаза характеризуется появлением, укреплением и развитием творческих индустрий в России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Архангельская Н. Искусство создания знаков [Интервью с С. Э. Зуевым] // Эксперт. 2002. № 22 (329). URL: http://expert.ru/expert/2002/23/22ex-culture_37400 (дата обращения: 20. 01.2020). [Arhangel'skaja, N. (2002). Iskusstvo sozdanija znakov (The Art of Making Signs) [Interv'ju s S. Je. Zuevym]. Jekspert. № 22 (329), http://expert.ru/expert/2002/23/22ex-culture_37400. (In Russ.)].

Дукельский В. Ю. Музей между рынком и администрированием // Полит. ру. 02.04.2008. URL: http://polit.ru/article/2008/04/02/kult (дата обращения: 20. 01.2020). [Dukel'skij, V. Ju. (2008) Muzej mezhdu rynkom i administrirovaniem (Museum between the market and the administration). Polit. ru. 02.04.2008, http://polit.ru/article/2008/04/02/kult. (In Russ.)].

Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 02.12.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (Дата обращения 20. 01.2020). [Zakon RF «O sredstvah massovoj informacii» ot 27.12.1991 N 2124-1 (red. ot 02.12.2019) (s izm. i dop., vstup. v silu s 01.01.2020) (The law of RF "About public media"), http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/. (In Russ.)].

Закон РФ «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 18.07.2019). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1870 (дата обращения 20. 01.2020). [Zakon RF «Osnovy zakonodatel'stva Rossijskoj Federacii o kul'ture» (utv. VS RF 09.10.1992 N 3612-1) (red. ot 18.07.2019). (The Law of RF "Fundamentals of cultural legislation"), http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1870. (In Russ.)].

Конституция Российской Федерации. URL: http://www.constitution.ru/ (дата обращения: 20. 01.2020). [Konstitucija Rossijskoj Federacii (The Constitution of the Russian Federation), http://www.constitution.ru/. (In Russ.)].

Пермский проект. Концепция культурной политики Пермского края: Проект. Пермь, 2010. URL: creativeindustries.ru/assets/files/Perm%20Concept.pdf (дата обращения: 20.01.2020). [Permskij proekt. Koncepcija kul'turnoj politiki Permskogo kraja: Proekt. Perm', 2010. (Perm project: The concept of cultural policy of the Perm region), http://creativeindustries.ru/assets/files/Perm%20Concept.pdf. (In Russ.)].

Сомова М. С. Основные результаты и последствия политики Российской Федерации в сфере развития художественной культуры в 90-е годы XX века // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2010. № 4. С. 116–124. [Somova, M. S. (2010). Osnovnye rezul'taty i posledstvija politiki Rossijskoj Federacii v sfere razvitija hudozhestvennoj kul'tury v 90-e gody XX veka (The Main Results and Consequences of the Russian Federation's Policy in the Field of Art Development in the 90s of the XXth Century). Nauchnye problemy gumanitarnyh issledovanij. № 4 (pp. 116–124). (In Russ.)]

Федоров Ю. В. Тенденции и противоречия культурной политики в России в 1985–1999 гг.: дис. ... канд. ист. наук. М., 1999. 199 с. [Fedorov, Ju. V. (1999). Tendencii i protivorechija kul'turnoj politiki v Rossii v 1985–1999 gg.: dis. ... kand. ist. nauk (Trends and Contradictions in Cultural Policy in Russia in 1985–1999). Moscow. (In Russ.)].

УДК 316.723

А. В. Челнокова-Щейка

кандидат исторических наук;
преподаватель кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации в области гуманитарных и прикладных наук института гуманитарных и прикладных наук;
Московский государственный лингвистический университет;
e-mail: annie.che.89@mail.ru

СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ КИТАЙСКОЙ МОЛОДЕЖНОЙ КУЛЬТУРЫ
(на примере печатных изданий для молодежи в начале XX в.)

Зарождение китайской молодежной культуры связано с объединением студентов и молодой интеллигенции в особую общественную группу в начале XX в. Постепенно формируя индивидуальное сознание, молодежь начала сама создавать различные организации и, используя новые культурные формы, призывать к смене устоявшихся ценностных ориентиров. В статье анализируются истоки формирования китайской молодежной культуры на примере молодежных печатных изданий начала XX в., их особенности, а также процесс ее эволюции от «культуры для молодежи» к «культуре молодежи» в период до и после движения «4-го мая» 1919 года.

Ключевые слова: молодежная культура; ценности; движение «4-го мая» 1919 года; печатные издания; индивидуальное сознание.

A. V. Chelnokova-Siejka

PhD (History);
Lecturer, Department of Linguistics and Professional Communication in the Field of Humanitarian and Applied Sciences, Institute of Humanitarian and Applied Sciences;
Moscow State Linguistic University;
e-mail: annie.che.89@mail.ru

CHARACTERISTICS OF THE FORMATION OF CHINESE YOUTH CULTURE
(using print media for youth at the beginning of the XX century as an example)

The emergence of Chinese youth culture is related to the separation of students and young intelligentsia into a special social group at the beginning of the XX century. Gradually forming an individual consciousness, the youth began to create various associations on their own and, using new cultural forms, appealed for a change in established values. The article analyzes the origins and local characteristics of the formation of Chinese youth culture on the example of youth print media at the beginning of the XX century, its characteristics, follows the process of its evolution from «culture for youth» to «culture of youth» in the periods prior to and following the May Fourth Movement.

Key words: youth culture; values; May Forth Movement; print media; individual consciousness.

Введение

Современные специалисты связывают формирование и развитие китайской молодежной культуры с различными временными отрезками. Например, Лу Юйлинь [Лу Юйлинь 2009], автор известного исследования по молодежной культуре, начинает «отсчет» лишь с политических событий 1976 года, объясняя это тем, что период «4-го мая» 1919 года – это время, когда молодежная группа только взобралась на социально-историческую авансцену и показала свое независимое сознание, но поскольку ее призывы к переменам были ограничены государственными интересами, это время может считаться только начальным периодом [Лу Юйлинь 2009, с. 27]. Временной отрезок с 1949 до 1976 гг. китайский специалист не выделяет для исследования, подчеркивая, что молодежная культура не была самостоятельной и копировала официальную. Пол Кларк, один из известных зарубежных синологов, в отличие от китайского специалиста, начинает свое исследование с 1968 года, подчеркивая особое влияние этого времени на развитие молодежной культуры после 1976 года. Однако большинство западных исследователей, затрагивая тему молодежной культуры, в основном обращаются к периоду после политики реформ и открытости, не всегда принимая во внимание историко-культурный контекст. И лишь немногие специалисты [например, Ван Ханьсун 1997] рассматривают молодежную культуру с учетом ценностного кризиса и цепи трансформаций на протяжении двадцатого столетия, и выделяют период на рубеже XIX–XX вв. как исходную точку для ее развития, связь с которой можно увидеть уже в более поздний период. В данном исследовании мы будем отталкиваться от этой позиции.

При анализе развития молодежной культуры немаловажное значение имеет то, как определяется сам феномен. В данной статье мы рассматриваем понятие молодежной культуры в широком смысле, т. е. она «включает все, что относится к культуре людей определенного возраста – от подростков до тех, кому за 30, но не больше 40» [Левикова], при этом классифицируя ее на культуру для молодежи (culture for youth) и культуру молодежи (culture of youth), т. е. культуру, создаваемую самой молодежью [Heilbronner 2008, с. 580–581]. Именно такой подход позволяет глубже изучить феномен развития

молодежной культуры в Китае и полнее раскрыть специфику ценностных трансформаций молодежи не только на рубеже веков, но и в настоящие дни.

Китайская молодежь и молодежные журналы в начале XX в.

Исторически сложилось, что господствовавшая в феодальном китайском обществе конфуцианская мысль была построена на четкой иерархии между вышестоящими и нижестоящими во всех сферах жизни, и поставила на первое место «культуру взрослых», определяя китайскую молодежь как «неопытную в делах» [Цит. по: У Дуань, с. 35]. Основной задачей для молодых людей из обеспеченной части общества была учеба, поэтому всякие игры и развлечения, так же как и возможности для формирования молодежной культуры были ограничены.

В начале XX в., вслед за социальными переменами, трансформациями в системе образования, кризисом в стране и влиянием Запада, восприятие молодежи в обществе меняется. Одним из наиболее знаменитых высказываний, демонстрирующих смену настроений, являются слова Лян Цичао: «Сегодняшняя ответственность лежит не на других, а на нашей молодежи. Мудрая молодежь делает страну мудрой, богатая молодежь делает страну богатой, сильная молодежь делает страну сильной, независимая молодежь делает страну независимой <…>»[1] (*Лян Цичао. О молодом Китае. Цинъибао. 1901. № 1*). Фактически в начале XX в. из неопытных и несведущих в делах, молодые люди превратись в надежду на спасение страны, и эта «роль» впоследствии оказала огромное влияние на формирование сознания молодежи и развитие молодежной культуры. Здесь необходимо подчеркнуть, что речь шла именно об образованной группе молодых людей из обеспеченных слоев населения: студентах, преподавателях, писателях, мыслителях и др. Известный китайский специалист Сюй Цзилинь в своем исследовании китайской интеллигенции Нового времени подчеркивает, что «с самого начала общественная сфера в Китае была сосредоточена не на представителях буржуазии, а на ученых мужах или интеллектуальных группах, она пропустила переходную стадию литературной публичной сферы, которую когда-то имела Европа, и использовала политическое содержание в качестве отправной точки для строительства. Их общественным пространством были не кафе, бары, салоны, а газеты, общества и учебные заведения» [Сюй Цзилинь 2007, с. 8].

[1] Зд. и далее пер. наш. – *А. Ч.*

Вслед за реформами в образовательной системе, постепенно появились необходимые условия для организации молодежи в группы и зарождения молодежной культуры. Во-первых, появилось само понятие студенчества с конкретными временны́ми рамками (Образовательная реформа 1904 г.). Во-вторых, выезд молодежи на учебу вдали от дома ослабил влияние семьи как одного из основных трансляторов традиционных ценностей и ускорил процессы формирования независимого сознания. Немало молодых людей уехали на стажировку за границу, например к 1906 г. в Японию отправилось 15 тыс. студентов [Ван Ханьсун 1997, с. 9]. В-третьих, новые учебные заведения предоставили молодежи пространство для взаимодействия. Перед началом движения «4-го мая» 1919 года в них обучалось уже более 5 млн человек [там же, с. 9]. В-четвертых, влияние Запада привнесло в общество новые культурные формы, которые стали платформой для самовыражения молодежи, а назревшие проблемы в обществе и ценностный кризис стали их содержательным наполнением. Китайский историк Чжан Чжэньго подчеркивает, что в данном случае «процесс зарождения молодежи как группы – это по факту процесс вызова авторитету старых традиций, исходящий от молодежи» [Чжан Чжэньго 2015].

Одним из первых молодежных объединений считается Китайское отделение «Христианского союза молодых людей» (The Chinese Young Men's Christian Organization), открытое в 1896 г. в Шанхае. На базе данной Организации печатались периодические издания, ставшие механизмом для трансляции западных ценностей среди китайской молодежи. Например, «Сюэшу юэкань», переименованный в 1902 г. в «Сюэшэн цинняньбао», был первым в Китае изданием, имевшим в названии слово «циннянь» (молодежь), а не более употребляемым в то время «шаонянь», что также подразумевало новый образ молодежи [Дуань 2007, Се Чанкуй 2010]. Этот и другие журналы, издававшиеся организацией, пропагандировали западный образ жизни, популяризировали санитарию, спорт и развлечения для молодежи, соответственно затрагивали ее индивидуальные вопросы. Но несмотря на определенный успех среди обеспеченных слоев населения, «Организации не хватало желания изменить общество, что их отдаляло от потребностей и фактических интересов китайских масс» [Чэнь Тунсюй 2014, с. 32]. В этот период в обществе большой популярностью пользовались китайские периодические издания политического характера, такие как

«Миньбао», «Миньлибао», «Шэньбао», которые ставили обсуждение судьбы страны во главу угла. Студенты и представители молодой интеллигенции были их активными читателями, тем не менее, в газетах не просматривалась направленность на молодежную аудиторию.

На этой волне молодежь создала свое первое печатное издание, отвечавшее интересам широкого круга читателей и продемонстрировавшее появление независимого самосознания молодежи как группы. Журнал «Хубэй сюэшэн цзе» (1903) был основан стажировавшимися в то время в Японии студентами из провинции Хубэй и по содержанию представлял собой издание политического характера, пронизанное патриотическими настроениями и духом «большого Я», где молодежь чувствовала себя активной частью общества, способной повлиять на судьбу страны. Так, в № 5 от 1903 г. авторы опубликовали обращение к студентам: «Живущие ныне господа несут ответственность за расцвет и упадок государства, разве это не тяжело [эта ответственность] до конца дней, разве не долог [их путь]?... Студенты подобны механизму для создания государства, не будет студентов – не создать государство ...»[1] (Дискуссия: обращение к студентам-землякам Хубэй сюэшэн цзе. № 5. 1903, пер. автора). Журнал знакомил читателей с новым научным опытом стажировавшихся молодых людей и возможными путями выхода страны из кризиса, что соответствовало ожиданиям широкого круга читателей и лишь подчеркивало роль образованной молодежи как спасителя страны, однако индивидуальные интересы молодежи не были рассмотрены.

Лишь в 1914 г. начинает издаваться первый коммерческий журнал, ориентированный на молодежь – «Сюэшэн цзачжи». В первом номере задачи издания описывались следующим образом: «Этот журнал представляет собой институт, объединяющий студентов по всей стране и созданный в помощь учащимся и для обмена знаниями» (*Реклама нового журнала Сюэшэн цзачжи. Сюэшэн цзачжи. № 1. 1914*), т. е. фактически он представлял собой платформу для взаимодействия молодых образованных людей. До 1921 г. периодическое издание имело образовательную и просветительскую направленность, и фактически было дополнительным материалом для обучавшейся молодежи, в котором не затрагивались индивидуальные вопросы. В этом издании, в отличие от предыдущих, появляется новый раздел,

[1] Зд. и далее перевод наш. – *Ф. Ч.*

в котором публиковались рассуждения молодых людей по государственным и научным вопросам, таким образом позволявший еще больше выразить свое «большое Я».

Революционным переворотом в периодических изданиях для молодежи считается появление журнала «Циннянь цзачжи» (1915), позднее переименованным в «Синь циннянь». Именно с него начались первые шаги молодежи к самовыражению, и журнал стал платформой для призывов к общественным трансформациям. Уже в первом номере «Синь циннянь» выпустило обращение к молодежи («Цзингао циннянь»), которое пропагандировало ее новый образ: «Самостоятельная, а не зависимая», «прогрессивная, а не консервативная», «целеустремленная, а не отрешенная» (*Чэнь Дусю. Синь циннянь. Воззвание к молодежи. №1. 1915*). В журнале обсуждались вопросы свержения конфуцианских традиций, трансформации ценностей и стандартов морали, которые затрагивали жизнь самой молодежи: освобождение женщины, новая модель взаимодействия полов, заключение браков по любви, вопросы иерархии и сыновней почтительности и другие проблемы, которые считаются частью общей тенденции к освобождению индивида. В «Синь циннянь» долгое время существовал специальный раздел для писем молодежи, где они могли выражать свои эмоции, настроения и мысли.

Но несмотря на яростные призывы к освобождению индивида, в статьях явно просматривается важность трансформаций именно в контексте государства и общества. Так, например, Сунь Минци отмечал, что урегулирование проблемы традиционных браков и отношений в семье будет служить на благо общества, подчеркивая тесную связь семьи и государства (*Сунь Минци. Синь циннянь. Совершенствование семейного уклада тесно связано с государством. № 4. 1917*), а Чэнь Дусю подчеркивал, что молодежь должна внутренне стремиться развивать индивидуальное и внешне посвящаться коллективу (*Чэнь Дусю. Синь циннянь. Воззвание к молодежи. №1. 1915*). Таким образом, используя журнал как платформу для взаимодействия, молодежь соединила стремление к социальным переменам со своими индивидуальными проблемами, что окончательно изменило и сознание молодежи, и ее положение в обществе, а также укрепило ее способность к независимому мышлению.

Немаловажную роль в формировании молодежной группы, ее культуры и переходе от культуры для молодежи к культуре, создаваемой

самой молодежью, сыграл Цай Юаньпэй, ставший ректором Пекинского университета в 1916 году. Именно в среде этого учебного заведения журнал «Синь циннянь» получил широкую поддержку. С 1917 г. Чэнь Дусю, один из идейных вдохновителей издания, был назначен деканом филологического факультета. Вместе с Ли Дачжао и другими молодыми преподавателями, интеллигенцией и студенческой молодежью он активно работал над журналом. Китайский исследователь Ян Ху проанализировал возраст участвующих в работе журнала: из 72 человек, большинство было рождено в 90-е гг. XIX века, 16 – в 80-е гг. XIX века и лишь 8 – в 70-е гг. [Ян Ху 2000, с. 41] Фактически отношения между преподавателями и студентами в те времена изменились, не существовало прежнего барьера, обусловленного формальностями традиций, что способствовало взаимодействию молодежи, интеграции студентов и молодой интеллигенции и формированию их в единые группы. Чжан Готао, вспоминая о своих студенческих временах, отмечал: «Ли Дачжао, назначенный тогда директором библиотеки Пекинского университета, по характеру был человеком спокойным, терпеливым к людям, часто общался с молодежью, хорошо понимал настроение студентов, в его кабинете их частенько немало собиралось, чтобы подискутировать» [Чжан Готао 1998, с. 83].

Благодаря Цай Юаньпэю в кампусе Пекинского университета сформировалась новая студенческая культура. И если до его прихода это учебное заведение, как и многие другие, по сравнению с западными, представляли собой так называемую фабрику по производству чиновников, на которой основным досугом и развлечениями обучавшейся там молодежи были азартные игры, алкоголь и девушки легкого поведения, то во время его руководства в Пекинском университете были введены 8 запретов [Чжоу Цэцзун 2005, с. 50], которые в скором времени избавили университет от дурной славы. Цай Юаньпэй, стажировавшийся долгое время в Германии, использовал западную модель как образец для формирования студенческих кружков и культур кампуса. Он разнообразил досуг обучавшейся китайской молодежи лекциями, побуждал их создавать различные кружки, журналы и активно изучать новое, и эти знания были не только направлены на спасение страны, но и на пользу самой молодежи. Например, основанный в 1917 г. спортивный кружок ставил целью «укрепление здоровья и развитие духа» (Бэйцзин дасюэ жикань, 20.12.1917, пер. автора).

На начальном этапе самостоятельное формирование студентов в общества было сильно подвержено географическому признаку (из тех же самых провинций), но вслед за укреплением самосознания молодежи, интеграция в группы стала происходить на идейных основаниях. Например, следуя примеру создателей «Синь циннянь», молодежь Пекинского университета самостоятельно, хотя и при материальной поддержке университета [Гу Цзеган 1979, с. 125], основала общество и журнал «Синь чао». Его участники разделяли идею призыва к социальным и ценностным трансформациям в Китае. Например, Фу Сынянь в статье «Корень всех зол» продолжил критику сыновней почтительности, цитируя известную фразу Ху Ши «я – это не я, а сын своего отца» (*Фу Сынянь. Корень всех зол. Синь чао. №1. 1919*). Но, в отличие от его предшественников, в журнале был значительно «снижен градус» «политизированности». Одним из его лозунгов был таким: «Наука как основа, культуре – преимущество». В отличие от «Синь циннянь», где читателями была в основном молодежь около тридцати лет и высшие слои интеллигенции, «Синь чао» был направлен на более молодую аудиторию – двадцатилетних студентов и учеников средней школы [Ли Сяофэн 1979, с. 201]. Так же, как и у своего предшественника, в журнале был раздел для писем, где молодежь получила возможность для выражения своего «маленького Я».

Вслед за «Синь циннянь» и «Синь чао», на кампусах других университетов и в общественной среде стали появляться многочисленные журналы, создаваемые молодежью. Некоторые, такие как, например, «Синци жи», следовали общей волне усиливавшегося индивидуального сознания молодежи, продолжали обсуждение тем морали, разложения феодального строя и традиционных ценностей, хотя и не уходили от общего лейтмотива спасения страны. Другие, как «Го ди», «Го минь», «Сюэшэн цзюгобао», концентрировались прежде всего на политических вопросах, давая пространство для выражения «большого Я». Анализируя прогрессивные журналы в начале XX в. известный китайский специалист Чжоу Цэцзун отмечает: «Главная ценность этих журналов состоит в том, что они познакомили народ с молодой китайской интеллигенцией, а для самой молодой интеллигенции предоставили канал для общения <…>. Фактически, “журнальная лихорадка”, возникшая в следующие несколько месяцев после начала движения “4-го мая” 1919 года, как с точки зрения

развития общественного мнения в Китае, так и с точки зрения формирования новой китайской интеллигенции, событие эпохальное» [Чжоу Цэцзун 2005, с. 181].

Заключение

В феодальном обществе молодежь не занимала значимой социальной позиции и играла роль одного из «винтиков», укрепляющего свою значимость по мере взросления в конфуцианском «механизме». На фоне серьезных перемен в образовательном секторе и других сферах в начале XX века роль молодых людей в обществе возросла, а уход традиционных ценностей позволило высвободиться от оков традиционной морали, однако в условиях кризиса в стране, и большого значения приобретения новых знаний, образованная молодежь получила роль спасителя страны, таким образом тесно связав свой новый статус с государством. Под влиянием этих факторов формирование молодежи в группы носило прежде всего политизированный, патриотический и просветительский характер. Анализ содержания первых молодежных печатных изданий показал, что несмотря на то, что вслед за укреплением индивидуального сознания, молодежная культура меняла свой характер от «культуры для молодежи» к «культуре, создаваемой молодежью» и стала затрагивать проблемы «маленького Я», главной особенностью в ценностных ориентациях и содержании культурных форм в период до и после движения «4-го мая» 1919 года оставалась присутствие «большого Я», привязка личных интересов к интересам страны. Такие особенности содержания молодежной культуры и восприятие молодежи в общей структуре фактически являются отражением китайского холизма, что наложило отпечаток на дальнейшее существование молодежной группы в обществе и ее взаимодействие с доминантной культурой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Левикова С.И. Молодежные субкультуры и объединения. URL: http://www.civisbook.ru/files/File/Levikova _Molodezhnie.pdf. [Levikova, S.I. Molodezhnyje Subkultury i Ob’jedinenija (Youth Subcultures and Unions), http://www.civisbook.ru/ files/File/Levikova _Molodezhnie.pdf (In Russ.)].

Oded Heilbronner. From a Culture for Youth to a Culture of Youth: Recent Trends in the Historiography of Western Youth Cultures // Contemporary European History. 2008. Vol. 17, No. 4. P. 575–591.

陈彤旭：《二十世纪青年报刊史》，北京：新华出版社. 2014年.248页 / Чэнь Тунсюй. История молодежных печатных изданий в XX в. Пекин : Синьхуа Чубаньше. 2014. 248 с. [Chen' Tongsiuj. (2014). Istorija Molodezhnych Pechatnych Izdanij v XX v. (History of Youth Print Media). Beijing: Sin' hua Chubanshe. (In Chinese)].

顾颉刚《回忆新潮社》在《五四时期的社团》（二）. 北京：生活•读书•新知三联书店.1979 年.1942页 / Гу Цзеган. Воспоминания о «Синь Чао». Организации в период движения «4-го мая» 1919 года. Пекин : Шэнхо душу синьчжисаньляньшудянь, 2 часть. 1979. 1942 с. [Gu Tzegan. (1979). Vospominanija o «Sin' chao». Organizatsiji v Period Dvizhenija «4-go Maja» 1919 Goda (Memories of Xin Chao. Organizations during the May Fourth Movement of 1919). Beijing : Shenho Dushu Sin'zhisan'ljan Shudjan (In Chinese)].

李小峰：《新潮社的始末》，《五四运动回忆录》（续）. 北京：中国社会科学出版社.1979年.586页 / Ли Сяофэн. Начало и конец общества «Синь чао». Воспоминания о движении «4-го мая» 1919 года. Продолжение. Пекин: Чжунго шэхуэй кэсюэ чубаньшэ, 1979. 586 с. [Li Sjaofen. (1979). Nachalo i Konets Obshchestva «Sin' Chao». Vospominanija o Dvizhenii "4-go maja" 1919 Goda. Prodolzhenie. (The Beginning and the End of Xin Chao. Memories of May Forth Movement). Beijing : Zhongo Shehui Kesiuje Chuban'she. (In Chinese)].

陆玉林：《当代中国青年文化研究》，北京：人民出版社.2009年, 273页 / Лу Юйлинь. Исследование современной китайской молодежной культуры. Пекин : Жэньминь чубаньшэ, 2009. 273 с. [Lu Jujlin'. (2009). Issledovanije Sovremennoj Kitajskoj Molodezhnoj Kutlury. (Research on Contemporary Chinese Youth Cultures). Beijing : Jenmin' Chuban'she. (In Chinese)].

王寒松：《当代文化冲突与青年文化思潮》，北京：中国青年出版社. 1997年282页/ Ван Ханьсун. Столкновения в современной культуре и культурная мысль молодежи. Пекин : Чжунго циннянь чубаньшэ,1997. 282 с. [Van Han'sun. (1997). Stolknovenija v Sovremmennoj Kul'ture i Kul'turnaja Mysl' Molodezhi. (Contemporary Cultural Conflicts and Cultural Thoughts of Youth). Beijing : Zhungo Tsin'nian' Chuban'she. (In Chinese)].

吴端：《青年与少年：从古代文献的分析到当代研究的展望》，《当代青年研究》2007年10期, 第29–37 页 / У Дуань. «Циннянь» и «Шаонянь»: от анализа древней литературы к перспективам современных исследований // Дандай циннянь яньцзю. 2007. Вып.10. С. 29–37. [U Duan'. (2007). «Tsin'nian'» и «Shaonian'»: Ot Analiza Drevniej Literatury K Perspektivam Sovremennych Issledovanij. («Qingnian» and «Shaonian»: From the Analysis of Ancient Documents to the Prospect of Contemporary Research). Dandaj Tsinnian' Jan'tziu. № 10 (pp. 29–37). (In Chinese)].

谢昌逵：《中国历史中的青年》，《中国青年研究》. 2010年08期第46–52页 / Се Чанкуй. Молодежь в истории Китая // Чжунго Циннянь Яньцзю. 2010. Вып. 8. С. 46–52. [Sie Chankuj. (2010) Molodezh v Istorii Kitaja. (Youth in Chinese History). Zhonggo Tsinnian' Jan'tziu. № 8 (pp. 46–52). (In Chinese)].

许纪霖：《近代中国知识分子的公共交往：1895–1949》. 上海：上海人民出版社. 年. 543页。/ Сюй Цзилинь. Общественное взаимодействие китайской интеллигенции в 1895–1949 гг. Шанхай : Шанхай жэньминь чубаньшэ, 2007. 543 с. [Siuj Tzilin' (2007). Obshestvennoje Vzaimodejstvije Kitajskoj Intelligentsiji v 1895–1949 gg. (The Public Communication of Modern Chinese Intellectuals in 1895–1949). Shanghai : Shanhaj Zhen'min'Chuban'she. (In Chinese)].

杨琥《民初进步报刊与五四新思潮——对〈甲寅〉、〈新青年〉等的考察》. 博士学位论文. 2000年，186页/ Ян Ху. Исследование прогрессивных печатных изданий в начале периода Республики и новой мысли во время Движения 4-го мая 1919 г. на примере «Цзя Инь», «Синь Циннянь» и др.: дис. на степень Ph. D. 2000. 186 с. [Jan Hu. (2000). Issledovanije Progressivnych Pechatnych Izdanij v Nachalie Perioda Respubliki i Novoj Mysli vo Vremia Dvizheniaj 4-go maja 1919 na Primere «Tzia Jin' », «Sin' Tsin'nian'» и dr.(Progressive Newspapers in the Early Republic of China and the New Trend of Thought during the May Fourth Movement: A Research of «Jia Yin», «Xin Qingnian» and others). dis. na stepen' Ph.D. (In Chinese)].

张国焘：《我的回忆》第一卷. 北京：东方出版社，1998年.1316页 / Чжан Готао. Мои воспоминания. Первый том. Пекин : Дунфан чубаньшэ.1998. 1316 с. [Zhan Gotao. (1998). Moi Vospominanija (My memories). Pervyj tom. Beijing : Dunfan Chuban'she (In Chinese)].

张振国：《近代中国青年群体的形成与崛起》，《青少年学刊》2015年第3 期 / Чжан Чжэньго. Формирование и Подъем Молодежных Групп в Китае в Новое Время. Циншаонянь Сюэкань. 2015. Вып. 3. [Zhan Zhen'go. (2015). Formirovanije i Podjem Molodezhnych Grup v Kitaje v Novoje Vremia (The Formation and Rise of Youth Groups in Modern China). Tsinshaonian' Siujekan'). № 3. (In Chinese)].

周策纵：《五四运动:现代中国的思想革命，周子平等译，南京：江苏人民出版社. 2005 年. 523 页/ Чжоу Цэцзун. Движение Четвертого Мая: идейная революция в современном Китае; пер. на кит. Чжоу Цзыпин и др. Нанкин : Цзянсу чубаньшэ, 2005. 523 с. [Zhou Tsezun. (2005). Dvizhenije Chetwjertogo Maja: Idejnaja revolucja v sovremennom Kitaje (May Forth Movement: Intellectual Revolution in Modern China), per. na kit. Zhou Zipin i dr., Nanjing : Tziansu Chuban'she. (In Chinese)].

Сетевое электронное научное издание

ВЕСТНИК
Московского государственного
лингвистического университета
Гуманитарные науки
Выпуск 6 (835)

VESTNIK
of Moscow State
Linguistic University
Humanities
Issue 6 (835)

Ответственный редактор выпуска 6 (835)

кандидат филологических наук доцент И. В. Баринова

Редактор Е. М. Евдокимова
Компьютерная верстка: Г. П. Лопатина
Дизайн обложки: А. Г. Проскуряков

ФГБОУ ВО МГЛУ

Подписано в печать 24.09.2020
Усл. печ. л. 16,8. Формат 60x90/16
Заказ № 85/20

Адрес редакции:
119034, г. Москва, ул. Остоженка, д. 38, стр. 1
Тел.: (499) 245 33 23
E-mail: ipk-mglu@rambler.ru

В «Вестнике Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки» публикуются основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по следующим отраслям науки и/или группам специальностей научных работников:

10.02.00 – Языкознание
10.01.00 – Литературоведение
24.00.00 – Культурология

«Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки» является преемником сборников научных трудов с 1940 года и, начиная с 2002 года, следующих выпусков «Вестника Московского государственного лингвистического университета»: «Лингвистика», «Языкознание», «Филологические науки», «Языкознание и литературоведение», «Восточные языки», «Философия», «Философия и культурология».

© ФГБОУ ВО МГЛУ, 2020

Издание зарегистрировано 10 июня 2016 г. ЭЛ № ФС77-66051 Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Доменное имя сайта: vestnik-mslu.ru

Учредитель: ФГБОУ ВО МГЛУ
Ссылка на издание обязательна