

ISSN 2542-2197

ВЕСТНИК

МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА



ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

2020 2 (831)

МГЛУ

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

2

выпуск 831



MSLU

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

1930

**VESTNIK
OF MOSCOW STATE
LINGUISTIC UNIVERSITY
HUMANITIES**

Moscow
FSBEI HE MSLU
2020

2

Issue 831



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 РАН, 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.
Мальгина 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

Анисимова Е. Е.

Свидетельство о чудесах в католической конфессии:
лингвопрагматический аспект 9

Анищенко А. В.

Репрезентация эмоции ужаса в немецкой
и русской лингвокультурах 21

Викулова Л. Г., Серебренникова Е. Ф.,

Вострикова О. В., Герасимова С. А.

Лексемы *identité* / *идентичность* как элементы
универсумов человека и языка: этносемиотрический
и аксиологический аспекты интерпретации 30

Воронова А. Г.

Эволюция обращений и заключительных комплиментов
в деловой корреспонденции Бразилии 43

Дунаев А. Е.

Прагмастилистические параметры именных устойчивых
словосочетаний в городских хрониках Германии XV–XVI вв. 57

Исакова Л. Д.

Полицентрическая вариативность языков 66

Карпенко Е. И., Калашникова Е. А.

О понятии избыточности в полимодальной перспективе
(на материале немецкого языка) 76

Куликова В. А.

Зооморфные сравнения в характеристике антропонима
в медийном дискурсе 86

Левицкий А. Э., Сюй И.

Сопоставительное изучение концептов *горький* / *bitter* / 苦
в русской, английской и китайской лингвокультурах 96

Мальцева Е. И.

Процессы транстерминологизации в лингвистике
и искусствоведении 107

<i>Мозговая А. О.</i> Провокационные стратегии <i>троллинг</i> и <i>хейтинг</i> в немецкоязычных интернет-текстах	119
<i>Романова Е. Ю.</i> Глобальный английский: международные, креольские и социоэтнические разновидности	132
<i>Савченко Д. Г.</i> Роль сказочного дискурса в создании рекламных текстов	147
<i>Столярова А. О.</i> Мегастратегия кооперации в бизнес-дискурсе (на материале американских кинофильмов конца XX – начала XXI вв.)	158
<i>Фадеева Г. М., Кочерыгин В. В.</i> Французские заимствования в современном немецком языке дипломатического и консульского права	169
<i>Штукарева Е. Б.</i> Языковые особенности маркетингового текста в социальных сетях	184

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

<i>Гусейнова И. А., Косиченко Е. Ф.</i> Ретродетектив: проблема жанрообразования и трансляции культурного знания	195
<i>Любимова Н. В.</i> Построение и деконструкция Альпийского пространства в романе Арно Камениша «Сец Нер»	206

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

<i>Соловьев В. М.</i> Модель русской национально-культурной идентичности И. А. Ильина	218
<i>Трыков В. П.</i> Образ России в книге Шарля-Луи Лезюра «Об усилении русской мощи»	230

CONTENTS

LINGUISTICS

<i>Anisimova E. E.</i> Proof of Miracles of Catholic Confession: Linguopragmatic Aspect	9
<i>Anishchenko A. V.</i> Horror Emotion Representation in German and Russian Linguocultures	21
<i>Vikulova L. G., Serebrennikova E. F., Vostrikova O. V., Gerasimova S. A.</i> Lexemes <i>Identité / Identity</i> as Elements of the Human and Language Universes: Ethnosemiometric and Axiological Aspects of Interpretation	30
<i>Voronova A. G.</i> The Evolution of Vocatives and Closing Patterns in Business Writing in Brazil	43
<i>Dunaev A. E.</i> Pragmatic and Stylistic Parameters of Noun Collocations in German Town Chronicles of the XV and XVI Centuries	57
<i>Isakova L. D.</i> Polycentric Variability of Languages	66
<i>Karpenko E. I., Kalashnikova E. A.</i> On Redundancy in a Multimodal Perspective (based on the German language)	76
<i>Kulikova V. A.</i> Zoomorphic Comparisons in the Characteristics of an Anthroponym in Media Discourse	86
<i>Levitsky A. E., Xu Yidan</i> A Comparative Study of the Concepts Gorky / Bitter / Ku in Russian, English and Chinese Linguocultures	96
<i>Maltseva E. I.</i> Trans-term Formation in Linguistics and Art History	107

<i>Mozgovaia A. O.</i> Provocative Strategies <i>Trolling</i> and <i>Hating</i> in German Internet Texts	119
<i>Romanova E. Y.</i> Global English: International, Creole and Socio-Ethnic Varieties	132
<i>Savchenko D. G.</i> The Role of Fairy-Tale Discourse in the Creation of Advertising Texts	147
<i>Stolyarova A. O.</i> Megastrategy of Cooperation in Business Discourse (based on American movies of the late XX – the beginning of the XXI centuries)	158
<i>Fadeeva G. M., Kocherygin V. V.</i> French Loan Words in the Modern German Language of Diplomatic and Consular Law	169
<i>Shtukareva E. B.</i> Language Features of the Marketing Text in Social Networks	184

LITERARY STUDIES

<i>Guseynova I. A., Kosichenko E. F.</i> Retro Detective Prose: Genre Formation and Transmitting Cultural Knowledge	195
<i>Lyubimova N. V.</i> Construction and Deconstruction of the Alpine Space in the Novel “Sez Ner” by Arno Camenish	206

CULTUROLOGY

<i>Soloviev V. M.</i> Ivan Ilyin’s Model of Russian National and Cultural Identity	218
<i>Trykov V. P.</i> Image of Russia in the Book by Charles-Louis Lesur “On Strengthening the Russian Power”	230

УДК 81.112

Е. Е. Анисимова

доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры грамматики и истории немецкого языка факультета
немецкого языка Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: letanisisimova@mail.ru

СВИДЕТЕЛЬСТВО О ЧУДЕСАХ В КАТОЛИЧЕСКОЙ КОНФЕССИИ: ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Статья посвящена исследованию лингвопрагматического аспекта свидетельства о чудесах в католической конфессии. Автор определяет сущность свидетельства о чудесах как коммуникативно-когнитивного феномена, реализуемого в двух ипостасях как дискурс и текст. В исследовании устанавливаются лингвопрагматические параметры, определяющие специфику свидетельства о чудесах как важнейшего средства коммуникации в духовном и административно-юридическом пространстве католической церкви. К ним отнесены: характеристика адресанта / адресата (гендерная принадлежность, социальный статус и др.), характер свидетельства (прямой / косвенный свидетель), предмет речи (добродетельная жизнь Святого, его чудеса), интенция адресанта, используемые им стратегия и тактики. Анализируется аргументирующая стратегия адресанта, цель которой заключается в том, чтобы на основе своего показания убедить судебную инстанцию в истинности совершенных Святым чудес и тем самым способствовать его канонизации / беатификации. Выявляются основные тактики, применяемые адресантом, и языковые средства их реализации.

Ключевые слова: лингвопрагматический; текст; дискурс; католический; свидетельство; чудо; канонизация; Святой; стратегия; тактика.

E. E. Anisimova

Doctor of Philology (Dr. habil.),
Professor, Professor at the Department of Grammar and History of German,
Faculty of the German Language, Moscow State Linguistic University;
e-mail: letanisisimova@mail.ru

PROOF OF MIRACLES OF CATHOLIC CONFESSION: LINGUOPRAGMATIC ASPECT

The article concentrates on the research of the linguopragmatic aspect of the miracle proof of Catholic confession. In the article the essence of proof of miracles

as a communicative and cognitive phenomenon materialized in both hypostases of the discourse and text is determined. The linguopragmatic parameters determining the specific nature of the miracle proof as a highly important way of communication in spiritual and administrative and legal continuums of the Catholic Church are set in the article. They include: characteristics of the sender / receiver (gender identity, social status, etc.), characteristics of the proof (direct / indirect witness), speech topic (virtuous life of the Saint, their miracles), intention of the sender, strategy and tactics used by them. The article analyzes the reasoning strategy of the sender, the purpose of which is convincing the judicial instance of the genuineness of the miracles performed by the Saint and therefore supporting their canonization / beatification on the basis of their testimony. The tactics used by sender and language means of their implantation are pointed out in the article.

Key words: linguopragmatic; text; discourse; catholic; proof; miracle; canonization; Saint; strategy; tactics.

Введение

В современной лингвистике интенсивная разработка проблем, связанных с взаимодействием языка и религии формированием теоцентрической парадигмы лингвистических исследований, согласно которой человек и язык являются творением Божиим, вызывают к жизни необходимость разработки типологии религиозного дискурса, описание его видов и жанров, исследование антропологического аспекта религиозного дискурса, где центральной категорией является личность человека в сфере сакрального [Мечковская 1998; Прохвятилова 1999; Бобырева 2008; Салахова 2008; Плисов 2018; Бугаева 2010].

Важнейшим образом в религиозном дискурсе, воплощающем образец христианского совершенства, является образ Святого. Суть святости состоит в «причастности человека к Богу, его обожности ... его преобразовании под действием благодати Божией» [Живов 1994, с. 90]. *Преображенный (обожженный)* человек восстанавливает свою не поврежденную грехом природу, проникается Божественными энергиями, соединяется с Богом, в нем живет Святой дух, благодаря чему он обладает особыми способностями, дарами, воспринимаемыми окружающими как чудо. Свидетельство о чуде – сообщение о сверхъестественном явлении, воспринимаемом верующими как знак действия Божия в мире [Зеньковский 1929]. Как писал священник В. Духанин, «всякое чудо, посылаемое от Господа через его угодников, свидетельствует о любви Божией к людям, о том, что Господь и Его святые находятся рядом с нами и готовы помочь [Духанин 2017, с. 19].

Дар чудотворения и праведность жизни являются основными критериями, которыми католическая церковь руководствуется при причислении подвижника к лику Святого. Самой ранней известной канонизацией является канонизация епископа Аугсбургского Ульриха, которая была совершена Папой Иоанном XV с Собором епископов Римской провинции в 993 г. Канонизация (от лат. *canonisation* – определять, на основании правила узаконить) характеризуется в католической церкви юридическим подходом, регулируется законодательно. Действующее законодательство в процедуре канонизации образуют Апостольская конституция Папы Иоанна Павла II *Divinae perfectionis Magister* и правила *Normae servandae*. Канонизация представляет собой сложную процедуру и включает две ступени: беатификацию (причисление к лику блаженных) и собственно канонизацию, представляющую окончательное суждение о святости лица ранее беатифицированного [Католическая энциклопедия 2005]. Святость кандидата должна быть доказана на основе тщательного расследования его добродетельной жизни, его чудес, его мученичества. Для этого назначается трибунал под председательством епископа или его полномочного делегата, напоминающий судебный процесс, главной задачей которого является проведение опроса свидетелей, показания которых существенны для рассмотрения и решения дела по установлению святости, т. е. беатификации / канонизации соответствующего лица.

Статья посвящена изучению лингвопрагматического аспекта свидетельств о чудодейственной силе избранных Божиих. Материалом исследования послужила книга В. Шамони и К. Безлера *Charismatische Heilige* [Schamoni, Besler 1989], содержащая краткую биографию католических Святых IV–XX вв. и документы их беатификации / канонизации.

Лингвопрагматический аспект свидетельства о чудесах

Свидетельство о чудесах является сложным коммуникативно-когнитивным феноменом, существующим в двух ипостасях, – как дискурс и текст. В первой ипостаси свидетельство – речемыслительная деятельность коммуникантов с жестко фиксированными социальными статусными ролями, которая разворачивается в религиозно-правовом пространстве в типовой ситуации общения в диалоговой / монологической форме в соответствии с судебным сценарием. Во второй ипостаси свидетельство – текст, продукт данной деятельности, представленный

в виде устного заявления свидетеля и запротоколированного документа, который заверяется, скрепляется печатью, хранится в архиве, а его копии включаются в соответствующие акты по беатификации / канонизации. При положительном решении дела, признании кандидата Святым, свидетельство о чудесах обнаруживает связь с житийным и литургическим дискурсами.

Лингвопрагматический аспект свидетельства о чудесах охватывает такие параметры, как характеристика адресанта / адресата; интенция адресанта; предмет высказывания адресанта; стратегия и тактики, применяемые им для реализации своей интенции.

Адресантом свидетельства выступает свидетель, вызванный для дачи показаний на заседание трибунала, к основным характеристикам которого относятся:

а) гендерная принадлежность (мужчина / женщина);
б) социальный статус – член монашеского ордена, чиновник, знатная дама, врач, слуга и т. д.

в) характер и степень осведомленности (прямой свидетель, получивший знание непосредственно из собственного сенсорного опыта / косвенный свидетель, получивший информацию от других лиц).

Адресатом свидетельства являются члены трибунала под председательством епископа, а также все присутствующие на заседании. **Интенция** адресанта состоит в том, чтобы дать достоверные показания о благочестивой жизни, чудодейственной силе кандидата и тем самым способствовать его беатификации / канонизации.

Предметом свидетельства является личность Святого, совершаемые им чудеса. При этом кандидат на причисление к лику блаженных при беатификации именуется *der Diener Gottes* (слуга Божий), а позднее при канонизации – *der Ehrwürdige* (достопочтенный). Сонм католических Святых характеризуется большим разнообразием. Так, кандидаты на прославление в лике Святого различаются:

а) гендерной принадлежностью (мужчина / женщина);
б) социальным статусом, например, священник, епископ, настоятельница монастыря, горожанка – мать семейства и т. п.;

в) ареалами обитания (от традиционно католических стран Европы – Испании, Италии, Польши до Нового Света и африканских колоний);

г) характером служения Богу, например, исповедник, мученик, миссионер, мистик и т. п.

Чудеса, совершаемые кандидатами, различаются:

а) по своему характеру, например, исцеление больных, воскрешение из мертвых, предсказание, изгнание злых духов, прозорливость, умножение хлебов и т. д.;

б) временем совершения: древнее чудо, рассматриваемое на основании исторических источников / современное чудо, доказываемое на основании показаний свидетелей; прижизненное / посмертное чудо кандидата.

Для реализации своей интенции адресант использует **аргументирующую стратегию**, цель которой заключается в том, чтобы на основе своих показаний убедить церковную судебную инстанцию в святости кандидата, в истинности совершенных им чудес. Для этого свидетель применяет следующие тактики:

1. Тактику самопрезентации. Она маркируется личным местоимением 1-го лица *ich*, именами собственными, антропонимами, обозначающими социальный статус свидетеля, числительными, служащими для указания дат, возраста свидетеля, географическими названиями, например: *Ich heiße Joahannes Franziscus Leo ab Ersfeldt (unter diesem Namen bin in der Akademie in Rom im HL. Jahr 1675 eingeschrieben), 71 Jahre alt*. В тех случаях, когда речь идет о чудесах, например, исцелении неизлечимых больных, нетленности мощей, засвидетельствование которых требует от адресанта компетентности в области медицины, свидетель часто стремится подчеркнуть свою ученость, опыт, высокую должность, известность в научных и придворных кругах, что призвано придать его показаниям особую весомость, например: *Ich bin Professor der Medizin etwas über dreißig Jahre, 20 Jahre Senior der Medizin und öfters Rektor Magnificus und Dekan der Fakultät, Arzt des königlichen Hofes und auch Berater der hehren Kaiserin und königlichen katholischen Majestät*.

2. Тактику засвидетельствования. Она заключается в заверении адресанта:

а) в правдивости своих показаний, что маркируется глаголами *bezeugen, aussagen, gestehen, bestätigen, behaupten*, существительным *Wahrheit (Wahrheit sagen, vorlegen)*, прилагательными *wahr, klar*; клятвенными формулами, произносимыми под присягой, например: *Ich sage es mit meinem Eid aus. Ich bestätige unter Eid (unter Berufung auf von mir geleisteten Eid / bei meinem Gewissen, mit sicherem Gewissen, in gutem Glauben und sicherem Gewissen* и т. п.);

б) в адекватном психическом состоянии при восприятии чуда, что является гарантией того, что он не находится в духовной прелести. Этому служат соответствующие вербальные формулы, например: *im Zustand sicherer Wahrnehmung, bei vollkommen wachem Bewusstsein, mit großer Aufmerksamkeit und wachem Verstand, von jeder Phantasie und übersteigender Einbildungskraft entfernt* и др.

3. Тактику апелляции к Богу, указывающую на то, что:

а) чудо совершается самим Богом, например: *Gott erhält sie bei vollkommener Gesundheit*;

б) чудо совершается кандидатом промыслительно силой Божией, например: *im Auftrage des lieben Gottes, auf Gottes Vorsehung, durch eine besondere Fügung des Gottes, vom Geist Gottes angetrieben, in unerschütterlichem Vertrauen auf die Kraft Gottes, durch besondere Gnade Gottes*;

в) свидетель дает свои показания во славу Господа и его угодника, например: *Ich sage jedoch zur Ehre Gottes und seines Dieners, dass die Bekehrung dauerhaft ist und bis heute anhält, und dass der Betreffende danach der Welt völlig den Rücken kehrte, alles weggab und sich in ein Kloster zurückzog*.

4. Тактику указания на источник информации:

а) личное свидетельство, выражаемое соответствующими лексическими единицами, например: *als unmittelbarer Augen- und Ohrenzeuge, mit eigenen Augen sehen, selbst / persönlich erleben, sich erinnern* и т. п.;

б) свидетельство «с чужих слов». Обычно источником информации являются знакомые, родственники, реже – малознакомые люди, или речь идет об известном факте, общепринятом мнении (*öffentlich bekannt, allgemein erzählt, eine allen Leuten bekannte Tatsache*). При этом свидетелю важно подчеркнуть достоверность, надежность источника информации, чему обычно служат указания на авторитетность, богоугодную жизнь, добропорядочность, благородное происхождение соответствующего лица-информанта, например: *Der berühmte Herr Malinski kam aus Verehrung in der Karwoche hierher und hörte den Diener Gottes predigen. Er erzählte, dass dieser während der ganzen Predigt Tränen vergossen und die ganze Zuhörerschaft gerührt habe*.

Доказательность личного свидетельства обычно повышается при указании на лица, которые могут подтвердить сказанное, прежде всего в тех случаях, если они еще живы и могут быть вызваны в суд,

например: *Wir gingen beide dorthin, d. h. Benignus und ich in Begleitung von Prior Martini, dem Pfarrer von San Andrea, der, wie ich glaube, noch am Leben ist.* Языковыми маркерами свидетельства «с чужих слов» являются имена собственные, прямая и косвенная речь, глаголы *erzählen, mitteilen, erfahren, hören, wissen (von j-m)*, неопределенно-личное местоимение *man (man sagt)*, глагол *sollen* во вторичном модальном значении и др. Например: *Ich habe von dem selben Friseur sagen hören, dass der Papst den Geist der Prophetie hatte und deshalb Marc Antonio Colonna und Marquis Malateska zur Beichte gingen, bevor sie mit Pius V. verhandelten, denn der Papst erkannte ihre Gewissen und wusste, wann man ihm die Wahrheit sagte oder eine Lüge.*

5. Тактику выражения разной степени уверенности в передаваемой информации. В свидетельствах, как личных, так и «с чужих слов», адресант проявляет высокую степень уверенности в тех случаях, когда речь идет о самом факте совершения чуда, а также о добродетелях кандидата, что передается с помощью лексем: *sicher, tatsächlich, offenkundig, überzeugt (völlig / restlos)* и др., например: ... *aber, was meine Person betrifft, bin ich sicher, dass ich den Diener Gottes von himmlischen Personen begleitet gesehen habe.* Меньшая степень уверенности обычно обнаруживается при описании отдельных обстоятельств, деталей, сопровождающих чудо, или указании времени и места его совершения, например: *Ich habe nicht gezählt, wie viele es waren, nach meiner Schätzung mögen es 60 gewesen sein* (из показаний свидетельницы о количестве лиц, присутствующих при умножении вина по молитвам Святого). *Soviel ich mich erinnere, war es um 1850 oder 1851... Es mochte zehn Uhr vormittags gewesen sein* (из показаний свидетеля о времени чуда снисхождения небесного света по молитвам Святого).

6. Тактику описания чуда, которая выражается:

- лексическими единицами с семами «сверхъестественное», «чудесное», например: *Wunder, Wundertäter, wunderbar, wunderbarerweise, übernatürlich, außergewöhnlich, außerordentlich;*
- номинациями чудес, например: *Wunderheilung, Totenerweckung, Prophezeiung, Teufelsaustreibung, Herzenskenntnis, Vermehrung der Lebensmittel, die Gabe der Extasen;*
- лексическими единицами, обозначающими ритуальные действия кандидата, связанные с совершением чуда, например

наложение креста (*das Kreuzeichen machen*), окропление святой водой (*Weihwasser sprengen*), благословение хлеба (*Brot segnen*) и т. п.;

– лексическими единицами, обозначающими сверхъестественное духовное и физическое состояние чудотворца в момент совершения чуда, например: *vom Glanz umflossen, von Strahlen umgeben, mit einem lebendigen und strahlenden Licht bedeckt, in strahlendes Licht eingehüllt, durch die Luft gehen, sich auf die Luft erheben, über dem Boden schweben* и т. д.

7. *Тактику выражения эмоциональной реакции* адресанта на совершенное чудо. Чудо вызывает у свидетеля широчайшую гамму чувств – от удивления, любопытства до ужаса, потрясения, восхищения, благоговейного почитания чудотворца. Языковыми маркерами этой тактики являются лексические единицы, выражающие эмоциональное состояние человека, например: *voll Staunen, Überraschung erleben, Verwunderung hervorrufen, starr sein, zum Entsetzen und Erstaunen, getrieben von der Neugierde und voll Bewunderung, von Furcht überwältigt, Hochachtung und Verehrung vor der Heiligkeit*; а также усилительные наречия, например: *äußerst, höchst, unaussprechlich*; придаточные следствия со значением интенсивности действия, состояния, качества, например:

Der Glanz, von dem sein Antlitz umhüllt war, blendete mich so, dass ich die Augen schließen musste; und aus Verwunderung und zarter Empfindung ergriffen, brach ich in Tränen aus.

8. *Тактику выражения рациональной реакции* адресанта на совершенное чудо, основанием которой являются:

а) наблюдения за действиями кандидата, например: *Ich passte auf wie ein Luchs, die Augen auf die Platte gerichtet, um zu sehen, ob das Wunder wahr sei, das er andere Male gewirkt habe* (из показаний свидетельницы, следящей за повторяемостью сверхъестественных явлений – приумножения хлебов кандидатом, что является подтверждением истинности совершаемого чуда);

б) рассуждения на уровне научного или обыденного сознания. Примером могут служить приводимые в актах канонизации показания врачей, освидетельствовавших язык Священномученика Иоанна Непомуцкого, который не был подвержен тлению. Согласно легенде, Святой был замучен и брошен в реку по приказу ревнивого короля

Венцеля IV в 1393 г. за отказ раскрыть тайну исповеди его жены, духовником которой тот являлся. В 1719 г. при обретении мощей Святого было установлено, что его язык сохраняет свойства живой материи. В 1729 г. Иоанн Непомуцкий был канонизирован Папой Бенедиктом XIII [Lexikon der Heiligen und Namensdaten 2010].

Доказательной базой свидетельств служили рациональные аргументы:

– факт сохранения у языка свойств живой плоти, например:

Die Gründe meines Wissens von der Unversehrtheit dieser Hg. Zunge wurden damals anerkannt: einmal die Form und Gestalt einer menschlichen Zunge; zweitens die rote Farbe; drittens die Biegsamkeit und die fleischliche Substanz; viertens der Einschnitt und die dabei erscheinenden lebendigen Faserchen.

– мнение врачей, присутствовавших при эксгумации, например:

Es kamen einige Fäserchen zum Vorschein, so dass die anwesenden Ärzte und Chirurgen einstimmig urteilen, es sei eine wahre menschliche Zunge.

– общеизвестные факты из медицинской практики (язык быстрее других частей тела человека подвергается тлению), например:

Denn die Zunge ist natürlicherweise von weicher Substanz und deshalb sehr leicht verweslich. Ich hielt viele Köpfe von Verstorbenen in meinen Händen und bemerkte dabei, dass zuerst die inneren Teile alle verwest waren, hier jedoch liegt das Gegenteil vor.

– факт невозможности рукотворного влияния на физические свойства языка Святого, например:

Die Pyxis war vorne und hinten verschlossen. Und zwar vorn mit einem hellen durchsichtigen Kristall und hinten mit einem Goldblech gut gesichert, so dass keine Farbe, keine Feuchtigkeit oder ein Luftzug, weniger noch etwas Künstliches zur Anwendung kommen konnte, da diese hl. Zunge versiegelt und verschlossen war, so dass keinem Menschen der Zugang zu ihr offenstand.

В тех случаях, когда мнение свидетелей подлинности чуда подвергалось сомнению со стороны маловеров, они нередко прибегали к эмоциональным аргументам, например апелляции к здравому смыслу, в частности, относительно невозможности использования бальзама и каких-либо иных средств для сохранения нетленным языка Святого, пролежавшего более 300 лет под землей. Этой цели служили,

наряду с другими языковыми средствами, риторические вопросы, с помощью которых подчеркивалась абсурдность предположения оппонентов о естественной природе рассматриваемого феномена, например:

Wie hätte man sie mit einem Balsam bestreichen oder im Wasser bewahren können? Da doch die Zunge vom übrigen Körper nicht getrennt war, sondern mit dem ganzen Körper bestattet worden war, wie könnte da einer an ihrer Unversehrtheit zweifeln oder einen Kunstgriff für möglich halten?

Подчас словесная аргументация, не достигнув своей цели, завершалась адресантом откровенными оскорблениями в адрес тех, кто сомневался в чуде, например:

Wer hätte in dieser Zeit die Zunge herausnehmen und sie mit Balsam überziehen können? Von jener Zeit der Bestattung an wurde der Körper des Seligen nicht mehr bewegt, und weshalb hätte man nur die Zunge, nicht auch den ganzen Körper salben sollen? Aber selbst ein Balsam hätte nicht diese Bewahrungskraft gehabt. Nur ein Dummkopf würde anders urteilen und annehmen, dass diese Bewahrung natürlich oder künstlich hätte gemacht werden können.

9. *Тактика резюмирования* заключается в выводе, который делает свидетель на основе им ранее сказанного. В данном случае речь идет о признании святости кандидата адресантом еще до вынесения решения трибуналом, например:

Glaube, Ehrfurcht und Gottesliebe waren immer lebendig, was er auch tat. Die Leute besuchen ihn und teilen unseren Glauben, dass Pater Charbel durch Wunder vor der Verwesung bewahrt ist, weil er ein Heiliger war.

Заключение

Выделенные коммуникативно-прагматические параметры отражают специфику свидетельства о чудесах и обеспечивают его эффективность как важнейшего средства коммуникации в духовном и административно-юридическом пространстве католической церкви. Дальнейшее изучение подобных свидетельств представляет интерес для лингвистики текста и дискурсологии, религиоведения, изучения антропологических типов религиозной личности, достигшей святости или только соприкоснувшейся с ней в своей жизни.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бобырева Е. В.* Религиозный дискурс: ценности, жанры, стратегии. Волгоград : Перемена, 2007. 374 с.
- Бугаева И. В.* Язык православной сферы: современное состояние, тенденции развития : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2010. 48 с.
- Духанин В.* Новые чудеса преподобного Сергия. М. : Изд-во Московской Патриархии Русской Православной Церкви, 2017. 128 с.
- Живов В. М.* Святость. Краткий словарь агиографических терминов. М. : Гнозис, 1994. 110 с.
- Зеньковский В. В.* О чуде. Возможность и реальность чудес. Paris : YMCA-PRESS ; Варшава : Добро, 1929. 26 с.
- Католическая энциклопедия. М. : Изд-во Францисканцев, 2005. Т. II. 1818 с.
- Мечковская Н. Б.* Язык религии. М. : Гранд, 1998. 352 с.
- Плисов Е. В.* Немецкий религиозный язык в условиях поликонфессиональности (опыт лексикографического и дискурсивного описания): дис. ... д-ра филол. наук. М., 2018. 428 с.
- Прохватилова О. И.* Православная проповедь и молитва как феномен современной звучащей речи. Волгоград : Изд-во Волгоградск. гос. ун-та, 1999. 362 с.
- Салахова А. Г.* Речевые стратегии и средства их реализации в современных христианских немецкоязычных проповедях : дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2008. 213 с.
- Lexikon der Heiligen und Namenstage. Urban Albert (HG.). Freiburg im Breisgau : Verlag Herder GmbH, 2010. 517 S.
- Schimoni W., Besler K.* Charismatische Heilige. Besondere Gnadengaben bei Heiligen nach Zeugenausgaben aus Heilsprechungsakten. Stein am Rhein : Christina Verlag, 1989. 312 S.

REFERENCES

- Bobyreva E. V.* Religioznyj diskurs: cennosti, zhanry, strategii. Volgograd : Peremena, 2007. 374 s.
- Bugaeva I. V.* Jazyk pravoslavnoj sfery: sovremennoe sostojanie, tendencii razvitija : avtoref. dis. ...d-ra filol. nauk. M., 2010. 48 s.
- Duhanin V.* Novye chudesa prepodobnogo Sergija. M. : Izd-vo Moskovskoj Patriarii Russkoj Pravoslavnoj Cerkvi, 2017. 128 s.
- Zhivov V. M.* Svjatost'. Kratkij slovar' agiograficheskikh terminov. M. : Gnozis, 1994. 110 s.
- Zen'kovskij V. V.* O chude. Vozmozhnost' i real'nost' chudes. Paris : YMCA-PRESS ; Varshava : Dobro, 1929. 26 s.

Katolicheskaja jenciklopedija. M. : Izd-vo Franciskancev, 2005. T. II. 1818 s.

Mechkovskaja N. B. Jazyk religii. M. : Grand, 1998. 352 s.

Plisov E. V. Nemeckij religioznyj jazyk v uslovijah polikonfessional'nosti (opyt leksikograficheskogo i diskursivnogo opisanija): dis. ... d-ra filol. nauk. M., 2018. 428 s.

Prohvatilova O. I. Pravoslavnaja propoved' i molitva kak fenomen sovremennoj zvuchashhej rechi. Volgograd : Izd-vo Volgogradsk. gos. un-ta, 1999. 362 s.

Salahova A. G. Rechevye strategii i sredstva ih realizacii v sovremennyh hristianskih nemeckojazychnyh propovedjah: dis. ... kand. filol. nauk. Cheljabinsk, 2008. 213 s.

Lexikon der Heiligen und Namenstage. Urban Albert (HG.). Freiburg im Breisgau : Verlag Herder GmbH, 2010. 517 S.

Schimoni W., Besler K. Charismatische Heilige. Besondere Gnadengaben bei Heiligen nach Zeugenausgaben aus Heilsprechungsakten. Stein am Rhein : Christina Verlag, 1989. 312 S.

УДК 81'373

А. В. Анищенко

кандидат филологических наук, доцент,
заведующая кафедрой лексикологии и стилистики немецкого языка факультета
немецкого языка Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: allan031@yandex.ru

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭМОЦИИ УЖАСА В НЕМЕЦКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

В статье на материале лексикографических и литературных источников анализируются вербальные репрезентации эмоции ужаса как наивысшей аффективной формы проявления страха. Использование полевого подхода позволяет уточнить категориальные характеристики исследуемой эмоции. Семантический анализ ее номинантов в немецком и русском языках выявил разницу в объеме значений, что указывает на лингвокультурную специфику вербализации эмоционального состояния. Актуализация семы «наивысшая интенсивность проявления эмоции» ведет к расширению сферы функционирования лексической единицы и к употреблению лексики ужас в русском языке в качестве интенсификатора или в междометной функции.

Ключевые слова: репрезентация эмоций; эмотив; лексико-семантическое поле; сема; лингвокультурные особенности; междометие.

A. V. Anishchenko

PhD (Philology), Associate Professor,
Head of the Department of Lexicology and Stylistics of German,
Faculty of the German Language, Moscow State Linguistic University;
e-mail: allan031@yandex.ru

HORROR EMOTION REPRESENTATION IN GERMAN AND RUSSIAN LINGUOCULTURES

Verbal representations of horror emotion as the highest affective form of fear are analyzed in the article on the basis of lexicographic and literary sources. Categorical characteristics of the investigated emotion are clarified through the use of field approach. The semantic analysis of the emotion's nominees in the German and Russian languages highlighted the difference in the volume of the meanings, which indicates the linguistic and cultural specifics of the emotional state verbalization. Actualization of the seme "the highest intensity of emotion manifestation" leads to the expansion of the functioning sphere of the lexical unit and to the use of the lexical item horror in the Russian language either as an intensifier or in the interjection function.

Key words: emotion representation; emotive; lexico-semantic field; seme; linguo-cultural features; interjection.

Введение

Как физиологический, психологический, социальный феномен эмоциональная сфера человека требует разностороннего подхода и является объектом комплексного изучения различных научных дисциплин (психологии, философии, антропологии, лингвистики и др.). Будучи мотивационным фактором деятельности человека и регулятором его поведения, эмоции являются неотъемлемой частью коммуникативного взаимодействия, в том числе и межкультурного.

Большая часть исследований объективации эмоций в языке основана на тезисе о наличии группы базовых (первичных, базисных) эмоций, возникших в результате эволюционно-биологических процессов, имеющих отчетливые специфические переживания и сопровождающиеся выразительной конфигурацией невербальных проявления; эти эмоции универсальны и присущи представителям всех этносов [Ильин 2001, с. 89]. В то же время в результате эмоционально-чувственного переживания действительности через отбор жизненно важных впечатлений от непосредственно воспринимаемой объективной реальности формируется эмоционально-чувственная сфера, отражающая особенности взаимодействия человека со средой его проживания, накапливаемые и передаваемые в виде полученного опыта следующим поколениям и составляющим фундамент духовной базы культуры как информационной системы [Зыкова 2017, с. 260]. То, какие внешние факторы влияют на эмоциональную сферу представителя той или иной культуры, а также то, каким образом эмоции отображаются в языке, является продуктом культуры, а не эволюции; «поскольку каждый язык налагает на эмоциональный опыт людей свою собственную классификационную сетку» [Вежбицкая 1999, с. 507].

Целью данной статьи является попытка сравнить этнокультурные особенности вербальной репрезентации в немецкой и русской лингвокультурах эмоциональной реакции ужаса, которая традиционно не рассматривается как базовая эмоция и до сих пор остается за рамками лингвистических и культурологических исследований. Изучение вопросов, связанных с обеспечением успешной коммуникации через выявление этнокультурной специфики объективации эмоциональных состояний, обуславливает актуальность предлагаемой работы.

К вопросу о классификации эмоций

Сложность классификации эмоций, а также систематизации их вербальных репрезентаций связана с диффузностью денотата и с невозможностью однозначно определить границы отдельных эмоциональных проявлений в пределах эмоционального континуума. Процесс идентификации связан с ответом на вопрос, передаются ли оттенки эмоциональных реакций в языке синонимичными единицами, отражающими степень их интенсивности, или же речь идет о номинациях, несущих особый эмотивный смысл. Если речь идет о сопоставительных или контрастивных исследованиях эмотивной лексики, необходимо выявить соответствие объема значений номинантов эмоций в анализируемых языках. Таким образом, на начальном этапе исследования предстоит определить, о каком психофизиологическом феномене идет речь, и соотнести его с соответствующими номинациями в сопоставляемых языках.

Эмоция ужаса рассматривается как крайняя, аффективная, форма проявления страха, как неуправляемое (непроизвольное) переживание. Страх же признается психоаналитиками и философами основополагающей эмоцией. Первобытный человек, пытающийся выжить и сохранить себя во враждебном и непонятном ему мире, испытывал эту эмоцию – эмоцию инстинктивного, природного, страха, не поддающегося пониманию и объяснению [Красавский 2008, с. 259].

Попытки дифференцировать и классифицировать разные виды страха предпринимались неоднократно, при этом, как правило, они основаны на следующих критериях: степени грозящей опасности (интенсивности эмоции), времени наступления угрозы; возможности / невозможности противодействия опасности. Еще в 20-е гг. XX в. невролог, психиатр и психотерапевт Н. Е. Осипов считал, что в отличие от страха, как реакции на реальную опасность и жути, связанной с чем-то таинственным, ужас возникает при одновременном наличии комплекса различных видов опасности¹. Современные исследования в области психологии определяют эмоцию ужаса как неуправляемую (непроизвольную) эмоциональную экспрессию и наивысшую, аффективную, форму проявления страха как совокупности различных видов пугающих ощущений.

¹ Цит. по: [Ильин 2001, с. 150].

Лексико-семантическое поле как вербальная проекция эмоционального концепта

Эмоцию ужаса, как и любую другую форму эмоционального реагирования, можно представить в виде сложного конструкта, складывающегося из следующих компонентов: субъект и объект эмоции, ее триггер, механизмы протекания, уровень интенсивности, симптомы проявления (языковые, соматические, моторные, мимические и др.), оценки и ассоциации, связанные с данной эмоцией. Эти сформированные в эмоциональном опыте и закрепленные в коллективном сознании в виде эмоционального концепта представления имеют свою проекцию в языке. Оязыковление эмоциональной сферы происходит на трех уровнях: номинаций, дискрипций и экспликаций [Шаховский 2008, с. 43].

Номинанты базовых эмоций образуют семантические центры (ядро) эмотивной лексики, которая может быть сгруппирована в пределах лексико-семантических эмотивных полей. Центральные сегмент образуют синонимичные реализации имени исследуемого эмоционального концепта. Различные семантические и функциональные критерии, лежащие в основе группировки конститuentов, обеспечивают динамичность всего лексико-семантического поля и его отдельных сегментов [Анищенко 2006].

Ядром лексико-семантического поля, объединяющего в русском языке единицы, передающие широкий спектр «пугающих» ощущений, выступает лексема *страх*, а околядерный сегмент поля образуют семантически близкие номинации эмоциональных проявлений, обозначающих разные градации состояния, вызванного грозящей или предполагаемой опасностью, такие как: *тревога, трепет, боязнь, испуг, паника, кошмар, жуть*.

Аналогичный немецкоязычный синонимический ряд, доминантной единицей в котором является лексема *Angst*, представлен большим количеством лексем: *Scheu* – боязнь; *Beklemmung* – теснение; *Furcht* – страх; *Angst* – страх; *Schrecken* – ужас; *Schreck* – ужас; *Schauder* – ужас; *Grauen* – ужас; *Grausen* – ужас, страх; *Entsetzen* – ужас; *Panik* – паника. Лексемы в данном ряду располагаются по степени возрастания выражаемого признака [Немецко-русский словарь 1983, с. 36]. Таким образом, состояние высокой степени страха / ужаса обозначается в немецком языке следующими единицами: *Schrecken, Entsetzen, Furcht, Schreck, Grausen, Greuel, Panik* [Duden Synonymwörterbuch 1998, S. 54].

Семантический анализ русской лексемы *ужас* и синонимичных ей единиц, а также соответствующих немецкоязычных номинаций, проведенный на основе толковых и этимологических словарей, выявил разницу в объеме значений данных единиц. Отметим, что все немецкоязычные эквиваленты моносемантичны, в отличие от многозначной русской лексемы *ужас*, обозначающей само чувство (*смертельный ужас*); явление, его вызывающее (*ужасы войны*); безысходность положения (*ужас ситуации*); а также выступающей в качестве интенсификатора в разговорной речи (*ужас сколько*) и междометной единицы, при выражении широкого спектра негативных эмоций (*Какой ужас!*) [Русский семантический словарь 2003].

Семантическая структура немецкоязычных номинаций отличается от структуры аналогичных русских единиц по количеству сем. В структуре номинантов эмоции наивысшей степени страха в русском языке не представлены такие группы сем, как «длительность переживания эмоции», «условия появления эмоций», «объект эмоции», «нечеткость переживания эмоции», «осознанность эмоций». Каких-либо сем, актуальных для значения русских, но неактуальных для значения немецких номинантов эмоций, не отмечено. В основе этимологического значения лексемы-номинанта эмоции, как правило, лежит номинация какого-либо физического явления. Это языковые единицы, обозначавшие такие фрагменты физического мира, как: совершение физических действий (*Entsetzen, Schreck, Grauen* – *ужас*), а также факты и события, вызывающие эмоцию (*Grausen*). Н. А. Красавский, исследовавший эмоциональные концепты в русской и немецкой лингвокультурах, обращает внимание на диффузный характер семантики номинаций эмоций уже на раннем этапе их существования [Красавский 2008, с. 191].

Языковое описание (дескрипция) данного состояния в русском лингвокультурном пространстве представлено очень широко и основано на нескольких параметрах, наиболее значимым из которых является формальное отсутствие конкретного триггера эмоции, невозможность объяснить причину ее возникновения: в отличие от страха, который является реакцией на что-то конкретное, что фиксируется органами чувств; ужас беспредметен, причина его недоступна чувственному восприятию и пониманию разумом (*необъяснимый, необоснованный ужас*); именно поэтому ужас ассоциируется с потусторонним

таинственным миром (суеверный, иррациональный, мистический ужас); эта «первобытность» сильнейшей человеческой эмоции запечатлелась в русском языке в таких сочетаниях, как *первобытный, животный, неконтролируемый, панический, инстинктивный, дикий ужас*. Отметим, что в немецком языке спектр характеристик данной эмоции несколько отличается. Так, например, количественные характеристики эмоции выражены в немецком языке при помощи прилагательного *groß* (рус. *большой*), которое сочетается со всеми номинантами синонимического ряда *страх (große Angst, großer Schreck, großes Entsetzen* и др.); в русском языке интенсивность эмоции, как правило, выражается использованием прилагательного «сильный» (*сильный страх, сильный ужас*).

О процессуальном и динамическом характере эмоциональной экспрессии наивысшей степени страха свидетельствует высокочастотное использование номинантов эмоции в качестве актантов в соответствии с моделью $N_{(E)} + V$, где $N_{(E)}$ – номинант эмоции, а V – глагол. *Ужас* выступает как агрессивное существо, которое нападает внезапно и овладевает человеком (ср. в нем. яз.: *das Grausen packte einen; das Grauen schüttelte einen; lähmendes Entsetzen befahl einen; lähmende Furcht ergriff einen* и др.). Первобытный человек воспринимал эмоции не как абстрактные, а как реально действующие мифические сущности и наделял их конкретными свойствами, персонифицировал их. Это архаичное понимание эмоций оставило следы в современном языке и интерпретируется как метафора. *Ужас* лишает человека способности действовать, парализует его: *wie gelähmt dastehen, wie ein Kaninchen vor der Schlange stehen; wie ein Kaninchen die Schlange anstarren; zu Stein erstarren; zur Salzsäule erstarren; etwas lähmt jemandem die Zunge; wie angewurzelt stehen bleiben* и др. (ср. в рус. яз.: *ужас парализовал; застыть как кролик перед удавом; окаменеть от ужаса; застыл, как вкопанный; от ужаса пропал дар речи* и др.).

Наиболее интересные лингвокультурные особенности можно выявить, изучая фразеологический фонд языка. В связи с этим приведем некоторые фразеологические единицы, описывающие общечеловеческие рефлекторные проявления ужаса, и обнаруживающие как сходства, так различия в обозначении данного фрагмента эмоциональной картины мира (см. табл. 1).

Таблица 1

**Вербальная репрезентация кинем ужаса
в немецком и русском языках**

Немецкий язык	Русский язык
j-m die Haare zu Berge treiben j-m sträuben sich die Haare j-m Mark und Bein durchschauern der Schreck fährt jemandem in die Knochen / Glieder	волосы встали дыбом
eine Gänsehaut bekommen jemandem stockt / gefriert das Blut in den Adern	мурашки по коже пошли кровь стынет в жилах

Вербальная экспликация эмоциональных реакций осуществляется посредством аффективов, к которым в первую очередь следует отнести междометия. Репертуар междометных единиц, объективирующих эмоцию ужаса как в русском, так и в немецком языке, достаточно ограничен, что вполне объяснимо аффективным характером эмоциональной реакции. Ужас, будучи максимально интенсивной реакцией, оказывает парализующее воздействие на двигательные и перцептивные и когнитивные процессы человека. Поэтому сегмент лексико-семантического поля, в который входят междометные единицы, объективирующие эту эмоцию, представлен преимущественно первичными междометиями и единицами с компонентом сакрального происхождения, выступающими в эмотивной функции: *O mein Gott! Ach herrje / herrjemine! Großer Gott! Ogottogott! Allmächtiger! Mein lieber Mann! Um Gottes / Himmels willen!* (ср. в рус. языке: *Господи! О Боже! Боже правый!* и др.). Отметим, что немецкоязычный корпус междометных единиц содержит заимствования из латинского языка, например: *oje; ojemine* (сокр. от лат. *обращения O Jesu domine*). Эта лингвокультурная особенность связана с конфессиональным делением немецкоязычного пространства и обращением к высшей силе в католической традиции на латинском языке.

Анализ литературного материала выявил следующую закономерность: состояние ужаса в художественном произведении преимущественно передается дескриптивно. Чем сильнее эмоция, тем меньше вероятность наличия в эмотивном контексте аффективов.

Заключение

Лексический уровень языка отражает многообразие эмотивных смыслов и национально-культурные особенности их восприятия. Номинанты эмоции ужаса входят в синонимический ряд, обозначающий фрагмент языковой эмоциональной картины мира, отражающий широкий спектр пугающих ощущений. Лексему *сmpax* / *Angst* можно квалифицировать как гипероним по отношению к номинантам небазовых эмоций, обозначающих эмоции страха в крайней степени интенсивности ее проявления.

Исследование вербальных репрезентаций эмоции ужаса в немецком и русском языках выявило разницу в количестве и объёме значений номинантов эмоции, что обуславливает лингвокультурную специфику репрезентации данного эмоционального состояния. В русском языке актуализация семы «наивысшая интенсивность проявления эмоции» ведет к расширению сферы функционирования лексической единицы ужас и к ее употреблению в качестве интенсификатора или в междометной функции в широком контексте.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Анищенко А. В. Функциональный аспект междометных единиц (на материале современной австрийской художественной литературы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2006. 25 с.
- Вежебицкая А. Семантические универсалии и описание языков. М. : Языки русской культуры, 1999. 776 с.
- Зыкова И. В. Метаязык лингвокультурологии: КОНСТАНТЫ и ВАРИАНТЫ. М. : Гнозис, 2017. 752 с.
- Изард К. Э. Психология эмоций. СПб. : Питер, 1999. 464 с.
- Ильин Е. П. Эмоции и чувства. СПб. : Питер, 2001. 752 с.
- Красавский Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. М. : Гнозис, 2008. 374 с.
- Немецко-русский синонимический словарь / И. В. Рахманов [и др.] ; ред. Г. Шмидт. М. : Русский язык, 1983. 704 с.
- Русский семантический словарь. Т. III: Имена существительные с абстрактным значением: Бытие. Материя, пространство, время. Связи, отношения, зависимости. Духовный мир. Состояние природы, человека. Общество. М. : Азбуковник, 2003. URL : slovari.ru/search.aspx?s=0&p=3068 (дата обращения: 10.08.2019).

Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций: монография. М. : Гнозис, 2008. 416 с.
DUDEN, Synonymwörterbuch. Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zürich : Dudenverl., 1998. 1120 S.

REFERENCES

- Anishhenko A. V.* Funkcional'nyj aspekt mezhdometnyh edinic (na materiale sovremennoj avstrijskoj hudozhestvennoj literatury) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2006. 25 s.
- Vezhbickaja A.* Semanticheskie universalii i opisanie jazykov. M. : Jazyki russkoj kul'tury, 1999. 776 s.
- Zykova I. V.* Metajazyk lingvokul'turologii: KONSTANTY i VARIANTY. M. : Gnozis, 2017. 752 s.
- Izard K. Je.* Psihologija jemocij. SPb. : Piter, 1999. 464 s.
- Il'in E. P.* Jemocii i chuvstva. SPb. : Piter, 2001. 752 s.
- Krasavskij N. A.* Jemocional'nye koncepty v nemeckoj i russkoj lingvokul'turah. M. : Gnozis, 2008. 374 s.
- Nemecko-russkij sinonimicheskij slovar' / I. V. Rahmanov [i dr.] ; red. G. Shmidt. M. : Russkij jazyk, 1983. 704 s.
- Russkij semanticheskij slovar'. T. III: Imena sushhestvitel'nye s abstraktnym znacheniem: Bytie. Materija, prostranstvo, vremja. Svjazi, otnoshenija, zavisimosti. Duhovnyj mir. Sostojanie prirody, cheloveka. Obshhestvo. M. : Azbukovnik, 2003. URL : slovari.ru/search.aspx?s=0&p=3068 (data obrashhenija: 10.08.2019).
- Shahovskij V. I.* Lingvisticheskaja teorija jemocij: monografija. M. : Gnozis, 2008. 416 s.
- DUDEN, Synonymwörterbuch. Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zürich : Dudenverl., 1998. 1120 S.

УДК81'37

**Л. Г. Викулова, Е. Ф. Серебренникова,
О. В. Вострикова, С. А. Герасимова**

Викулова Л. Г., доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры романской филологии Института иностранных языков Московского городского педагогического университета; e-mail: vikulovalg@mail.ru

Серебренникова Е. Ф., доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры романо-германской филологии Института филологии, иностранных языков и медиакоммуникации Иркутского государственного университета; e-mail: serebr_ef_76@mail.ru

Вострикова О. В., кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина; e-mail: OVVostrikova@pushkin.institute.ru

Герасимова С. А., кандидат филологических наук, ст. преподаватель кафедры французского языка и лингводидактики Института иностранных языков Московского городского педагогического университета; e-mail: gerasvetlana@yandex.ru

ЛЕКСЕМЫ *IDENTITÉ* / ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ЭЛЕМЕНТЫ УНИВЕРСУМОВ ЧЕЛОВЕКА И ЯЗЫКА: ЭТНОСЕМИОМЕТРИЧЕСКИЙ И АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ ИНТЕРПРЕТАЦИИ

Статья посвящена проблеме современного лингвистического аксиологического анализа и обоснованию этносемиометрии в качестве одного из возможных способов его реализации. Уточняются принципы и контексты использования этносемиометрии и на этой основе осуществляется аксиологический анализ лексем *identité* / *идентичность* во французском и русском языках. Выявляются различия в этимологии, семиотике и диахронической семиометрии, демонстрирующей противоположные сдвиги между антропологическими и неантропологическими значениями каждой из номинативных лексем.

Ключевые слова: идентичность; лингвистический аксиологический анализ; этносемиометрия; универсум человека; универсум языка.

**L. G. Vikulova, E. F. Serebrennikova,
O. V. Vostrikova, S. A. Gerasimova**

Vikulova L. G., Doctor of Philology (Dr. habil.), Professor, Professor at the Romance Philology Department, Institute of Foreign Languages, Moscow City University; e-mail: vikulovalg@mail.ru

Serebrennikova E. F., Doctor of Philology (Dr. habil.), Professor, Professor at the Romance and Germanic Philology Department, Institute of Philology, Media Communications and Foreign Languages, Irkutsk State University; e-mail: serebr_ef_76@mail.ru

Vostrikova O. V., PhD (Philology), Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Social Sciences and Humanities, Pushkin
State Russian Language Institute; e-mail: OVVostrikova@pushkin.institute.ru
Gerasimova S. A., PhD (Philology), Senior Lecturer at the Department of the French
Language and Didactics, Institute of Foreign Languages, Moscow City University;
e-mail: gerasvetlana@yandex.ru

LEXEMES *IDENTITÉ* / *IDENTITY* AS ELEMENTS OF THE HUMAN AND LANGUAGE UNIVERSES: ETHNOSEMIOMETRIC AND AXIOLOGICAL ASPECTS OF INTERPRETATION

The paper deals with the modern linguistic axiological analysis and the substantiation of ethnosemiometry as one of its possible kinds. The principles and contexts of the use of ethnosemiometry are clarified. The technique is implemented as a basis for an axiological analysis of the *identité* / *идентичность* (identity) lexemes in French and Russian. The comparative analysis of the nominative lexemes exposes etymological and semiotic differences. Their diachronic semiometry demonstrates opposing shifts between anthropological and non-anthropological meanings of each of the lexemes.

Key words: identity; linguistic axiological analysis; ethnosemiometry; human universe; language universe.

Введение

В связи с запросом на объяснение, а не иллюстрацию реальности человека и общества, а также понимание языка как социальной семиотической практики, «конструирующей» общие социокультурные ценности, проблематика аксиологического вектора вышла на первый план в современных междисциплинарных направлениях, в которых большое значение уделяется установочным, предметно-познавательным, категориальным и методологическим компонентам анализа, обращенным к ценностному измерению языка. Одним из способов лингвоаксиологического анализа является этносемиотрия – вид концептуального диахронического анализа языкового знака с точки зрения его способности объективизировать интерпретационные сдвиги в концептуализации и оценивании значимых для человека и общества сущностей. Установочными принципами аксиологически ориентированной лингвистики является антропоцентричность в подходе к языку и признание его социального конструирующего характера.

Точкой отсчета с позиций антропоцентричности выступает *homo verbo agens*, при этом язык рассматривается как неотъемлемая сущность человека. Среди ключевых понятий в этом случае будут: *универсум человека* и *универсум языка*, *аксиосфера* человека говорящего и общества, а также *дискурс / текст*, *субъектность*, обусловленные фундаментальной онтологической парадигмой **Человек – Язык – Культура – Мир (миры)** [Словарь иностранных слов 1988]. К данному ряду понятий отнесем *идентичность*, интерес к которой связан с современным моментом эволюции человека, культуры и общества [Zheltukhina et al. 2016]. В частности, процессы глобализации сопровождаются усилением межкультурного диалога, а вместе с тем обостряют процессы национальной самоидентификации, проявляющиеся в феноменах *идентификационного кризиса*, поиска *национальной идеи*, *национальной или региональной идентичности*, *идентификации личности*, в том числе в социальных сетях и др. [Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов 2011]. Формула *идентификационного кризиса* связывается с происходящим цивилизационным сломом, сменой эпох и сменой системы ценностей, как это видим на примере современной Франции [Скулкин URL]. Утверждается понимание множественной природы идентичности и своеобразной «иерархии» в поле «конструирования» идентичности, как ключевого понятия современной гуманитаристики [Бадмаев 2006, с. 280–291].

Методология

Лингвистический анализ концепта **идентичность** строится на изучении способов его означивания и обозначения в различных языках, в знаках различной сложности, от знаков-лексем и формульных выражений до целостных текстов. Обращение к концептуальному содержанию *идентичности* в знаках-лексемах как исходному объекту исследования позволяет установить сущность репрезентации данного концепта и, как следствие, проследить его онтологизацию в репрезентативных текстах. Такой подход обуславливает целесообразность использования этносемиотрии как одного из приемов, составляющих методологию лингвоаксиологии. Объектом настоящего исследования является частный случай детальной сопоставительной этносемиотрии, опирающейся прежде всего на данные толковых,

исторических и этимологических словарей, представленный французской лексемой *identité* и русской лексемой *идентичность*, репрезентирующими концепт **identité / идентичность**.

Обсуждение результатов исследования

Представим данные анализа знаков *identité/идентичность* посредством этносемиотрии. Отметим прежде всего интернациональный языковой статус знаков, репрезентирующих концепт **идентичность**, свидетельствующий о его когнитивном статусе смысла мира ментального, идеального, онтология которого восходит, скорее, к интеллектуальному дискурсу.

Во многих европейских языках существуют когнаты русско-язычной лексической единицы *идентичность*, например: фр. *identité*, ит. *identita*, исп. *identidad*, нем. *Identität*, латыш. *identiskums*, чешск. *identita*, венг. *identitás*, эст. *identiteet*. Аналогия внешней формы и – частично – смыслов представленных единиц, их функционирование в разных, в том числе неродственных языках, согласно критериям «Лингвистического энциклопедического словаря», позволяет, на первый взгляд, отнести их к интернационализмам [Лингвистический энциклопедический словарь URL]. Морфологическая гибридность и, как следствие, сравнительно недолгое функционирование лексем в словарях языков – также их общие семиотические черты. Перечисленные лексемы-производные образуются с помощью национальных суффиксов-формантов абстрактных существительных от общего терминоэлемента, возводящего к общему источнику [Вострикова 2018, с. 300].

Внимательно проследим за истоками семиозиса знаков.

Согласно толковым словарям французского и русского языков, лексемы *identité / идентичность* латинского происхождения. Но если французский словарь акцентирует этимологию, восходящую к прилагательному *idem* или его средневековому деривату *identicus* [Dictionnaire historique de la langue française 2006, с. 1774], то в отечественной романистике этимологом французского существительного считается средне-латинский глагол *identificare* [Скрелина 2009, с. 182].

Существительное *идентичность* фиксируется в русском словаре лишь в конце XIX в. вслед за формой адъектива-галлицизма / германизма *идентический* (позже – *идентичный*) [Черных 1999, с. 336; Этимологический словарь русского языка 1980, с. 11]. Словообразующий суффикс со значением свойства *-ость* – собственно русский.

При рассмотрении формальной представленности концептуальной парадигмы *identité* во французском языке выяснилось, что она объединяет несколько элементов [Михайлова 2012, с. 20–23]:

а) **существительные:**

- абстрактная лексема *identité*, указывающая на схожесть с другими – *тождественность* (синонимы *communauté*, *accord*, *ressemblance*) и параллельно на *уникальность* – *самобытность*, позволяющую точно определить человека / предмет (синоним *unité*);
- отглагольное процессуальное существительное *identification*, являющееся признаком *отождествления*;
- терминологические существительные *identificateur*, *identifieur*, позволяющие обозначить и определить *уникальный признак*;

б) **прилагательные:**

- *identique*, характеризующее лицо / предмет либо по признаку его *тождественности*, *схожести* с другими представителями его класса, либо по свойству *уникальности*;
- отглагольные прилагательные *identifiable*, *identitaire* со значением «позволяющий установить личность»;

в) **глаголы** *identifier* и *s'identifier* в значении «устанавливать личность»;

г) **наречие** *identiquement*, обозначающее способ функционирования лица / предмета.

Феноменология идентичности во французском языке носит как *признаковый*, так и *функциональный* характер: наряду с нарицательным существительным, адъективными существительными и прилагательным, данный феномен представлен глаголом, наречием, отглагольными существительным и прилагательными, указывающими на действие и деятельность. Таким образом, правомерно сделать вывод о том, что во французском языке преобладает *функциональное* освоение феномена идентичности [Серебренникова 2008, с. 52].

В русском языке концептуальная парадигма *идентичность* немногим малочисленнее, несмотря на особенности вхождения в русский лексикон и более краткого срока существования.

Описательное освоение феномена идентичности формально выражается в:

- 1) прилагательном *идентичный*, характеризующем предмет, но не лицо по признаку его *сходства* с другими представителями его класса;

2) абстрактном существительном *идентичность*, имеющем значение сходства, соответствия какому-либо классу отождествления себя с той или иной общностью.

Деятельностный аспект отражен в:

3) глаголе *идентифицировать* и его возвратной форме *идентифицироваться* – определить принадлежность, соответствие объекта определенному классу либо при помощи совпадений, подобности их признаков; либо опознать объект через выявление его уникальных признаков;

4) отглагольном существительном *идентификация*, выражающем процесс и результат как отождествления, так и уникализации;

5) существительном *идентификатор*, имеющем два основных значения: уникальный признак объекта, позволяющий отличать его от других объектов, и тот, кто / что, и что идентифицирует;

6) прилагательном *идентификационный* – предназначенный для идентификации.

Таким образом, феноменология идентичности в русском языке носит как признаковый, так и функциональный характер со значительным преобладанием последнего.

Во всех элементах французского и русского языков присутствуют семы *тождественность*, *сходность*, *одинаковость*, *соответствие*. Обратим внимание на то, что, согласно данным современных гуманитарных исследований, концептуальная парадигма идентичности предполагает и такие семы, как *индивидуальность*, *уникальность*, *самобытность*, прежде всего, во французской парадигме [Гребенюк 2013]. Вместе с тем эти семы толковыми словарями русского языка не отмечаются [Словарь иностранных слов 1988]. Лексема *идентичность*, вероятно, была усвоена языком как необходимый стилистически «научный» синоним существовавших в словаре *тождественность*, *одинаковость*, *соответствие*, *совпадение*, *общность* [Словарь современного русского литературного языка 1959, т. 8, с. 100–101, с. 284–285, с. 529, с. 551–552, с. 674–675]. Подобный дуализм – тождественность / уникальность – характерен для более поздних образований, имеющих значения процессуальности, ее результата, и может прослеживаться в современных специализированных значениях описательного номинативного члена русскоязычной парадигмы: *идентичность* – «постоянность индивида в изменяющихся социальных ситуациях, единство индивидуальности» (общегум.).

Остановимся более подробно на диахроническом аспекте семиометрии парадигмы *identité* во французском языке. Безусловно, ядро парадигмы представлено существительным *identité* и прилагательным *identique*. Прилагательное *identique* возводится к средневековому схоластическому заимствованию *identicus* (*похожий*), образованному на основе прилагательного классической латыни *idem* [Dictionnaire historique de la langue française 2006]. Документально появление прилагательного *identique* фиксируется в 1610 г. Но французские словари указывают на его более раннее употребление, что подтверждается дериватом *identité*, отмечаемым словарями с XIV в. и трактуемым как *подобное качество*. С 1825 г. у прилагательного зафиксировано новое значение – *одинаковый в различные моменты своего существования* [там же, с. 1774]. Аксиологически важно видение идентичности как того, что сохраняется неизменным, глубинным, ядерным в постоянной эволюции и что поэтому определяет его сущность.

Отметим, что лексемы *identité* и *identique* в процессе своего семантического наполнения имели как антропологическое, так и неантропологическое значение, соотнося его с человеком либо предметом. С середины XVIII в. французский язык значительно расширяет неантропологическое употребление обозначенных лексем, прежде всего, в сфере абстрактных наук (математика, логика, философия), что свидетельствует о развитии науки и о возникновении связанного с этим терминологического аппарата [Drapeau Contim 2010].

Аналогично существительное *идентичность* и прилагательное *идентичный* также можно считать ядром современной русскоязычной концептуальной парадигмы, принимая во внимание то, что в классических печатных словарях субстантивная лексема не имеет собственной статьи и определяется как дериват от прилагательного [Ефремова 2000; Ожегов, Шведова 1995, с. 231]. Однако в отличие от французских лексем их изначальное употребление неантропологично: «Стало быть, существуют материалисты, признающие идентичность бытия и мышления? Выходит, что так. Но это совершенный вздор. Плеханов, Ст. против Бернштейна. <...> Один студент дал точную формулировку по учебнику, а другой дал очень близкую к изложенной в учебнике, правильную по существу, но не идентичную книжной формулировке. Калинин, О комм. воспитании, с. 264»¹. Данная

¹ Цит. по: [Словарь современного русского литературного языка 1956, с. 46].

особенность объясняется необходимостью, существующей в то время, в гуманитарных терминах. Именно в терминологических неантропологических значениях заимствуется и функционирует прилагательное и калькой образуется и функционирует существительное.

Дуалистичность и биполярности идентичности как категории

В настоящее время номинативы *identité* / *идентичность* наиболее употребительны в обще- и частно-гуманитарных дискурсах, фиксирующих через универсум человека разноаспектную двойственность заглавных концептов анализируемой парадигмы в универсуме языка.

Для выявления процессов идентификации в речи французские дискуртологи оперируют понятиями *субъект речи* (*sujet parlant*) и *другой* (*Autre*). Исходно идентичность говорящего дуалистична, поскольку в речи «конструируется» в двух независимых, но взаимодополняющих направлениях, когда формируется:

- а) *персональная идентичность* (*identité personnelle*);
- б) *идентичность самопозиционирования* (*identité de positionnement*).

Актуальным в этом плане представляется предложение разделить *персональную идентичность* на: *внешнюю* идентичность, носящую психосоциальный характер (совокупность черт индивида – возраст, гендер, социальный статус и т. д.), и *внутреннюю*, дискурсивную, идентичность, описываемую с точки зрения прагматической интерпретации высказывания (*modes de prise de parole*) [Charaudeau 2002, с. 299–300]. В таком случае результатом будут избираемые говорящим стратегии самопозиционирования.

Пример анализа идентичности позиционирования находим в статье Л. Г. Викуловой и О. А. Кулагиной, из которой следует, что значимыми являются этническая идентичность и этнические стереотипы [Викулова, Кулагина 2013]. Специфически французскими репрезентантами идентичности при оппозиции *свой – чужой* являются базисные лексемы *étranger*, *autre* и *même*.

Особое внимание в этносемиотрии концепта **идентичность** следует уделить философскому дискурсу, в котором разрабатываются различные концептуальные подходы, а знак часто образует некоторую внутреннюю парадигму терминов. Во французской философской традиции *identité* развивается тенденция его трактовки в совмещенности с понятием субъектности. Разработка концепта особенно плодотворна

для объяснения сущности «конструирования» социума и социальных отношений. Идентичность формируется в социуме и является результатом интериоризации норм, ценностей и правил, установленных в нем [Marechal 2012, с. 60]. Признание своей уникальной единственности по отношению к другому – ощущение, вокруг которого конструируется сам способ отношения с другим, обществом в целом: «Le mode de relation à l'autre se construit autour de reconnaissance de soi, de sa singularité essentielle, si bien que la sphere publique est envahie par les identités privés...» [там же, с. 33]. Следствием такого подхода является трактовка коммуникации как такого процесса, который строится на понимании и признании партнера как единственного в своем роде, обладающего личной идентичностью.

Выводится положение о двойственной сущности самоидентификации в коммуникации. Идентичность как утверждение своей «самости» строится на некотором парадоксе, который проявляется через стремление субъекта определить себя как члена социума, являющегося носителем его характерных черт и в то же время выразить себя как субъекта, обладающего собственным мнением и видением мира, стремящегося прежде всего к самопрезентации. При этом он может сознательно не отождествлять себя с социумом и высказывать маргинальное или абсурдное мнение для того, чтобы показать свою «самость», как это выявляется в работах П. Рикёра. Разграничивая понятия *identité narrative* и *identité personnelle*, П. Рикёр подчеркивал двусмысленное содержание концепта **идентичность**. С одной стороны, человек говорящий осознает свою принадлежность к другим, сравнивает себя с другими – «l'identité-idem», с другой – видит себя иным, отличным, тем самым осознает свою «самость» – *l'identité-ipse*. Самость характеризует субъекта по его способности к самовыражению: «Il est capable de se désigner comme étant lui-même l'auteur de ses paroles et de ses actes, un sujet non substantial et non immuable, mais responsable de son dire et de son faire» [Ricoeur 1990, с. 76–77].

Х.-Г. Гадамер, исследуя герменевтику в различных ее проявлениях, подчеркивал, что понимание себя происходит через другого и как другого. В результате этого человек осознает свою идентичность в соотношении с «инаковостью». То есть его конструирование идентичности осуществляется через пресуппозицию – знание о существовании другого, иного, чем он, по отношению к которому и возможен процесс идентификации, поиска сходного и не сходного, поиска согласия с его

мнением или оспаривания этого мнения [Гадамер 1988]. Отсюда вытекает положение о биполярности идентичности, т. е. позитивной или негативной идентичности. Определение в соотношение позитивной или негативной идентичности составляет механизм конструирования субъектности, высказывающей мнение, оценку в позитивном или негативном отношении к миру, себе и другим в мире.

Заключение

Сравнительно-сопоставительный анализ лексем *identité* / *идентичность* как центральных в соответствующих концептуальных парадигмах, несмотря на этимологические и семиотические различия, позволяет говорить об аналогичности в формальной представленности парадигм и синхронного сдвига на современном этапе диахронической семиотрии номинативных лексем от неантропологических к антропологическим значениям с фиксацией конверсивных значений в семантике лексем в заимствующих языках. Этносемиотрический и аксиологический аспекты интерпретации лексем *identité* / *идентичность* показали, что в настоящее время ценностная структура концепта **идентичность** претерпевает изменения, отвечая реальности познания человека, общества и культуры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бадмаев В. Н. Феномен национальной идентичности (социально-философский анализ). Волгоград ; Элиста : Калмыцкий институт социально-экономических и правовых исследований, 2006. 279 с.
- Видулова Л. Г., Кулагина О. А. Национальная идентичность в контексте инаковости: языковая репрезентация оппозиции «свои» – «чужие» во французской литературе XX века (на материале сборника эссе Ф. Мориака «Чёрная тетрадь») // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2013. № 2 (12). С. 33–42.
- Вострикова О. В. Существительные *identity* / *идентичность*: этносемиотрический аспект // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 2 (80). Ч. 2. С. 299–304.
- Гадамер Х.-Г. Истина и метод: Основы философской герменевтики / пер. с нем., общ. ред. и вступ. ст. Б. Н. Бессонова. М. : Прогресс, 1988. 704 с.
- Гребенюк М. Н. Концепт «идентичность» в дискурсе гуманитарного знания // Аналитика культурологии. 2013. Вып. 2 (26). С. 16–20. URL : analculturolog.ru/

- journal/archive/item/1550-концепт-идентичность-в-дискурсе-гуманитарного-знания.html (дата обращения: 01.02.2020).
- Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М. : Русский язык, 2000. URL: www.efremova.info/letter/+i.html?page=10 (дата обращения: 13.02.2020).
- Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов : коллективная монография / отв. ред. Л. Г. Викулова. М. : ТЕЗАУРУС, 2011. 352 с.
- Лингвистический энциклопедический словарь. URL: les.academic.ru/ (дата обращения: 13.02.2020).
- Михайлова С. В. Фемининная идентичность и способы ее объективации во французском художественном дискурсе XVII века: дис. ... канд. филол. наук. М., 2012. 249 с.
- Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / РАН ; Российский фонд культуры. 2-е изд-е, испр. и доп. М. : Азъ, 1995. 928 с.
- Серебренникова Е. Ф. Семиотрия слова «странный» в сравнительном культурологическом аспекте анализа // Этносемиотрия ценностных смыслов: коллективная монография. Иркутск : ИГЛУ, 2008. С. 445–458.
- Скрелина Л. М. Школа Гийома: психосистематика: учебное пособие к курсу «История лингвист. учений и методов анализа». М. : Высшая школа, 2009. 367 с.
- Скулкин А. Кризис национальной идентичности во Франции. URL: thewallmagazine.ru/france-s-crisis-of-national-identity/ (дата обращения: 13.02.2020).
- Словарь иностранных слов / гл. ред. Ф. Н. Петрова. 15-е изд., испр. М. : Русский язык, 1988. 608 с.
- Словарь современного русского литературного языка. Т. 5: И–К / под ред. А. М. Бабкитина, Ю. С. Сорокина. М. ; Л. : Изд-во АН СССР, 1956. 1919 с.
- Словарь современного русского литературного языка: в 17 т. М. ; Л. : Изд-во АН СССР, 1959. Т. 8. 1841 с.
- Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. 3-е изд. М. : Русский язык, 1999. Т. 1. 624 с.
- Этимологический словарь русского языка / под ред. Н. М. Шанского. М. : МГУ, 1980. Вып. 7. Т. 2. 147 с.
- Charaudeau P. Identité // Dictionnaire d'Analyse du Discours. Paris : Editions du Seuil, 2002. P. 299–300.
- Dictionnaire historique de la langue française / Sous la direction d'A. Rey: En 3 t. Paris : Robert, 2006. 4304 p.
- Drapeau Contim F. Qu'est-ce que l'identité? Paris : Librairie Philosophique J. Vrin, 2010. 128 p.
- Marechal H. L'identité en question. Ellipses Édition Marketing, 2012. 166 p.
- Ricoeur P. Soi-même comme un autre. Paris : Édition du seuil, 1990. 424 p.

Zheltukhina M.R. [et al.]. Identity as an Element of Human and Language Universes: axiological Aspect / M. R. Zheltukhina [at al.] // International Journal of Environmental and Science Education. 2016. № 17. T. 11. P. 10413–10422.

REFERENCES

- Badmaev V. N.* Fenomen nacional'noj identichnosti (social'no-filosofskij analiz). Volgograd ; Jelista : Kalmyckij institut social'no-jekonomicheskij i pravovyh issledovanij, 2006. 279 s.
- Vikulova L. G., Kulagina O. A.* Nacional'naja identichnost' v kontekste inakovosti: jazykovaja reprezentacija oppozicii «svoi» – «chuzhie» vo francuzskoj literature XX veka (na materiale sbornika jesse F. Moriaka «Chjornaja tetrad'») // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Serija: Filologija. Teorija jazyka. Jazykovoe obrazovanie. 2013. № 2 (12). S. 33–42.
- Vostrikova O. V.* Sushhestvitel'nye identity / identichnost': jetnosemiometricheskij aspekt // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. 2018. № 2 (80). Ch. 2. C. 299–304.
- Gadamer H.-G.* Istina i metod: Osnovy filosofskoj germenевtiki / per. s nem., obshh. red. i vstup. st. B. N. Bessonova. M. : Progress, 1988. 704 s.
- Grebenjuk M. N.* Koncept «identichnost'» v diskurse gumanitarnogo znanija // Analitika kul'turologii. 2013. Vyp. 2 (26). S. 16–20. URL: analculturolog.ru/journal/archive/item/1550-koncept-identichnost'-v-diskurse-gumanitarnogo-znanija.html (data obrashhenija: 01.02.2020).
- Efremova T. F.* Novyj slovar' russkogo jazyka. Tolkovo-slovoobrazovatel'nyj. M. : Russkij jazyk, 2000. URL: www.efremova.info/letter/+i.html?page=10 (data obrashhenija: 13.02.2020).
- Lingvistika i aksiologija: jetnosemiometrija cennostnyh smyslov: kollektivnaja monografija. / otv. red. L. G. Vikulova. M. : TEZAURUS, 2011. 352 s.
- Lingvisticheskij jenciklopedicheskij slovar'. URL: les.academic.ru/ (data obrashhenija: 13.02.2020).
- Mihajlova S. V.* Femininnaja identichnost' i sposoby ee ob#ektivacii vo francuzskom hudozhestvennom diskurse XVII veka: dis. ... kand. filol. nauk. M., 2012. 249 s.
- Ozhegov S. I., Shvedova N. Ju.* Tolkovyj slovar' russkogo jazyka: 80000 slov i frazeologicheskijh vyrazhenij / RAN ; Rossijskij fond kul'tury. 2-e izd-e, ispr. i dop. M. : Az#, 1995. 928 s.
- Serebrennikova E. F.* Semiometrija slova «strannyj» v sravnitel'nom kul'turologicheskom aspekte analiza // Jetnosemiometrija cennostnyh smyslov: kollektivnaja monografija. Irkutsk : IGLU, 2008. S. 445–458.

- Skrelina L. M.* Shkola Gijoma: psihosistematika: ucheb. posobie k kursu «Istorija lingvist. uchenij i metodov analiza». M. : Vysshaja shkola, 2009. 367 s.
- Skulkin A.* Krizis nacional'noj identichnosti vo Francii. URL: thewall magazine. ru/france-s-crisis-of-national-identity/ (data obrashhenija: 13.02.2020).
- Slovar' inostrannyh slov / gl. red. F. N. Petrova. 15-e izd., ispr. M. : Russkij jazyk, 1988. 608 c.
- Slovar' sovremennogo russkogo literaturnogo jazyka. T. 5: I–K / pod red. A. M. Babkitina, Ju. S. Sorokina. M. ; L. : Izd-vo AN SSSR, 1956. 1919 s.
- Slovar' sovremennogo russkogo literaturnogo jazyka: v 17 t. M. ; L. : Izd-vo AN SSSR, 1959. T. 8. 1841 s.
- Chernyh P. Ja.* Istoriko-jetimologicheskij slovar' sovremennogo russkogo jazyka: v 2 t. 3-e izd. M. : Russkij jazyk, 1999. T. 1. 624 s.
- Jetimologicheskij slovar' russkogo jazyka / pod red. N. M. Shanskogo. M. : MGU, 1980. Vyp. 7. T. 2. 147 s.
- Charaudeau P.* Identité // Dictionnaire d'Analyse du Discours. Paris : Editions du Seuil, 2002. P. 299–300.
- Dictionnaire historique de la langue française / Sous la direction d'A. Rey: En 3 t. Paris : Robert, 2006. 4304 p.
- Drapeau Contim F. Qu'est-ce que l'identité? Paris : Librairie Philosophique J. Vrin, 2010. 128 p.
- Marechal H.* L'identité en question. Ellipses Édition Marketing, 2012. 166 p.
- Ricoeur P.* Soi-même comme un autre. Paris : Édition du seuil, 1990. 424 p.
- Zheltukhina M.R. [et al.].* Identity as an Element of Human and Language Universes: axiological Aspect / M.R. Zheltukhina [et al.] // International Journal of Environmental and Science Education. 2016. № 17. T. 11. P. 10413–10422.

УДК 81

А. Г. Воронова

кандидат филологических наук,
доцент кафедры романских языков имени Т. З. Черданцевой
Московского государственного института международных отношений МИД РФ;
e-mail: alla-voronova-moscow@yandex.ru.

ЭВОЛЮЦИЯ ОБРАЩЕНИЙ И ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ КОМПЛИМЕНТОВ В ДЕЛОВОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ БРАЗИЛИИ

Главное свойство обращения – быть известным адресату – определяет его синтаксическую оригинальность: комбинацию семантической темы и интонационной ремы. Прагматический призыв сменить статус потенциального на статус реального участника общения – обеспечивается императивностью сочетания в нем номинации и *ты-прономинализации*. Выявлена тенденция к униформизации апеллятивов, обусловленная влиянием сетикета и природой обращений, представляемой в виде функции «X стремится к const “ты”».

Ключевые слова: апеллятив; обращение-регулятив; обращение-индекс; заключительный комплимент; коммерческая корреспонденция; сетикет; «ты»-прономинализация.

A. G. Voronova

PhD (Philology), Associate Professor at the Department of Romanic Languages,
Moscow State Institute of International Relations;
e-mail: alla-voronova-moscow@yandex.ru

THE EVOLUTION OF VOCATIVES AND CLOSING PATTERNS IN BUSINESS WRITING IN BRAZIL

The familiarity of the addressee with a vocative is the main feature that determines its syntactically unique combination of the semantic theme and the intonational rheme. The pragmatic call to change the status of a potential communicator to the status of an actual one is attained via the imperative combination of a nomination and a 'you' pronominalization. The appellatives tend to be uniform due to the netiquette and their nature reported in terms of the function 'X tends to the 'you'-const'.

Key words: appellative; regulative vocative; index vocative; closing pattern; business writing; network etiquette; 'informal 'you' antecedent-contained pro-form.

Введение

Формы обращения как формы речевого этикета, или «правила ведения речи», имеют давнюю традицию использования в речи и подробно рассмотрены как с теоретической, так и с практической точек

зрения [Формановская 2005]. Однако автор данной статьи при написании учебного пособия по коммерческой переписке столкнулась с явным расхождением между предписаниями по применению и реальным употреблением обращений и заключительных комплиментов в деловой переписке Бразилии. Этот феномен на материале португальского языка ранее не рассматривался, поэтому в статье предпринята попытка указать его основные черты и понять причины.

Сравнительный анализ обращений и заключительных комплиментов

Объектом нашего исследования будут служить электронные письма бразильских бизнесменов, впервые обратившихся в Посольство Бразилии в Москве для получения информации о возможных российских партнерах, а предметом – *апеллятивы*, а также анафорические обращения и заключительные комплименты, встречающиеся в этой переписке. Под апеллятивами мы понимаем слова или словосочетания, которые используются в начале письма для обращения к адресату, анафорические обращения указывают на этого же адресата в тексте письма, заключительные комплименты – формы речевого этикета, применяемые перед постановкой подписи в письме. Апеллятивы и анафорические обращения, за исключением личных местоимений, в португальскоязычной традиции называются *аксионимами* [Significado de axiônimo URL]. Мы также будем использовать этот термин в нашей статье.

Формы обращения изучаются в рамках прагматики как функционирующие в речевых актах. Мы исследуем, прежде всего, их иллокутивный аспект, т. е. влияние значений используемых лексических единиц на достижение коммуникативной цели апелляции. При этом перлокутивный аспект корреспонденции выносится за скобки, так как он гарантирован не столько ее соответствием нормативным прагматическим установкам, сколько облигаторностью обратной связи, обусловленной регламентом посольства.

Термин «прагматика» не имеет точного толкования и определяется по-разному. По мнению Ю. С. Степанова, «языковая функция номинации относится к семантике, предикация – к синтактике, а функция локации – к прагматике»¹. Поэтому рассмотрение апеллятивов как сочетающих в себе идентифицирующие и предикатные дескрипции

¹ Цит. по: [Демьянков 1981].

должно проводиться с точки зрения и семантики, и синтактики, и прагматики [Арутюнова 1999].

Согласно **семантической** классификации, все обращения делятся на обращения-регулятивы и обращения-индексы [Гольдин 1987]. Регулятивы не способны именовать лица с целью референции, но выполняют фатическую функцию и часто выражают отношение к адресату. Индексы, у которых номинативная функция является основной, становятся обращениями в эмоционально нейтральном контексте, обусловленном национальными культурными традициями [Чаплыгина 2003].

Как отмечает Н. Д. Арутюнова, «говорящий вступает в коммуникацию ... как личность **параметризованная**, выявляющая в акте речи одну из своих социальных функций» [Арутюнова 1981, с. 356] и «...в нормальной речевой обстановке параметры говорящего и адресата должны быть согласованы между собой...» [там же, с. 357]. Последовательное применение принципа согласования требует семантико-стилистической гармонизации апеллятивов, анафорических обращений и заключительных комплиментов в одном и том же тексте.

Рассмотрим апеллятив с точки зрения **синтаксиса**: это особый тип предложения, независимого синтаксически и интонационно, редуцированного до компонента другого предложения [Кручинина URL].

Лексическое наполнение обращения в сочетании с его синтаксической ролью является причиной его оригинальной «противоречивости», необходимой для целей апелляции, и его отличия от полноценного предложения (как повествовательного, так и побудительного) и анафорического обращения. Апеллятив «не содержит новой информации для адресата...» [Арутюнова 1999, с. 56]. Этот лексический признак определяет его нетипичную синтаксическую структуру. Согласно теории приоритетных стратегий, «...идеальная цель речевого акта – максимально эксплицитная полная и точная фиксация мысли и передача ее в адекватной форме слушающему» [Бергельсон, Кибрик 1981, с. 343].

Исходя из этого, обращение является одним из самых коммуникативно незначимых элементов текста, так как «периферийные элементы обладают способностью выступать в ... компрессированном виде с другими элементами» [там же, с. 344]. Однако, по справедливому мнению И. Д. Чаплыгиной, «обращение является ... иногда более

сильным и эффективным, чем всё остальное направленное сообщение, оно коммуникативно значимо» [Чаплыгина 2003, с. 206].

Как же разрешить это противоречие и прояснить природу обращения? Авторы теории приоритетных стратегий указывают на различные компоненты смысла при его семантическом представлении. Наиболее коммуникативно важным является **внешнеситуационный компонент**, который обслуживается повествовательным предложением. Над ним «надстраиваются», среди прочих, дейктический, упаковочный и иллокутивный компоненты, с точки зрения которых, по нашему мнению, и надо рассматривать апеллатив [Бергельсон, Кибрик 1981].

С помощью апеллатива адресант должен побудить выбранного им члена речевого коллектива **стать участником речевой ситуации** (иллокутивный компонент). Шифтеры «ты» или «Вы» для данной цели не подходят, так как вне контекста речевого общения они неинформативны. Необходимо выбрать знакомый адресату и признанный обществом признак для его самоидентификации (дейктический компонент). В апеллативе номинация конвертируется в «ты»-прономинализацию, т. е. «Я», которое воспринимает себя и воспринимается обществом как некий «он», превращается в «ты». В данном случае речь идет не об отражении внешней действительности, а об использовании элемента реальности для смены регистра взаимоотношений между адресантом и адресатом.

В связи с тем, что существует разница функций апеллативы и анафорические обращения выражаются разными лексическими единицами. Среди анафорических обращений встречаются как специализированные формы, жестко закрепленные за стандартными ситуациями, так и социально неперсонифицированные шифтеры. Анафорические обращения всегда являются частью предложения.

Апеллатив часто сравнивается с императивом. И обращение, и императив сочетают в себе номинацию и побуждение к действию. Но в обращении номинация эксплицитна, призыв имплицитен (интонация), а в императиве номинация имплицитна, а призыв эксплицитен. Кроме того, обращение направлено на потенциального участника речевого акта для смены регистра, а императив – на реального участника речевого акта.

С точки зрения упаковочного компонента, т. е. соотношения темы и ремы, обращение представляет собой «антипредложение»,

«антипропозицию», так как в нем интонационная рема апелляции сочетается с лексической темой, тогда как в реме повествовательного предложения лексика несет на себе основную смысловую нагрузку новизны, а интонация выполняет вспомогательную роль. Апеллятив – это известное (следовательно, редуцированное и компактное) коммуникативное важное. При этом и подтверждается, и нарушается принцип стратегии приоритета: апеллятив – это независимое предложение, которое представляет собой конденсат двух предложений в виде одного слова или словосочетания.

Рассмотрим содержательные особенности и функционирование системы апеллятивов, анафорических обращений и заключительных комплиментов в деловом португальском языке.

Сравним выборку аксионимов и заключительных комплиментов из 53 писем бразильских бизнесменов в Посольство Бразилии в России с их аналогами, которые предлагаются в качестве образцовых бразильскими авторами изданий по деловой переписке. В них императивно предписывается употребление определенных форм, т. е. определяются границы нормы. Мы рассмотрели пять руководств по написанию коммерческих писем [Vilarinho URL; Daniela URL; Dintel 2011; Bosco Medeiros 2010; Mathias Ferreira 2011].

Авторы пособий определяют *коммерческое письмо* как документ для коммуникации между торговыми агентами с целью заключения коммерческих сделок. Мы рассматриваем корреспонденцию *Business to Government*, т. е. переписку смешанного рода.

Нами были выделены девять основных типов **апеллятивов**, предлагаемых бразильскими методистами к использованию. Из 42 апеллятивов, приведенных в качестве примеров, наиболее частотной (14 случаев) является структура «оценочный регулятив *Prezado* (традиционное выражение почтения) + социальный регулятив *Senhor* или индекс с указанием на профессию: *Prezado Senhor, Prezado Gerente*.

Второе и третье места по частотности занимают «социальный регулятив + антропонимическое обращение-индекс» (восемь случаев), например, *Senhor Arquelau Blasone Tristão*, и «социальный регулятив + обращение-индекс с указанием на профессию» (семь случаев), например, *Senhor Diretor, Senhor Editor*.

Далее идут односложный регулятив *Senhor / Senhora / Senhores* (четыре случая), структура «оценочный регулятив близости *Caro* + индекс с указанием на профессию и личную привязанность» (три

случая): *Caro consumidor*, *Caro amigo*. Еще реже встречаются апеллятивы, состоящие из трех элементов (два случая): «социальный регулятив + антропонимический индекс + индекс с указанием на должность, например, *Senhor Evilásio Galdino Duarte – Prefeito Municipal de Campo Belo*, и индекс, указывающий на профессию: *Professor* (один случай), антропонимический индекс *Adalberto Luís* (один случай), а также структура «оценочный регулятив *Prezado* + социальный регулятив + антропологический индекс *Prezado Senhor Marcelo Skora Polanski*» (один случай).

Из 27 **анафорических обращений** наиболее частотными являются традиционный аксионим *Vossa Senhoria* (девять случаев) и личное местоимение *você* (девять случаев). Почти в два раза реже используется заменяющее собой адресата обращение-синекдоха «указательное местоимение *esse* + название учреждения, где работает адресат»: *Esse Departamento* (четыре случая). Только в одном случае была употреблена конструкция «притяжательное местоимение *nosso* + указание на должность»: *nosso Prefeito Municipal*.

Что касается **заключительного комплимента**, то из 42-х примеров в 18-и фигурирует наречие *Atenciosamente*, в девяти – *Respeitosamente*, в четырех – *Cordialmente*, в двух – *Saudações cordiais*, и по одному случаю выпадает на выражения *Com elevado apreço*, *Saudações*, *Agradecendo sua atenção*, *Subscrevo-me cordialmente*, *Na expectativa de sua resposta*, *despeço-me atenciosamente*, *Com elevada consideração*, *abraça o seu amigo*, *Com distinta consideração*, *Apreciaremos sua pronta resposta*, *Antecipadamente*, *somos gratos*, *Agradecidos*.

При всем разнообразии «конструкций» наиболее распространенной является триада:

1) стандартный апеллятив (оценочный регулятив *Prezado* + социальный регулятив *Senhor* + профессиональный или антропологический индекс); 2) традиционное анафорическое обращение *Vossa Senhoria* или более неформальное *você*; 3) стандартно-консервативный заключительный комплимент *Atenciosamente*.

Прежде чем рассмотреть письма-просьбы реальных бразильских коммерсантов, приведем мнения некоторых авторов руководств по бизнес-коммуникации об электронной почте: «...com frequência, na hora de redigir um e-mail, há o risco de *cair num grau de informalidade* que prejudique o objetivo de comunicação» [Dintel 2011]. (Часто при

написании электронного письма есть риск «скатиться» в *пани-братство*, что не позволяет адресату достичь ожидаемых целей); «...documento enviado por e-mail é *mera antecipação* do original, que deve ser enviado por outra via» [Mathias Ferreira 2011] (документ, отправленный по электронной почте, *лишь предваряет* оригинал, посланный традиционной почтой).

Таким образом, согласно руководствам, электронное письмо не имеет никаких отличительных признаков, кроме нежелательной возможности содержать **отклонения** от правил, которые особенно порицаются в начальном комплименте.

Каковы же паттерны аксионимов и заключительных комплиментов в электронных письмах бразильских бизнесменов?

По сравнению с рекомендованными к употреблению их гораздо больше – 18, и дисперсия вариантов выражена более отчетливо. Самой часто встречающейся формой **апеллятива** является сочетание: «регулятив, индекс или их сочетания + приветствия *bom dia* или *boa tarde*» (11 раз).

На втором месте находятся структура «оценочный регулятив + социальный регулятив *Prezado Senhor*» (восемь раз) и приветствия без апеллятивов *Bom dia*, *Muito bom dia*, *Boa tarde* (восемь раз). К ним примыкают еще более неформальные приветствия *Olá* (четыре раза), которые употребляются, в основном, в устной речи, наряду с комбинацией «оценочный регулятив + социальный регулятив + антропологический индекс»: *Prezado Secretário Wellington Bujokas* (четыре раза).

Еще реже (три раза) употребляется обращение, сочетающее оценочный регулятив, социальный регулятив и антропологический индекс: *Prezado Senhor Beltrami*. По два раза «встретились» апеллятив *Estimados Srs.* («оценочный регулятив + социальный регулятив») и однословный оценочный регулятив *Prezados*. Все остальные апеллятивы встречаются один раз: *Estimado Sr. Lucas*, *Prezado Lucas*, *SECOM*, *Embaixador*, *Ilmo Senhor lucas Nunes Beltrami*, *Caro Sr. Lucas*, *Prezados apoiadores e colaboradores da fruticultura brasileira*, *Vossa Excelência*, *Prezado representante diplomático* (без обращения и приветствия) *Solicito o apoio desta Embaixada*.

Что касается **анафорических обращений**, то наибольшее количество раз выпало на местоимение *você* (17 раз). Восемь раз обращением-синекдохой послужило сокращение *SECOM* (*Setor Comercial*). Также наблюдается шесть случаев употребления *Senhor*.

Пять раз встречается еще одно обращение-синекдоха *Embaixada*, четыре раза – глагольная форма второго лица единственного числа, т. е. имплицитное указание на диалектное местоимение *tu*, по два раза – полное название торгового отдела: *Setor Comercial da Embaixada do Brasil* и *Vv. Ss., Vsa. Sra.*, один раз – обращение-синекдоха *Consulado*.

В **заключительных комплиментах** лидером является наречие *Atenciosamente* (18 раз). 16 раз конечный комплимент начинается выражением *Agradeço (desde já)*, восемь раз – *Fico (ficaremos) no aguardo*, три раза – *Cordialmente*, два – *Obrigado*, *Tenha um bom dia*, *Abraços*, *Com minhas cordiais saudações*, один раз – *Best regards*, *Grato*.

Сходств между **апеллятивами** руководств и реальных писем не очень много:

1. Апеллятив типа *Prezado Senhor* в реальном исполнении лишь немного утратил свои позиции, переместившись с первого места (14 из 43) на второе (восемь из 53).

2. Апеллятив со структурой «оценочный регулятив + социальный регулятив + антропологический индекс» *Prezado Senhor Marcelo Polanski* упоминается два раза из 42 в методиках, в реальных же 53 письмах три раза, что в принципе соотносимо друг с другом.

3. Обращению *Professor* (один раз) в предписаниях соответствует апеллятив *Embaixador* (один раз), который вкупе с обращением *Vossa Excelência* относится к сугубо официальной (дипломатической) переписке.

Отличий между рекомендованными и употребляемыми в настоящей деловой переписке обращениями гораздо больше:

1. В рубрике «реальные сообщения» первое, третье и четвертое места заняли апеллятивы с приветствиями или просто приветствия: в совокупности – почти половина примеров (23 из 53), а отдельно приветствия – почти четверть от всех случаев (12 из 53), при этом *olá* имплицитно указывает на неформальное обращение *você*. Ни в одном руководстве такие варианты даже не рассматривались!

2. В реальных письмах встретилось обращение *Ilmo Senhor Lucas Nunes Beltrami*, которое порицается в рекомендациях как «лицемерное» [Dintel 2011].

3. В методиках оценочный регулятив *Prezado* входит в два из девяти, а в реальной переписке – в восемь из 18 типов апеллятивов, т. е. употребляется в ней гораздо чаще.

4. Из девяти типов обращений, предписываемых к употреблению, три типа встречаются в реальной коммерческой корреспонденции, не встречаются шесть, и наоборот, из 18 типов реальных апеллятивов предписывается использовать только три типа, а 15 (т. е. в пять раз больше!) не имеют ничего общего с рекомендациями.

Что касается сходства и разницы в **анафорических обращениях**, то в руководствах равно частотными являются этикетный аксиом *Vossa Senhoria* (девять из 27) и неформальное обращение *você* (девять из 27), тогда как в реальной переписке *você* (s) лидирует с огромным отрывом (17 из 45), а обращение *Vossa Senhoria* представлено всего два раза из 53. Далее идут обращения-синекдохи *SECOM* (десять раз) и *Embaixada* (пять раз), не мыслимые, как и *Consulado* (один раз), в методиках, так как они относятся к переписке *Business to Government*. К ним примыкает обращение *Senhor* (шесть раз), вообще не встречающееся в предписаниях. Также нарушением норм переписки является имплицитное употребление диалектного обращения *tu*.

Заключительные комплименты, при бесспорном лидерстве наречия *Atenciosamente* (18 из 53 в реальных посланиях *versus* 18 из 42 примеров из пособий), являются гораздо более «цветистыми», разноплановыми и неформальными, чем это рекомендовано: *Agradecemos desde já...*, *Ficamos no aguardo...*, *Tenha um bom dia*, *Grato*, *Obrigado*.

Таким образом, рекомендуемая структура: 1) традиционное обращение-апеллятив; 2) формальное / неформальное анафорическое обращение; 3) нейтральный заключительный комплимент выглядит в электронной коммерческой переписке совсем по-другому: 1) приветствие (без апеллятива); 2) неформальное анафорическое обращение; 3) разнообразные конечные комплименты от архаичных многосложных конструкций до простейших разговорных формул типа *Tenha um bom dia* и *Obrigado*.

Поскольку была выявлена существенная разница между нормой и реальным употреблением форм обращения, мы обратились к блогам, которые, как правило, легко выявляют когнитивные лакуны. Однако по большей части языковые блоги посвящены особенностям португальского языка Португалии или разнице между португальским и бразильским вариантами.

На некоторых международных форумах иностранцы, говорящие на португальском языке, обсуждают с носителями вопросы употребления тех или иных языковых форм [*Começar e terminar uma carta formal URL*]. Из этих источников можно почерпнуть много интересного, но ни в одном из них не говорится об использовании неформальных обращений в деловой переписке в отличие от англоязычных интернет-ресурсов, где эта тема поднималась еще в 2012 году.

Так, бизнесмены, опрошенные автором статьи *Hi? Dear? The state of the mail salutation*, отвечают, что начинают электронные письма с приветствий *Hi* или *Hello*, так как обращение *Dear* ассоциируется у них с печатными и написанными от руки текстами. Один из респондентов замечает, что самое главное – не то, какое обращение использует отправитель, а сколько времени и внимания он потребует у адресата. Автор статьи не столь категорична и считает, что до сих пор большинство людей настроены на обращение *Dear* при первом контакте, но в то же время *Hi* становится всё более приемлемым [*Adams URL*].

Что же происходит, когда вместо *Senhor* используются *Bom dia* или *Olá* без обращения? При переходе от традиционных апеллятивов к приветствиям *Olá, Hi there, Bom dia* утрачивает смысл параметризация адресата и отправителя. Исчезает понятие «небрежность» со знаком минус, поскольку устраняется сама шкала «корректность – небрежность», и возникает новая шкала «учет фактора времени (универсальное приветствие) – отсутствие учета фактора времени (традиционный апеллятив)». Сейчас диктует правила сетикет, в котором есть функции временной настройки, но при этом имя заменяется ником, что способствует безличному и эгалитарному общению. Триада довиртуальной эпохи: «1) официальный апеллятив; 2) формальное / неформальное анафорическое обращение; 3) формальный конечный комплимент» уступает место триаде Интернета: «1) универсальное приветствие; 2) универсальное неформальное анафорическое обращение; 3) универсальный упрощенный конечный комплимент». Вводимая переменная экономии времени лишает адресата права на индивидуальную настройку на определенный регистр общения в виде обращенного к нему строго регламентированного апеллятива, так как большинство людей уже «параметризовано» в Интернете. Если человек получает письмо на рабочую почту, он **изначально** «параметризуется» как работник. Проблема поиска корректности обращения устраняется.

Лексически приветствие представляет собой временное полудесемантизированное этикетное междометие и соответствует большей неформальности в отношениях между адресантом и адресатом, синтаксически является предложением, а прагматически выполняет, помимо контактоустанавливающей, еще и призывную функцию апеллятива [Середа URL].

Почему же представители бразильского общества, в котором даже при устном обращении к официальному лицу используется название его должности, а не имя, со статистически доказанной легкостью отказываются от традиционных апеллятивов в пользу универсальных приветствий и не воспринимают это как кардинальное изменение парадигмы социально-лингвистического этикета?

По данным на январь 2019 года, 57% жителей планеты являются пользователями интернета, 54% самых популярных страниц которого написаны на английском языке [Сергеева URL]. Логично предположить, что интернет-пользователь, который ежедневно подвержен влиянию англоязычных сайтов, начинает неосознанно следовать их нормам, тем более, если он относится к наиболее мобильной части населения – коммерсантам. Однако списывать всё на влияние Интернета было бы неправильно.

Дело не только в сетикете, а в самой природе обращений, которые представляют собой номинативную прономинализацию, семантико-лексическая сторона которой представлена именем, а просодическая – императивной трансформацией в местоимение *ты* (*Вы*). С точки зрения математической логики обращение подобно функции, пределом которой является местоимение *ты* (*Вы*). Таким образом, каким бы ни был первый член формулы «*X* стремится к const *Ты*», второй должен быть неизменным для того, чтобы формула работала: «*Господин* стремится к const *Ты*», «*Сударь* стремится к const *Ты*», «*Добрый день* стремится к const *Ты*», «*Извините* стремится к const *Ты*».

Таким образом, прагматические установки остаются, но лексико-семантические способы их реализации зависят от тенденций культурно-социального развития конкретного общества. В связи с этим сетикет является поверхностной причиной рассматриваемых нами речевых изменений, одновременно являясь следствием свободы, предоставляемой функцией природы обращения одному из ее членов.

Заключение

Статистически значимое количество случаев расхождения с нормой употребления аксиомов и заключительных комплиментов в коммерческой переписке Бразилии позволяет говорить не просто об отклонениях от нормы, но и о ее «размывании». Однако процесс трансформации апеллятивов в приветствия, упрощения анафорических обращений и заключительных комплиментов еще не завершен. Если со стороны многих адресантов использование приветствий вместо обращений уже не вызывает сопротивления, то большинство адресатов еще ждет традиционных обращений. Только когда они будут рады увидеть в письме *Olá* вместо *Prezado Senhor Diretor, você* вместо *Vossa Senhoria* и *Tenha um bom dia* вместо *Atenciosamente*, можно будет говорить о новой норме. Пока же в бразильской деловой корреспонденции, с одной стороны, наблюдается тенденция использовать вместо обращения приветствия, заменять формальные анафорические обращения неформальными, но с другой – чаще встречается регулятив *Prezado* наряду с архаично-торжественными заключительными комплиментами. Видимо, бразильское деловое сообщество еще не готово полностью перейти к упрощенным формам обращения, и пытается компенсировать отказ от официальной нормы введением большего количества эмоционально нагруженных конструкций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Арутюнова Н. Д. Фактор адресата // Вестник Академии наук. Серия литературы и языка. 1981. № 4. Т. 40. С. 356–367.
- Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М. : Языки русской культуры, 1999. 896 с.
- Бергельсон М. Б., Кибрик А. Е. Прагматический «принцип приоритета» и его отражение в грамматике языка // Вестник Академии наук. Серия литературы и языка. 1981. № 4. Т. 40. С. 343–355.
- Гольдин В. Е. Обращение. Теоретические проблемы. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1987. 127 с.
- Демьянков В. З. Прагматические основы интерпретации высказывания // Вестник Академии наук. Серия литературы и языка. 1981. № 4. Т. 4. С. 368–377.
- Кручинина И. Обращение // Лингвистический энциклопедический словарь. URL: tapemark.narod.ru/les/340f.html (дата обращения: 11.02.2020).

- Сергеева Ю.* Вся статистика интернета на 2019 год – в мире и в России. URL: www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/ (дата обращения: 11.02.2020).
- Середа Е.* Этикетные междометия // Русский язык. 2006. № 15. URL: rus.1sept.ru/article.php?ID=200601506 (дата обращения: 11.02.2020).
- Формановская Н. И.* Культура общения и речевой этикет. М. : Икар, 2005. 250 с.
- Чаплыгина И. Д.* Ты-категория: семантика и структура. Петропавловск-Камчатский : КГПУ, 2003. 350 с.
- Adams S.* Hi? Dear? The State Of The E-Mail Salutation // Forbes. URL: www.forbes.com/sites/susanadams/2012/08/08/hi-dear-the-state-of-the-e-mail-salutation/#280f7873788d (дата обращения: 11.02.2020).
- Bosco Medeiros, J.* Correspondência. Técnicas de comunicação criativa. Editora Atlas S. A., 2010. 380 p.
- Começar e terminar uma carta formal* // WordReference Forums. URL: forum.wordreference.com/threads/come%C3%A7ar-e-terminar-uma-carta-formal.509734/ (дата обращения: 11.02.2020).
- Daniela D.* Carta comercial URL: www.todamateria.com.br/carta-comercial/ (дата обращения: 11.02.2020).
- Dintel, Felipe.* Como escrever textos técnicos e profissionais. Editora Gutenberg, 2011. 96 p.
- Mathias Ferreira, Reinaldo.* Correspondência comercial e oficial com técnicas de redação. Editora WMF Martins Fontes Ltda., 2011. 204 p.
- Significado de axiônimo* // Dicionário Online de Português. URL: www.dicio.com.br/axionimo/ (дата обращения: 11.02.2020).
- Vilarinho S.* Carta comercial // Brasil Escola. URL: brasilecola.uol.com.br/redacao/carta-comercial.htm (дата обращения: 11.02.2020).

REFERENCES

- Arutjunova N. D.* Faktor adresata // Vestnik Akademii nauk. Serija literatury i jazyka. 1981. № 4. T. 40. S. 356–367.
- Arutjunova N. D.* Jazyk i mir cheloveka. M. : Jazyki russkoj kul'tury, 1999. 896 s.
- Bergel'son M. B., Kibrik A. E.* Pragmaticseskij «princip prioriteta» i ego otrazhenie v grammatike jazyka // Vestnik Akademii nauk. Serija literatury i jazyka. 1981. № 4. T. 40. S. 343–355.
- Gol'din V. E.* Obrashhenie. Teoreticheskie problemy. Saratov : Izd-vo Sarat. un-ta, 1987. 127 s.
- Dem'jankov V. Z.* Pragmaticseskije osnovy interpretacii vyskazyvanija // Vestnik Akademii nauk. Serija literatury i jazyka. 1981. № 4. T. 4. S. 368–377.

- Kruchinina I.* Obrashhenie // *Lingvisticheskij jenciklopedicheskij slovar'*. URL: tapemark.narod.ru/les/340f.html (data obrashhenija: 11.02.2020).
- Sergeeva Ju.* Vsja statistika interneta na 2019 god – v mire i v Rossii. URL: www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/ (data obrashhenija: 11.02.2020).
- Sereda E.* Jetiketnye mezhdometija // *Russkij jazyk*. 2006. № 15. URL: rus.lsept.ru/article.php?ID=200601506 (data obrashhenija: 11.02.2020).
- Formanovskaja N. I.* Kul'tura obshhenija i rechevoj jetiket. M. : Ikar, 2005. 250 s.
- Chaplygina I. D.* Ty-kategorija: semantika i struktura. Petropavlovsk-Kamchatskij : KGPU, 2003. 350 s.
- Adams S.* Hi? Dear? The State Of The E-Mail Salutation // *Forbes*. URL: www.forbes.com/sites/susanadams/2012/08/08/hi-dear-the-state-of-the-e-mail-salutation/#280f7873788d (data obrashhenija: 11.02.2020).
- Bosco Medeiros, J.* Correspondência. Técnicas de comunicação criativa. Editora Atlas S. A., 2010. 380 p.
- Começar e terminar uma carta formal // *WordReference Forums*. URL: forum.wordreference.com/threads/come%C3%A7ar-e-terminar-uma-carta-formal.509734/ (data obrashhenija: 11.02.2020).
- Daniela D.* Carta comercial URL: www.todamateria.com.br/carta-comercial/ (data obrashhenija: 11.02.2020).
- Dintel, Felipe.* Como escrever textos técnicos e profissionais. Editora Gutenberg, 2011. 96 p.
- Mathias Ferreira, Reinaldo.* Correspondência comercial e oficial com técnicas de redação. Editora WMF Martins Fontes Ltda., 2011. 204 p.
- Significado de axionimo // *Dicionário Online de Português*. URL: www.dicio.com.br/axionimo/ (data obrashhenija: 11.02.2020).
- Vilarinho S.* Carta comercial // *Brasil Escola*. URL: brasilecola.uol.com.br/redacao/carta-comercial.htm (data obrashhenija: 11.02.2020).

УДК 811.11-112

А. Е. Дунаев

кандидат филологических наук,
доцент кафедры иностранных языков и профессиональной коммуникации
Самарского национального исследовательского университета;
e-mail: held@mail.ru

ПРАГМАСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ ИМЕННЫХ УСТОЙЧИВЫХ СЛОВСОЧЕТАНИЙ В ГОРОДСКИХ ХРОНИКАХ ГЕРМАНИИ XV–XVI вв.

Статья посвящена актуальному вопросу исторической стилистики немецкого языка – функционированию устойчивых словесных комплексов (далее – УСК) в немецком литературном языке XV–XVI вв. Материалом исследования послужил один из наиболее популярных жанров повествовательной прозы этой эпохи – городские хроники. Цель статьи – анализ УСК в составе субстантивных групп и выявление жанрово-стилистических факторов их функционирования в хрониках. Анализ показал, что в этих текстах наиболее часты формулы со стертой или нулевой экспрессивностью, характерные для официально-деловой прозы, что объясняется тяготением авторов к традиционным стилистическим канонам и информативной функцией хроникальных текстов.

Ключевые слова: городские хроники; субстантивная группа; устойчивый словесный комплекс; парные сочетания; штампы.

A. E. Dunaev

PhD (Philology), Associate Professor at the Department
for Foreign Languages and Professional Communication,
Samara National Research University;
e-mail: held@mail.ru

PRAGMATIC AND STYLISTIC PARAMETERS OF NOUN COLLOCATIONS IN GERMAN TOWN CHRONICLES OF THE XV AND XVI CENTURIES

The paper deals with a relevant issue of the historical stylistics of German, that is, the use of noun collocations in the German standard language of the XV and XVI centuries. Town chronicles were chosen as a material for the research, being one of the most popular genres of the narrative prose of that period. The purpose of the paper is to analyse fixed collocations within the noun phrase and single out genre and stylistic factors responsible for the use of collocations in chronicles. The analysis showed that in these texts collocations with a reduced or zero expressivity are most frequent, which may be explained by an inclination of the authors to the traditional stylistic canons and the communicative function of chronicles.

Key words: town chronicles; noun phrase; (fixed) collocation; paired word combinations; cliché.

Введение

Для исторической стилистики и исторического синтаксиса немецкого языка актуальной задачей является рассмотрение функционирования именной группы в диахронии [Ebert 1999, с. 27]. В эпоху ранненововерхненемецкого языка (XIV–XVII вв., далее – *рнвн.*) происходит расширение объема и употребления субстантивной группы, что обусловлено присущими ей возможностями компактного выражения информации [Fleischer, Michel 1977, с. 232]. Происходит это расширение как за счет увеличения числа атрибутов, так и за счет более широкого употребления устойчивых словесных комплексов (далее – УСК), в том числе клишированных формул.

Задачей статьи является структурно-семантический и прагматистический анализ УСК в составе субстантивных групп с последующими выводами относительно стилистических и прагматических факторов употребления устойчивых сочетаний. Материалом исследования послужили четыре хроники *рнвн.* периода. Это Бернская хроника К. Юстингера (XV в.), Базельская хроника Ф. Рифа (XVI в.), Вормская хроника Ф. Цорна (XVI в.) и анонимная хроника Цюриха (XV в.) [Die Berner Chronik des C. Justinger 1871; Die Chronik des Fridolin Ryff 1872; Wormser Chronik von Friedrich Zorn 1969; Chronik der Stadt Zürich mit Fortsetzungen 1900]. Выбор жанра объясняется высокой значимостью хроник как познавательного типа текста в позднесредневековой литературе Германии [Kleinschmidt 1982, с. 116]. Все перечисленные хроники были достаточно хорошо известны, доказательством чего служит большое количество сохранившихся рукописей.

В рамках нашего исследования, посвященного атрибутам субстантивной группы, было отобрано 115 существительных с количеством примеров около 1500. Среди них мы обнаружили примерно 400 устойчивых сочетаний с существительным в роли главного слова. Хотя этого количества недостаточно для общих выводов относительно употребления УСК в различных литературных жанрах *рнвн.* языка, однако в рамках симптоматического подхода эти данные позволяют выявить основные характеристики функционирования УСК в хроникальных текстах. Мы опирались на классификацию УСК, предложенную И. И. Чернышевой и расширенную Л. Я. Тоичкиной для *рнвн.* языка: в частности, Л. Я. Тоичкина выделила УСК нефразеологического типа [Тоичкина

1980; Чернышева 1970]. В отличие от фразеологических единиц, в УСК нефразеологического типа не происходит семантического переосмысления значения компонентов. И. И. Чернышева выделяет три группы УСК: лексические единства, фразеологизованные образования и моделированные конструкции с делением последней группы на две подгруппы: моделированные и типовые грамматико-стилистические конструкции [Чернышева 1970, с. 62–65]. Отметим, что фразеологизованные образования и устойчивые аналитические глагольные сочетания связаны с группой глагола, а не существительного, поэтому не входят в нашу выборку. Л. Я. Тоичкина дополняет эту классификацию такой группой УСК, как штампы [Тоичкина 1980, с. 218].

Для анализа мы использовали комплексный подход. Вначале были классифицированы найденные УСК по лексико-семантическим критериям И. И. Чернышевой и Л. Я. Тоичкиной, после чего разбили их по тематическим группам и провели анализ их синтаксических и жанрово-стилистических характеристик.

Классы УСК в составе субстантивной группы в хроникальных текстах

Именные УСК, как представители субстантивной группы, обнаружены в нашем материале с 23-мя лексемами. Около половины найденных УСК следует отнести к лексическим единствам, они являются устойчивыми оборотами с единичным способом «сцепления» компонентов при сохранении собственного лексического значения каждого компонента [Чернышева 1970, с. 62]. Это такие сочетания, как *römischer könig (kaiser)* – римский король (император), *christliche / evangelische ler* – христианское / протестантское вероучение, *stand des reiches* – имперское сословие.

К классу УСК, для которого характерно цельное значение, в нашей выборке относятся парные сочетания. И. И. Чернышева причисляет их к фразеологическим единицам, но в хроникальных текстах эти обороты не подвергались метафорическому переосмыслению и всегда имели своим предметом общественно-политические реалии. Это обусловлено такими стилистическими характеристиками городских хроник, как «деловитость» и практически полное отсутствие образности.

Некоторые парные сочетания, видимо, функционировали как единое целое – *bit und beger, lob und ere, laster und schande, recht*

und billigkeit. Возможно, сюда же относилось и сочетание *fründ und mag*, в зависимости от значения слова *fründ*: оно могло означать как «друг, сторонник», так и «родич» [Deutsches Wörterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm URL, Sp. 62]. В других оборотах типа *wissen und willen*, *friheit und recht* существительные не являются синонимами, а только относятся к одной смысловой сфере и дополняют друг друга.

Далее в нашей выборке широко представлена группа языковых штампов. Во-первых, сочетания, образованные по модели **die von + Stadtname** (например, *die von Bern* в значении «жители Берна»); сочетание *kaiserliche / königliche majestat*, а также устойчивые формулы, служившие для обращения к союзникам (*liebe fründe*, *getruwe / alte fründe*). К штампам «канцелярского» типа следует отнести такие предложные конструкции, как *mit gewalt*, *wider billigkeit*, *in / mit fründschaft*, *auf / aus befehl* и др. Подобные сочетания, несмотря на их формульный характер, не десемантизировались и использовались для указания обстоятельств, сопутствовавших событиям или явлениям. Это позволяет говорить о некоторой «клишированности» хроникальных текстов.

Тематические группы и структурные типы УСК

По тематической принадлежности именные УСК подразделяются на: а) официально-правовые; б) религиозные; в) характеризующие лиц или их действия.

Наиболее многочисленна **первая группа** УСК. В структурном плане она представлена главным образом конструкцией **Adj. + Subst.** Несколько характерных примеров: *römischer könig (kaiser)* – римский король (император); *fründlich tegding* – мирное соглашение; *getrűw fründ* – верный друг, союзник; *gemeiner nutz* – общее благо. Структура **Subst. + Subst_{gen}** реализована всего в двух УСК: *stand des reiches* – имперское сословие и *amt der stadt* – городская административная должность. Пять сочетаний образованы по типу **Subst. + Präp.** или **Präp. + Subst.**, например: *mit gewalt* – насильно, *wider (alle) billigkeit* противозаконно, противоправно.

Небезынтересно устойчивое сочетание *stand des reiches*. В рвнв. языке этот термин бытовал и в форме сложного слова, окончательно закрепившегося позднее, ср. пример из хроники Циммернов: *ain offen schreiben an alle rechtsstende deutscher nation* [Deutsches Wörterbuch von

Jacob... URL, Sp. 611]. Очевидно, в этом случае можно говорить о равнозначных структурных вариантах УСК.

В эту группу входят и такие парные сочетания, как *lob und ere* – *слава и честь*, *recht und billigkeit* – *право и закон*, *friheit und recht* – *свобода и право* и др., а также весьма древняя формула *frund und mag* – *друзья и сородичи*. В словаре Я. Гримма указано, что лексема *mag(e)* являлась общегерманской и употреблялась, как правило, в составе сочетания *freund und mag(e)*. Это слово практически вышло из употребления в XVII в., и попытки «реанимировать» его, предпринимаемые в XVII в., не увенчались успехом [Deutsches Wörterbuch von Jacob ... URL, Sp. 1435–1436].

Высокая частота сочетаний с лексемами *fründ*, *fründschaft* или относительным прилагательным *früntlich* объясняется значимостью союзнических отношений в политике имперских и вольных городов. В условиях политической неопределенности и слабости центральной, т. е. императорской, власти в Германии раннего Нового времени союзнические связи для имперских и вольных городов были особенно важны. Однако эти связи были не всегда устойчивыми и зависели от текущего расклада сил на политической арене, о чем свидетельствуют регулярные смены союзников, что находит отражение и в хрониках.

УСК из группы религиозной тематики образованы по структурному типу **Adj. + Subst.** (например, *christliche / evangelische ler* – *христианское / протестантское вероучение*), **Subst. + Subst._{gen}** (например: *ere gottes* – *Господня слава*), **Susbst. + App.** (*Christ unser erloser* – *Христос Спаситель наш*). Единоразы, а именно – в хронике Базеля, найдено сочетание *gottliche furcht*. Можно предположить, что оно также представляет собой устойчивый оборот. В словаре Я. Гримма приведена другая форма этого сочетания: объектное отношение, выраженное здесь с помощью относительного прилагательного *gottlich*, теперь оформлено родительным падежом, ср.: *tugend und unschuld und die furcht der götter sollen das glück meines lebens seyn*. GESZNER (1789) [Deutsches Wörterbuch von Jacob ... URL, Sp. 683].

Конструкции *christliche / evangelische ler* обнаружены по большей части в Базельской хронике, но используются не в контексте полемических суждений о достоинствах и недостатках Реформации, а в сообщении о проповеди протестантизма в городе и последовавшем общественном резонансе. Протестантизм стал официальной конфессией в Базеле в 1529 г., после цехового восстания. Часть духовенства

предпочла изгнание. В подобных контекстах, описывающих борьбу эпохи Реформации, употребляются сочетания *ketzersche / päpstliche / christliche gluben* (тж. *gluben Christi* как структурный вариант).оборот *ere gottes* используется для передачи идеи, что нечто было совершено (ратманами или любым городским жителем) «во славу Господа». Напрашивается вывод, что это сочетание представляет собой клишированную формулу и его следует отнести к штампам.

УСК с семантикой характеристик личности или действия близки к официальным, однако их сущностный признак – антропоцентричность. Как правило, они оформляются предложной конструкцией: *mit wisheit* – *благоразумно, рассудительно*; *aus / in furcht* – *из страха*; *in meinung / meinig* – *с намерением*. Из парных формул в эту группу входят обороты с существительными *furcht* (*furcht und bedrang* – *смях и утеснение*); *bit* (*bit und beger* – *просьба и ходатайство*); *laster* (*laster und schande* – *стыд и позор*). Сочетания двух или трех однородных членов, весьма частые во многих жанрах письменности XV–XVI вв., в юридических документах способствовали большей точности изложения, и популярные тогда риторики содержали внушительные перечни синонимов для канцелярского узуса [Адмони 1963, с. 122].

Стилистические характеристики субстантивных УСК

Отдельного внимания заслуживает вариативность формы многих УСК. Во-первых, это позиционное варьирование компонентов, выявленное в парных сочетаниях. Ср., например: *recht und freiheit / freiheit und recht*, *gnade und freiheit / freiheit und gnade*. Затем это варьирование предлогов, причем семантика всего комплекса остается неизменной, ср.: *freund von friburg / freund in friburg* («союзники из Фрейбурга»), *in / mit friuntschaft*, *auf / aus befehl*. Наконец, это колебание объема УСК, ср. *mit gewalt u mit gewalt ane recht*, *wider billigkeit u wider alle billigkeit*. На основе контекстуального анализа можно утверждать, что подобные различия в форме не связаны со сколько-нибудь значимыми различиями в отношении содержания или стилистической окраски. Поэтому мы согласны с мнением Л. Я. Тоичкиной, что обороты с такими вариациями представляют собой структурные варианты фразеологических единиц [Тоичкина 1980, с. 222].

В. Фляйшер указывал, что варьирование одного из элементов УСК усиливает экспрессивность сочетания за счет контраста между его привычной и окказиональной, «неожиданной» для адресата

формой [Fleischer 1982, с. 210]. Между тем анализ семантики и контекста обнаруженных нами вариантов показал, что экспрессивность для них не типична. Кроме того, варианты в нашей выборке довольно часты (более 20 %), и едва ли это можно объяснить сознательным стремлением авторов к оригинальности или колоритности языка хроникальных текстов. Скорее следует предположить, что фразеологическая система немецкого языка XV–XVI вв., нашедшая отражение в этих текстах, находилась еще на этапе становления, а литературная норма еще не сформировалась.

Все найденные УСК принадлежат сфере официальной коммуникации, устойчивых оборотов разговорно-бытового слоя мы не обнаружили. Если отталкиваться от нормативно-стилистической шкалы, разработанной Э. Г. Ризель, то зафиксированные нами УСК относятся, главным образом, к литературно-центральному слою [Riesel, Schendels 1975, с. 30]. Возвышенная окраска присуща лишь отдельным сочетаниям конфессиональной тематики, таким как *ere gottes, diener Christi, Christ unser erlöser*.

По экспрессивно-стилистической шкале для абсолютного большинства УСК характерна стертая, или нулевая, экспрессивность (что относится, прежде всего, к лексическим единствам официально-правовой сферы). Это согласуется с выводами С. Е. Емельяновой, сделанными на материале деловой прозы *рпвн.* периода [Емельянова 2002, с. 9]. Стертая экспрессивность типична для узуальных формул (шаблонов) с лексемой *fründ*, ср.: *getrűw fründ, unsere alte fründe* и устойчивых комплексов из религиозной сферы (см. сочетания выше – *diener Christi, ere gottes, Christ unser erlöser*).

Заключение

Достаточно частое использование УСК говорит о тяготении авторов хроник к устоявшимся языковым шаблонам, характерным для официально-деловой прозы и легко распознаваемым читателями. Симптоматично, что в составе субстантивной группы выявлено лишь три структурно-семантических типа УСК – лексические единства с функцией номинации, штампы и парные сочетания, причем последние, очевидно, употреблялись в прямом значении. Такая немногочисленность типов УСК на уровне именной группы и отсутствие метафорического переосмысления устойчивых оборотов обусловлена назначением и предметом хроник. Прежде всего авторы стремились

не развлечь читателей и заказчиков – серьезных бюргеров с высоким социальным статусом, а сообщить им ценные сведения. Эти сведения должны были обогатить исторические познания читателей, с одной стороны, и служить им ориентиром в социальной практике – с другой. Поэтому стиль хронистов близок к лаконичному и строгому стилю специальных и «канцелярских» текстов. С этим связана и насыщенность хроник терминами (даже некоторая клишированность стиля), а также преобладание сочетаний с нулевой, или стертой, экспрессивностью литературно-центрального слоя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Адмони В. Г. Исторический синтаксис немецкого языка. М. : Высшая школа, 1963. 334 с.
- Емельянова С. Е. Процессы формирования фразеологической нормы в деловой прозе ранненововерхненемецкого периода : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2002. 24 с.
- Тоичкина Л. Я. Немецкая фразеология XVII в. и литературные жанры // Вопросы лексикологии немецкого языка : сб. науч. тр. М., 1980. Вып. 118. С. 215–237.
- Чернышева И. И. Фразеология современного немецкого языка. М. : Высшая школа, 1970. 201 с.
- Chronik der Stadt Zürich mit Fortsetzungen. Hrsg. von J. Dierauer. Basel, 1900. 271 S.
- Deutsches Wörterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm. Bd. 4. URL: woerterbuchnetz.de/cgi-bin/WBNetz/wbgui_py?sigle=DWB (дата обращения: 10.12.2019).
- Die Berner Chronik des C. Justinger. Hrsg. von G. Studer. Bern, 1871. 291 S.
- Die Chronik des Fridolin Ryff 1514–1541. Mit der Fortsetzung des Peter Ryff. 1543–1585 / Basler Chroniken 1. Basel, 1872. S. 18–189.
- Ebert R. Historische Syntax des Deutschen. Bd. 2: 1300–1750. Berlin : Weidler, 1999. 195 S.
- Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. Leipzig : VEB, 1982. 250 S.
- Fleischer W., G. Michel. Stilistik der deutschen Gegenwartssprache. Leipzig : VEB, 1977. 394 S.
- Kleinschmidt E. Stadt und Literatur in der frühen Neuzeit. Koln : Bohlau, 1982. 415 S.
- Riesel E., Schendels E. Deutsche Stilistik. М. : Высшая школа, 1975. 316 S.
- Wormser Chronik von Friedrich Zorn. Mit den Zusätzen F.B. von Flersheim. Hrsg. von W. Arnold. Amsterdam, 1969. 277 S.

REFERENCES

- Admoni V. G.* Istoricheskij sintaksis nemeckogo jazyka. M. : Vysshaja shkola, 1963. 334 s.
- Emel'janova S. E.* Processy formirovanija frazeologicheskoy normy v delovoj proze rannenovoverhnenemeckogo perioda: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2002. 24 s.
- Toichkina L. Ja.* Nemeckaja frazeologija XVII v. i literaturnye zhanry // Voprosy leksikologii nemeckogo jazyka: sb. nauch. tr. M., 1980. Vyp. 118. S. 215–237.
- Chernysheva I. I.* Frazeologija sovremennogo nemeckogo jazyka. M. : Vysshaja shkola, 1970. 201 s.
- Chronik der Stadt Zürich mit Fortsetzungen. Hrsg. von J. Dierauer. Basel, 1900. 271 S.
- Deutsches Wörterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm. Bd. 4. URL: woerterbuchnetz.de/cgi-bin/WBNetz/wbgui_py?sigle=DWB (data obrashhenija: 10.12.2019).
- Die Berner Chronik des C. Justinger. Hrsg. von G. Studer. Bern, 1871. 291 S.
- Die Chronik des Fridolin Ryff 1514–1541. Mit der Fortsetzung des Peter Ryff. 1543–1585 / Basler Chroniken 1. Basel, 1872. S. 18–189.
- Ebert R.* Historische Syntax des Deutschen. Bd. 2: 1300–1750. Berlin : Weidler, 1999. 195 S.
- Fleischer W.* Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. Leipzig : VEB, 1982. 250 S.
- Fleischer W., G. Michel.* Stilistik der deutschen Gegenwartssprache. Leipzig : VEB, 1977. 394 S.
- Kleinschmidt E.* Stadt und Literatur in der frühen Neuzeit. Köln : Bohlau, 1982. 415 S.
- Riesel E., Schendels E.* Deutsche Stilistik. M. : Vysshaja shkola, 1975. 316 S.
- Wormser Chronik von Friedrich Zorn. Mit den Zusätzen F.B. von Flersheim. Hrsg. von W. Arnold. Amsterdam, 1969. 277 S.

УДК 81.82

Л. Д. Исакова

доцент, доктор филологических наук,
профессор кафедры второго иностранного языка
Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: isakova_ld@mail.ru

ПОЛИЦЕНТРИЧЕСКАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ ЯЗЫКОВ

В статье рассматриваются особенности полицентрических языков на примере английского, немецкого и французского языков. Показываются некоторые различия между английским языком в Великобритании и Соединенных Штатах Америки, немецким языком в Германии и Австрии, французским языком во Франции и в Канаде относительно стандартного литературного языка в данных странах, региолектов и диалектов. Региолект имеет более унифицированную форму, по сравнению с диалектами, он занимает промежуточное положение между стандартным языком и диалектами и употребляется в основном образованной частью населения. Диалекты являются средством общения ограниченного числа людей, связанных между собой одной территорией. В диалекте проявляются исторически сформировавшиеся на определенной территории особенности данной разновидности языка.

Ключевые слова: полицентрическая вариативность языка; национальная разновидность языка; английский язык; немецкий язык; французский язык; стандартный литературный язык; региолект; диалект.

L. D. Isakova

Associate Professor, Doctor of Philology (Dr. habil.),
Professor at the Department of a Second Foreign Language,
Moscow State Linguistic University;
e-mail: isakova_ld@mail.ru

POLYCENTRIC VARIABILITY OF LANGUAGES

In the article some features of polycentric languages are demonstrated on the example of English, German, and French. Some differences concerning English in Great Britain and the United States of America, German in Germany and Austria, French in France and Canada are shown that are relative to the standard literary language in these countries, regiolects and dialects. In comparison with dialects the regiolect is more unified, it occupies an intermediate position between the standard language and dialects and is used mainly by the educated part of the population. Dialects are a means of communication for a limited number of people who live on a single territory. The dialect includes the peculiarities of the language which in historically came into existence on a certain territory.

Key words: polycentric variability of the language; national variety of the language; English; German; French; standard literary language; regiolect; dialect.

Введение

Вариативность языка – одна из самых важных его характеристик. Язык воспринимается как единый константный феномен, однако он проявляет необычайно многообразную вариативность в своем функционировании.

Вариативность языка наблюдается как в его индивидуальном использовании, в использовании языка определенными группами владеющих данным языком в пределах одной территории, так и в особенностях его функционирования в различных регионах. Некоторые языки используются в качестве государственного языка в разных странах. В таком случае мы рассматриваем полицентрическую (или плюрицентрическую) вариативность языка.

Во всех национальных разновидностях определенного языка его общие свойства являются схожими, сохраняются основные свойства фонетики, грамматики, лексики языка. Однако в стандартном языке каждой национальной разновидности отмечаются многочисленные особенности, являющиеся нормой данного употребления на соответствующей территории.

При рассмотрении национальных разновидностей языка вариативность, естественно, отмечается не только в нормативных особенностях литературного языка, но еще в большей степени в других функциональных проявлениях: в узусе разговорного языка, в диалектном употреблении, в жаргонизмах и т. д. Размах вариативности национальной разновидности, как и вообще языка или отдельных языков, представлен огромным количеством направлений развития. Вариативность языка воплощена в разных вариантах языковых единиц, их сочетаний, в вариантных особенностях построения предложений, текста в соответствии с задачами коммуникации.

Противопоставление моноцентрических и полицентрических языков основано на функционировании соответственно одного или нескольких нормативных центров стандартизированного языка. Термин «стандартный язык», распространенный в современной лингвистике, соответствует термину «литературный язык», но термин «стандартный язык» подчеркивает стандартизированную форму существования языка [Жеребило 2010, с. 366]. Моноцентрические языки имеют одну

стандартизированную версию языка. Примерами моноцентрических языков служат венгерский язык, японский, исландский. Полицентрические языки используются в своих разновидностях в отдельных самостоятельных государствах. Среди наиболее распространенных полицентрических языков с существованием центров языка как государственного можно назвать английский, испанский, немецкий, французский.

Полицентрические языки представлены отдельными национальными разновидностями языка (немецкий термин *Varietät* разновидность [Variantenwörterbuch des Deutschen 2004, с. XXXII]). Однако традиционно для обозначения отдельных национальных разновидностей полицентрического языка употребляется термин «вариант языка» [Ризель 1953, с. 163; Филичева 1992, с. 7]. Но термин «вариант» (немецкий термин «Variante» – вариант [Variantenwörterbuch des Deutschen 2004, с. XXXII]) обозначает в лингвистике также видоизменение отдельных языковых единиц. В результате терминологического разнообразия в представлении состава полицентрических языков при выделении отдельных национальных разновидностей полицентрического языка могут употребляться, например, следующие обозначения: австрийская разновидность (*Varietät*) немецкого языка, австрийский вариант немецкого языка, австрийский немецкий язык; американская разновидность английского языка, американский вариант английского языка, американский английский язык; канадская разновидность французского языка, канадский вариант французского языка, канадский французский язык.

Примеры особенностей национальных разновидностей полицентрических языков

Английский язык является официальным государственным языком в Великобритании, Соединенных Штатах Америки, Австралии, Новой Зеландии, Канаде (наряду с французским), Ирландии (наряду с ирландским). В Сингапуре английский язык – один из четырех государственных языков наряду с китайским, малайским, тамильским. В качестве официального английский используется в некоторых государствах Азии и Африки.

Немецкий язык является официальным государственным языком в следующих странах: Германия, Австрия, Лихтенштейн, Швейцария

(наряду с французским, итальянским и ретороманским), Люксембург (наряду с французским и люксембургским).

Французский язык является официальным государственным языком во Франции, Бельгии (наряду с нидерландским), Канаде (наряду с английским), Швейцарии (наряду с немецким, итальянским и ретороманским), Монако, некоторых государствах Африки.

Национальная разновидность языков в данных странах представлена соответствующим стандартным языком разновидности, которая согласуется со стандартным языком, утвердившимся в качестве литературного языка первоначально. Различия разновидностей проявляются в фонетике, лексике и частично – в грамматике [Москальская 1985, с. 23]. Стандартный литературный язык имеет письменную кодированную форму и выражается в языке официального общения, языке культуры и СМИ, в общенациональном разговорном языке. Использование одного языка в качестве официального в разных странах приводит к различиям в кодифицированной форме данного языка. Наибольшие различия касаются фонетики и лексики. Фонетическая и лексическая характеристики речи в большой степени зависят от регионального окружения. Грамматическая же система в целом сохраняется во всех национальных разновидностях языка, именно она создает основу структуры данного языка, и относительно нее проявляются лишь некоторые особенности.

В английском языке США степень стандартизации велика, общие для британской и американской разновидностей элементы преобладают над элементами различительными. К различиям в грамматической сфере можно отнести различия в некоторых словоформах, например употребление формы причастия II *gotten* вместо формы *got* для глагола *get*, более употребительную, по сравнению с британской разновидностью, синтетическую форму сослагательного наклонения, более широкий семантический диапазон употребления *do* с *have* в вопросительных предложениях. На фонологическом уровне нет единой общенациональной нормы, фонологическая макросистема американского английского распадается на микросистемы восточноновоанглийского, восточно-центрального, юго-восточного и среднезападного ареалов [Бархударов и др. 2000, с. 82–83].

Для **немецкого языка Австрии** характерно большое количество морфологических и фonomорфологических вариантов с расхождением

в грамматическом роде, в способах выражения множественного числа существительных. При образовании форм множественного числа существительных предпочтение отдается формам с умлаутом корневого гласного. В повествовательном дискурсе немецкого языка Германии используется форма глагола претерит, в австрийском немецком в данном случае употребляется форма перфекта [Филичева 1992, с. 58–60].

Французский язык является одним из официальных языков Канады. Но язык большинства франкоязычного населения используется в просторечной форме. Обращение к литературному французскому языку зависит от степени образованности говорящих. Наиболее образованные слои франкоговорящих в Канаде обычно владеют и стандартной разновидностью французского во Франции. К специфическим морфологическим чертам канадского французского можно отнести, например, следующие: наличие словоформы *l*, употребление некоторых существительных мужского рода во французском языке Франции как существительных женского рода в канадской разновидности (*la hôpital* – больница, *la hiver* – зима, *la orage* – гроза), своеобразное употребление некоторых местоименных форм: *a / al* – она (*a parle* – она говорит, *al arrive* – она приезжает), особенности, наблюдаемые в относительных и вопросительных местоимениях [Голубева-Монаткина 2005, с. 57–58].

Узуальные черты развития разных аспектов языка, переходящие в норму в данном регионе или имеющие распространение при отсутствии единого образовательного стандарта для билингвов, могут отличаться от соответствующих свойств в других национальных разновидностях. В качестве примера таких различий можно привести результаты исследования развития фонетических явлений в отдельных разновидностях английского языка. При исследовании интонационных моделей в речи представителей канадской разновидности английского языка было выявлено характерное использование акцентных моделей, не являющихся частотными в британской и американской разновидностях [Поздеева 2018, с. 20]. Узуальная вариативность просодических явлений в английском языке билингвов как развивающегося средства выражения национальной идентичности в Индии и Гонконге не имеет окончательного стандарта, многообразна, находится под непосредственным влиянием местных языков и наречий [Казакова 2017].

Региолект как проявление вариативности в пределах национальной разновидности

Далее в пределах национальной разновидности языка вариативность проявляется в региолектах и диалектах данной разновидности.

Региолект (язык в устной форме, распространенный в определенном регионе страны) формируется под влиянием нескольких схожих диалектов, употребляющихся на расположенных вблизи друг друга территориях, под влиянием местных говоров и просторечия. Региолект имеет более унифицированную форму, по сравнению с диалектами, он занимает промежуточное положение между стандартным языком и диалектами и употребляется, в основном, образованной частью населения. В то же время региолект обладает большой динамичностью, имеет неустойчивое переходное состояние [Бородина 1982, с. 32]. В региолект входят лексемы и языковые формы из диалектов, но они понятны основной части носителей языка данной территории.

Объединение схожих диалектов в региолект отвечает потребностям современной коммуникации. Шотландский английский может быть в некоторой степени представлен как региолект британского английского языка, он обладает высоким социальным престижем. Однако он объединяет разные диалекты, иногда значительно отличающиеся друг от друга. Данные диалекты имеют целую серию грамматических отличий от стандартного английского. Среди них можно назвать наличие формы множественного числа у личного местоимения второго лица: *you* – *yous*, частое использование продолженного времени глагола, например: *I'm wanting*.

Среди австрийских диалектов немецкого языка можно было бы выделить, например, группу южнобаварских диалектов в качестве региолекта, распространенного в Тироле, Каринтии, частично в Штирии. Здесь наблюдаются и переходные диалектные зоны. При сопоставлении региолектов и диалектов с национальным стандартным языком особое внимание обращается на отличие разнообразных произносительных вариантов названных территориальных разновидностей. Например, в южнобаварском региолекте Австрии вместо *st* произносится *scht* (*bischt*), *oa* вместо *ae* (*hoafß*), *ü* вместо *e* и *i* (*Mülch*). Среди грамматических особенностей можно назвать глагольные формы южнобаварского региолекта *sein* и *seint*, в отличие от формы глагола в стандартном языке *sind*. В лексике региолекта много схожих со

стандартным языком единиц, но они имеют фонетические отличия, например: *Voogl – Veegl*, в стандартном языке это *Vogel – Vögel*.

Примером региолекта французского языка можно назвать нормандский региолект, используемый на северо-западе Франции. Среди фонетических особенностей нормандского региолекта отмечается придыхание начального *h* в слове, произнесение закрытого *e* вместо открытого, например в слове *père*. Некоторые лексемы, схожие с лексемами стандартного языка, произносятся без конечного согласного звука, например, *mé* вместо *mer*. В синтаксических конструкциях возможно изменение общепринятых языковых норм, например, повторение некоторых членов предложения для усиления смысла высказывания: *Je lui ai donné du frommage pour lui manger*.

Диалекты в пределах национальной разновидности

На территории национальной разновидности полицентрического языка распространены **диалекты** – разновидности общения ограниченного числа людей, связанных между собой одной территорией, и проявляющие определенные языковые особенности.

Выделение диалектных групп английского языка Великобритании осложнено вследствие нечетких границ диалектных ареалов. Обычно выделяются группы шотландских, северных, центральных и южных диалектов. Наиболее четко противопоставлены друг другу северная и шотландская группы групп южной. В некоторых случаях диалекты опережают литературный язык в развитии действующих тенденций, например тенденции к стандартизации глагольных парадигм: *drinked, drawed, drived* вместо *drank, drew, drove*. Наибольшие расхождения между литературным языком и диалектами в Великобритании отмечены в изолированных сельских районах северной Англии и Шотландии. А наименьшее проявление указанных различий отмечается на юге страны, где социальная дифференциация более значима, нежели дифференциация территориальная [Бархударов и др. 2000, с. 44].

В немецком языке Германии существует множество различных диалектов, которые можно объединить в группы: нижненемецкие (фризский, нижнефранкский, нижнесаксонский), среднегерманские (франкский, силезский, верхнесаксонский, тюрингский), верхнегерманские (алеманский, баварский, верхнефранкский).

Диалекты немецкого языка играют значительную роль в устном общении местного населения. В федеральных землях предпринимаются попытки закрепить использование диалектов. Однако процессы

глобализации, развитие научного прогресса препятствуют данному закреплению. Использование диалектов больше распространено в сельской местности. В городах чаще используется «вкрапление» диалектных форм в общенациональную разговорную речь. Языковые особенности немецких диалектов различаются в зависимости от территориального расположения. Использование согласных в диалектах на юге страны отличается более мягким произношением, согласные *p, t, k* обычно произносятся звонко. Вместо *s* часто используется *sch* (*machsch*). На севере *s* заменяется *t* (*dat*). Приветствие стандартного языка *Guten Tag* звучит в диалектах на севере Германии как *Moin*, а на юге как *Griiß Gott* и *Servus*. От стандартного немецкого языка отличается использование вспомогательных глаголов при образовании перфектных глагольных форм в южных диалектах Германии.

Во Франции диалекты французского языка также значительно распространены, разнообразно представлены, в «чистом» виде употребляются в основном сельским населением. При разнообразных классификациях выделяются группы северных, западных, центральных, юго-западных, восточных, южных диалектов французского языка Франции. В них устойчиво сохраняются произносительные особенности языка. В качестве примера можно привести множество отличий от стандартного языка в употреблении звонких и глухих согласных в пикардском диалекте французского языка. Достаточно наглядно отличия проявляются в лексическом составе диалектов, отражающем, в основном, предметы и факты культуры быта и экспрессивный пласт языка. В диалектах возможны и грамматические отклонения от стандартной разновидности, в частности нарушения синтаксических правил, принятых в литературном языке.

Заключение

Разновидности полицентрических языков имеют собственные принятые нормы употребления соответствующего языка относительно разных аспектов. Варианты стандартного языка национальных разновидностей полицентрического языка могут быть довольно схожими, а могут и сильно различаться. Языки национальных разновидностей имеют также множество узуальных особенностей речепорождения. В пределах рассматриваемых языков наблюдаются индивидуальные территориальные языковые разграничения в виде региолектов и диалектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бархударов Л. С. [и др.]. Английский язык / Л. С. Бархударов, Е. Г. Беляевская, Б. А. Загоруйко, А. Д. Швейцер. Английский язык // Языки мира. Германские языки. Кельтские языки. М. : Academia, 2000. С. 43–87.
- Бородин М. А. Диалекты или региональные языки? К проблеме языковой ситуации в современной Франции // Вопросы языкознания. 1982. № 5. С. 29–38.
- Голубева-Монаткина Н. И. Французский язык в Канаде и США. Социолингвистический очерк. М. : Ком Книга, 2005. 192 с.
- Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. 5-е изд., испр. и доп. Назрань : Пилигрим, 2010. 486 с.
- Казакова О. В. Просодия вариантов английского языка в Индии и Гонконге как средство выражения национальной идентичности (экспериментально-фонетическое исследование) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2017. 28 с.
- Москальская О. И. История немецкого языка : учебник для ин-тов и фак-тов. иностр. яз. 2-е изд., испр. М. : Высшая школа, 1985. 280 с. (на нем. яз.)
- Поздеева Д. Т. Специфика словесного ударения в канадском варианте английского языка (корпусное исследование) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2018. 24 с.
- Ризель Э. Г. К вопросу о национальном языке в Австрии // Ученые записки МГПИИЯ. 1953. Т. 5. С. 157–171.
- Филичева Н. И. Немецкий литературный язык. М. : Высшая школа, 1992. 176 с.
- Variantenwörterbuch des Deutschen. Die Standardsprache in Österreich, der Schweiz und Deutschland sowie in Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol von U. Ammon u. a. Berlin ; New York : Walter de Gruyter, 2004. 954 S.

REFERENCES

- Barhudarov L. S. [i dr.]. Anglijskij jazyk / L. S. Barhudarov, E. G. Beljaevskaja, B. A. Zagorul'ko, A. D. Shvejcer. Anglijskij jazyk // Jazyki mira. Germanskie jazyki. Kel'tskie jazyki. M. : Academia, 2000. S. 43–87.
- Borodina M. A. Dialekty ili regional'nye jazyki? K probleme jazykovoju situacii v sovremennoj Francii // Voprosy jazykoznanija. 1982. № 5. S. 29–38.
- Golubeva-Monatkina N. I. Francuzskij jazyk v Kanade i SShA. Sociolingvisticheski ocherk. M. : Kom Kniga, 2005. 192 s.
- Zherebilo T. V. Slovar' lingvisticheskikh terminov. 5-e izd., ispr. i dop. Nazran' : Piligrim, 2010. 486 s.
- Kazakova O. V. Prosodija variantov anglijskogo jazyka v Indii i Gonkonge kak sredstvo vyrazhenija nacional'noj identichnosti (jeksperimental'no-foneticheskoe issledovanie) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2017. 28 s.

- Moskal'skaja O. I.* Istorija nemeckogo jazyka : uchebnik dlja in-tov i fak-tov. inostr. jaz. 2-e izd., ispr. M. : Vysshaja shkola, 1985. 280 s. (na nem. jaz.)
- Pozdeeva D. T.* Specifika slovesnogo udarenija v kanadskom variante anglijskogo jazyka (korpusnoe issledovanie) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2018. 24 s.
- Rizel' Je. G.* K voprosu o nacional'nom jazyke v Avstrii // *Uchenye zapiski MGPIIJa*. 1953. T. 5. S. 157–171.
- Filicheva N. I.* Nemeckij literaturnyj jazyk. M. : Vysshaja shkola, 1992. 176 s.
- Variantenwörterbuch des Deutschen. Die Standardsprache in Österreich, der Schweiz und Deutschland sowie in Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol von U. Ammon u. a. Berlin ; New York : Walter de Gruyter, 2004. 954 S.

УДК 81'22

Е. И. Карпенко, Е. А. Калашникова

Карпенко Е. И., кандидат филологических наук, доцент кафедры лексикологии и стилистики немецкого языка факультета немецкого языка Московского государственного лингвистического университета; e-mail: elena_karpenko@list.ru

Калашникова Е. А., кандидат филологических наук, доцент кафедры фонетики немецкого языка факультета немецкого языка Московского государственного лингвистического университета; e-mail: elk99@mail.ru

О ПОНЯТИИ ИЗБЫТОЧНОСТИ В ПОЛИМОДАЛЬНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ (на материале немецкого языка)

Избыточность как универсальное свойство коммуникативных систем в последнее время становится предметом полимодальных исследований языка. Объектом изучения в данной статье являются полимодальные комплексы (речь + просодия + спонтанный иконический жест) устного немецкого политического дискурса. В качестве предмета исследования рассматривались способы взаимодействия спонтанных иконических «резонирующих» жестов, усиливающих семантическое содержание высказывания, с просодическими характеристиками высказывания.

Ключевые слова: полимодальность; немецкий язык; избыточность; просодия; спонтанный жест; устный политический дискурс.

E. I. Karpenko, E. A. Kalashnikova

Karpenko E. I., PhD (Philology), Associate Professor at the Department of Lexicology and Stylistics of German, Faculty of the German Language, Moscow State Linguistic University; e-mail: elena_karpenko@list.ru

Kalashnikova E. A., PhD (Philology), Associate Professor at the Department of Phonetics of German, Faculty of the German Language, Moscow State Linguistic University; e-mail: elk99@mail.ru

ON REDUNDANCY IN A MULTIMODAL PERSPECTIVE (based on the German language)

Redundancy is considered to be a universal characteristic of various communicative systems. In multimodal research of language the term redundancy reveals how different modalities such as gestures or prosody contribute to the sense of a language utterance. The paper examines multimodal usages (speech + prosody + iconic spontaneous gesture) in German spoken political discourse. The authors focus on an interplay between spontaneous gestures, which portray the message, and the prosodic features of the message.

Key words: multimodality; the German language; redundancy; prosody; spontaneous gesture; spoken political discourse.

Введение

Избыточность различных систем коммуникации, в том числе естественного языка, обусловлена необходимостью преодоления помех при передаче информации (таких как внешний шум или отвлечение / снижение внимания адресата под воздействием внешних или внутренних причин). На семиотическом уровне избыточность проявляется в многократном кодировании информации, дублировании отдельных блоков информации, усилении сигнала (см. анализ понятия «избыточность» в лингвистической литературе в [Грудева 2010]).

В естественных языках избыточность является следствием языковой структуры, что наиболее очевидно иллюстрирует обязательный языковой плеоназм, т. е. наличие в пределах одного высказывания нескольких языковых форм, выражающих одно и то же значение [Виноградов 2000, с. 379]. Например, в немецкой грамматике пространственные значения глагольных префиксов дублируются значением предлогов: *aus dem Fenster hinausschauen, auf den Berg hinaufsteigen*.

Не менее распространены в немецком языке конвенциональный факультативный и неконвенциональный факультативный плеоназм [Виноградов 2000, с. 379]. Конвенциональный факультативный плеоназм характеризует устойчивые сочетания разговорного и поэтического стилистических регистров, например: *ein (schönes) Leben leben, Spiele spielen, jmdm. die Grube graben (figura etymologica)*. Неконвенциональный факультативный плеоназм может служить средством художественной выразительности (ср. в драме Ф. Шиллера «Разбойники»: «Hast nicht einmal so viel Scham, / dich dieser Streiche zu schämen?» [Wortwuchs URL]). Говоря о стилистическом аспекте избыточности, нельзя не упомянуть о том, что она может являться характеристикой функционального стиля. Хорошо известно, что в обиходной речи избыточность (*Ausdrucksfülle – пространность*) выражается в многословности говорящего, повторах сказанного, изложением в мельчайших подробностях, парантезах, не относящихся к смыслу высказывания [Ризель 2006].

Под избыточностью (англ. *redundancy*) в современных полимодальных исследованиях языка понимается одновременное участие различных модальностей (вербальной, визуальной, жестовой, аудиальной) в конструировании смысла высказывания [Ченки 2014; Cienki 2017, с. 30]. Исследование, результаты которого представлены в данной

статье, проводилось на материале немецкоязычного устного политического дискурса. Накануне выборов 2017 года в Бундестаг федеральный канцлер Ангела Меркель в прямом эфире ответила на вопросы избирателей, касающиеся наиболее острых социально-политических и экономических проблем Германии. Из ответов канцлера было отобрано 16 полимодальных комплексов, содержащих речь и спонтанный жест (по терминологии А. Кендона¹), иконически «изображающий» сказанное (или позволяющий констатировать визуальное сходство между формой жеста и референтом высказывания). С точки зрения распределения внимания, это «резонирующие жесты ... иконически усиливающие семантическое содержание речевого фрагмента» [Ирисханова, Прокофьева 2017, с. 82]. Целью данной статьи стало рассмотрение избыточности в устном немецкоязычном политическом дискурсе, реализующейся в различных способах сочетания модальностей. С одной стороны, взаимодействие модальностей обуславливается общими закономерностями порождения речи; с другой – служит реализации прагматической задачи рассматриваемого дискурса, т. е. саморепрезентации говорящего, разъяснению предвыборной программы и убеждению избирателя.

Избыточность в теории и практике полимодальных исследований

К. Мюллер применяет бюллеровскую концепцию языка – *das Organonmodell* – к функциональному описанию жестов: жест выражает внутреннее эмоциональное состояние говорящего (эмотивная функция, *Ausdruck*), обращен к адресату (конативная функция, *Appell*) и репрезентирует объекты или события окружающего мира, являющиеся референтом высказывания (репрезентативная функция, *Darstellung*). Фундаментальной (и часто доминирующей) функцией прагматического жеста, по К. Мюллер, является репрезентация референта (*Darstellung*), в то время как способ репрезентации может служить реализации двух других функций [Müller 2013, с. 204–205].

Репрезентация референта обеспечивается двумя основными техниками выполнения жестов. В технике *acting* движения рук напоминают выполнение определенного действия (руки проводят черту, моделируют форму, ограничивают размер / высоту / ширину объекта, изображают траекторию движения и т. п.). В технике *representing* руки действуют так, как если бы сами были объектами, выраженными

¹ Прив. по: [Cienki 2017].

референтом (написание письма обычно имитируется жестом, в котором открытая ладонь изображает лист бумаги, а палец другой руки, движущийся по ладони, – ручку или карандаш) [Müller, Bressemer, Ladewig 2013, с. 714]. При этом четкой взаимосвязи между техникой выполнения жеста и изображаемым референтом нет: столкновение двух автомобилей (конкретный референт) и столкновение противоположных интересов (абстрактный референт) могут быть репрезентированы одним и тем же жестом: например, энергичным сведением, «столкновением», двух сжатых в кулаки рук [Müller 2013, с. 207; Müller, Bressemer, Ladewig 2013, с. 716; Cienki, Müller 2014].

В то же время наблюдается определенная взаимосвязь между техникой выполнения жеста и его семантикой. Лаконичный жест в технике *acting*, как правило, иллюстрирует способ концептуализации референта в сознании говорящего (это наглядно показывают «темпоральные» жесты, см. пример 1). С другой стороны, при активной жестикуляции с подключением мимики и движений других частей тела, помимо рук, высказывание обогащается дополнительными смыслами, не выраженными в нем вербально (см. пример 2) [Müller, Bressemer, Ladewig 2013, с. 716]. Очевидно, что в обоих случаях жесты не являются «лишними», избыточно повторяющими то, что выражено вербально. В полимодальной перспективе описанные жесты рассматриваются как часть избыточного по своей природе процесса формулирования.

Речевая просодия располагает собственными коммуникативными средствами оформления устной речи, такими как громкость, высота тона, акцент, темп, паузы, тембр. В совокупности все названные просодические средства могут передавать самостоятельно смыслы, т. е. представлять собой автономную систему (*autonomes Signalisierungssystem* [Selting 1995, с. 16, 238]) или ограниченно автономную мультифункциональную систему, маркируя возрастную группу, пол, социальный статус говорящего [Stock 1996, с. 230]. Одновременно именно просодия позволяет модифицировать вербальную информацию, имплицитно передавать дополнительные, комплементарные и / или противоположные, значения.

Методы исследования и анализ полимодальных комплексов

При анализе полимодальных комплексов референт высказывания соотносился со способом его жестовой репрезентации, техникой выполнения жеста, семантикой жеста и просодическими

характеристиками речи. Большинство иконических спонтанных жестов в проанализированных полимодальных комплексах относятся к предикату, т. е. изображают выраженное глаголом движение или действие. При этом жест выполняется в технике *acting*. В четырех примерах (из 16) жест относится к дополнению (выраженному существительным), т. е. изображает объект. Только в одном примере жест выполняется в технике *representing* и метафорически изображает абстрактный референт. В большинстве случаев изображаемый жестом референт выражен непрямой номинацией. Далее рассмотрим различные способы сочетания модальностей.

В примерах (1) и (2) спонтанные жесты относятся к так называемым темпоральным жестам и соотносятся с дополнением времени. Отвечая на вопрос о реформировании полиции (увеличении численного состава, техническом обеспечении, финансировании), федеральный канцлер подчеркивает, что «в последние годы» правительство не сокращало численность полицейских (1), и «в ближайшее время», «после выборов» канцлер намерена обсудить этот вопрос с главами земельных правительств (2):

(1) ... dass in den letzten Jahren (движением руки «откладывает» отрезок влево) der Bund ... äh... keine Polizisten abgebaut hat.

(2) ... werde ich... das ... äh in den nächsten [Jahren] ...also nach den Wahlen (движением руки «откладывает» отрезок вправо) noch mal mit den Ministerpräsidenten besprechen und sagen, guckt mal wie unterschiedlich das ist ...

Темпоральные жесты отражают метафорическую концептуализацию времени как пространства. Период времени представляется в жестах как откладываемый рукой *отрезок* на воображаемой оси абсцисс влево, если речь идет о прошлом (пример 1), и вправо, если о будущем (пример 2) (ср. также [Cooperrider, Nuñez, Sweetser 2014, с. 1782]). Кроме того, тот факт, что время в данных примерах профилируется полимодально, может быть связан с прагматическим намерением говорящего. В обоих случаях речь идет о сроке полномочий канцлера: истекшем (*in den letzten Jahren*) и, в случае победы на выборах, предстоящем (*in den nächsten [Jahren] ... nach den Wahlen*). Примечательно, что просодически при этом выделяется номинация *Bund* ('федерация' или метонимически 'федеральное правительство'), сопровождающаяся увеличением высоты тона и громкости. Таким образом, в данном примере при акцентуации фокусных элементов

высказывания (пост канцлера, достижения предыдущего и планы на предстоящий канцлерский срок) происходит распределение модальностей: сроки полномочий канцлера выделяются темпоральными жестами, а высший уровень государственных полномочий (*Bund*), воплощаемый именно канцлером, просодически.

Особенностью примера (3) является иконический жест, выполненный в технике *representing*, при которой обе руки говорящего изображают чаши весов. Жест основан на видимом подобии между формами ладоней и чашами весов, а также «взвешивающим» движением рук. Отвечая на беспокойство одного из избирателей по поводу доступа к персональным данным со стороны спецслужб, канцлер говорит о «правильном балансе» между безопасностью и индивидуальной свободой, который необходимо найти:

(3) ...wie finden wir die richtige Balance (движение обеих рук, иллюстрирующее «равновесие на чашах весов»).

По-видимому, связь между идеей равновесия и весами можно считать устойчивой. Так, Ю. М. Лотман, ссылаясь на Ф. де Соссюра, писал: «...весы могут быть символом справедливости, поскольку иконически содержат идею равновесия» [Лотман 2002, с. 211]. В примере (3) идея равновесия, иконически связанная с весами и представленная в жесте «весы», далее переносится на понятие баланса, метафорически представляя находящиеся в балансе меры, предпринимаемые канцлером, как величины, находящиеся на весах в равновесном положении. Именно такие жесты обогащают высказывание дополнительными смыслами, в данном случае идеей довольно непростого поиска компромисса между двумя взаимоисключающими государственными задачами – обеспечением безопасности и обеспечением прав и свобод личности. В просодическом отношении данный полимодальный комплекс является нейтральным.

Пример (4) демонстрирует сочетание трех модальностей при выделении одного и того же фокусного элемента высказывания. Канцлер отвечает на вопрос о мерах, направленных на эффективное раскрытие краж со взломом в небольших магазинах. Поскольку мера наказания за квартирные кражи была увеличена, правовое поле для более мелких правонарушений подобного рода расширилось:

(4) ...das Strafmaß für Wohnungseinbrüche hoch (рука поднимается вверх) gesetzt haben, haben wir dann natürlich bei etwas geringeren (рука опускается вниз) Delikten auch wieder Raum.

Фраза строится на противопоставлении «верх – низ», где «верх» – это серьезные квартирные кражи со взломом, наказание за которые было увеличено; а «низ» – мелкие правонарушения, предполагающие широкий диапазон не столь суровых карательных мер. Обе позиции выделены в жестах (движением руки сначала вверх, а затем вниз) и просодически при помощи контрастивного ударения, характеризующегося широким диапазоном изменения высоты тона. Предикат *hochgesetzt haben* (увеличили) сопровождается поднятием руки (техника *acting*) и акцентом на *hoch-*, который также реализуется иконически: изменением высоты тона (вверх) и увеличением громкости. При противопоставлении этих преступлений более мелким (*geringeren*) правонарушениям рука опускается вниз, что также сопровождается движением тона вниз.

Заключение

В большинстве исследованных случаев то, что представляется избыточным изображением референта при помощи иконического жеста, является частью полимодального процесса формулирования. Поскольку для исследования избыточности были отобраны полимодальные комплексы с иконическим спонтанным жестом, постольку наиболее точно при кодировании смысла высказывания соотносились вербальная и жестовая модальности. Только в одном из рассмотренных примеров просодия иконически поддерживала фокусный элемент высказывания. Таким образом, именно просодия выступает в качестве ограниченно автономной системы паралингвистических средств, выбор и использование которых не только культурно и дискурсивно обусловлены, но и отражают индивидуальную специфику смыслового кодирования-декодирования речи [Потапова, Потапов 2006, с. 135].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Виноградов В. А. Плеоназм // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. 2-е изд. М. : Большая российская энциклопедия, 2000. С. 379.
- Грудева Е. В. Избыточность языка и избыточность текста: некоторые размышления // Труды ИЛИ РАН. СПб., 2010. Т. IV. Ч. 2. С. 77–89.

- Ирисханова О. К., Прокофьева О. Н. Фокусирование в устном описательном дискурсе: анализ визуальной перцепции, речи и жестов // Когнитивные исследования языка. Вып. XXIX: Когниция и коммуникация в лингвистических исследованиях: сборник научных трудов / отв. ред. вып. В. З. Демьянков. М. : Ин-т языкознания РАН ; Тамбов: Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2017. С. 80–87.
- Лотман Ю. М. Символ в системе культуры // Статьи по семиотике искусства. СПб. : Академический проект, 2002. С. 211–225.
- Ризель Э. Г. Полярные стилевые черты и их языковое воплощение (на материале немецкого языка) // Из научного наследия профессора Э. Г. Ризель: К 100-летию со дня рождения / сост.: Н. В. Любимова, Г. М. Фадеева. М. : МГЛУ, 2006. С. 47–60.
- Потанова Р. К., Потанов В. В. Язык, речь, личность. М. : Языки славянской культуры, 2006. 496 с.
- Ченки А. Грамматические теории в когнитивной лингвистике и полимодальность коммуникации // Мультимодальность коммуникации: теоретические и эмпирические исследования : сб. ст. М. : Буки Веди, 2014. С. 86–98.
- Cienki A. Ten lectures on Spoken Language and Gesture from the Perspective of Cognitive Linguistics. Issues of Dynamicity and Multimodality. Leiden, Boston : Brill, 2017. 215 p.
- Cienki A., Müller C. Ways of viewing metaphor in gesture // Body – Language – Communication (HSK 38.2) / Müller C., Cienki A., Fricke E., Ladewig S., McNeill D., Bressemer J. (Eds.). Berlin ; Boston : De Gruyter, 2014. P. 1766–1781.
- Cooperrider K., Nuñez R., Sweetser E. The Conceptualization of time in gesture // Body – Language – Communication (HSK 38.2) / Müller C., Cienki A., Fricke E., Ladewig S., McNeill D., Bressemer J. (eds.). Berlin; Boston : De Gruyter, 2014. P. 1781–1788.
- Müller C. Gestures as a medium of expression: The linguistic potential of gestures // Body – Language – Communication (HSK 38.1) / Müller C., Cienki A., Fricke E., Ladewig S., McNeill D., Teßendorf S. (eds.). Berlin ; Boston : De Gruyter, 2013. P. 202–217.
- Müller C., Bressemer J., Ladewig S. Towards a grammar of gestures: A form-based view // Body – Language – Communication (HSK 38.1) / Müller C., Cienki A., Fricke E., Ladewig S., McNeill D., Teßendorf S. (eds.). Berlin; Boston : De Gruyter, 2013. P. 707–733.
- Selting M. Prosodie im Gespräch. Aspekte einer interaktionalen Phonologie der Konversation / Linguistische Arbeiten. Band 329. Tübingen : Niemeyer, 1995. 398 S.
- Stock E. Text und Intonation // Sprachwissenschaft. № 21. 1996. S. 211–240.
- Wortwuchs. URL: wortwuchs.net/stilmittel/figura-etymologica/ (дата обращения: 01.09.2019).

REFERENCES

- Vinogradov V. A. Pleonazm // *Jazykoznanie*. Bol'shoy jenciklopedicheskiy slovar' / gl. red. V.N. Jarceva. 2-e izd. M. : Bol'shaja Rossijskaja jenciklopedija, 2000. S. 379.
- Grudeva E. V. Izbytochnost' jazyka i izbytochnost' teksta: nekotorye razmyshlenija // *Trudy ILI RAN*. SPb., 2010. T. IV. Ch. 2. S. 77–89.
- Irishanova O. K., Prokof'eva O. N. Fokusirovanie v ustnom opisatel'nom disкурсе: analiz vizual'noj percepcii, rechi i zhestov // *Kognitivnye issledovanija jazyka*. Vyp. XXIX: Kognicija i kommunikacija v lingvisticheskikh issledovanijah: sb. nauch. tr. / otv. red. vyp. V. Z. Dem'jankov. M. : In-t jazykoznanija RAN ; Tambov: Izdat. dom TGU im. G.R. Derzhavina, 2017. S. 80–87.
- Lotman Ju. M. Simvol v sisteme kul'tury // *Stat'i po semiotike iskusstva*. SPb. : Akademicheskij proekt, 2002. S. 211–225.
- Rizel' Je. G. Poljarnye stilevyje cherty i ih jazykovoe voploshhenie (na materiale nemeckogo jazyka) // *Iz nauchnogo nasledija professora Je. G. Rizel': K 100-letiju so dnja rozhdenija* / sost.: N. V. Ljubimova, G. M. Fadeeva. M. : MGLU, 2006. S. 47–60.
- Potapova R. K., Potapov V. V. Jazyk, rech', lichnost'. M. : Jazyki slavjanskoj kul'tury, 2006. 496 s.
- Chenki A. Grammaticheskie teorii v kognitivnoj lingvistike i polimodal'nost' kommunikacii // *Mul'timodal'nost' kommunikacii: teoreticheskie i jempiricheskie issledovanija* : sb. st. M. : Buki Vedi, 2014. S. 86–98.
- Cienki A. Ten lectures on Spoken Language and Gesture from the Perspective of Cognitive Linguistics. Issues of Dynamicity and Multimodality. Leiden, Boston : Brill, 2017. 215 p.
- Cienki A., Müller C. Ways of viewing metaphor in gesture // *Body – Language – Communication (HSK 38.2)* / Müller C., Cienki A., Fricke E., Ladewig S., McNeill D., Bressemer J. (Eds.). Berlin ; Boston : De Gruyter, 2014. P. 1766–1781.
- Cooperrider K., Nuñez R., Sweetser E. The Conceptualization of time in gesture // *Body – Language – Communication (HSK 38.2)* / Müller C., Cienki A., Fricke E., Ladewig S., McNeill D., Bressemer J. (eds.). Berlin; Boston : De Gruyter, 2014. P. 1781–1788.
- Müller S. Gestures as a medium of expression: The linguistic potential of gestures // *Body – Language – Communication (HSK 38.1)* / Müller C., Cienki A., Fricke E., Ladewig S., McNeill D., Teßendorf S. (eds.). Berlin ; Boston : De Gruyter, 2013. P. 202–217.
- Müller C., Bressemer J., Ladewig S. Towards a grammar of gestures: A form-based view // *Body – Language – Communication (HSK 38.1)* / Müller C., Cienki A., Fricke E., Ladewig S., McNeill D., Teßendorf S. (eds.). Berlin; Boston : De Gruyter, 2013. P. 707–733.

Selting M. Prosodie im Gespräch. Aspekte einer interaktionalen Phonologie der Konversation / Linguistische Arbeiten. Band 329. Tübingen : Niemeyer, 1995. 398 S.

Stock E. Text und Intonation // Sprachwissenschaft. № 21. 1996. S. 211–240.

Wortwuchs. URL: wortwuchs.net/stilmittel/figura-etymologica/ (data obrashheni-ja: 01.09.2019).

ЗООМОРФНЫЕ СРАВНЕНИЯ В ХАРАКТЕРИСТИКЕ АНТРОПОНИМА В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Статья посвящена рассмотрению зооморфных сравнений в немецком языке. На материале современных СМИ были отобраны и проанализированы зооморфные сравнения с элементом *Elefant*, встречающиеся в характеристике антропонимов. Цель данного исследования – анализ языкового потенциала единиц в современном немецком языке с точки зрения лингвокультурологии и лингвокогнитологии. В рамках исследования были изучены такие параметры зооморфного сравнения, как *структура* (агент, референт, модуль сравнения), *культурная* и *ситуативная обусловленность*.

Ключевые слова: лингвокультурология; антропоним; политический антропоним; зооморфные сравнения.

V. A. Kulikova

Postgraduate Student, Department of German Lexicology
and Stylistics, Faculty of the German Language,
Moscow State Linguistic University; e-mail: val.kulikova@hotmail.com

ZOOMORPHIC COMPARISONS IN THE CHARACTERISTICS OF AN ANTHROPONYM IN MEDIA DISCOURSE

The article is devoted to the consideration of zoomorphic comparisons in the German language. Zoomorphic comparisons with the element *Elefant* found in the characteristic of anthroponyms were selected and analyzed using the material of modern media. The main aim of the article is to analyze the language potential of these units in modern German from the point of view of linguoculturology and linguocognitology. Such parameters of zoomorphic comparison as structure (agent, referent, comparison module), cultural and situational conditionality were studied in the paper.

Key words: linguacultural approach; anthroponym; political anthroponym; zoomorphic comparisons.

Введение

Вопрос о неразрывной связи *языка, людей*, говорящих на нем, и их *культуры* уже давно интересует лингвистов. Так, еще в 1849 г. И. И. Срезневский, выдающийся ученый, классик русского

исторического языкознания, учитель И. А. Бодуэна де Куртенэ, писал о том, что «язык есть собственность нераздельная целого народа. <...> Народ выражает себя всего полнее и вернее в языке своем» [Срезневский 2007, с. 19]. Способность человека к отражению объективной действительности обуславливает само возникновение и функционирование языка, так как в основе коммуникации всегда лежит потребность *сообщать что-то*. Именно язык отражает всё человеческое сознание, представления человека о мире и системе ценностей, своеобразие национальной культуры [Тер-Минасова 2000, с. 14]. Обращение к культурологическим аспектам существования языка позволило лингвистам сосредоточиться на непосредственном изучении взаимосвязи и взаимодействия культуры и языка в его функционировании с последующей интерпретацией «этого взаимодействия в единой системной целостности» [Воробьев 1997, с. 32]. Так, предметом лингвокультурологического анализа принято считать «национальные формы бытия общества, воспроизводимые в системе языковой коммуникации и основанные на его культурных ценностях», составляющих «языковую картину мира» [там же]. Системный метод анализа основывается на изучении языковых единиц в их семантическом, сигматическом, синтаксическом и прагматическом единстве, что вместе позволяет получить «целостное представление о них как единицах, в которых диалектически связаны собственно языковое и внеязыковое содержание» [там же, с. 43]. Такой подход позволяет подключить к анализу также и лингвокогнитивные методы исследования, которые направлены в первую очередь на изучение семантического и когнитивного содержания языковых единиц. Итак, целью данной статьи является анализ устойчивых зооморфных сравнений в характеристике антропонимов в современном немецком языке.

Устойчивые сочетания с зоонимами

Одним из объектов изучения лингвокультурологии, а также одним из наиболее ярких примеров отражения национально-культурной специфики является *фразеология*. В. Н. Телия в работе «Русская фразеология» утверждает, что фразеологический состав языка – это «зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание» [Телия 1996, с. 9]. Из этого можно сделать вывод о том, что во фразеобразовании большую роль играет именно *человеческий* фактор, так как фразеологизмы, как правило, заключают

в себе народную мудрость, которая воспринимается нами как результат многовековых наблюдений человека за окружающим миром. С их помощью выражаются ценностные ориентиры языковой общности, ее традиции, обычаи и быт (например, *медвежья услуга* в значении *неуместной или неумелой помощи, которая приносит больше вреда чем пользы*; *Wurst wider (gegen) Wurst* в значении *услуга за услугу*, фразеологизм отражает старинный обычай дарить соседу по случаю праздника убоя свиньи кусок мяса или колбасы). Так, во фразеологии находит отражение самобытность культуры языковой общности, понимание которой вызывает трудности не только у представителей другой языковой общности, но и у современных носителей языка в силу утраты с течением времени представлений о прототипе идиомы.

Таким образом, современные исследования в области фразеологии невозможны без учета культурного компонента (англ. *cultural knowledge*) [Dobrovol'skiy 1998], который объединяет в себе культурные знаки и символы, предметы материальной культуры, феномен интертекстуальности, культурно обусловленную социальную интеракцию, а также *fictive conceptual domains* [Piirainen 2007, с. 209–215] (результаты наглядно-образного мышления, связанные с религиозными, мифологическими представлениями и т. п.).

Достаточно широкий пласт фразеологизмов представляют собой фразеологизмы, один из компонентов которых – зооним. Под зоонимом мы понимаем лексические единицы, являющиеся прямыми наименованиями животных. Каждая зоолексема имеет потенциальную коннотацию, т. е. в сознании носителей языка она сопровождается эмоционально-эстетическими ассоциациями, в таком случае зооним принято называть *зооморфизмом* [Полехина 2011, с. 139]. Зооморфизмы в различных языках описывают внешность, характер, стиль поведения, профессиональную деятельность человека.

Так, для русской и немецкой фразеологии характерно большое количество фразеологизмов с такими зоонимными компонентами, как: *собака* – *Hund* (*несу под хвост* – *auf den Hund bringen*); *медведь* – *Bär* (*делить шкуру неубитого медведя* – *hungrig wie ein Bär*); *свинья* – *Schwein* (*подложить свинью* – *er hat (großes) Schweingehab*) и др.

Логично, что в таких фразеологических оборотах наиболее часто используется название представителей фауны, типичных для территории проживания той или иной языковой общности.

В то же время в языке можно встретить фразеологизмы, в которых зооним обозначает животное, которое сложно отнести к типичным представителям данного ареала, например, *слон – Elefant* (*aus einer Mücke einen Elefanten machen* – *делать из мухи слона*; *wie ein Elefant im Porzellanladen* – *слон в посудной лавке*; *dick wie ein Elefant* – *толстый как слон*). Благодаря всемирной литературе, в частности влиянию басен, а также общекультурному развитию человека такое животное, как слон, известно всем, а присутствие подобных фразеологизмов в разных языках говорит об их универсальном характере. Мотивированность в этих случаях обусловлена, с одной стороны, очевидными биологическими характеристиками или внешним сходством, с другой – существующими повсеместно стереотипными представлениями о слоне. Именно это позволяет зооморфным сравнениям «встраиваться» в характеристику антропонима, понимаемого нами, вслед за Е. И. Шендельс, в широком смысле, как совокупность лексем, называющих человека [Гулыга, Шендельс 1969, с. 135].

Стоит отметить, что не только физические параметры слона могут служить основой для фразеологического сравнения, но и психические, такие как память. Ученые установили, что слоны обладают феноменальной памятью на протяжении всей жизни [Der Elefant vergisst nie URL], это находит отражение во фразеологизме *ein Gedächtnis wie Elefant(en) haben*. Так, в примерах (1) и (2) мафии и совету предприятия приписывается уникальная способность долго помнить, вероятно, в первую очередь нечто плохое, так как часто люди ошибочно объясняют агрессивное поведение этого животного его злопамятностью:

1. „Die Mafia hat ein Gedächtnis wie ein Elefant“, hat der einstige Oberermittler Giovanni Falcone Portrait einmal gesagt, „und wartet mit ihrer Vergeltung oft Jahre, bis sich der günstige Moment ergibt“ (*Der Tagesspiegel*. 25.09.2000).

2. Ein VW-Manager: „Die Betriebsräte haben ein Gedächtnis wie Elefanten“ (*Die Zeit*. 02.11.1990).

Зооморфные сравнения в языке

Категория сравнения является одной из базовых ментальных и языковых категорий, именно с ее помощью осуществляется отражение существенных свойств, черт сходства и / или различия, отношений явлений действительности по наличию ассоциативных связей

между ними. С точки зрения лингвистики сравнение выступает как некая языковая единица, которая дает получателю новую информацию об окружающей действительности на основе уже известных социуму образов. Повторяющиеся сравнения в языке со временем могут восприниматься носителями как фразеологические единства.

Многовековой опыт общения и наблюдения за представителями фауны позволяет человеку, на основе имеющихся ассоциативных связей, порождать зооморфные сравнения. Как правило, в семантике сравнения задействуются ассоциативно-образный и коннотативный аспекты, которые являются культурно детерминированными [Карпенко 2006, с. 11–13]. Анализ устойчивых сравнений с компонентом *Elefant* был проведен с опорой на предложенную С. М. Мезениным структуру сравнения, которая включает в себя три компонента: агента (*secundum comparationis*), референта (*primum comparationis*) и модуль сравнения (*tertium comparationis*) [Мезенин 1983, с. 48–57]. Агентом в структуре сравнения выступает языковая единица, необходимая и специально привлекаемая для описания другого предмета или явления. Референт представляет собой языковую единицу, описываемую и / или объясняемую при помощи агента. Под модулем сравнения принято понимать то свойство, на основании которого соотносятся референт и агент.

В качестве агента сравнения в анализируемых в статье контекстах выступает *Elefant*. Референтом же в отобранных для исследования примерах выступает *человек, антропоним, или части его тела*.

В разных примерах модулем сравнения, активизирующим ассоциативный потенциал лексемы, оказывается внешний вид (облик, особенности внешности, например масса тела или сила), внутренние качества (имманентные либо ситуативно обусловленные). Сам факт уподобления референта сравнения агенту может быть выражен в языке как эксплицитно, т. е. быть выражен лексически (например, через сравнительный союз *wie*: *dick wie ein Elefant*), так и имплицитно, т. е. лишь подразумеваться (например, *Elefantenbein*).

Внешний вид и внутренние качества как модуль в зооморфном сравнении

Контексты сравнения с элементом *Elefant*, как показал анализ, часто используются в качестве образной характеристики человека. В основе образа лежит стереотипное представление о слоне как

о существе, имеющем большой вес и способного своим большим телом невольно сломать что-либо меньшее по размеру. Этот образ закреплён в самой лексеме *Elefant*, а также находит свое языковое выражение в сложном слове *Elefantenbein*, в конструкции *dick wie ein Elefant*, а также во фразеологизме *wie ein Elefant im Porzellanladen*.

Несмотря на то, что специалисты ставят под сомнение утверждения о неуклюжести этих животных, о чем говорит зоолог, заместитель директора Зоологического института РАН А. Н. Тихонов [Пять мифов про слонов ... URL], «прозрачность» образа способствует высокой частотности и широте употребления этих фразеологизмов в различных контекстах:

3. Erstens hab ich mir nichts gebrochen, und zweitens blieb die Cola-Flasche in meiner Hand heile. Die ist nämlich ein Kunstwerk (eine Spezialedition des Limonadeherstellers), was man von meinem Fuß selbst in gesundem Zustand nicht behaupten kann. Jetzt erst recht nicht, jetzt ist er *dick wie ein Elefant* und blau-grün-gestreift (*Der Tagesspiegel*, 31.05.2005).

В примере (3) автор статьи, спускаясь по лестнице, подворачивает ногу. Результат – распухшая нога, которая сравнивается по аналогии со слоновьей, подчеркивая так ее новый размер (модулем сравнения выступает размер).

4. Er war so ungesund braun gebrannt, wie das nur in Sonnenstudios gelingt, er hatte eine graue Bomberjacke an, *einen Hals so dick wie ein Elefantenbein* (*Die Zeit*, 07.02.2008).

При описании мужчины в примере (4) используется аналогичное сравнение на основе сходства размера, как в примере (3), однако сравниваются уже не одинаковые части тела, а шея с ногой.

5. Ich komme mir manchmal *wie ein Elefant im Porzellanladen* vor, wenn ich über die Probleme anderer Männer mit Frauen höre, weil ich, vielleicht aus Mangel an Sensibilität, keinen Sinn dafür habe (*Die Zeit*, 14.08.1987).

Фразеологизм *wie ein Elefant im Porzellanladen*, использованный в примере (5) имеет универсальный характер, так как встречается во многих языках. Так, в словаре сравнений русского языка этот фразеологизм трактуется следующим образом: «Как слон в посудной лавке. *Ирон.* О большом, неповоротливом и неуклюжем человеке, оказавшемся в тесной обстановке, среди ломких, хрупких вещей» [Мокиенко

2003]. Но несмотря на универсальный характер фразеологизма и общекультурный компонент, в немецком языке, в отличие от русского, во фразеологизме подчеркивается, скорее, неуместное поведение человека, особенно в ситуациях, требующих деликатного подхода, а не физические сходства и неуклюжесть человека и слона. Это отражено в дефиниции немецкого фразеологизма на сайте *redensarten-index.de: sich taktilos / tölpelhaft / unhöflich / rüpelhaft / plump / ungeschickt / grob benehmen*. Так, в примере (5) модулем сравнения можно назвать уже внутренние качества – *Mangel an Sensibilität*.

Зооморфные сравнения в характеристике антропонимов

Отдельного внимания заслуживают контексты, где зооморфное сравнение с *Elefant* служит для описания известных людей, преимущественно политиков и их поведения в определенных ситуациях:

6. Jeder hatte einen Namen, ein Gesicht und eine Statur wie Polt selber. Verkörperte Mißstände: Strauß, Gauweiler, Everding – die alte Zeit. *Leute mit einer Verdrängung wie Elefanten* und der Schlaueheit von Großbauern (*Die Zeit*, 07.05.1993).

Пример (6) был взят из статьи «Wilde unterwegs», которая появилась в газете *Die Zeit* в 1993 г. с таким подзаголовком: «Theater in München: Gerhard Polt, ein Elefant aus der grauen Hochzeit des Kabarett», in «Tschurangrati». Статья была посвящена известному немецкому сатирику, актеру Герхарду Польту, который после долгого перерыва показывал публике свою новую программу, состоявшую из серии скетчей о вымышленной стране *Tschurangrati* в Африке. Сатирик часто придумывает героев чем-то похожих на него самого, например большими размерами, которые, в свою очередь, порождают сравнения со сломом. Но и сама манера выступления также находит отражение в сравнениях: «Wenn Elefanten schlaksig wirken könnten: Das ist Dr. Leinweber-Polt» (*Die Zeit*, 07.05.1993). Таким образом, через слово *schlaksig* (неуклюжий, неловкий) удастся достичь похожего эффекта, как во фразеологизме *wie ein Elefant im Porzellanladen*, а использование модального глагола *können* в форме Конъюнктив II в условном предложении создает «дополненную реальность». Так, наполнение самого антропонима *Gerhard Polt* расширяется посредством приращения к нему новой характеристики.

7. Norbert Blüm *benimmt sich vielleicht manchmal wie ein Elefant im Porzellanladen* (Berliner Zeitung, 20.12.1995).

Представленное в примере (7) сравнение Норберта Блюма со слонем выражает критическое отношение к самому политику. Немецкий политик Норберт Блюм на протяжении 16-и лет возглавлял Министерство труда в кабинете Гельмута Коля и активно развивал идею социального государства и бизнеса, но несмотря на свои заслуги он, как многие политики, неоднократно подвергался критике со стороны СМИ и общественности. В этом случае критика выражена сравнением, в основе которого лежит модуль сравнения – ситуативные внутренние качества, *wie ein Elefant im Porzellanladen* в составе полного фразеологизма *sich wie ein Elefant im Porzellanladen benehmen*, которая «смягчается» модальными словами *vielleicht* и *manchmal*.

8. Der *benimmt sich wie ein Elefant im Porzellanladen*, schimpft der sozialdemokratische EU-Abgeordnete Martin Schulz stellvertretend für viele seiner Kollegen (Die Zeit. 20.10.2005).

Мартин Шульц, известный немецкий политик и депутат Европарламента, в примере (8) критикует своего коллегу Чарли Макриви (англ. *Charlie McCreevy*) за его неосторожные слова во время визита в скептически настроенную по отношению к ЕС Швецию, используя фразеологизм *sich wie ein Elefant im Porzellanladen benehmen*. В качестве модуля сравнения, как и в примере (7), задействуются ситуативные внутренние качества. Своим поведением, по мнению Шульца, Макриви негативно влияет на популярность Евросоюза в глазах шведов.

Заключение

Зооморфные сравнения в характеристике антропонима имеют большой потенциал для дальнейшего изучения, так как в их основе лежат представления человека о характере, внешности, поведении, состоянии животного как анималистического образа, с которым затем сравнивается и сам человек. При этом зооморфное сравнение используется не только для описания путем сравнения, например, *dick wie ein Elefant*, но и для оценки, т. е. в коннотативном значении. Так, в немецком фразеологизме *sich wie ein Elefant im Porzellanladen benehmen* прослеживается негативная оценка, обусловленная, вероятно, возможной реакцией человека на «смоделированную» ситуацию нахождения слона в посудной лавке и последствия этого.

Возможность варьировать модуль сравнения (внешние признаки, внутренние качества, ситуативно обусловленные параметры) в зависимости от эффекта, которого нужно достичь, позволяет значительно расширить характеристику антропонима, участвующего в сравнении и выступающего референтом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Воробьев В. В.* Лингвокультурология: (теория и методы). М. : Изд-во Российского университета дружбы народов, 1997. 331 с.
- Гулыга Е. В., Шендельс Е. О.* Грамматико-лексические поля в современном немецком языке. М. : Просвещение, 1969. 184 с.
- Карпенко Е. И.* Лингвокультурологические аспекты немецких зооморфных метафор (на материале современной прессы ФРГ) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2006. 25 с.
- Мезенин С. М.* Образность как лингвистическая категория // Вопросы языкознания. 1983. Вып. № 6. С. 48–57.
- Мокиенко В. М.* Словарь сравнений русского языка. СПб. : Норинт, 2003. 608 с.
- Полехина Е. А.* Зооморфизмы в молодежном жаргоне (на примере русского и американского варианта английского языков) // *Lingua mobilis*. 2011. № 7 (33). С. 139–144.
- Пять мифов про слонов, или Правда о злых розовых слонах-алкоголиках. URL: gia.ru/20120922/756532926.html (дата обращения: 10.09.2019).
- Срезневский И. И.* Мысли об истории русского языка. М. : Либроком, 2007. 136 с.
- Телия В. Н.* Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с.
- Тер-Минасова С. Г.* Язык и межкультурная коммуникация. М. : Высшая школа, 2000. 259 с.
- Der Elefant vergisst nie. URL: fr.de/wissen/elefant-vergisst-11358904.html (дата обращения: 17.12.2018).
- Dobrovolskij D.* On cultural component in the semantic structure of idioms // *Europhras 97: Phraseology and paremiology*. Bratislava : Akademia PZ, 1998. P. 55–61.
- Piirainen E.* Phrasems from a cultural semiotic perspective // *Phraseology : an international handbook of contemporary research*. Berlin ; New York : De Gruyter. 2007. Vol. 1. P. 208–219.
- Redensarten-index.de. URL : www.redensarten-index.de/suche.php (дата обращения: 10.09.2019).

REFERENCES

- Vorob'ev V. V.* Lingvokul'turologija: (teorija i metody). M. : Izd-vo Rossijskogo universiteta družby narodov, 1997. 331 s.
- Gulyga E. V., Shendel's E. O.* Grammatiko-leksicheskie polja v sovremennom nemeckom jazyke. M. : Prosveshhenie, 1969. 184 s.
- Karpenko E. I.* Lingvokul'turologicheskie aspekty nemeckih zoomorfnyh metafor (na materiale sovremennoj pressy FRG) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2006. 25 s.
- Mezenin S. M.* Obraznost' kak lingvisticheskaja kategorija // Voprosy jazykoznanija. 1983. Vyp. № 6. S. 48–57.
- Mokienko V. M.* Slovar' sravnenij russkogo jazyka. SPb. : Norint, 2003. 608 s.
- Polehina E. A.* Zoomorfizmy v molodezhnom zhargone (na primere russkogo i amerikanskogo varianta anglijskogo jazykov) // Lingua mobilis. 2011. № 7 (33). S. 139–144.
- Pjat' mifov pro slonov, ili Pravda o zlyh rozovyh slonah-alkogolikah. URL: ria.ru/20120922/756532926.html (data obrashhenija: 10.09.2019).
- Sreznevskij I. I.* Mysli ob istorii russkogo jazyka. M. : Librokom, 2007. 136 s.
- Telija V. N.* Russkaja frazeologija. Semanticheskij, pragmaticheskij i lingvokul'turologicheskij aspekty. M. : Shkola «Jazyki russkoj kul'tury», 1996. 288 s.
- Ter-Minasova S. G.* Jazyk i mezhkul'turnaja kommunikacija. M. : Vysshaja shkola, 2000. 259 s.
- Der Elefant vergisst nie. URL: fr.de/wissen/elefant-vergisst-11358904.html (data obrashhenija: 17.12.2018).
- Dobrovol'skij D.* On cultural component in the semantic structure of idioms // Europhras 97: Phraseology and paremiology. Bratislava : Akademia PZ, 1998. P. 55–61.
- Piirainen E.* Phrasems from a cultural semiotic perspective // Phraseology : an international handbook of contemporary research. Berlin ; New York : De Gruyter. 2007. Vol. 1. P. 208–219.
- Redensarten-index.de. URL : www.redensarten-index.de/suche.php (data obrashhenija: 10.09.2019).

А. Э. Левицкий, И. Сюй

Левицкий А. Э., доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова; e-mail: andrelev@list.ru

Сюй И., аспирант кафедры лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова; e-mail: milaxu@yandex.ru

**СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ КОНЦЕПТОВ
«ГОРЬКИЙ» / «BITTER» / «苦» В РУССКОЙ, АНГЛИЙСКОЙ
И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ**

Статья посвящена сходству и различиям концептов **горький** / **bitter** / **苦** в русской, английской и китайской лингвокультурах. Методами исследования являются концептуально-семантический, сопоставительный и прототипический анализ. В исследовании рассматриваются лексические значения вербализаторов данных концептов и выявляются часто употребляемые устойчивые выражения с этими лексемами. Результаты показывают, что представления и оценки о горьком вкусе совпадают в трех лингвокультурах, а различия состоят в прототипах. Кроме того, в каждой лингвокультуре наблюдается ряд этноспецифических когнитивных признаков.

Ключевые слова: сопоставительная лингвистика; лингвокультура; концепт; вкус; горький.

A. E. Levitsky, Y. Xu

Levitsky A. E., Doctor of Philology (Dr. habil.), Professor at the Department of Linguistics, Translation and Intercultural Communication, Faculty of Foreign Languages and Area Studies, Lomonosov Moscow State University; e-mail: andrelev@list.ru

Xu Y., Postgraduate Student, Department of Linguistics, Translation and Intercultural Communication, Faculty of Foreign Languages and Area Studies, Lomonosov Moscow State University; e-mail: milaxu@yandex.ru

**A COMPARATIVE STUDY OF THE CONCEPTS “GORKY” / “BITTER” / “KU”
IN RUSSIAN, ENGLISH AND CHINESE LINGUOCULTURES**

The article is devoted to the similarities and differences of the concepts **gorky** / **bitter** / **ku** in Russian, English and Chinese linguocultures. The research methods include conceptual-semantic, comparative and prototype analyses. The lexical meanings of the concept verbalizers are considered, as well as frequently used phraseological units which contain these lexemes. The results show that

the general idea and subjective assessment of the bitter taste coincide in the above linguocultures, the differences are observed in their prototypes. Besides, the sets of ethnically specific cognitive features are sampled out in each of these linguocultures.

Key words: comparative linguistics; linguoculture; concept; taste; bitter.

Введение

Глобализация – одна из главных черт начала XXI в. Ее суть заключается в том, что это естественный процесс интеграции человечества. В данном процессе важную роль играет то, как люди приходят к взаимопониманию, преодолевая различные границы: административные, национальные, этнические, профессиональные, социальные, а также языковые и культурные. Этой областью занимаются разные отрасли знания, в том числе *межкультурная коммуникация*, которая рассматривает такие вопросы в междисциплинарном аспекте в рамках лингвистики, культурологии, психологии, антропологии и других наук.

В настоящее время успешная межкультурная коммуникация должна иметь лингвокультурологическую базу. Межкультурная коммуникация имеет ярко выраженную прикладную ориентацию, а *лингвокультурология*, изучающая проявления «культуры народа, которые отразились и закрепились в языке» [Маслова 2001, с. 9], исследует именно реальные коммуникативные процессы, национальный менталитет и определенным образом отобранную и организованную совокупность культурных ценностей, и, следовательно, дает системное описание картины мира и обеспечивает выполнение различных коммуникативных задач [Воробьев 2008].

В лингвокультурологии одним из ключевых понятий и объектов исследований является *концепт*. Считается, что каждая лингвокультура обладает уникальным набором концептов, которые связывают язык, мыслительный процесс и объективный мир, отражают характерные черты познания мира, и обеспечивают многообразие и богатство национальных культур и языков. Однако в науке единого определения концепта до сих пор нет. Так, концепт в понимании Е. С. Кубряковой – это «оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [Краткий словарь когнитивных терминов 1997, с. 90]. По мнению В. Н. Телии, это «всё то, что мы знаем об объекте во всей экстенсии этого знания»

[Телия 1996, с. 97], который представляет собой семантическую категорию наиболее высокой степени абстракции, включающую частные значения конкретизации общей семантики. В. В. Красных понимает концепт как «максимально абстрагированная идея “культурного предмета”, не имеющего визуального прототипического образа, хотя и возможны визуально-образные ассоциации, с ним связанные» [Красных 2003, с. 272]. В. А. Маслова определяет его как ментальное национально-специфическое образование, планом содержания которого является вся совокупность знаний о данном объекте, а планом выражения – совокупность языковых средств (лексических, фразеологических, синтаксических и др.). Следовательно, концептами можно считать не любые понятия, «а лишь наиболее сложные и важные из них, без которых трудно себе представить данную культуру» [Маслова 2004, с. 27]. Иными словами, в лингвокультурологическом направлении стоит уделить внимание концептам, имеющим культурную значимость и выраженным в соответствующем языке, поскольку изучение такого рода концептов позволяет понять выраженные в языке отличительные особенности культурно-исторического опыта того или иного народа, что является важной частью не только лингвистических, но и культурологических исследований [Шурыгина 2014, с. 184].

Концепт по своей природе является невербальным образованием. Получить доступ к его содержанию возможно только посредством языка. Однако концепт вербализуется не всегда полностью, а чаще всего частично [Анисимова 2018, с. 46]. В связи с этим анализ концепта в рамках лингвокультурного подхода позволяет раскрыть его содержание наиболее целостно и дает возможность «представить когнитивную деятельность индивида сквозь призму ее результатов, отраженных в процессах вербализации внеязыковых данных и последующей коммуникативно-деятельностной активности» [Левицкий 2016, с. 143].

В последнее время концепт ВКУС начал привлекать внимание ученых гуманитарных наук (в том числе лингвистов и культурологов) в связи с развитием нейробиологии, органолептики, трофологии [Холмс 2017]. Поскольку принятие пищи совместно с восприятием вкуса представляет собой одно из важнейших бытовых действий человека, анализ языковых и культурных явлений, касающихся этого действия, безусловно способствует пониманию важных культурных

ценностей, менталитета, ассоциативной сети и мыслительного процесса у представителей исследуемой лингвокультуры.

Горький – один из базовых вкусов, который исторически ассоциировался с неприятным ощущением во многих культурах. Такой вкус в основном присущ лечебным растениям, кофе, какао, некоторым сортам фруктов и овощей (грейпфрут, помело, брокколи и др.). В ряде работ рассматривается этот вкус, соответствующий концепт и его вербализаторы в разных языках. Так, Т. М. Матвеева исследовала перцептивную категорию горького вкуса и лингвистические средства ее реализации в русском и английском языках [Матвеева 2005]. Ф. Шан сопоставила метафоры, касающиеся **甜** / *sweet* и **苦** / *bitter* в китайской и английской лингвокультурах [Шан 2006]. Ц. Ху проанализировала различия концептуальных метафор **苦** / *bitter* в китайской и английской культурах [Ху 2010]. Б. Н. Жантурина изучила структуру многозначности прилагательных *bitter* и *горький* в русском и английском языках [Жантурина 2011]. Е. Ю. Яровая сравнила особенности концепта **горький** в русской, французской и английской лингвокультурах [Яровая 2013]. Е. Ю. Смирнова же исследовала концепт **горький** и его место в ценностно-смысловом пространстве языка [Смирнова 2016].

В данной работе рассматриваются прямые и переносные значения прилагательных *горький* / *bitter* / **苦** в русском, английском и китайском языках, а также анализируются часто употребляемые устойчивые выражения, содержащие эти лексемы. На этой основе выделяются основные этноспецифические когнитивные признаки концептов **горький** / *bitter* / **苦**, их семантические структуры, сходства и различия с целью обеспечения понимания особенностей познания мира и вербализации информации носителями трех языков и обеспечения качественной межкультурной коммуникации.

Особенности вербализации концептов *горький* / *bitter* / **苦** в русском, английском и китайском языках

Прилагательные *горький* / *bitter* / **苦** в прямых значениях определяются следующим образом:

горький – имеющий своеобразный едкий и неприятный вкус [Словарь русского языка URL];

горький – *имеющий острый, неприятный, едкий вкус, свойственный хине, полыни, горчице* [Большой толковый словарь русского языка URL];

bitter – *with an unpleasantly sharp taste* – *имеющий неприятный едкий вкус*¹ [Cambridge Dictionaries URL];

bitter – *having a sharp, pungent taste or smell; not sweet* – *имеющий едкий, острый вкус или запах; несладкий* [Oxford dictionaries Lexico URL];

苦 – *像胆汁或黄连的滋味, 与“甘”相对* – *вкус, свойственный желчи или коптису китайскому, несладкий* [在线新华字典 URL].

Сопоставляя прямые значения приведенных выше прилагательных, отметим, что:

– во-первых, в русской и английской лингвокультурах *горький* воспринимается как *некий острый неприятный вкус*, а подобная негативная оценка не встречается в китайской лингвокультуре;

– во-вторых, в английской и китайской лингвокультурах противопоставляются *горький* и *сладкий* вкусы, но такое отношение не было зафиксировано в русской лингвокультуре;

– в-третьих, прототипами *горького* вкуса в русской лингвокультуре являются *хина, полынь и горчица*, в китайской – *желчь и коптис китайский*, а в английской прототип этого вкуса четко не определяется.

На этапе анализа и сопоставления переносных значений к источникам эмпирического материала относятся:

- четыре толковых словаря русского языка (Толковый словарь живого великорусского языка В. И. Даля, Словарь русского языка С. И. Ожегова, Большой толковый словарь русского языка С. А. Кузнецова, Толковый словарь русского языка Д. Н. Ушакова);

- три толковых словаря английского языка (Cambridge Dictionaries, Oxford Dictionaries Lexico, Collins online Dictionary);

- два толковых словаря китайского языка (在线新华字典, 现代汉语词典).

В бытовой речи лексемы *горький / bitter / 苦* активно используются в следующих переносных значениях:

¹ Зд. и далее перевод авт. – А. Л., И. С.

1) **горький:**

- горестный, тяжелый (*горькая* доля; *горькая* судьба);
- неприятный (*горькая* истина);
- несчастный (*горький* сирота);

2) **bitter:**

- сердитый, неприятный (*I feel very **bitter** about my childhood and all that I went through*);
- вызывающий горечь или гнев (*She learned through **bitter** experience that he was not to be trusted*);
- вызывающий разочарование (*I think the decision was a **bitter** blow from which he never quite recovered*);
- выражающий ненависть или гнев (*He gave me a **bitter** look*);
- острый, саркастический (***bitter** words*);
- очень резкий, неприятный (*a **bitter** wind*; *It's **bitter** outside*);

3) **苦:**

- неприятный (痛苦; 苦果);
- несчастный (苦命);
- мучительный (痛苦);
- тяжелый (苦差事; 苦工);
- бедный (苦哈哈; 苦日子);
- трудолюбивый, усердный (劳苦);
- тщательный, старательный (苦心);
- чрезмерно холодный (苦寒);
- жестокий (苦刑).

Проанализировав производные значения приведенных выше прилагательных, делаем выводы, что, во-первых, в трех лингвокультурах концепты **горький** / **bitter** / 苦 обладают негативной оценкой и ассоциируются с неприятными ситуациями, событиями и ощущениями. Во-вторых, в русской лингвокультуре наблюдаются когнитивные признаки «горечь», «тяжесть» и «несчастье»; в английской – «горечь», «гнев», «разочарование», «ненависть», «сарказм» и «холод»; а в китайской – «несчастье», «мучение», «тяжесть», «бедность», «трудолюбие», «усердие», «старательность», «холод» и «жестокость».

Помимо вышеизложенного, вербализаторы *горький* / *bitter* / 苦 также употребляются в составе фразеологических единиц (далее – ФЕ). В данное исследование включены лишь ФЕ, которые в настоящее время активно употребляются в трех лингвокультурах, т. е. культурно репрезентативные выражения, передающие ключевые ценности,

убеждения, стереотипы и отражающие особенности ассоциативного мышления этноса:

1) в русской лингвокультуре:

- **горькая** пилюля (о чем-либо неприятном, обидном);
- горе **горькое** (очень большая неприятность, беда);
- **горьким** опытом *прийти/узнать/познать* (убедиться в чем-либо путем тяжелых испытаний);
- *пить / выпить / испить горькую чашу (до дна)* (испытать, изведать в полной мере какие-либо страдания, горести);
- как **горькая** редька; хуже **горькой** редьки (в высшей степени, невыносимо);
- **горький** пьяница (пьющий запоем, безнадежный алкоголик);

2) в английской лингвокультуре:

- *a **bitter** pill (to swallow)* (нежелательная или неприятная ситуация, которую приходится испытать);
- ***bitter** medicine* (неприятная ситуация, которую приходится испытать);
- *the **bitter** fruits* (неприятный результат чего-либо);
- *to the **bitter** end* (дойти до конца чего-то сложного, даже если конец будет плохим);
- *the weed of crime bears **bitter** fruit* (преступления не оправдываются);

3) в китайской лингвокультуре:

- 愁眉苦脸 (с кислой миной, с удрученным видом);
- 艰苦卓绝 (очень тяжелый, тяжелейший);
- 艰苦朴素 (быть скромным в запросах);
- 苦不堪言 (крайне тяжело, мучительно);
- 凄风苦雨 (бедствие, несчастье);
- 孤苦伶仃 (лишенный заботы и поддержки);
- 嘴甜心苦 (красиво говорить со злым умыслом);
- 苦口婆心 (терпеливо и доброжелательно);
- 苦心孤诣 (не жалеть усилий);
- 煞费苦心 (стараться, изо всех сил);
- 用心良苦 (внимательно, старательно, изо всех сил);
- 皇天不负苦心人 (усердный человек обязательно добьется своего);
- 苦药治病, 甜言误人 (нужно научиться принимать неприятную правду);

- 不怕少年苦, 只怕老来穷 (надо трудиться изо всех сил в молодости, чтобы в старости жить хорошо);
- 莲子心中苦, 梨儿腹内酸 (душа родителей болит за скорое расставание со своим сыном).

Приведенные выше ФЕ относятся к часто употребляемым. Они показывают, что в сопоставляемых лингвокультурах концепты **горький / bitter / 苦** в основном обладают негативными оттенками значения и ассоциируются с неприятностью, тяжестью или страданием. Лишь в китайской лингвокультуре 苦 может содержать такие признаки, как трудолюбие, усердие и напряжение, которые считаются положительными качествами человека.

Заключение

Таким образом, сделаем следующие выводы:

- 1) общие представления о горьком вкусе как физиологическом ощущении совпадают у носителей русского, английского и китайского языков, но прототипы этой категории различаются в каждой из трех лингвокультур: в русской – это хина, полынь и горчица, в китайской – желчь и коптис китайский, а в английской они не определены;
- 2) во всех сопоставляемых лингвокультурах концепты **горький / bitter / 苦** ассоциируются с неприятными ситуациями, состояниями, условиями, событиями или ощущениями;
- 3) помимо этого, в каждой из трех лингвокультур у соответствующего концепта наблюдается и ряд других этноспецифических когнитивных признаков. Объем семантики вербализаторов различается в сопоставляемых лингвокультурах – в китайской он шире, чем в английской и русской за счет метафорического и метонимического переносов;
- 4) устойчивые выражения с вербализаторами *горький / bitter / 苦*, формируемые на основе переноса значений и отражающие характерные черты ассоциативно-вербальной сети, более широко употребляются в повседневной речи носителей китайского языка, чем русского-ворящими и англоговорящими.

Итак, изложенные выше факты являются показателем того, что концепты **горький / bitter / 苦** формируются не единообразно в русской, английской и китайской лингвокультурах, несмотря на общность физического ощущения, присущего человеку как биологическому виду.

Сопоставительное изучение этих концептов в лингвокультурологическом аспекте способствует выявлению их семантических структур, функциональных признаков и ментальных репрезентаций. В целом, результаты исследования определяют существенные особенности когнитивных и ценностных лингвокультурных ориентаций сопоставляемых лингвокультур, реализуемые вербальными средствами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Анисимова В. Б.* Функционально-когнитивная семантика репрезентантов концепта «отношение» в английском языке // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 15 (810). С. 44–61.
- Большой толковый словарь русского языка / отв. ред. С. А. Кузнецов. URL: gufo.me/dict/kuznetsov (дата обращения: 25.11.2019).
- Воробьев В. В.* Лингвокультурология : монография. М. : РУДН, 2008. 336 с.
- Жантурина Б. Н.* Структура многозначности прилагательного «bitter» в русском и английском языках // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 11 (226). С. 47–51.
- Красных В. В.* «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М. : Гнозис, 2003. 375 с.
- Краткий словарь когнитивных терминов / отв. ред. Е. С. Кубрякова. М. : Филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. 245 с.
- Левицкий А. Э., Сюй Ли* Репрезентация события и проблема концептуализации информации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2016. Вып. 7 (746). С. 141–155.
- Маслова В. А.* Лингвокультурология. М. : Академия, 2001. 208 с.
- Маслова В. А.* Когнитивная лингвистика. Минск : Тетра-Системс, 2004. 256 с.
- Матвеева Т. М.* Перцептивная категория вкуса и лингвистические средства ее реализации : дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2005. 183 с.
- Словарь русского языка / отв. ред. С. И. Ожегов. URL: slovarozhegova.ru (дата обращения: 25.11.2019).
- Смирнова Е. Ю.* Категория ВКУС в ценностно-смысловом пространстве языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2016. 24 с.
- Телия В. Н.* Русская фразеология. Семантический, прагматический, лингвокультурологический аспекты. М. : Языки русской культуры, 1996. 288 с.
- Холмс Б.* Вкус: наука о самом малоизученном человеческом чувстве. М. : Альпина Паблишер, 2017. 346 с.
- Шурыгина Е. Н.* Понятие «картина мира» в лингвокультурологическом освещении // Ярославский педагогический вестник. 2014. № 3. Т. 1. С. 184–187.

- Яровая Е.Ю. Лингвокультурологические особенности концепта «вкус» в русской, французской и английской концептосферах // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2013. № 3 (24). С. 184–191.
- Cambridge Dictionaries. URL: dictionary.cambridge.org/ (дата обращения: 25.11.2019).
- Oxford dictionaries Lexico. URL: en.oxforddictionaries.com/ (дата обращения: 25.11.2019).
- 胡倩. 汉英“苦”味觉概念隐喻的差异性分析 // 今日南国. 2010. № 7. 81–82页.
- 尚芳. 汉英“甜”和“苦”味觉隐喻对比: 硕士学位论文. 武汉, 2006. 41页.
- 在线新华字典. URL: <http://xh.5156edu.com> (дата обращения: 25.11.2019).

REFERENCES

- Anisimova V.B. Funkcional'no-kognitivnaja semantika reprezentantov koncepta «otnoshenie» v anglijskom jazyke // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki. 2018. Vyp. 15 (810). S. 44–61.
- Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo jazyka / otv. red. S. A. Kuznecov. URL: gufo.me/dict/kuznetsov (data obrashhenija: 25.11.2019).
- Vorob'ev V.V. Lingvokul'turologija : monografija. M. : RUDN, 2008. 336 s.
- Zhanturina B.N. Struktura mnogoznachnosti prilagatel'nogo «bitter» v russkom i anglijskom jazykah // Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta. 2011. № 11 (226). S. 47–51.
- Krasnyh V.V. «Svoj» sredi «chuzhih»: mif ili real'nost'? M. : Gnozis, 2003. 375 s.
- Kratkij slovar' kognitivnyh terminov / otv. red. E. S. Kubrjakova. M. : Filologicheskij fakul'tet MGU im. M. V. Lomonosova, 1997. 245 s.
- Levickij A. Je., Sjuj Li. Reprezentacija sobytija i problema konceptualizacii informacii // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki. 2016. Vyp. 7 (746). S. 141–155.
- Maslova V.A. Lingvokul'turologija. M. : Akademija, 2001. 208 s.
- Maslova V.A. Kognitivnaja lingvistika. Minsk : Tetra-Sistems, 2004. 256 s.
- Matveeva T.M. Perceptivnaja kategorija vkusa i lingvisticheskie sredstva ee realizacii : dis. ... kand. filol. nauk. Cheljabinsk, 2005. 183 s.
- Slovar' russkogo jazyka / otv. red. S. I. Ozhegov. URL: slovarozhegov.ru (data obrashhenija: 25.11.2019).
- Smirnova E. Ju. Kategorija VKUS v cennostno-smyslovom prostranstve jazyka: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Belgorod, 2016. 24 s.
- Telija V.N. Russkaja frazeologija. Semanticheskij, pragmaticheskij, lingvokul'turologicheskij aspekty. M. : Jazyki russkoj kul'tury, 1996. 288 s.

- Holms B.* *Vkus: nauka o samom maloizuchennom chelovecheskom chuvstve.* М. : Al'pina Pablisher, 2017. 346 s.
- Shurygina E. N.* Ponjatie «kartina mira» v lingvokul'turologicheskom osveshhenii // Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik. 2014. № 3. T. 1. S. 184–187.
- Jarovaja E. Ju.* Lingvokul'turologicheskie osobennosti koncepta «vkus» v rus-skoj, francuzskoj i anglijskoj konceptosferah // Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. 2013. № 3 (24). S. 184–191.
- Cambridge Dictionaries. URL: dictionary.cambridge.org/ (data obrashhenija: 25.11.2019).
- Oxford dictionaries Lexico. URL: en.oxforddictionaries.com/ (data obrashhenija: 25.11.2019).
- 胡倩. 汉英“苦”味觉概念隐喻的差异性分析 // 今日南国. 2010. № 7. 81–82页.
- 尚芳. 汉英“甜”和“苦”味觉隐喻对比 : 硕士学位论文. 武汉, 2006. 41页.
- 在线新华字典. URL: <http://xh.5156edu.com> (data obrashhenija: 25.11.2019).

УДК 811.11-112

Е. И. Мальцева

аспирант кафедры лексикологии и стилистики немецкого языка факультета немецкого языка Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: elizaveta_korshu@mail.ru

ПРОЦЕССЫ ТРАНСТЕРМИНОЛОГИЗАЦИИ В ЛИНГВИСТИКЕ И ИСКУССТВОВЕДЕНИИ

В статье рассматриваются процессы транстерминологизации в лингвистике и искусствоведении, как одного из способов пополнения их терминосистем, и подчеркивается структурная схожесть знаковых систем искусства и естественного языка. Материалом служат элементы терминосистем искусствоведения и лингвистики, отобранные в специальных словарях, энциклопедиях и научных статьях. Для анализа исследуемого материала применяются компонентный, сопоставительный и сравнительно-исторический методы.

Ключевые слова: термин; терминосистема; транстерминологизация; метаязык; коммуникативная система.

E. I. Maltseva

Postgraduate Student, Department of Lexicology and Stylistics of the German Language, Faculty of the German Language, Moscow State Linguistic University;
e-mail: elizaveta_korshu@mail.ru

TRANS-TERM FORMATION IN LINGUISTICS AND ART HISTORY

The paper focuses on trans-term formation in linguistics and art history as a way of expansion of their terminological systems and emphasizes the structural similarity of the sign systems of art and human language. The material for the research includes terminological elements of linguistics and art history selected from terminological dictionaries, encyclopedias and scientific papers. The analysis is conducted with the help of componential, comparative and historical methods.

Key words: term; terminological system; trans-term formation; metalanguage; communication system.

Введение

Одним из способов пополнения терминосистемы искусства является **транстерминологизация**, т. е. процесс перехода термина из одной области знаний в другую, который часто сопровождается изменением семантики термина и его метафоризацией [Вицинская 2009; Мушкина 2019]. На формирование современной искусствоведческой

терминологии большое влияние оказал семиотический подход, который потребовал привлечения новых языковых средств для описания произведений искусства [Вычужанова 2009]. Однако при анализе этимологии некоторых искусствоведческих терминов стало очевидно, что процессы транsterминологизации сопровождали развитие терминосистемы лингвистики и искусствоведения в разных языках и в разные эпохи. При исследовании данного явления мы рассматриваем становление и развитие семантики лексических единиц, вошедших в терминосистемы искусствоведения и лингвистики, и стремимся доказать схожесть между структурой естественного языка и языка искусства.

Материалом исследования являются профессиональные немецкоязычные искусствоведческие статьи, посвященные анализу произведений искусства (музыкальных и танцевальных постановок, полотен художников, скульптур), а также специальные словари и энциклопедии.

1. Терминосистема и метаязык

Отправной точкой нашего исследования является уже устоявшийся оборот *язык искусства* (ср. нем. *Sprache der Kunst*), появившийся в эпоху немецкого романтизма и закрепившийся в литературных произведениях и научных трудах под влиянием идей Вильгельма фон Гумбольдта, который указывал на творческий характер языка:

Der Mensch denkt, fühlt und lebt allein in der Sprache, und muß erst durch sie gebildet werden, um auch die gar nicht durch *Sprache wirkende Kunst* zu verstehen [Фещенко 2016, с. 56].

В начале XX в. формула «язык искусства» нередко используется в трактатах художников и композиторов русского авангарда, таких как В. Кандинский, К. Малевич и А. Скрябин. Позднее язык искусства стал объектом изучения пражских структуралистов (Я. Мукаржовский, Р. О. Якобсон) и семиотиков (Ю. М. Лотман, Ю. С. Степанов, Б. М. Эйхенбаум, Р. Барт, У. Эко и др.) [там же, с. 57]. Исследователи определяют искусство как *коммуникативную систему*, что послужило поводом для сравнения языка и искусства как двух систем, обслуживающих общение между людьми [Чепалов URL]. Понятие «коммуникация» мы рассматриваем с точки зрения семиотики, т. е. как взаимодействие знаковых систем, знаков и кодов [Якобсон URL; Лотман 2002]. По Ю. М. Лотману, искусство представляет собой вторичную знаковую систему, которая может быть переведена в первичную,

т. е. на естественный язык [Лотман 2002]. Процесс «перевода» искусства на естественный язык исследователи называют вербализацией, а ее продукт – метаязыком [Ulrich 1997].

Говоря о перемещении терминов из лингвистики в искусствоведение, мы вынуждены признать очень условное употребление понятия «лингвистика», поскольку процессы транsterминологизации начали происходить еще задолго до становления данной дисциплины. Однако, ввиду отсутствия точного и краткого понятия для номинации лексики, описывающей естественный язык, мы пользуемся обозначением **метаязык лингвистики**, куда помимо терминов языкознания мы включаем и лексемы, используемые в период донаучного изучения языка (риторика, грамматика), а также общую лексику, описывающую язык. Таким образом, понятие метаязыка является более широким по отношению к понятию терминосистемы.

Под **терминосистемой**, вслед за В. М. Лейчиком, мы понимаем модель определенной теории специальной области знаний или деятельности, элементами которой служат лексические единицы (слова и словосочетания) определенного языка для специальных целей какого-либо естественного языка, т. е. термины [Лейчик 2009, с. 32]. Так, В. М. Лейчик определяет термин как «сложное трехслойное образование, включающее: 1) материальный и семантический компоненты; 2) содержательные признаки; 3) терминологическую сущность, т. е. признаки, позволяющие термину описывать определенную специальную сферу человеческих знаний и деятельности» [там же, с. 7]. Наряду с этим определением термин должен отвечать требованиям однозначности, краткости, точности, системности и др. Однако ряд ученых указывают на возможную неточность и расплывчатость значения, характерную для терминологии определенной области знаний при ее формировании или переосмыслении [Лантюхова, Загоровская, Литвинова 2013].

Важным отличием термина от общеупотребительной лексики является специфичность его употребления в целях номинации понятий, которые принадлежат определенной области научного знания. Таким образом, термин, обозначающий данное понятие, является элементом особого фиксированного подязыка и употребляется как таковой в пределах данного подязыка. При использовании того или иного термина в быту имеются в виду поверхностные свойства понятия, а не его научное содержание [Гринев-Гриневич 2008, с. 27].

2. Структурные элементы в музыке и танце

Для представления структуры музыкального и хореографического произведения привлекаются лексемы из метаязыка лингвистики, такие как *Satz*, *Phrase* (в том числе производные от этих лексем), *Vokabel*, *Vokabular* и др.

Немецкая лексема *Satz* является многозначным музыкальным термином, обозначающим:

- 1) музыкальное изложение (*der vierstimmige Satz*);
- 2) партию в оркестре (*der Posaunen-Satz*);
- 3) часть музыкального произведения (*der Kopfsatz einer Sonate*);
- 4) фрагмент музыкального периода (*der erweiterte Nachsatz*) [Wörterbuch der Musik 2016].

Под многозначностью термина мы понимаем наличие у него нескольких значений в пределах одной терминосистемы [Гринев-Гриневич 2008; Лейчик 2009].

С исторической точки зрения первое и самое общее значение лексемы *Satz* (от нем. *sitzen*), зафиксированное в Немецком словаре братьев Гримм, – «что-то составленное, установленное, расположенное» в прямом и переносном смысле. В ранних текстах лексема чаще обозначала деятельность, а в более поздних – результат деятельности, что свидетельствует о семантическом сдвиге в значении [Deutsches Wörterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm URL]. Примечательно, что современные толковые словари, например, Универсальный словарь немецкого языка Дуден приводит в качестве первого значения именно «лингвистическое», т. е. «завершенное речевое высказывание»:

im Allgemeinen aus mehreren Wörtern bestehende, in sich geschlossene, eine Aussage, Frage oder Aufforderung enthaltende sprachliche Einheit (www.duden.de/rechtschreibung/Satz).

По отношению к естественному языку лексема *Satz* используется уже в текстах средневерхнемецкого периода в значении «соответствующий правилам порядок слов» (нем. *die kunstgemäße Anordnung der Worte*).

wâsprüche sam die rôsenclâr,
wâsinnicsatz, wâvündic sin.
Н. v. Freiberg Tristan 5 [там же].

В научном употреблении лексема приобретает значение «тезис, теоретическое положение»:

ehe ich einen **satz** habe, musz ich erst urtheilen, und ich urtheile über vieles, was ich nicht ausmache, welches ich aber thunmusz, sobald ich ein urtheil als **satz** bestimme. Kant 1, 441 [Deutsches Wörterbuch... URL].

Как грамматический термин лексема *Satz* предположительно стала использоваться в труде Ю. Г. Шоттеля *Teutsche Sprachkunst* (1641) для обозначения завершённого высказывания, составленного по определённым грамматическим правилам.

Развитие «музыкального» значения берет начало от лексемы *Gesätz* (однокоренного с *sitzen*, *Satz* и т. д.), используемой в текстах на рубеже XIV–XV вв.:

Wann man bisher lange Lieder gesungen hatte mit fünf oder sechs **Gesätzen**, da machten die Meister nun Lieder <...> [Handwörterbuch der musikalischen Terminologie URL].

Сам термин *Satz* (в частности, *Tonsatz*) появляется в текстах середины XVII в. и обозначает «принцип и результат композиции» (нем. *Prinzip und Resultat des Komponierens*) [там же]. Российский музыковед Ю. Н. Холопов предлагает перевести данный термин как «многоголосное сложение, склад» [Холопов 2006]. Приблизительно с конца XVII – начала XVIII вв. с развитием так называемой музыкальной риторики (нем. *Figurenlehre*) лексема *Satz* приобретает новые «музыкальные» значения, которые в общем виде сводятся к обозначению разного объема завершённого фрагмента произведения.

Wenn wir nun den schlechten *Satz* von vier Täkten hierher setzen <...> [Handwörterbuch... URL].

В настоящее время не представляется возможным точно установить, в какой области лексема стала употребляться раньше. Однако, поскольку музыка нередко выполняла функцию сопровождения текста и напрямую зависела от его смысла и грамматики, становится очевидно, что уже в ранних источниках «лингвистическое» значение предшествовало «музыкальному». Наиболее отчетливо транстерминологизация проявляется при формировании последнего «музыкального» значения термина *Satz*, в котором из грамматики заимствуются такие семы, как смысловая завершенность, связность, наличие структурных правил и принципов. Подобную функцию имеют лексемы

Gedanke и *Aussage*, используемые в музыкальных текстах и выполняющие функцию консубстанциональных терминов, т. е. единиц, которые могут употребляться и в обыденной речи, и в профессиональной [Гринев-Гриневиц 2008, с. 26].

so nutzt Beethoven diesen Teil zusammen mit dem fünften und sechsten **Gedanken** als Orchesterzwischenenspiel (magazin.klassik.com/meisterwerke/template.cfm?MID=22&Seite=1&Start=1).

Die Betonung der musikalischen **Aussage** (www.magazin.klassik.com/meisterwerke/template.cfm?MID=22&Seite=1&Start=1).

Особое место при анализе терминосистем искусствоведения и лингвистики занимают интернациональные термины. Под терминами-интернационализмами понимают единицы специальной лексики, совпадающие по звуковому составу и значению более чем в трех языках. Ядром интернациональных элементов в любой терминосистеме являются лексемы греко-латинского происхождения [Гринев-Гриневиц 2008, с. 65]. Так, лексема *Phrase* приходит в немецкий язык в XVII в. в значении «речевое высказывание» из французского языка, который, в свою очередь, заимствовал лексему из греческого. Позднее *Phrase* стала элементом терминосистем музыки и хореографии и пережила процесс морфологической деривации (*Phrasierung, pharsieren*) (см. табл.).

Таблица

Музыка	Танец
musikalische Phrase (www.dwds.de/wb/Phrase) rhythmische Phrasierung (www.dwds.de/wb/Phrasierung)	eine Phrase tanzen; präzise Phrasierung (www.books.google.ru/books/about/Tanz_Theorie_Text.html?id=swGSu4wasFsC&redir_esc=y)

По этому же принципу в язык искусства перешли лексемы *Vokabular* и *Vokabel*, встречающиеся в метаязыке хореографии для представления отдельных элементов произведения:

das exzentrische Bewegungsvokabular; das akademische Vokabular; postmoderndekonstruierteKlassik-Vokabeln; das Vokabular ist eher natürlich als artifizuell (www.books.google.ru/books/about/Tanz_Theorie_Text.html?id=swGSu4wasFsC&redir_esc=y).

Одним из наиболее ранних примеров транстерминологизации терминов-интернационализмов является лексема *Copula* (лат. «соединение, связка»). Употребление данной лексемы в метаязыках музыки и лингвистики было зафиксировано еще в античных текстах. Так, лексема *copulatio* используется в значении «связка» при толковании различных стилистических фигур, например повтора и перифразы. Позднее данное значение переносится в метаязык музыки для номинации соединения звуков разной высоты в работе Марциана Капеллы *De nuptiis Philologiae et Mercurii* [Handwörterbuch... URL]. Наиболее часто данная лексема встречается в работах музыкальных теоретиков эпохи высокого Средневековья на латинском языке и приходит в немецкий язык в качестве заимствованного термина при переводе средневековых музыкальных трактатов.

die Differenzierung zwischen Discantus, *Copula* und Organum; Die *Copula* wird als <...> eine Satzart definiert ([www.de.wikipedia.org/wiki/Copula_\(Musik\)](http://www.de.wikipedia.org/wiki/Copula_(Musik))).

В современной грамматике данный термин используется для обозначения связующего элемента между подлежащим и сказуемым (например, глагол *sein* в немецком языке).

Употребление лексемы *Copula* в метаязыке музыки связано прежде всего со средневековой музыкальной теорией, где она обозначает разновидность каденции (завершающего гармонического оборота) в многоголосной музыке [Handwörterbuch... URL].

В современных искусствоведческих исследованиях анализ произведений искусства проводится с семиотической точки зрения, что требует привлечения новых языковых средств [Чепалов URL]. Так, важнейшим для культуры и искусства является понятие *текста*. Исследование данного понятия началось в рамках грамматики текста, которая трактует его как единицу языка, имеющую внутреннюю структуру и отличительные характеристики. Благодаря семиотике значение понятия расширяется и выходит за рамки чисто лингвистического понимания и встречается во множестве искусствоведческих статей и энциклопедий в значении «завершенное цельное произведение». Для иллюстрации универсальности данного явления приведем примеры на русском, английском и немецком языках.

Немецкий язык

Tanz als Bewegungstext wird lesbar und beschreibbar (www.books.google.ru/books/about/Tanz_Theorie_Text.html?id=swGSu4wasFsC&redir_esc=y).

Musik als Text (www.magazin.klassik.com/meisterwerke/template.cfm?MID=2&Seite=1&Start=1).

Английский язык

Dance as Text thus provides <...>. Gothic architecture was nothing more and nothing less than a text (www.pdf.semanticscholar.org/969c/643cc73d0858e7dc4ebf39a44fd8fbc27eca.pdf).

Русский язык

при сочинении хореографического текста <...> рисунок танца и танцевальный текст (www.lektsii.org/16-6385.html).

3. Транстерминологизация единиц из искусствоведения

Взаимодействие лингвистики и искусствоведения проявляется и в привлечении *искусствоведческих терминов* в метаязык естественного языка. Особое внимание мы уделяем использованию искусствоведческих терминов для научного описания языка, что указывает на взаимодействие разных терминосистем, а не на детерминологизацию специальной лексики.

Самыми ранними примерами являются латинские лексемы *figura* и *ornamentum*, ставшие базовыми понятиями античной риторики. Анализ этимологии показал, что первоначально лексема *figura* (*внешний вид, образ*) использовалась в античных текстах, посвященных статическим видам искусства (скульптуре, архитектуре), а затем стала термином риторики (лат. *figurae verborum* – *фигуры речи*). В Средние века лексема *figura* обозначала в музыке отдельный нотный знак, а позднее понятие стало охватывать небольшой фрагмент произведения. Примечательно, что с развитием теории музыки в XVII–XVIII вв. лексема *figura* появилась в работах немецких музыкальных теоретиков (И. Бурмейстер, А. Кирхер и др.) в «риторическом» значении (лат. *figura musica* – *музыкальная фигура*) [Захарова URL]. Авторы использовали терминологию риторики для номинации короткой последовательности нот, характеризующейся мелодической высотой, специфической гармонией и ритмической длительностью (следует также

учитывать тот факт, что в трудах по музыкальной теории использовались термины на латинском языке). В качестве примера приведем фрагмент произведения А. Кирхера *Musurgia Universalis* (1650), переведенного на современный немецкий язык:

Die Figuren in unserer Musik sind und leisten dasselbe, wie <...> die verschiedenen Redensarten in der Rhetorik ([de.wikipedia.org/wiki/Figur_\(Musik\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Figur_(Musik))).

С развитием теории танца лексема *Figur* встречается и в хореографии. Таким образом, в современных музыковедческих и хореографических статьях и рецензиях данная лексема служит той же цели, что и лексема *Phrase*, т. е. для номинации небольшого фрагмента произведения:

kurze, schnelle Figuren singen, spielen; musikalische Figurenlehre ([de.wikipedia.org/wiki/Figur_\(Musik\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Figur_(Musik))).

Typisch sind Wickelfiguren für die Salsa; Fallfiguren sind in allen Tänzen verbreitet (www.tanzen-erlernen.net/tanzfiguren).

Те же процессы произошли, по нашему мнению, с лексемой *ornamentum* (украшение). Ее исходное значение относилось к прикладному искусству и обозначало узор, состоящий из ритмически упорядоченных элементов. Предположительно первое употребление лексемы *ornamentum* по отношению к естественному языку можно найти в латинском переводе труда Аристотеля «Поэтика», который обозначил метафору речевым украшением. Современные немецкоязычные авторы, говоря о метафоре и ссылаясь на Аристотеля, используют лексему *Ornament*:

Metapher als Ornament der Sprache; neben dieser ornamentalen Auffassung der Metapher; ornamentale Funktion der Metapher; das Verständnis der Metapher als Ornament (www.ruedigerzill.de/uploads/media/Zill_Messkuenstler_2_Metapher.pdf).

Позднее термин перешел в музыкальную терминосистему и послужил основой для дальнейших производных.

musikalische Ornamentik; Virtuosenmusik, deren reizvolle Melodien in Ornamentik von exquisiter Grazie umrankt (www.archive.org/stream/dieornamentikder0beys/dieornamentikder00beys_djvu.txt).

Более поздний пример транстерминологизации связан со становлением стилистики, фоностилистики и лексикографии. Так, производные от лексемы *Farbe (цвет) – Färbung, gefärbt (окраска, окрашенный)* – используются для указания на разного рода особенности единиц языка, например:

regional gefärbt (*Die Zeit* 03.04.2014);

mundartliche Färbung (www.dwds.de/wb/Färbung).

Заключение

При исследовании процессов транстерминологизации, как одного из путей пополнения терминосистем, речь идет о так называемом обмене специальными лексическими единицами между искусствоведением и лингвистикой, который наблюдается в разных языках и в разные эпохи. Рассмотренные нами лексемы являются примерами транстерминологизации на базе метафорического переноса. Из метаязыка лингвистики, как правило, заимствуются лексемы, обозначающие структурные элементы разной величины, а искусствоведческие термины переходят в область риторики и стилистики. Помимо этого, перемещение того или иного термина зависит и от научной парадигмы, господствующей в определенную эпоху. При переходе в другую систему термин проходит процесс расширения значения и морфологической деривации. Примечательно, что некоторые искусствоведческие термины, перешедшие в метаязык лингвистики, могут вернуться в язык искусства, но в другую область и в другом значении.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Вицинская И. А. Лингводинамические процессы в современной немецкой музыкальной терминологии : дис. ... канд. филол. наук. М., 2009. 218 с.
- Вычужанова Л. К. Язык хореографии: философский анализ : дис. ... канд. философ. наук. Уфа, 2009. 173 с.
- Гринев-Гриневиц С. В. Терминоведение : учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений. М. : Академия, 2008. 304 с.
- Захарова О. И. Фигура // Энциклопедия. URL : www.belcanto.ru/figura.html (дата обращения: 10.04.2019).
- Лантюхова Н. Н., Загоровская О. В., Литвинова Т. А. Термин: определение понятия и его сущностные признаки // Вестник Воронежского института ГПС МЧС России. Воронеж : Ивановская пожарно-спасательная академия ГПС МЧС России. 2013. № 1 (6). С. 42–46.

- Лейчик В. М. Терминоведение. Предмет, методы, структура. 4-е изд. М. : ЛИБРОКОМ, 2009. 256 с.
- Лотман Ю. М. Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб. : Академический проект, 2002. 544 с.
- Мушкина Ю. В. Явление многозначности и процесс терминологизации в современной лингвистике // Известия ВГПУ. 2019. № 2 (135). С. 92–97.
- Фещенко В. В. Искусство как язык, язык как искусство: терминологический и концептуальный трансфер // Труды института русского языка им. В. В. Виноградова. М. : Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН, 2016. Т. 7. № 7. С. 49–69.
- Холопов Ю. Н. Фактура. Мелодия. Контрапункт. Техники композиции // Введение в музыкальную форму. М. : Московская гос. консерватория им. П. И. Чайковского, 2006. 432 с.
- Чепалов А. И. Хореология как научная дисциплина. URL : slavzso.narod.ru/6/Therap.htm (дата обращения: 06.08.2019).
- Якобсон Р. О. Лингвистика и поэтика. URL: philologos.narod.ru/classics/jakobson-lp.htm (дата обращения: 10.10.2018).
- Deutsches Wörterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm. URL: wörterbuchnetz.de/cgi-bin/WBNetz/wbgui_py?sigle=DWB&lemid=GA00001&mode=Vernetzung&hitlist=&patternlist=&mainmode= (дата обращения: 13.08.2019).
- Handwörterbuch der musikalischen Terminologie. URL: daten.digital-sammlungen.de/0007/bsb00070513/images/index.html?fip=193.174.98.30&seite=471&pdfseite= (дата обращения: 10.08.2019).
- Ulrich M. Die Sprache als Sache: Primärsprache, Metasprache, Übersetzung. Tübingen : Narr, 1997. 440 S.
- Wörterbuch der Musik / Malte Korff. 5., durchgesehene Auflage. Stuttgart : Philipp Reclam jun. GmbH & Co. KG, 2016. 277 S.

REFERENCES

- Vicinskaja I. A. Lingvodinamicheskie processy v sovremennoj nemeckoj muzykal'noj terminologii : dis. ... kand. filol. nauk. M., 2009. 218 s.
- Vychuzhanova L. K. Jazyk horeografii: filosofskij analiz : dis. ... kand. filosof. nauk. Ufa, 2009. 173 s.
- Grinev-Grinevich S. V. Terminovedenie : uchebnoe posobie dlja stud. vyssh. ucheb. zavedenij. M. : Akademija, 2008. 304 s.
- Zaharova O. I. Figura // Jenciklopedija. URL: www.belcanto.ru/figura.html (data obrashhenija: 10.04.2019).
- Lantjuhova N. N., Zagorovskaja O. V., Litvinova T. A. Termin: opredelenie ponjatija i ego sushhnostnye priznaki // Vestnik Voronezhskogo institutata GPS MChS Rossii. Voronezh : Ivanovskaja požharno-spasatel'naja akademija GPS MChS Rossii. 2013. № 1 (6). S. 42–46.

- Lejchik V.M.* Terminovedenie. Predmet, metody, struktura. 4-e izd. M. : LIBROKOM, 2009. 256 s.
- Lotman Ju. M.* Stat'i po semiotike kul'tury i iskusstva. SPb. : Akademicheskij proekt, 2002. 544 s.
- Mushkina Ju. V.* Javlenie mnogoznachnosti i process terminologizacii v sovremennoj lingvistike // Izvestija VGPU. 2019. № 2 (135). S. 92–97.
- Feshhenko V.V.* Iskusstvo kak jazyk, jazyk kak iskusstvo: terminologicheskij i konceptual'nyj transfer // Trudy instituta russkogo jazyka im. V. V. Vinogradova. M. : Institut russkogo jazyka im. V. V. Vinogradova RAN, 2016. T. 7. № 7. S. 49–69.
- Holopov Ju. N.* Faktura. Melodija. Kontrapunkt. Tehniki kompozicii // Vvedenie v muzykal'nuju formu. M.: Moskovskaja gos. konservatorija im. P. I. Chajkovskogo, 2006. 432 s.
- Chepalov A.I.* Horeologija kak nauchnaja disciplina. URL: slavzso.narod.ru/6/Thepal.htm (data obrashhenija: 06.08.2019).
- Jakobson R.O.* Lingvistika i pojetika. URL: philologos.narod.ru/classics/jakobson-lp.htm (data obrashhenija: 10.10.2018).
- Deutsches Wörterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm. URL: wörterbuchnetz.de/cgi-bin/WBNetz/wbgui_py?sigle=DWB&lemid=GA00001&mode=Vernetzung&hitlist=&patternlist=&mainmode= (data obrashhenija: 13.08.2019).
- Handwörterbuch der musikalischen Terminologie. URL: daten.digital-sammlungen.de/0007/bsb00070513/images/index.html?fip=193.174.98.30&seite=471&pdfseite= (data obrashhenija: 10.08.2019).
- Ulrich M.* Die Sprache als Sache: Primärsprache, Metasprache, Übersetzung. Tübingen : Narr, 1997. 440 S.
- Wörterbuch der Musik / Malte Korff. 5., durchgesehene Auflage. Stuttgart : Philipp Reclam jun. GmbH & Co. KG, 2016. 277 S.

УДК 811.112

А. О. Мозговая

ст. преподаватель кафедры лексикологии и стилистики немецкого языка
факультета немецкого языка Московского государственного
лингвистического университета; e-mail: alinamozgovaja@rambler.ru

ПРОВОКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ *ТРОЛЛИНГ* И *ХЕЙТИНГ* В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТАХ

В данной статье рассмотрена проблема анализа провокационных стратегий *троллинг* и *хейтинг* в немецкоязычных мультимодальных текстах интернет-коммуникации. В качестве материала исследования отобраны наиболее эмоциогенные сообщения социальной сети Instagram. В ходе исследования было установлено, что основным методом выявления троллей и хейтеров является обнаружение в интернет-тексте эмотивных маркеров, имеющих противоположную полярность по отношению к полярности большинства вербальных и невербальных эмотивных единиц.

Ключевые слова: интернет-коммуникация; эмоция; эмотивная информация; мультимодальный текст; instagram-сообщение; эмотивный маркер; троллинг; хейтинг.

A. O. Mozgovaia

Senior Lecturer, Department of Lexicology and Stylistics of German,
Faculty of the German Language, Moscow State Linguistic University;
e-mail: alinamozgovaja@rambler.ru

PROVOCATIVE STRATEGIES *TROLLING* AND *HATING* IN GERMAN INTERNET TEXTS

The article deals with the problem of analyzing provocative *trolling* and *hating* strategies in German multimodal texts of the Internet communication. The most emotio-genic messages of the Instagram social network were selected as the research material. In the course of the study, it was found that the main method for identifying *trolls* and *haters* is the detection of emotive markers in the Internet text that have the opposite polarity with respect to the polarity of most verbal and non-verbal emotive units.

Key words: internet communication; emotion; emotive information; multimodal text; Instagram post; emotive marker; trolling; hating.

Введение

С появлением Интернета начала свое существование новая форма информационного взаимодействия между людьми – интернет-коммуникация, в основе которой лежит использование цифровых

компьютерных технологий. В настоящее время Интернет позволяет производить электронный обмен информацией. Как многофункциональная среда он обладает огромными возможностями. Интеракция, осуществляемая в виртуальном (от лат. *virtualis* – *возможный*) коммуникативном пространстве, в большинстве случаев аналогична непосредственному общению между людьми и может рассматриваться не только как коммуникативный феномен, но и в качестве высокоомобильного средства межкультурной коммуникации.

С лингвокультурологической точки зрения интернет-коммуникация характеризуется языковой, структурной, социально-групповой и национально-культурной спецификой. В ней, как и в любом другом виде интеракции, важнейшей составляющей является не только информационно-когнитивная, но и эмоциональная компонента, сигнализирующая об эмоциях и чувствах участников виртуальной коммуникации.

Выбор проблематики настоящей статьи обусловлен недостаточной изученностью с лингвистической точки зрения структуры интернет-текстов, содержащих провокационную негативную эмотивную информацию. Вместе с тем одной из задач исследования является разработка эффективного метода выявления в немецкоязычном мультимодальном тексте комментариев и сообщений провокационной направленности.

В предлагаемой статье анализируется эмотивная составляющая интернет-текста с точки зрения эффекта воздействия тех или иных эмотивных информационных единиц на сетевых пользователей. В частности, на примере немецкоязычных мультимодальных текстов социальной сети Instagram охарактеризованы такие провокационные коммуникативные стратегии, как *троллинг* и *хейтинг*.

Эмоциональность как важнейшая стилевая черта интернет-текста

В интернет-коммуникации существуют специфические механизмы репрезентации эмоций. Носителями эмотивной информации, т. е. информации об эмоциональных состояниях онлайн-коммуникантов, являются вербальные и невербальные средства манифестации эмоций, которые предлагается определить соответственно как вербальные и невербальные эмотивные маркеры. В отсутствие аудиовизуального

контакта интернет-коммуниканты посредством эмотивных маркеров в письменном или графическом виде сигнализируют о своих эмоциях в мультимодальных текстах интернет-сообщений. Внедрение информационно-коммуникационных технологий в сферы человеческой деятельности способствует формированию виртуальной коммуникативной среды, представляющей собой семиотическое пространство, создаваемое вербальными и невербальными знаками, являющимися опосредованной проекцией знаковой системы естественной коммуникации [Анищенко 2013, с. 24].

Применительно к виртуальной локализации интернет-сервиса Instagram были определены следующие особенности немецкоязычной сетевой коммуникации:

- широкий спектр обсуждаемых тем и проблем: интернет-коммуниканты выбирают темы по своему усмотрению, подтверждая вывод о дискретности мультимодальных текстов сетевой интеракции;
- пренебрежение лексическими, стилистическими, грамматическими и синтаксическими нормами и правилами языка;
- использование англоамериканизмов;
- непринужденный, естественный, характер коммуникации, использование языковых единиц *повседневной речи* / *повседневного общения*;
- использование диалектных форм и выражений, не исключена бранная и нецензурная лексика;
- употребление *пейоративной лексики* (от лат. *pejorare* – *ухудшать*), т. е. лексических единиц с негативной экспрессивно-оценочной и эмотивной коннотацией: посредством пейоративов отображаются отрицательные эмоции пренебрежения, отвращения, презрения, а также неодобрение, порицание или ирония;
- экспрессивность и эмоциональность общения.

Языковыми единицами, несущими в себе эмоциональное содержание, являются эмотивы. Эмотив – это языковая единица, в семантической структуре которой имеется эмоциональная доля в виде семантического признака, благодаря чему эта единица адекватно употребляется всеми носителями языка для выражения эмоционального отношения / состояния говорящего [Шаховский 2012, с. 24–25].

При интерпретации и анализе немецкоязычных интернет-текстов с точки зрения выявления провокационных сообщений по типу

троллинг и *хейтинг* предлагается выделить следующие основные виды эмотивных маркеров:

1. *Вербальные эмотивные маркеры*, источником возникновения которых является язык:

- междометия (включая звукоподражательные) и междометные единицы;
- инфлективы и акронимы;
- эмотивные лексико-стилистические средства (эмоционально-усилительные или эмоционально-оценочные существительные, прилагательные, глаголы, наречия и др.);
- эмотивные метафоры и фразеологизмы;

2. *Невербальные эмотивные маркеры*, т. е. эмотивные маркеры, образуемые посредством символов, графических пиктограмм, фотоили видеоизображений:

- знаки препинания в эмотивной функции (например, восклицательный и вопросительный знаки; многоточие и др.);
- эмотивные графические средства (эмотиконы, эмодзи и т. д.);
- эмотивные фото- и видеоизображения (эмотивный видеоряд).

3. *Комбинированные эмотивные маркеры* представляют собой комбинацию вербальных и невербальных эмотивных единиц.

Наряду с этим эмотивные маркеры являются составными элементами эмотивного поля, ядром которого становится наиболее эмоциональный маркер.

В зависимости от полярности в интернет-пространстве могут быть сгенерированы эмотивные поля следующих основных четырех типов:

1) *положительное (позитивное) эмотивное поле* – ядром такого поля является эмотивный маркер, отображающий позитивные эмоции *радости / удовольствия и восхищения / интереса*;

2) *отрицательное (негативное) эмотивное поле* – ядром такого поля является эмотивный маркер, отображающий негативные эмоции: *горе, страх, гнев, отвращение, презрение, стыд, вина*;

3) *бивалентное* (лат. *bis* – дважды, *valentia* – сила) *эмотивное поле* – поле, в состав которого входят два эмотивных поля: положительное и отрицательное;

4) *амбивалентное* (лат. *amba* – оба, *valentia* – сила) *эмотивное поле* – поле, отличающееся тем, что однозначно определить его

полярность затруднительно; для такого эмотивного поля характерно одновременное наличие в смешанном виде как положительных, так и отрицательных полей, а также двойственность интерпретации.

В виртуальной коммуникативной среде текст по своему характеру и структуре является мультимодальным. Под мультимодальным (от лат. *multi* – много, *modus* – способ, вид) текстом интернет-коммуникации понимается лингвовизуальный виртуальный контент, в котором преобразование и передача информации осуществляется посредством вербальных и невербальных информационно-коммуникативных единиц, в том числе при репрезентации эмоций. В предлагаемом исследовании под *эмотивным мультимодальным текстом* интернет-коммуникации будем понимать интернет-текст, содержащий эмотивную информацию.

Преобладающим стилем мультимодального немецкоязычного интернет-текста является *стиль повседневного общения* (*Stil der deutschen Alltagsrede*). Наряду с непринужденностью (*Ungezwungenheit* и *Lockerheit*) Э. Г. Ризель отмечает другую стилевую черту (*Stilzug*) *обиходно-разговорной речи*, а именно – *эмоциональность* в различных формах актуализации – *Emozionalität in verschiedenen Erscheinungsformen* [Riesel 1964, с. 303].

По аналогии с выводами Э. Г. Ризель по отношению к стилю, в немецкоязычном виртуальном коммуникативном пространстве эмоциональность интернет-текстов может быть также охарактеризована следующими явлениями:

- употребление коммуникантами междометий, гипербол, эмоционально-усилительной лексики (усилительных глаголов, прилагательных или наречий в превосходной степени и т. п.);
- стремление сетевых пользователей к юмору, иронии и сатире: употребление двусмысленных слов, оксюморонов, игры слов, каламбуров, шуточных выражений, комических или сатирических неологизмов и т. п.;
- наглядность (*Bildhaftigkeit*) и образность (*Bildlichkeit*): использование экспрессивной фразеологии – идиом, поговорок, пословиц, крылатых слов, устойчивых сравнений и оборотов и т. п.

С учетом вышеизложенного, интернет-тексты провокационной коннотации можно также отнести к высокоэмоциональным текстам вследствие стремления отдельных интернет-пользователей

сигнализировать, часто в экспрессивной форме, о своих отрицательных эмоциях и чувствах.

Характеристика провокационных стратегий *троллинга и хейтинга*

В процессе общения в виртуальном пространстве интернет-пользователи сталкиваются с существенным недостатком интернет-коммуникации – отсутствием аудиовизуального и тактильного контактов во время взаимодействия, что значительно отличает данный вид коммуникации от непосредственного общения между людьми. В связи с этим не представляется возможным в полной мере оценить степень искренности и достоверности информации, отображаемой в мультимодальных интернет-текстах участниками виртуальной интеракции, в том числе на эмоциональном уровне.

При анализе эмотивной информации мультимодальных интернет-текстов возможен также учет основных положений психологии личности. Так, по определению А. Н. Леонтьева, «личность – это особое качество, которое приобретается индивидом в обществе, в целокупности отношений, общественных по природе, в которые индивид вовлекается» [Леонтьев 2005, с. 114]. Компьютерно-опосредованная коммуникация осуществляется не сама по себе, а именно как взаимодействие и общение личностей, разделенных техническим устройством – компьютером – и виртуальным пространством.

Вместе с тем, по мнению А. Г. Асмолова, «при обращении к истокам этимологии термина «личность» чаще всего ссылаются на греческое или латинское происхождение этого термина, обозначающее *persona* как *маску*, роль актера, исполняющуюся в театре (ср. рус. *личина*)» [Асмолов 1990, с. 21]. Наряду с этим автор отмечает, что немецкое слово *Persönlichkeit* близко по значению к латинскому *persona* и отражает социальное, внешнее, публичное проявление человека, производимое им на других людей [Асмолов 1990, с. 22]. Следовательно, интернет-коммуникация представляет собой не что иное, как социальное, опосредованное компьютером, *интерперсональное* информационное взаимодействие *персон* / «личностных масок», с целью взаимной передачи когнитивной или эмотивной информации, а также возможного введения оппонентов в заблуждение относительно истинности той или иной информации.

При общении в Сети участники интернет-коммуникации применяют на себе различные социальные роли, не ограничиваясь в фантазии. Они могут попытаться, например, представить себя в интернет-пространстве в лучшем свете, т. е. презентовать себя в качестве другой личности. Интернет предоставляет большие возможности для подобных виртуальных трансформаций личностных характеристик.

С понятием *личность* связана другая психологическая категория – *Я-концепция*, под которой понимается относительно устойчивая, в большей или меньшей степени осознанная, переживаемая как неповторимая система представлений индивида о самом себе, сопряженная с самооценкой [Карпенко, Петровский, Ярошевский 1998, с. 258]. На основе *Я-концепции* человек не только строит свое взаимодействие с другими людьми, но и формирует отношение к себе. Важнейшими составляющими *Я-концепции* являются следующие структурные компоненты:

- *реальное Я*, т. е. представление о себе в настоящем времени;
- *идеальное Я* – то, каким субъект, по его мнению, должен стать, ориентируясь на моральные нормы;
- *динамическое Я* – то, каким субъект планирует стать;
- *фантастическое Я* – то, каким субъект желал бы стать, даже если бы это заведомо оказалось невозможным.

С *фантастическим Я* связано также эмоциональное отношение индивида к своим мечтам и фантазиям, реализация и воплощение в жизнь которых носит вероятностный характер. В интернет-коммуникации немалый процент интернет-текстов приходится на сообщения и комментарии пользователей, стремящихся показать, отобразить и презентовать свое *фантастическое Я*.

Следовательно, применительно к интернет-пространству предпочтительно оперировать обобщенным понятием, представляющим собой некий симбиоз вышеперечисленных составляющих *Я-концепции*, а именно – категорией *виртуальное Я*.

Виртуальное Я может присутствовать во всех интернет-текстах и является некой *маской*, *персоной* (той *виртуальной личностью* – *Persönlichkeit* – с точки зрения немецкоязычной коммуникации), за которой скрывается *истинное Я* того или иного участника виртуальной интеракции. В процессе интернет-коммуникации у некоторых сетевых пользователей происходит трансформация не только *Я-концепции*, но и виртуальное изменение личностных свойств.

Фактически, в виртуальном коммуникативном пространстве локализовано псевдомножество модифицируемых *Я-виртуальных* интернет-пользователей, ведущих коммуникацию посредством компьютерных устройств.

В сетевом коммуникативном пространстве, как и в реальной жизни, могут встретиться пользователи, основной смысл коммуникационной деятельности которых заключается не в общении и взаимодействии на равных правах, а в провокациях и оскорблениях по отношению к другим участникам виртуальной интеракции. Для интернет-пользователей, которые являются носителями провокационной эмотивной информации, существуют специальные обозначения в сети: *тролли* и *хейтеры*.

Явление *троллинг* (от англ. *trolling* – ловля рыбы на блесну, хитроумная уловка) – это форма социального подстрекательства в виртуальном интернет-тексте, представляющая собой сознательный обман, клевету, провокацию, а также призыв к неблагоприятным действиям. *Тролями* называют интернет-коммуникантов, которые провоцируют столкновение в Сети, чаще всего с переходом на личности; кроме того, они могут преследовать других пользователей или выдавать себя за других людей. Иногда этих интернет-хулиганов ошибочно отождествляют с мифологическими троллями (швед. *Troll* – *очарование, колдовство*), что не совсем корректно. Деструктивные методы и приемы троллинга могут применять как персонифицированные участники коммуникации, которые заинтересованы в большей узнаваемости, публичности, эпатаже, так и анонимные пользователи без возможности их идентификации. Тем не менее владелец страницы может удалить подобные провокационные комментарии или же заблокировать отправку сообщений таких интернет-пользователей, или «троллей», что является важнейшим отличием интернет-коммуникации от непосредственного живого общения между людьми.

Хейтерами (от англ. *hate* – *ненавидеть*) в интернет-коммуникации называют агрессивных людей, которые с сарказмом, злобой и ненавистью (возможно скрытой и завуалированной) обсуждают кого-нибудь или какую-либо тему в Сети. В некоторых случаях хейтера можно сравнить с троллем, хотя тролли – «комментаторы» более широкого профиля, так как они стремятся спровоцировать людей именно на выражение *эмоций*, делая колкие замечания и высказывания.

Выражая и размещая негативную и провокационную информацию, сетевые провокаторы применяют весь спектр вербальных и невербальных средств манифестации негативной эмотивной информации – разнообразные по структуре и конфигурации эмотивные маркеры. Наряду с этим при отображении в виртуальном коммуникативном пространстве негативных эмоций злости, раздражения, пренебрежения, отвращения и презрения тролли и хейтеры употребляют диалектные формы и выражения; бранную и нецензурную лексику; пейоративную лексику; графические средства трансформации реальных эмоций в письменный интернет-текст в виде эмодиконов, эмодзи, картинок, фото- и видеоизображений. Кроме того, хейтеры при употреблении ненормативных лексических единиц, во избежание блокировки со стороны системы, некоторые буквы нецензурного слова заменяют таким символом «*».

В ходе исследования было установлено, что основное различие между *троллингом* и *хейтингом* выражается в целеполагании анализируемых стратегий. Основная коммуникативная задача троллей заключается в возникновении негативных эмоций у других интернет-коммуникантов.



Рис. 1. Instagram-сообщения персональной страницы ruthe_offiziell

Хейтеры же стремятся отобразить свои собственные отрицательные эмоции. Тролли и хейтеры ведут коммуникацию с негативной коннотацией посредством разнообразных эмотивных маркеров, представляющих собой вербальные и невербальные единицы манифестации эмоций.

В предлагаемом исследовании в качестве примеров отобраны немецкоязычные мультимодальные интернет-тексты социального сервиса Instagram, содержащие комментарии по типу *троллинг* или *хейтинг*.

Так, на рисунке 1 представлен пример Instagram-сообщения персональной страницы **ruthe_offiziell** (525 тысяч подписчиков), где отмечаются комментарии как *троля*, так и *хейтера*.

К данной публикации были оставлены следующие комментарии:

ruthe_offiziell Flirt-Modus

justanimals_love Wie man heutzutage flirtet! 😊

janch.horn Tut mir leid ich bin Veganer und das sooo geschmacklos und ach ich halt einfach die Fresse.

oelbijah hahahaha 😂😂

sakradienten @janch.horn Btw – es könnte ja auch Sojamilch im Glas sein 😊

marie_brmst @janch.horn ich bin auch vegan und finde es irgendwie witzig! 😊

mr_simitschge

@janch.horn ist ja toll, dass du aus Liebe zu Tieren (nehm ich mal an) deine Ernährung umgestellt hast. Ich meine, ich erzähl ja auch nicht jedem, der an mir vorbeiläuft, dass ich Omnivore bin. ;D

stefanfuhr Genau mein Humor !!!

tomugly2018 Wie geil !!

felixmp4 Die Kuh könnte noch sagen, is frisch! ☺))

janch.horn Es war nen Joke 😊. Ich liebe Fleisch!!

techn0vegan @janch.horn richtig geil, wie sich die Omnis hier unter deinem Sarkasmus gegenseitig zerfleischen und ja ich hab verstanden, dass du selbst kein Veganer bist. Aber zeigt mal herrlich, wie getriggert viele bei dem Wort ‚vegan‘ sind. Aber ja, wir Veganer sind die intoleranten...

karlm_down Ich hasse Vegan.

Эмотивное поле, сгенерированное данным изображением с элементами юмора, имеет преимущественно позитивную полярность, что подтверждается большинством комментариев посетителей страницы. При этом интернет-коммуниканты сигнализируют о своих *положительных* эмоциях *радости* и *восхищения* посредством следующих вербальных и невербальных эмотивных маркеров:

- эмотивная лексика:

Wie man heutzutage flirtet! (и так сегодня флиртуют!),
finde es irgend wie witzig! (прикольно!),
Genau mein Humor!!! (Этот юмор по мне!!!),
Wie geil!!! (Как круто!!!),
Die Kuh könnte noch sagen, is frisch! (корова могла бы еще сказать – молоко парное!);

- звукоподражательные междометия, имитирующие радостный смех:

hahahahaha;

- эмотикон улыбки:

D ☺)) ;

- всевозможными эмодзи, отображающими смех и улыбку:



Отметим, что владелец страницы своим комментарием-пре-
суппозицией задает возможную тему для обсуждения: **Flirt-Modus**
(*способ флирта*). Вместе с тем в поле комментариев отмечаются вы-
сказывания по типу *троллинг* от пользователя под ником **janch.horn**.
Данный *троль* предпринял попытку обратить внимание комментато-
ров на проблему *веганства*, т. е. полного отказа от пищи животного
происхождения: *Tut mir leid ich bin Veganer und das sooo geschmacklos*
und ach ich halt einfach die Fresse (Мне жаль, но я – веган и это тааак
безвкусно, и я просто заткнусь). Этот провокационный комментарий
негативной тональности частично достиг своей цели: ряд посетите-
лей страницы вступили в дискуссию относительно веганства и вега-
нов, т. е. людей, придерживающихся таких ограничений. Но затем
выясняется также: **janch.horn** *Es warnen Joke* 😊. *Ich liebe Fleisch!!*
(*Это была шутка. Я люблю мясо!!*). Это подтверждает тот факт, что

пользователь под ником **janch.horn** является троллем, который спровоцировал абсолютно ненужную полемику.

Кроме того, в instagram-сообщении наблюдается комментарий посетителя страницы под ником **karlm down**, которого следует охарактеризовать как *хейтера*: **karlm down** *Ich hasse Vegan (Я ненавижу веганство)* – явное отображение своих негативных эмоций *злости и раздражения*.

Заключение

Таким образом, мультимодальные тексты немецкоязычных интернет-сообщений могут содержать провокационную эмотивную информацию отрицательной полярности, направленную на возникновение и поддержание виртуального общения негативной эмоциональной тональности. Сетевые провокаторы *тролли* и *хейтеры* вносят дисбаланс в структуру виртуального коммуникативного пространства, предпринимают попытки изменить обсуждаемую тему, провоцируют других интернет-пользователей на выражение негативных эмоций. В качестве основного метода выявления *троллей* и *хейтеров*, как носителей провокационной информации в Сети, может быть обнаружение эмотивных маркеров, имеющих *противоположную* полярность по отношению к полярности большинства эмотивных маркеров и комментариев посетителей какой-либо интернет-страницы. При этом одним из наиболее эффективных способов нейтрализации сетевых провокаторов становится игнорирование участниками сетевой интеракции их негативных высказываний и комментариев. Предлагаемый метод уменьшает или полностью ограничивает поток отрицательной информации со стороны *троллей* и *хейтеров* и позволяет участникам виртуальной интеракции модифицировать и корректировать содержание текстов интернет-сообщений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Анищенко А. В. О некоторых особенностях трансляции невербальных компонентов коммуникации в виртуальной среде // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2013. Вып. 4 (664). С. 24–32.
- Асмолов А. Г. Психология личности. М. : Изд-во МГУ, 1990. 367 с.
- Карпенко Л. А., Петровский А. В., Ярошевский М. Г. Краткий психологический словарь. Ростов-на/Д. : ФЕНИКС, 1998. 323 с.

- Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М. : Смысл : Академия, 2005. 352 с.
- Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. М. : ЛИБРОКОМ, 2012. 208 с.
- Ralph Ruthe. URL: www.instagram.com/ruthe_offiziell/ (дата обращения: 21.03.2019).
- Riesel E. Der Stil der deutschen Alltagsrede. М. : Изд-во Высшая школа, 1964. 315 с.

REFERENCES

- Anishhenko A. V. O nekotoryh osobennostjah transljicii neverbal'nyh komponentov kommunikacii v virtual'noj srede // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. 2013. Vyp. 4 (664). S. 24–32.
- Asmolov A. G. Psihologija lichnosti. М. : Izd-vo MGU, 1990. 367 s.
- Karpenko L. A., Petrovskij A. V., Jaroshevskij M. G. Kratkij psihologicheskij slovar'. Rostov-na/D. : FENIKS, 1998. 323 s.
- Leont'ev A. N. Dejatel'nost'. Soznanie. Lichnost'. М. : Smysl : Akademija, 2005. 352 s.
- Shahovskij V. I. Kategorizacija jemocij v leksiko-semanticheskoy sisteme jazyka. М. : LIBROKOM, 2012. 208 s.
- Ralph Ruthe. URL: www.instagram.com/ruthe_offiziell/ (data obrashhenija: 21.03.2019).
- Riesel E. Der Stil der deutschen Alltagsrede. М. : Izd-vo Vysshaja shkola, 1964. 315 s.

УДК 81'34

Е. Ю. Романова

кандидат филологических наук,
доцент кафедры фонетики английского языка факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: catrom@rambler.ru

ГЛОБАЛЬНЫЙ АНГЛИЙСКИЙ: МЕЖДУНАРОДНЫЕ, КРЕОЛЬСКИЕ И СОЦИОЭТНИЧЕСКИЕ РАЗНОВИДНОСТИ

Работа построена на сравнительно-сопоставительном анализе наиболее ярких и значимых на сегодняшний день международных, креольских и социоэтнических разновидностей английского языка, представленных индийским, карибским и афроамериканским английским в их сравнении с британским стандартом. Изучение культурных, исторических и фонетических характеристик анализируемых диалектов доказывает наличие у них определенного набора общих черт, в том числе фонологических, таких как упрощение консонантных кластеров, выпадение ряда согласных в начальной и финальной позиции, назализация, палатализация, глоттальная смычка, реализация зубных фрикативных [θ] – [ð] в качестве губно-зубных или взрывных согласных, метатеза / эпентеза и других. В то же время исследование подтверждает своеобразие и уникальность каждого диалекта, а также наличие у них специфических характеристик на всех лингвистических уровнях.

Ключевые слова: индийский английский; карибский английский; креольские диалекты; афроамериканский английский; субстрат; суперстрат; назализация; палатализация; глоттальная смычка; метатеза / эпентеза.

E. Y. Romanova

PhD, Associate Professor at the Department of English Phonetics,
Faculty of the English Language, Moscow State Linguistic University;
e-mail: catrom@rambler.ru

GLOBAL ENGLISH: INTERNATIONAL, CREOLE AND SOCIO-ETHNIC VARIETIES

The paper offers an analysis of highly diversified and the most powerful international, creole and socio-ethnic English varieties represented by Indian, Caribbean and African-American English compared to the British standard. The author gives an account of the cultural, historical and phonetic outline of the dialects under analysis, which are proved to be united by a set of common phonological features, such as consonant cluster reduction, omission of a number of consonants in the initial and final position, nasalization, palatalization, glottal stop, realization of dental fricative [θ] – [ð] as labio-dental or plosive consonants, metathesis / epenthesis and others. At

the same time the study confirms that all the dialects are peculiar and unique with their own specific features on each linguistic layer.

Key words: Indian English; Caribbean English; creole dialects; African-American English; substrate; superstrate; nasalization; palatalization; glottal stop; metathesis / epenthesis.

Введение

В статье рассматриваются культурные и исторические предпосылки становления и развития, а также фонетическая характеристика наиболее ярких и значимых в современном мире разновидностей английского языка, сильно отличающихся не только друг от друга, но и от британского стандарта на всех лингвистических уровнях. Так, международный английский в данной статье представлен индийским вариантом, креольские образования отражены в карибских диалектах, а наиболее заметная социоэтническая разновидность – это, несомненно, афроамериканский английский (AAVE). Для всех трех описываемых диалектов характерно сильное влияние со стороны первых (материнских) языков их носителей, а также других языков, равноправно используемых на территории страны. Подобное влияние прямо сказывается на наличии лексических, грамматических и, безусловно, произносительных особенностей рассматриваемых диалектов. По мнению многих фонетистов, креольские диалекты Карибских островов имеют наибольшую степень удаленности от британского стандарта, а, например, английский, используемый на территории южной Азии, характеризуется значительной вариативностью среди местного населения. Таким образом, английский язык является средством единения народов, но в отношении английского произношения у жителей разных стран единства быть не может. Мультилингвизм дает дополнительное многообразие типов произношения в английском языке, связанное с языковой интерференцией у людей разных национальностей в каждой англоязычной стране [Шевченко 2016, с. 34].

Процесс присвоения английского языка, его «нативизация», проходил в разных странах разными путями, по разным моделям, в разные эпохи. В связи с этим отмечаются разные стадии «нативизации» английского языка, его институционализации и стандартизации, в том числе это касается и формирования произносительного стандарта [Шевченко 2016, с. 34]. Речь об этом пойдет ниже применительно к индийскому, карибскому и афроамериканскому разновидностям английского языка.

1. Индийский английский

Уникальность Индии заключается в многообразии культур и языков, равноправно используемых на ее территории. Тем не менее английский, будучи вторым официальным языком среди других 20, играет важную роль в политической, социальной и культурной жизни страны. Лингвисты отмечают высокую степень региональной вариативности индийского английского. История становления и развития английского языка в Индии насчитывает четыре столетия. В XVII в. Индия была колонизирована Британской империей на период более двухсот лет, однако индийский английский общепризнан настолько уникальным и своеобразным, что едва ли сопоставим с любым британским диалектом, особенно с фонетической точки зрения. Можно сказать, что индийский акцент является одним из средств проявления национальной идентичности жителей Индии. Кроме того, во всех аспектах повседневной жизни, в том числе и на уровне языка, наблюдается ярко выраженная оппозиция между Севером и Югом, проявление которой можно наблюдать в исторических предпосылках, географическом положении, социальных отношениях, культуре, даже в кулинарных традициях и способах ведения домашнего хозяйства. Лингвистические причины существования данной оппозиции кроются в наличии двух основных праязыков, положивших начало всем языкам, использующихся в современной Индии: санскрит на Севере и дравидские языки на Юге, что и определяет большую степень расхождения северного и южного индийских диалектов на уровне лексики, грамматических структур и фонетической системы [Kachru, Smith 2008].

Анализируя фонетические особенности индийского английского как единого целого, можно выявить следующие закономерности и характеристики. Говоря о **сегментном уровне**, необходимо отметить, что основные различия между британским и индийским английским выявлены в системе согласных, в то время как индийские гласные в большинстве случаев сопоставимы с британскими эквивалентами.

Большинство **долгих гласных** сохраняют исконное британское звучание, за исключением долгого /з:/, который в индийском английском заменяется звуками /а:/ или /л/. Кроме того, британский долгий /э:/ в исследуемом диалекте реализуется как /э:/ или /а:/.

Британские **краткие гласные** подверглись большому влиянию со стороны индийских субстратов по сравнению с долгими гласными

в ходе становления и развития английского языка в Индии. Так, гласные /ə/, /æ/ и /ʌ/ в индийском варианте реализуются как /ʌ/ или /e/, /e/ или /a:/ и /ʌ/ или /a:/, соответственно.

Детальный анализ системы гласных позволяет выявить ярко выраженную тенденцию к монофтонгизации большинства британских дифтонгов, вследствие чего можно говорить о наличии лишь *двух дифтонгов* в индийском английском, а именно – /aɪ/ и /aV/.

В системе согласных индийского английского выделяются две основные особенности: наличие ретрофлексных согласных /ʈ/, /ɖ/, /ɳ/, /ʈ/, /ʈ/ и отсутствие аспирации перед взрывными /p/, /t/, /k/.

Кроме того, в изучаемом диалекте отсутствуют британские зубные фрикативные /θ/ и /ð/, которые в данном случае имеют парные эквиваленты /tʰ/ или /t/ и /dʰ/ или /d/, соответственно. В индийском английском также отсутствуют британские согласные /z/, /h/ и /j/, вместо которых обычно употребляются звуки /z/ или /dʒ/, /f/ или /gh/ и /i:/, соответственно [Gargesh 2004, с. 187–197].

Частные случаи нестандартного произношения под влиянием орфографии

Для большинства индийских языков-субстратов, в отличие от английского языка, типичным является произношение слова, схожее с его написанием, то есть согласно правилу «произносится так, как пишется». Таким образом, влияние индийских субстратов на местный английский порождает большое количество отклонений от стандартного варианта. Рассмотрим наиболее распространенные и значимые.

В словах, где диграф <gh> обычно реализуется как звонкий взрывной /g/, в индийском английском можно наблюдать аспирированный вариант /gʰ/, как в слове *ghost* [gʰo:st]. Ни в одном другом варианте английского произношения подобная озвонченная аспирация не выявляется.

Подобным образом реализуется диграф <wh>, порождая аспирированные варианты /vʰ/ или /wʰ/, например в слове *which* [vʰɪtʃ].

Предлог *of* в индийском английском обычно произносится с /f/ вместо /v/.

При образовании глагольных форм прошедшего времени с окончанием *-ed* после глухих согласных наблюдается использование формы с /d/ вместо /t/. Так, слово *developed* в индийском английском произносится как [ˈdɛvɪˈepd] вместо британского [dɪˈveləpt].

При образовании формы множественного числа имен существительных окончание *-s* произносится как /s/, а не как /z/, в положении после звонких согласных: например *dogs* реализуется как [dʌɡz] в отличие от британского [dɒɡz].

Диграф <tz> произносится как /tʒ/ или /tɹdʒ/ вместо стандартного /ts/ (при этом взрывной в диграфе может озвончаться в процессе ассимиляции), превращая слово *Switzerland* в ['swɪtʒɪtʃlɛnd] вместо привычного ['swɪtsərlənd].

Консонантные кластеры (особенно в начальной позиции) имеют тенденцию к упрощению, характерную для многих региональных разновидностей английского произношения. Подобное упрощение обычно осуществляется при помощи эпентезы, или вставного гласного: *school* [is'ku:lʰ].

Слогообразующие сонанты /lʰ/, /m/ и /ŋ/ обычно заменяются слогами /el/, /em/ и /en/ (как в *button* ['bʌttən]), в сочетании с гласным высокого подъема – слогом /ilʰ/ (как в *little* ['lɪttɪlʰ]).

Аналогично окончания, имеющие написание *-er* / *-re* и реализуемые в британском варианте как *шва*, в индийском английском заменяются сочетанием гласный + согласный: *metre* ['mi:tɪtɪ] [Романова 2015, с. 203–213].

Лингвисты, занимающиеся изучением индийского английского, единодушны во мнении, что вопрос о правилах постановки **словесного ударения** в данном диалекте является открытым до сих пор. В упрощенном виде подобное правило можно сформулировать следующим образом: в *двусложных словах* ударение падает на первый слог, кроме случаев, когда второй слог является тяжелым (за долгим гласным следует хотя бы один согласный или краткий гласный замыкается, по крайней мере, двумя согласными – V:C / VCC): *'taboo*, *'mistake*. В *трехсложных словах* ударение также падает на первый слог, кроме ситуации, когда второй слог тяжелый (долгий гласный или гласный с последующим согласным – V: / VC), и тогда второй слог принимает ударение на себя: *mo'desty*, *cha'racter*, *mi'nister*, *'terrific*.

Местоположение **фразового ударения** в индийском английском еще более непредсказуемо, нежели место словесного ударения. По сравнению с британским стандартом, здесь гораздо больше акцентированных слов во фразе; лингвисты также говорят о тенденции к выделению личных местоимений в начальной позиции: *'They asked for*

it. Еще одним отличием является акцентирование некоторых служебных слов, например, *will*, что было зафиксировано в речи телеведущих новостных каналов: *The Prime Minister 'will fly to Moscow tomorrow*. Одним из наиболее ярких различий между британским и индийским вариантами английского языка на уровне постановки фразового ударения является сравнительно меньшее количество слабых форм в индийском диалекте, что связано, прежде всего, с разницей в ритмической организации речи. Так, во фразе *I am afraid of death* предлог *of* будет иметь полную, нередуцированную, форму произношения.

Работы по исследованию **интонации** индийского английского немногочисленны, однако учеными сформулирован ряд положений, в целом совпадающих с нормами британского стандарта. Так, например, нисходящая интонация характерна для утверждений, восходящая – для общих вопросов, нисходяще-восходящая выражает незаконченность и сдержанность, а большинство специальных вопросов произносятся с нисходящим тоном. Поскольку для жителей Индии очень важна иерархия отношений, они предельно вежливы с незнакомцами. Следовательно, одна и та же фраза может быть произнесена с разной интонацией в зависимости от социального статуса собеседника. Так, специальный вопрос, заданный незнакомцу, будет заканчиваться восходящим тоном: *What's your βname? Where do you βlive?* Тот же вопрос будет иметь нисходящее завершение, если он задан собеседнику более низкого социального статуса. Общие вопросы и повествовательные предложения, функционирующие как вопрос, будут произноситься с восходящим тоном: *You are βwaiting?* Объявления в общественных местах (аэропорты, вокзалы) обычно завершаются восходящим тоном, тем самым побуждая слушающего находиться в состоянии небольшого напряжения и ожидания новой информации: *The train will arrive on platform number βfour*.

В **просодии** индийского английского отмечается возможное отсутствие пауз на границе синтагм. В целом, расстановка пауз носит случайный характер: *Train number // 2734 from Secunderabad to // Tirupati will arrive on // platform number one* [Gargesh 2004, с. 187–197; Sailaja 2009].

2. Карибский английский

Процесс креолизации английского языка начался с момента заселения европейцами Карибских островов и юга США и продолжился

в период роста плантаций сахарного тростника и развития сельскохозяйственной экономики. Многие лингвисты полагают, что большинство рабов-африканцев к моменту прибытия на Карибское побережье уже владели неким языком-пиджином или какой-либо креольской разновидностью. В истории становления английского языка на территории Карибского бассейна ведущую роль играет остров Барбадос на юго-востоке региона, с 1627 г. ставший одним из первых мест поселения англичан. Маленькие размеры острова и быстрый прирост населения стали причиной заселения прилегающих районов, преимущественно Ямайки, Гайаны и южных штатов США, особенно прибрежной части Южной Каролины и Джорджии. В 1640-х гг. предпочтение табачным плантациям сменилось более выгодным выращиванием сахарного тростника, плантации которого скупались зажиточными европейцами и обрабатывались темнокожими рабами, способными работать в тяжелых условиях жаркого климата. Большое количество обнищавших европейцев, оставшихся без работы, покинули районы плантаций и основали новые англоговорящие поселения на других территориях Карибских островов, в основном на Ямайке, в Суринаме и севернее, в Южной Каролине. В конце XVII–XVIII вв. отток белокожего населения и ввоз африканских рабов для обработки плантаций привели к изменению демографических пропорций. Так, к концу XVIII в. белокожие европейцы оказались в меньшинстве (примерно 80 % и 20 % соответственно) [Hickey 2005, с. 326–339].

На протяжении всего периода первых поселений происходило постепенное смешение различных диалектов английского языка, охватывающее всё новые и новые англоговорящие территории. Кроме того, только что сложившиеся креольские разновидности находились под сильным влиянием языка-суперстрата и языка-субстрата. Так, последствием фонологического влияния суперстрата, обуславливающим отличие креольских форм от современного стандарта, является наличие британских архаичных и региональных черт в системе креольского английского языка. Влияние субстрата прослеживается в заимствовании суринамских креольских звуков, чуждых фонетической системе британского английского, а также в наличии коартикулируемых и преназализованных взрывных согласных [Романова 2017, с. 92–104].

**Отклонения от британского стандарта на сегментном уровне
в современном карибском английском**

- Наличие **нередуцированных гласных** в безударных слогах и служебных словах, что способствует своеобразной ритмической организации речи носителей карибского английского.

- В доказательство родства с африканскими языками-субстратами, звуковая система креольского английского включает в себя так называемые **назализованные гласные**. Схожей назальной окраской частично обладают и британские гласные в сочетании с последующим носовым согласным: *in* [ɪ̃n]. Опираясь на данные экспериментальных исследований, можно говорить о существовании в карибском английском назальной фонемы, которая, в зависимости от фонетического окружения, может иметь два аллофона в виде назализованного гласного или носового согласного.

- Для многих западноафриканских языков характерна *гармония гласных*, т. е. повторение одного звука или звуков со схожими качественными характеристиками внутри слова. Подобное явление можно наблюдать и во многих атлантических креольских языках: *bigi* «big», *dede* «dead», *ala* «all» [Holm 1994, с. 328–381].

- **Эрность**: произнесение звука /r/ после гласного в словах типа *hard*, *corn*, *nurse*.

- **Выпадение начального /h/** в словах *happy*, *house*.

- В словах с диграфом <th> характерно использование взрывных /t/ или /d/ вместо британских зубных фрикативных /θ/ и /ð/, соответственно: *tink* «think» – *dis* «this», *tree* «three» – *dat* «that» [Hickey 2005, с. 326–339].

- Звуки /l/ и /r/, представляющие собой различные фонемы в стандартном английском, в большинстве африканских языков являются либо аллофонами, либо эквивалентами в различных диалектах одного языка. Так, в некоторых карибских диалектах оба звука реализуются как /l/ в начальной позиции и как /r/ в положении между гласными, даже если стандартный британский вариант предполагает /l/: *furu* «full».

- Британские губно-зубные и губно-губные звуки /b/, /v/ и /w/ имеют тенденцию к слиянию в креольских вариантах. В звуковой системе большинства африканских субстратов, так же как и в ранних креольских диалектах, отсутствует фонема /v/, а в современном

карибском английском /b/ в ряде случаев соответствует британскому /v/ или может заменять его: *libi* «live», *nabel* «navel», *hib* «heave».

- Упрощение **консонантных кластеров** за счет выпадения финального звука: *bes* «best», *respeck* «respect», *lan* «land».

- Аналогично западноафриканским языкам, в консонантной системе некоторых креольских диалектов представлены лабиовелярные **коартикулируемые взрывные**: глухая фонема реализуется как сочетание звуков /kp/, а звонкая – как /gb/, обе воспринимаются носителями как единый звук, при артикуляции которого губы сомкнуты, а задняя спинка языка поднимается к мягкому нёбу: *kpasi* «vulture», *gbono-gbono* «moss» [Holm 1994, с. 328–381].

- Наличие **преназализованных взрывных** в современных креольских диалектах также предопределено консонантной системой языка-субстрата. Звуки представлены сочетанием взрывного с предшествующим носовым согласным того же места образования, функционируют как единая фонема и занимают начальную позицию в слове: /mb/, /nd/, /ŋk/ – *mbeti* «meat», *ndeti* «night».

- **Палатализация согласных** появилась в карибском английском в период становления диалекта в XVII в. под влиянием британского и ирландского типов произношения, позднее данное явление исчезло из британских диалектов, сохранившись в креольских формах в виде архаичных и региональных британских звуко сочетаний /kj/ и /gi/ перед гласными переднего ряда: *kyabai* «cabbage», *gyaadn* «garden» [Hickey 2005, с. 326–339].

Правила **слогообразования** в карибском английском были также сформированы под воздействием африканских субстратов, согласно им базовая модель слога представляет собой сочетание согласного с последующим гласным: С + Г. Для преобразования любого типа слога в данную модель допустимо выпадение звука в слове (*sisa* «sister») или его добавление (*sikoro* «school»).

Интонация карибского английского во многих случаях неверно интерпретируется носителями британского и американского стандартов, что связано прежде всего с сильным влиянием африканских субстратов, представленных тональными языками. Так, в карибском английском тоны играют существенную роль не только на лексическом уровне, где выполняют смысловоразличительную функцию (*turkéy* «the bird» – *Túrkey* «the country»), но и на грамматическом, определяя

синтаксические границы (например, тоны в словах *mí* «ту» и *tatá* «father») будут отличаться друг от друга, если произносить их изолированно или во фразе *mí tata*) [Holm 1994, с. 328–381].

3. Афроамериканский английский

Исторически наиболее значимой этнической разновидностью американской речи является афроамериканский английский, известный также как *Black English*, *Negro Dialect*, *African American Vernacular English* и *Ebonics*. Диалект долгое время находится под пристальным вниманием лингвистов и является предметом споров в силу своего своеобразия и неоднозначности статуса по причине изменчивости расовой политики и этнической идеологии американского общества. Важно отметить, что афроамериканский диалект обладает целостностью, единством форм и согласованностью в отношении существующих в нем законов и правил [Романова 2018, с. 136–145]. Тем не менее, как и многие другие диалекты, афроамериканский английский испытывает сильное влияние со стороны субстратов, в данном случае, со стороны западноафриканских языков, на которых изначально разговаривали темнокожие рабы.

До XVIII в., более трехсот лет, около 90 % афроамериканцев проживали на юге страны, что способствовало приобретению местным английским диалектом южной окраски. В XX в., перед началом Второй мировой войны, началось масштабное переселение темнокожего населения в северные и западные районы США в поисках новых рабочих мест в промышленной отрасли, однако политика жилищной сегрегации содействовала обособленному проживанию этнического меньшинства и поддержанию южной культуры и специфических языковых черт [Green 2004, с. 77; Wolfram 2009, с. 328].

У современных лингвистов нет единого мнения и по вопросу о происхождении и становлении афроамериканского диалекта. Неоспоримым является лишь факт воздействия на него африканского субстрата, креольских языков и стандартного английского, однако в отношении временного периода и степени влияния того или иного языка мнения ученых расходятся. Так, в середине XX в. неоднозначность решения данного вопроса породила четыре основные гипотезы, преобладающие в лингвистике в разное время: гипотеза англицистов, креолистов, нео-англицистов и субстрата [Wolfram 2009, с. 332–335; Lippi-Green 1997].

Специфические черты афроамериканского произношения

В целом, афроамериканская фонетика не является однородной и обладает ярко выраженной региональной вариативностью. В качестве основных характеристик речи можно выделить следующие:

- **Безэрность**, т. е. звук /r/ не произносится в положении между гласными и на конце слов, что часто находит отражение в написании слов: *sistah* – *sister*.

- Тенденция к реализации зубных фрикативных /θ/ – /ð/ как губно-зубных /f/ – /v/ или взрывных /t/ – /d/, особенно в серединном или финальном положении в слове: *this* – *dis*, *the* – *de*.

- **Назализация** гласных, особенно если они предшествуют носовым согласным /m/ или /n/, которые сами могут не произноситься, но придавать гласному назальную окраску.

- **Упрощение консонантных кластеров** и опущение финального /l/, что является результатом воздействия африканских субстратов, где превалирует открытый слог: *left* – *lef*, *mask* – *mass*, *spend* – *spen*.

- Использование **глоттальной смычки** вместо взрывных согласных.

- Для афроамериканской разговорной речи характерен процесс дифтонгизации монофтонгов и, напротив, монофтонгизации дифтонгов и трифтонгов.

- Окончание *-ing* проявляет тенденцию к изменению написания на *-in* и, соответственно, произносится как /m/.

- Различные способы реализации звуков /d/, /t/, /l/, /n/. Например, /l/ может обладать большей степенью палатализации по сравнению со стандартным американским английским, на конце слова данный звук может быть ретрофлексным или веляризованным.

- Звонкие согласные на конце слова сильно оглушаются.

- Буква «o» вместо стандартного /a/ может произноситься как /ɒ/: *money*, *worry* [Labov 2012, с. 38–67; Metcalf 2000, с. 156–166].

- Наличие **метатезы**: свободная перестановка двух и более рядом стоящих звуков (обычно взрывные и щелевые согласные): *graps* «grasp», *aks* «ask», *crisp* «crisp».

- Наличие **эпентезы**: добавление к финальному закрытому слогу нейтрального гласного /ə/. Данное явление способствовало образованию разговорных форм глаголов типа *gonna*, *wanna*.

- Произнесение /ɜ:/ с одновременным выпадением второго слога в слове *going*: *He gon be here*. В сочетании с личным местоимением *I*

звук /g/ также может полностью опускаться, превращая фразу *I am going to do it* в *I'm 'o'do it* или *I'm 'a'do it*. Аналогично, во фразе *I don't know* может опускаться звук /d/, тогда фраза звучит как *I 'on'know*.

- Вспомогательный глагол *do* часто произносится как *da*, личное местоимение *you* – как *ya*: *What da ya think?*
- Долгие гласные могут произноситься дольше, чем в стандартном английском, с различными эмфатическими музыкальными тонами (ru.wikipedia.org/wiki/).

Экспериментальные исследования выявляют особую ритмическую организацию речи афроамериканцев, которую носители других диалектов английского языка идентифицируют практически безошибочно, во многом благодаря большей вариативности в мелодическом оформлении [Baugh 1999, с. 135–147; Green 2004, с. 86–87; Rickford 1998, с. 154–200].

Заключение

В данной работе автором предпринята попытка детального рассмотрения и сопоставления с британским стандартом наиболее значимых в современном мире вариантов английского произношения, представляющих международные, креольские и социоэтнические разновидности английского языка на примере индийского, карибского и афроамериканского диалектов. Как и большинство других региональных и социальных разновидностей английского языка, описанные выше диалекты объединены набором общих произносительных черт и тенденций, среди которых наиболее яркими являются: монофтонгизация дифтонгов; упрощение консонантных кластеров; преобразование зубных фрикативных /θ/–/ð/ в губно-зубные или взрывные согласные; выпадение ряда согласных, особенно в начальном или конечном положении в слове; явление палатализации, назализации; наличие глоттальной смычки; метатеза и эпентеза. Однако, несмотря на большое количество схожих характеристик, каждый диалект уникален и открыт для дальнейших лингвистических исследований.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Романова Е. Ю. Региональная вариативность английского произношения на примере звуковой системы английского языка в Северной Индии (на основе экспериментальных данных) // Вестник Московского

- государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2015. Вып. 1 (712). С. 203–213.
- Романова Е. Ю. Фонетика и фонология креольского английского на примере речи жителей Карибских островов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2017. Вып. 3 (771). С. 92–104.
- Романова Е. Ю. Афроамериканский английский: британское наследие или креольское образование? // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 10 (803). С. 136–145.
- Шевченко Т. И. Социофонетика: Национальная и социальная идентичность в английском произношении. 2-е изд., доп. М. : ЛЕНАНД, 2016. 240 с.
- Baugh J. Linguistic Perceptions in Black and White: Racial Identification Based on Speech / Baugh, J. Out of the Mouths of Slaves: African American Language and Educational Malpractice. Austin : University of Texas Press, 1999. 190 p.
- Gargesh R. The Phonology of English in India // Varieties of English: Africa, Southeast Asia, India / Mesthrie R. (ed.). Berlin : Mouton de Gruyter, 2004. P. 187–197.
- Green L. African American English // Language in the USA: Themes for the Twenty-First Century / Finegan E., Rickford J. (eds.). Cambridge : Cambridge University Press, 2004. P. 76–91.
- Hickey R. Legacies of Colonial English: Studies in Transported Dialects. Cambridge : Cambridge University Press, 2005. 713 p.
- Holm J. A. English in the Caribbean // Burchfield R. The Cambridge History of the English Language. Vol. V: English in Britain and Overseas: Origins and Development. Cambridge : Cambridge University Press, 1994. P. 328–381.
- Kachru Y., Smith L. E. Cultures, Contexts, and World Englishes. New York and London : Routledge, Taylor and Francis Group, 2008. 231 p.
- Labov W. Dialect Diversity in America: the Politics of Language Change. Charlottesville : University of Virginia Press, 2012. 173 p.
- Lippi-Green R. English with an Accent: Language, Ideology, and Discrimination in the United States. London / New York : Routledge, 1997. 286 p.
- Metcalf A. How We Talk: American Regional English Today. Boston : Houghton Mifflin, 2000. 207 p.
- Rickford J. R. The Creole Origin of African American Vernacular English: Evidence from Copula Absence // African American English: Structure, History and Use / Salikoko S. M., Rickford J. R., Bailey G., Baugh J. (eds.). New York : Routledge, 1998. P. 154–200.
- Sailaja P. Dialects of English: Indian English. Edinburgh University Press, 2009. 171 p.

Wolfram W. African American English // *The Handbook of World Englishes* / Kachru, Braj B., Kachru Yamuna & Nelson Cecil L. (eds.). Hoboken ; New Jersey (US) : Wiley-Blackwell, 2009. P. 328–340.

REFERENCES

- Romanova E. Ju.* Regional'naja variativnost' anglijskogo proiznoshenija na primere zvukovoj sistemy anglijskogo jazyka v Severnoj Indii (na osnove jeksperimental'nyh dannyh) // *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvističeskogo universiteta. Gumanitarnye nauki.* 2015. Vyp. 1 (712). S. 203–213.
- Romanova E. Ju.* Fonetika i fonologija kreol'skogo anglijskogo na primere reči zhitel'ev Karibskih ostrovov // *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvističeskogo universiteta.* 2017. Vyp. 3 (771). S. 92–104.
- Romanova E. Ju.* Afroamerikanskij anglijskij: britanskoe nasledie ili kreol'skoe obrazovanie? // *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvističeskogo universiteta. Gumanitarnye nauki.* 2018. Vyp. 10 (803). S. 136–145.
- Shevchenko T. I.* Sociofonetika: Nacional'naja i social'naja identičnost' v anglijskom proiznoshenii. 2-e izd., dop. M. : LENAND, 2016. 240 c.
- Baugh J.* Linguistic Perceptions in Black and White: Racial Identification Based on Speech / Baugh, J. *Out of the Mouths of Slaves: African American Language and Educational Malpractice.* Austin : University of Texas Press, 1999. 190 p.
- Gargesh R.* The Phonology of English in India // *Varieties of English: Africa, Southeast Asia, India* / Mesthrie R. (ed.). Berlin : Mouton de Gruyter, 2004. P. 187–197.
- Green L.* African American English // *Language in the USA: Themes for the Twenty-First Century* / Finegan E., Rickford J. (eds.). Cambridge : Cambridge University Press, 2004. P. 76–91.
- Hickey R.* Legacies of Colonial English: Studies in Transported Dialects. Cambridge : Cambridge University Press, 2005. 713 p.
- Holm J. A.* English in the Caribbean // Burchfield R. *The Cambridge History of the English Language. Vol. V: English in Britain and Overseas: Origins and Development.* Cambridge : Cambridge University Press, 1994. P. 328–381.
- Kachru Y., Smith L. E.* Cultures, Contexts, and World Englishes. New York and London : Routledge, Taylor and Francis Group, 2008. 231 p.
- Labov W.* Dialect Diversity in America: the Politics of Language Change. Charlottesville : University of Virginia Press, 2012. 173 p.
- Lippi-Green R.* English with an Accent: Language, Ideology, and Discrimination in the United States. London / New York : Routledge, 1997. 286 p.
- Metcalfe A.* How We Talk: American Regional English Today. Boston : Houghton Mifflin, 2000. 207 p.

- Rickford J. R.* The Creole Origin of African American Vernacular English: Evidence from Copula Absence // *African American English: Structure, History and Use* / Salikoko S. M., Rickford J. R., Bailey G., Baugh J. (eds.). New York : Routledge, 1998. P. 154–200.
- Sailaja P.* Dialects of English: Indian English. Edinburgh University Press, 2009. 171 p.
- Wolfram W.* African American English // *The Handbook of World Englishes* / Kachru, Braj B., Kachru Yamuna & Nelson Cecil L. (eds.). Hoboken ; New Jersey (US) : Wiley-Blackwell, 2009. P. 328–340.

Д. Г. Савченко

аспирант кафедры лексикологии и стилистики немецкого языка факультета немецкого языка Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: savchenkodasha28@yandex.ru

РОЛЬ СКАЗОЧНОГО ДИСКУРСА В СОЗДАНИИ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

В статье рассматривается взаимодействие сказочного и рекламного дискурсов в современной немецкой рекламе как широко применяемая идея рекламодателей. Значительная часть сказочного дискурса включается в рекламу в виде прецедентных феноменов, входя, таким образом, в общий рекламный дискурс и образуя в нем отдельный частный дискурс – *сказка в рекламе*. Использование вошедших в культурную память человечества сказочных персонажей обеспечивает запланированное воздействие на целевую аудиторию и коммуникативный успех рекламного сообщения.

Ключевые слова: сказка; реклама; сказочный дискурс; рекламный дискурс; прецедентные феномены.

D. G. Savchenko

Postgraduate Student,

Department of Lexicology and Stylistics of German, Faculty of the German Language, Moscow State Linguistic University; e-mail: savchenkodasha28@yandex.ru

THE ROLE OF FAIRY-TALE DISCOURSE IN THE CREATION OF ADVERTISING TEXTS

The article considers the interaction of fairy-tale and advertising discourses in modern German advertising as a widely used idea of advertisers. A significant part of the fairy-tale discourse is included into advertising in the form of precedent phenomena, thus entering the general advertising discourse and forming within it a separate private discourse *a fairy tale in advertising*. The use of fairy-tale characters included into the cultural memory of humanity provides a planned impact on the target audience and the communicative success of the advertising message.

Key words: fairy-tale; advertising; fairy-tale discourse; advertising discourse; precedent phenomena.

Введение

Цель данной статьи заключается в рассмотрении взаимодействия сказочного и рекламного дискурсов в современной немецкой рекламе.

Актуальность работы обусловлена тем, что использование сказочных образов в рекламе является чрезвычайно успешной рекламной

идеями, эффективность которой требует дальнейших исследований с привлечением как данных современной лингвистической науки (прежде всего, теории текста и дискурса), так и других наук, в том числе литературоведения, лингвокультурологии, теории рекламной коммуникации, социологии и др.

Активное внедрение сказочных элементов в современную рекламу приводит к совмещению традиционного и нового содержания сюжетов и образов, обнаруживает их гибкость и универсальность в условиях рекламной индустрии. Известные сказки входят в современную культурную парадигму и в контексте рекламного сообщения приобретают новое смысловое содержание [Савченко 2018]. В силу своей известности и мощного культурологического потенциала сказки дают возможность прогнозировать эмоциональное воздействие рекламного сообщения, поскольку вызывают у реципиентов симпатию и высокую степень доверия, что делает их идеально пригодными для рекламы [Фадеева 2014; Фадеева 2016].

Прецедентные элементы сказок являются эмоционально окрашенными блоками знаний и существуют в сознании человека как готовые когнитивные структуры, поэтому рекламный образ, реферирующий к прецедентному тексту, не требует вербализации, его смысл понятен [Трошина 2009]. В связи с этим реклама, использующая наиболее известные потребителям сказочные мотивы, часто создается с краткой, сжатой до минимума вербальной частью: достаточно придумать подходящий заголовок, который связывает рекламируемый товар или услугу с прецедентным текстом сказки, чтобы обеспечить коммуникативный эффект [Фадеева, Савченко 2019].

В исследовании данной проблематики нами использовались методы когнитивно-дискурсивного анализа, а также комплексного семиотического и лингвокультурологического анализа. Для сбора практического материала был использован метод мониторинга с применением поисковых систем Яндекс, Google и др.

Взаимодействие сказочного и рекламного дискурсов

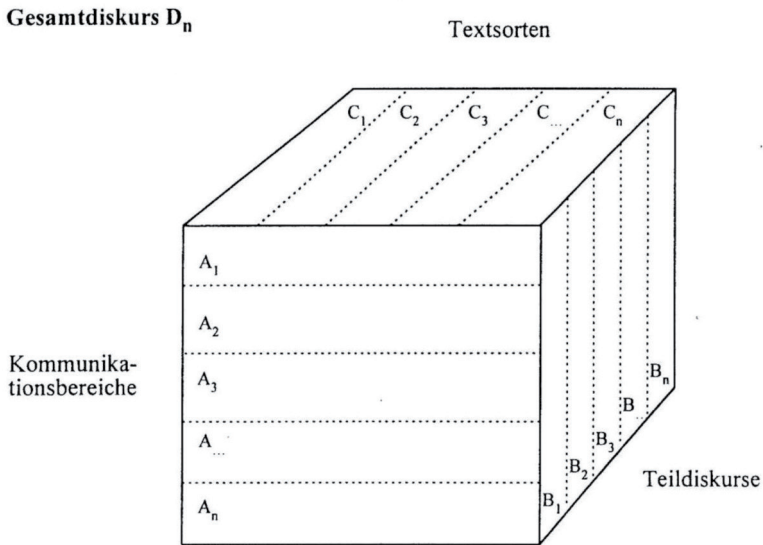
Учитывая многообразие подходов и дефиниций к понятию «дискурс», определим, что в соответствии с концепцией, предложенной В. Тойбертом и Д. Буссе, позднее дополненной и усовершенствованной М. Юнгом, мы понимаем дискурс как виртуальный, постоянно развертывающийся во времени и в пространстве корпус высказываний

на определенную тему, реализуемых в текстах [Busse, Teubert 1994; Jung 1996]. Как отмечает Г. М. Фадеева, указанный подход может успешно использоваться в анализе и интерпретации различных видов дискурсов, что подтверждается исследованиями, проведенными на разном эмпирическом материале [Фадеева 2009, с. 96].

Разработанная М. Юнгом модель дискурса – «куб» (см. схему 1) – демонстрирует внутреннюю дифференциацию дискурса по содержанию, по сферам коммуникации, по типам текстов. Попробуем применить данную модель к исследуемому нами материалу.

Схема 1

Модель дискурса [Jung 1996]



Весь корпус сказок разных народов (т. е. весь «куб» М. Юнга), на наш взгляд, можно рассматривать как **общий сказочный дискурс** (*Gesamtdiskurs Märchen*). Сказочный дискурс включает устное народное творчество (народные сказки) и письменные источники (авторские литературные сказки), реализуемые в различных сферах коммуникации (*грань A – Kommunikationsbereiche*). Так же дифференцируются и типы текстов данного дискурса (*грань C – Textsorten*).

Общий сказочный дискурс рассматривается нами как вышестоящий по отношению к частным дискурсам сказок разных народов и культур и по отношению к частным дискурсам конкретных сказок (*грань В – Teildiskurse*). Так, например, дискурс волшебной авторской литературной сказки «Пиноккио» можно классифицировать как частный дискурс общего сказочного дискурса [Фадеева, Савченко 2019].

С другой стороны, весь корпус рекламы (все ее разновидности) можно рассматривать как **общий рекламный дискурс** (*Gesamtdiskurs Werbung*). В этом случае дифференциация «куба» М. Юнга по граням может выглядеть следующим образом:

- *грань А* показывает разделение на частные дискурсы по видам носителей рекламной информации (печатная, видео-, аудиореклама и др.);

- *грань С* отражает типы текстов в рекламной коммуникации (рекламное объявление в газете, флайеры, листовки, буклеты, проспекты, брошюры и т. д.);

- *грань В* показывает частные рекламные дискурсы, которые могут быть выделены по различным критериям, например возможно деление на коммерческую, социальную, политическую рекламу, которые далее могут дробиться на нижестоящие частные дискурсы.

За время существования сказок вокруг любой из них, будь то «Пиноккио», «Золушка» или другая общеизвестная сказка, сформировался огромный корпус текстов, который развивается во времени и в пространстве, как на это и указывает М. Юнг. На протяжении многих столетий появлялись не только модифицированные, переработанные тексты этих сказок на разных языках, но и многочисленные экранизации, мультфильмы, пьесы и т. д. Значительная часть этого корпуса успешно используется в рекламе как прецедентные феномены (прецедентные тексты, имена, ситуации, высказывания), входя таким образом в общий рекламный дискурс и образуя там отдельный частный дискурс **сказка в рекламе**, в котором можно выделить нижестоящие частные дискурсы [Savchenko 2018; Фадеева, Савченко 2019].

У сказки и рекламы много общего: *во-первых*, ирреальность происходящего; *во-вторых*, в сказке и в рекламе существует свой волшебный мир, безусловно, метафорически отражающий объективную реальность; *в-третьих*, важнейшей характеристикой их финала является «счастливый конец». При этом важно подчеркнуть, что и в сказке, и в рекламе обнаруживается композиционное сходство

ввиду общности «морфологии» (термин В. Я. Проппа): проблема – поиск средства для решения задачи – решение проблемы и счастливый финал [Елкина, Валитова 2014].

Использование сказочных образов в рекламе является, на наш взгляд, успешной рекламной идеей [Пирогова, Паршин 2000], так как наиболее известные сказки, перешагнувшие границы государств, эпох, культур, можно отнести к константным текстам культуры (термин Ю. М. Лотмана) [Фадеева 2014; Фадеева 2016], а традиционные сказочные персонажи стереотипны, наделены стандартным набором черт характера и соответствующими функциями. Это дает возможность эффективно использовать их в рекламе, прогнозируя результат. Известные сказочные образы могут использоваться в рекламе как в неизменном виде, так и в трансформированном, что позволяет отразить неповторимость того или иного товара или услуги и дает возможность максимально оттенить значимые для потенциального потребителя характеристики. Одним из наиболее часто используемых в рекламе сказочных мотивов является мотив получения героем чудесного средства. Это подчеркивает уникальность рекламируемого товара (услуги) в ряду похожих товаров (услуг) и его положительные характеристики.

Проиллюстрируем взаимодействие сказочного и рекламного дискурсов на примере видеорекламы банка «Райффайзен» (Raiffeisen) реферирующей к популярной европейской сказке «Гензель и Гретель» (Hänsel und Gretel), которая была впервые опубликована в 1812 г. в сборнике сказок, записанных и изданных Братьями Гримм, а впоследствии получила широкое распространение в самых разных сферах коммуникации и видах искусства (см. рис. 1).





Рис. 1. Кадры из рекламного ролика банка Raiffeisen
(youtu.be/BMrF2P20VpE, 23.01.2020)

Участие в рекламе знаменитых личностей способствует повышению эффективности рекламы [ср. Фадеева 2013]. В анализируемом примере такой знаменитостью и главным героем рекламы является олимпийский чемпион и чемпион мира австрийский горнолыжник

Херман Майер (его можно увидеть в ряде рекламных роликов банка Raiffeisen, так как банк был постоянным спонсором Майера во время его спортивной карьеры). В видеорекламе Херман Майер сидит под деревом у костра в окружении детей и поет известную детскую песенку о Гензеле и Гретель, аккомпанируя себе на маленькой гитаре. Текст песни вкратце рассказывает сюжет сказки «Гензель и Гретель»¹:

Hänsel und Gretel verlieben sich im Wald.

– Гензель и Гретель потерялись в лесу.

Es war so finster und auch so bitter kalt.

– Было очень темно и ужасно холодно.

Sie kamen an ein Häuschen aus Pfefferkuchen fein.

– Они подошли к хорошенькому пряничному домику.

Исполнив эти строки, Майер, не прерывая игру на гитаре, признается, что дальше он забыл текст песни, и предлагает ребятам пойти в уютный домик на дереве:

Jetzt ging mir der Text aus.

– Дальше я забыл текст.

Jetzt gehen wir mal ins Baumhaus rein.

– Теперь пойдемте-ка в домик на дереве.

Следует отметить тонкое использование языковой игры, которая создается благодаря двойному смыслу глагола *ausgehen* (выходить откуда-либо; заканчиваться, иссякать) и его сочетанию с глаголом *[he]reingehen* (входить куда-либо).

Дети смеются и аплодируют Майеру, так как он сумел закончить песню в рифму, а в это время закадровый голос произносит рекламный текст, который связывает происходящее в видео и банк Raiffeisen:

Besser wohnen. Besser sofort. Wenn's um Wohnen und Sanieren geht, ist nur eine Bank meine Bank. Raiffeisen. Meine Bank.

– Жить лучше. Лучше сразу. Если речь идет о жилье и его модернизации, только один банк – мой банк. Райффайзен. Мой банк.

Одновременно на экране появляется логотип, название (*Raiffeisen*) и слоган рекламы банка (*Meine Bank*), а также краткий текст, сообщающий, что банку исполнилось 125 лет (*Partnerschaft seit 125 Jahren / 125-летнее партнерство*).

¹Зд. и далее перевод наш. – Д. С.

В данном примере референция к сказке «Гензель и Гретель», ее героям и сюжету осуществляется с помощью очень популярной детской песенки, которую в рекламе поет Майер. После первой строчки один из детей комментирует: *Kenne ich*. – Я это знаю, а по реакции остальных мы понимаем, что песню знают все дети, а также, скорее всего, и их родители, потенциальные клиенты банка. Эта сказка хорошо известна не только в европейском культурном пространстве, но и за океаном, благодаря мультфильмам, экранизациям, и, конечно, опере Хумпердинка «Гензель и Гретель», которая с 1893 г. с успехом идет во многих странах мира, поэтому референция к сказке в рекламном ролике не требует расшифровки [Savchenko 2018]. Таким образом, все названные формы и виды существования сказки «Гензель и Гретель» образуют дискурс данной сказки, который продолжает развиваться во времени и пространстве. Использование референции к сказке «Гензель и Гретель» в данной (и многих других рекламах) свидетельствует о том, что эта рекламная идея оказалась успешной и поэтому широко применяется рекламодателями.

Одним из важных образов в сказке является уютный пряничный домик, который Гензель и Гретель обнаружили в лесу, когда заблудились. Для данного примера рекламы сказочный образ пряничного домика является центральным (ядерным), так как из множества различных мотивов сказки создатели выбрали именно домик для рекламы услуг банка по финансированию жилищных вопросов клиентов.

От темы жилья с помощью закадрового текста осуществляется переход к теме банка, и рекламный эффект, созданный благодаря элементам данного частного сказочного дискурса, усиливается. Для этого используется троекратный повтор слова *Bank*: слоган *Meine Bank* повторяется в предложении *...ist nur eine Bank meine Bank*, что повышает коммуникативный эффект рекламы.

Заключение

Анализ собранного нами корпуса рекламы, реферирующего к известным сказкам, включая рассмотренный в статье частный пример, дает основания для следующих выводов:

– Наиболее известные в определенном лингвокультурном ареале сказки являются частью коллективного сознания, что позволяет сделать основанную на них рекламу настолько узнаваемой, что она интериоризируется.

- Сказочные рекламные образы соотносятся с современной культурной парадигмой и приобретают новое смысловое содержание в контексте рекламной коммуникации.
- Элементы сказочного дискурса активно проникают в рекламные тексты, входя в общий рекламный дискурс и образуя там отдельный частный дискурс *сказка в рекламе*.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Елкина М. В., Валитова Н. Р. Сказочный фольклор в контексте зарубежной рекламы // Наука о человеке: гуманитарные исследования. Омск, 2014. С. 225–229.
- Лотман Ю. М. Память в культурологическом освещении // Избранные статьи : в 3 т. Таллинн : Велес, 1992. Т. 1. С. 200–202.
- Пирогова Ю. К., Паришин П. Б. Рекламный текст: Семиотика и лингвистика. М. : ИД Гребенникова, 2000. 270 с.
- Савченко Д. Г. О понятии «рекламный образ» // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 18 (816). С. 308–319.
- Трошина Н. Н. Смещение текстовых моделей как прием в рекламном дискурсе // Русская германистика: Ежегодник РСГ. М. : Языки славянских культур, 2009. Т. 5. С. 334–339.
- Фадеева Г. М. «Лексикон – текст – дискурс» с позиций исследовательской практики // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2009. Вып. 559. С. 90–99.
- Фадеева Г. М. Социальная реклама в защиту животных как семиотически гетерогенный феномен // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2013. Вып. 15 (675). Ч. II. С. 216–228.
- Фадеева Г. М. Ироническая референция к сказке в современных СМИ // Bajkowe fascynacje humanistów 4. UWM, Olsztyn, 2014. С. 60–71.
- Фадеева Г. М. Европейская сказка как прецедентный феномен в СМИ немецкого и русского культурного пространства // Лингвокультурологические исследования: Язык лингвокультурологии: теория vs. эмпирия. М. : ЛЕНАНД, 2016. С. 146–149.
- Фадеева Г. М., Савченко Д. Г. Пересекая границы языков и культур: европейские сказки в контексте глобализации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2019. Вып. 3 (819). С. 227–239.
- Busse D., Teubert W. Ist Diskurs ein sprachwissenschaftliches Objekt? Zur Methodenfrage der historischen Semantik // Begriffsgeschichte und

- Diskursgeschichte. Methodenfragen und Forschungsergebnisse der historischen Semantik. Opladen : Westdeutscher Verlag, 1994. S. 10–28.
- Jung M. Linguistische Diskursgeschichte // Öffentlicher Sprachgebrauch. Praktische und historische Perspektiven. Georg Stötzel zum 60. Geburtstag gewidmet / K. Böke, M. Jung, M. Wengeler (Hrsg.) Opladen : Westdeutscher Verlag, 1996. S. 453–472.
- Savchenko D. Grimm-Märchen in der modernen Werbung // Язык профессии – язык для профессии = Berufssprache – Sprache für den Beruf : материалы Межвуз. студ. науч. конф., Москва, 1 декабря 2017 г. М. : МГИМО(У), 2018. С. 331–336.

REFERENCES

- Elkina M. V., Valitova N. R. Skazochnyj fol'klor v kontekste zarubezhnoj reklamy // Nauka o cheloveke: gumanitarnye issledovanija. Omsk, 2014. S. 225–229.
- Lotman Ju. M. Pamjat' v kul'turologicheskom osveshhenii // Izbrannye stat'i: v 3 t. Tallinn : Veles, 1992. T. 1. S. 200–202.
- Pirogova Ju. K., Parshin P. B. Reklamnyj tekst: Semiotika i lingvistika. M. : ID Grebennikova, 2000. 270 s.
- Savchenko D. G. O ponjatii «reklamnyj obraz» // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki. 2018. Vyp. 18 (816). S. 308–319.
- Troshina N. N. Smeshenie tekstovykh modelej kak priem v reklamnom diskurse // Russkaja germanistika: Ezhegodnik RSG. M. : Jazyki slavjanskikh kul'tur, 2009. T. 5. S. 334–339.
- Fadeeva G. M. «Leksikon – tekst – diskurs» s pozicij issledovatel'skoj praktiki // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. 2009. Vyp. 559. S. 90–99.
- Fadeeva G. M. Social'naja reklama v zashhitu zhivotnyh kak semioticheski geterogenyj fenomen // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. 2013. Vyp. 15 (675). Ch. II. S. 216–228.
- Fadeeva G. M. Ironicheskaja referencija k skazke v sovremennyh SMI // Bajkowe fascynacje humanistow 4. UWM, Olsztyn, 2014. S. 60–71.
- Fadeeva G. M. Evropejskaja skazka kak precedentyj fenomen v SMI nemeckogo i russkogo kul'turnogo prostranstva // Lingvokul'turologicheskie issledovanija: Jazyk lingvokul'turologii: teorija vs. jempirija. M. : LENAND, 2016. S. 146–149.
- Fadeeva G. M., Savchenko D. G. Peresekaja granicy jazykov i kul'tur: evropejskie skazki v kontekste globalizacii // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki. 2019. Vyp. 3 (819). S. 227–239.

- Busse D., Teubert W.* Ist Diskurs ein sprachwissenschaftliches Objekt? Zur Methodenfrage der historischen Semantik // Begriffsgeschichte und Diskursgeschichte. Methodenfragen und Forschungsergebnisse der historischen Semantik. Opladen : Westdeutscher Verlag, 1994. S. 10–28.
- Jung M.* Linguistische Diskursgeschichte // Öffentlicher Sprachgebrauch. Praktische und historische Perspektiven. Georg Stötzel zum 60. Geburtstag gewidmet / K. Böke, M. Jung, M. Wengeler (Hrsg.) Opladen : Westdeutscher Verlag, 1996. S. 453–472.
- Savchenko D.* Grimm-Märchen in der modernen Werbung // Jazyk professii – jazyk dlja professii = Berufssprache – Sprache für den Beruf : materialy Mezhdvuz. stud. nauch. konf., Moskva, 1 dekabnja 2017 g. M. : MGIMO(U), 2018. S. 331–336.

УДК 81'27

А. О. Столярова

аспирант кафедры лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации
факультета иностранных языков и регионоведения
Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова;
e-mail: a.stolyarova9@gmail.com

МЕГАСТРАТЕГИЯ КООПЕРАЦИИ В БИЗНЕС-ДИСКУРСЕ (на материале американских кинофильмов конца XX – начала XXI вв.)

Цель данного исследования – с помощью методов сплошной выборки, анализа визуального материала и дискурс-анализа выделить стратегии в речи профессионального индивида, с помощью которых в условиях бизнес-дискурса реализуется мегастратегия кооперации. Материалом работы послужили американские кинофильмы конца XX–XXI вв. (1982–2013). В результате анализа выявлено, что кооперативная мегастратегия включает в себя следующие стратегии: самопрезентации, прямой идентификации, комплимента, усиления эффекта сказанного, интимизации и консолидации.

Ключевые слова: бизнес-дискурс; деловая коммуникация; коммуникативная стратегия; мегастратегия; стратегия кооперации; коммуникативная ситуация.

A. O. Stolyarova

Postgraduate Student, Department of Linguistics, Translation
and Intercultural Communication, Faculty of Foreign Languages
and Area Studies, Lomonosov Moscow State University;
e-mail: a.stolyarova9@gmail.com

MEGASTRATEGY OF COOPERATION IN BUSINESS DISCOURSE (based on American movies of the late XX – the beginning of the XXI centuries)

The research is aimed at identifying strategies of cooperative megastrategy, that professionals use in business discourse. The methods applied include: continuous sampling method, method of visual material analysis, method of discourse analysis. American movies (1982–2013) stepped out as a reliable source of material. As a result, the following strategies have been singled out: self-presentation, direct identification, compliment, speech expression, intimization and consolidation.

Key words: business discourse; business communication; communicative strategy; megastrategy; strategy of cooperation; communicative situation.

Введение

Область деловой коммуникации является актуальной сферой исследования в XXI в. ввиду того, что роль бизнеса в благополучии наций не прекращает расти, а охваченный процессом глобализации

современный мир стремится развиваться, полагаясь на концепты сотрудничества, сплоченности, интеграции и кооперации. Причиной тому является стирание границ между деловыми культурами, желание выстраивать деловые отношения на международном рынке и необходимость совместными усилиями решать ряд глобальных проблем, затрагивающих целые континенты. На международной бизнес-арене Америка сегодня занимает заслуженное первое место, что делает американский англоязычный деловой дискурс важным объектом исследования.

Кооперативные стратегии в бизнес-дискурсе

Бизнес-дискурс, будучи подтипом институционального делового дискурса, является видом деловой коммуникации, которая применяется сотрудниками компаний, фирм, предприятий для реализации корпоративных целей. Бизнес-дискурс играет важную роль в строительстве предприятия как уникальной и привлекательной организации. Дискурс выстраивает и поддерживает «организационное Я». Именно благодаря дискурсу организация помнит свою историю, строит планы на будущее и реализует определенные цели, политику и идеи [Gunnarsson 2005, с. 102].

Целевая установка любой коммуникации обуславливает два возможных традиционно существующих вида мегастратегий – кооперативную и некооперативную (конфронтативную). В общем понимании, «мегастратегия – это комплекс тактико-стратегических действий, которые применяет языковая личность для реализации целевой установки дискурсивного взаимодействия» [Славова 2015, с. 320]. Мегастратегия включает стратегии, тактики, ходы и приемы. Коммуникативная стратегия в лингвистике – это «обусловленные коммуникативной целью общие стереотипы построения процесса коммуникативного воздействия в зависимости от условий общения и личности коммуникантов» [Стернин 2001, с. 14]. Эти термины применимы, в основном, к устной, диалоговой речи, где стратегия обуславливает выбор модели речевых действий для реализации макро- и микроинтенций коммуниканта, влияет на ход коммуникации и на ее результат. В качестве материала для выделения стратегий кооперации в данной статье выступают американские кинофильмы, поскольку они насыщены диалогами и воспроизводят черты реальной речи, несмотря на определенную долю драматизации, диктуемой самим кинематографическим жанром.

Итак, семантическим ядром мегастратегии кооперации является наполнение содержательного плана коммуникации вербализованными формами всех видов, способов и форм успешной кооперативно налаженной коммуникации (похвалы, комплимента, консолидации, преувеличения социальной и личностной значимости собеседника, положительных обещаний) [Славова 2015, с. 320]. Отсюда следует, что мегастратегия кооперации направлена на достижение коммуникативной цели путем применения такого набора лингвистических средств, которые оказывают положительное влияние на эмоциональное состояние адресата. «Вследствие прозрачности дискурса нередко происходит наложение характеристик разных видов дискурса в одном тексте» [Шейгал 2000, с. 24], поэтому многие стратегии можно встретить в диалогах, принадлежащих к разным дискурсам. Выделенные Л. Л. Славова стратегии в политическом дискурсе (стратегия самопрезентации, стратегия прямой идентификации, стратегия комплимента и стратегия усиления эффекта сказанного) [Славова 2015] встречаются также и в рамках бизнес-дискурса. Применительно к области деловой коммуникации этот список дополнен стратегиями интимизации и консолидации. Разберем подробнее каждую из них.

1. Стратегия самопрезентации – является основной стратегией, реализуемой индивидом, так как включает всю совокупность речевых действий, с целью достижения коммуникативной интенции [Иссерс 2008]. Данная стратегия содержит мысли и идеи, вербализованные коммуникантом, которые оказывают необходимое влияние на собеседника и побуждают последнего к действиям и переживанию определенных эмоций. Проще говоря, стратегия самопрезентации сама по себе и есть потребность человека совместно с ее реализацией что-то сказать. Самопрезентация обуславливает возможность осуществления других потребностей говорящего, которые можно рассматривать посредством изучения когнитивно-дискурсивных стратегий, которые и предопределяют выбор коммуникантом конкретного пути речевого поведения, отбора вербальных и невербальных средств передачи информации, как и активации концептуальной структуры сообщения, что в совокупности составляет организацию дискурса конкретной коммуникативной ситуации [Потапенко 2009]. Стратегия самопрезентации, как и стратегия саморекламы, направлена на позитивную презентацию услуг, товаров и общего имиджа компании. Самопрезентация в сфере бизнеса относится к искусственному

виду стратегий, так как позитивный образ создается намеренно, для субъектов, важных для самого бизнесмена, его фирмы или продукта. Следуя такой стратегии, коммуникант стремится представить свои достоинства в наиболее выгодном свете, не упоминая при этом о недостатках. Американские ученые И. Джонс и Т. Питтман выделяют пять способов выполнения стратегии самопрезентации, в каждом из которых применяются разные техники, служащие разной цели:

- 1) желание понравиться (техника выражения согласия, лести, благосклонности, цель – выглядеть привлекательным);
- 2) самопродвижение (техника выражения хвастовства и демонстрации знаний и умений; цель – казаться экспертом);
- 3) запугивание (техника угроз и выдвижения требований, цель – производить впечатление опасного человека);
- 4) пояснение примером (техника выражения хвастовства и демонстрации достоинств; цель – казаться достойным подражания, стать примером);
- 5) мольба (техника демонстрации слабости, зависимости, просьбы; цель – выглядеть слабым) [Jones, Pittman 1982].

Используя стратегию самопрезентации, коммуникант пытается нарисовать радужные перспективы на будущее и представить себя и результаты своей деятельности в выгодном свете. Самопрезентация может быть эксплицитной (пример 1) и имплицитной (пример 2). Стратегия самопрезентации важна не только для актуализации позитивного имиджа, но и для понимания дискурсивной модели коммуникации:

Walter Abrams : And here he is Mr. John Anthony.

Brandon Lang : Thank you Walter. This is John Anthony the million-dollar man with the billion-dollar plan. Wall Street to Tokyo to Hollywood all your big money is gonna stay and play with me [Two for the Money 2005].

В этом примере глава американской спортивной консалтинговой компании Уолтер Абрамс в своем телевизионном шоу представляет бывшего спортсмена Брэндона Лэнга под псевдонимом Джон Энтони, обладающего талантом прогнозирования спортивных результатов. В данном случае самопрезентация начинается с клишированного акта благодарности ведущему за представление. Рифмованные словосочетания *million-dollar man* и *billion-dollar plan* с присутствующим стилистическим приемом градации сразу же привлекают внимание

слушателей так же, как и демонстрируемая непоколебимая уверенность говорящего в своих словах и «запланированности» событий, что выражено в грамматической форме глагола *gonna* (Present Continuous «going to») и персонифицированной метафоре *big money is gonna stay and play with me*.

Gordon Gekko : I don't wanna sound like a rooster taking credit for the dawn, but turning \$100 million into \$1.1 billion in this market, takes some brains, right? And it's no wonder our new fund is over-subscribed [Wall Street: Money never sleeps, 2010].

Данный пример имплицитной самопрезентации демонстрирует то, как легендарный биржевой магнат Гордон Гекко из оскароносного фильма «Уолл-стрит» в процессе переговоров с будущими партнерами по бизнесу завуалированно с помощью составного именного сказуемого *takes some brains* описывает выдающиеся профессиональные качества сотрудников своей компании и свои собственные.

2. **Стратегия интеграции (прямой идентификации)** направлена на отождествление адресанта с адресатами, например руководителя с подчиненными или коллегами. Она применяется для того, чтобы сократить дистанцию, предписанную правилами субординации, для достижения доверия и цели наиболее качественно выполнить свои служебные обязанности. Данная стратегия характеризуется использованием языковых средств с обязательным наличием референтной связи. Основным способом ее реализации является тактика отождествления, речевым признаком которой является наличие местоимений *we*, *I*, *our* и пр. Их употребление свидетельствует о принятии коммуникантом ответственности за свои слова:

Everybody quiet down for a second. We're superstars now. J. P. Morgan just faxed over their congratulations and said "Welcome to the club." And just to show you how appreciative I am... there's a little something extra. We're players now, boys! Let's celebrate. Salute! [Boiler Room 2003].

Такими словами глава молодой брокерской фирмы сообщает своим сотрудникам об успехе, которого они достигли совместными усилиями. Используя местоимение «we», руководитель подчеркивает важность вклада в общее дело каждого своего подчиненного. Профессиональная языковая личность брокера, таким образом, указывает на

свое единение с подчиненными, когда сотрудники и руководители – одна команда с общими корпоративными целями.

3. **Стратегия комплимента** – как правило используется в начале или в конце акта коммуникации: в качестве способа наладить отношения с коллегами, настроить их на позитивный лад или как способ проявить готовность к дальнейшему плодотворному сотрудничеству. Успешность стратегии комплимента сопряжена с прагматическими характеристиками коммуникативной ситуации. Комплиментарные высказывания эмоциональны, экспрессивны, субъективны, преувеличены и содержат эмотивно-оценочные единицы с положительной семантикой, лексические интенсификаторы, междометия и обращения [Аршинова 2006]. Для современной американской речевой культуры характерно обилие комплиментов, что является не просто данью уважения к собеседнику или проявлением этики межличностного общения, а устоявшейся традицией мультикультурного в своей основе этноса налаживать контакты и вызывать у собеседника положительные эмоции. Степень выраженности содержания комплимента в американской языковой культуре является эксплицитной; а комплименты, благодаря профессиональным достижениям индивида, являются наиболее частотными [Белан 2007]. Выражение комплимента в американской бизнес-коммуникации является, тем не менее, формализованным, ввиду всеобъемлющих правил политической корректности. Речевой акт комплимента, однако, стоит отличать от актов похвалы и лести, где цель комплимента – доставить собеседнику удовольствие и гармонизировать отношения, цель похвалы – выразить предметную и информативную положительную оценку, а цель лести – доставить собеседнику удовольствие, чтобы в дальнейшем получить выгоду [Сальникова 2006]. В качестве примера приведем начало диалога в коммуникативной ситуации собеседования с целью трудоустройства между героями фильма «Two for the Money» бизнесменом Уолтером Абрамсом и его будущим сотрудником Брэндоном Лэнгом:

Brandon Lang: Nice to meet you.

Walter Abrams: Hey you're in great shape.

Brandon Lang: I've been in better.

Walter Abrams: You're modest too. Sit down [Two for the Money 2005].

В данном случае комплименты (*you're in great shape, you're modest too*) хотя и содержатся в начале беседы, выполняют не только

фатическую функцию, но и указывают на скрытую интенцию привлечь молодого специалиста к сотрудничеству. Средствами реализации стратегии комплимента являются лексические единицы с положительной семантикой (*great, modest*), оба комплимента обладают позитивной коннотацией и помогают собеседнику справиться с естественным волнением во время собеседования.

4. Стратегия усиления эффекта сказанного – используя ее, коммуникант ставит своей целью обратить внимание реципиента на конкретные идеи, поспособствовать лучшему запоминанию той или иной информации. Реализуется посредством повторов, параллельных конструкций, фразеологических оборотов, кольцевой конструкции высказывания:

Jim Young: If you become an employee of this firm you will make your first million within three years. Okay? I repeat that: You will make a million dollars within three years of your first day of employment at J. T. Marlin. There is no question whether or not you'll become a millionaire here. The only question is how many times over. You think I'm joking? I am not joking [Boiler Room 2002].

В данном случае стратегия усиления эффекта сказанного реализуется посредством повторения основной фразы и применением соответствующих интонаций говорящим – рекрутером брокерской фирмы. В реплике также присутствует риторический вопрос и самостоятельный ответ на него, что добавляет высказыванию экспрессии.

Gordon Gekko: What about hard work? What about it? My father worked like an elephant until he died at 49. Wake up, will you, pal? If you're not inside, you are outside, O. K? And I'm not talking about some \$400,000-a-year working Wall Street stiff flying first class and being comfortable, I'm talking about liquid. Rich enough to have your own jet, rich enough not to waste time. Dollars, Buddy. A player...or nothing [Wall Street 1982].

Данное высказывание экспрессивно и эмоционально окрашено, а стратегия усиления эффекта сказанного в данном примере выражается в наличии **анафор** (*what about ... what about; rich enough ... rich enough*), **антитез** (*inside – outside; player / nothing*), риторических вопросов и риторического обращения (*What about hard work? What*

about it? Wake up, will you, pal?). Помимо этого, эффект сообщения усиливается еще и по причине наличия в высказывании описанной далее стратегии интимизации, которая проявляется в том, что адресант раскрывает личные подробности из жизни своего отца, пытаясь тем самым оказать влияние на эмоции реципиента.

5. Стратегия интимизации – ставит своей целью затронуть эмоционально-чувственную сторону собеседника. Применяется в тех случаях, когда говорящий готов раскрыть собственные эмоции и чувства и выдать информацию о своей личной жизни, стремясь вызвать эмоциональный отклик у собеседника и сократить профессиональную субординацию в тандеме «руководитель – подчиненный». Реализуется с помощью отсылок – своего рода аллюзий на события и личности из частной жизни говорящего:

John Sculley: A few months ago, when Steve was visiting me in Manhattan, he asked me very important question. He said, “Do you want to sell sugar water for the rest of your life, or come with me, and change the world?” Well, here I am. Thank you [Jobs 2013].

Вышеизложенный пример демонстрирует выдержку из презентационной речи бывшего генерального директора корпорации «Pepsi» Джона Скалли, который перешел в компанию «Apple» по приглашению Стивена Пола Джобса. Выступая перед сотрудниками – новыми коллегами, Джон Скалли рассказывает о том, какой аргумент (*Do you want to sell sugar water for the rest of your life, or come with me, and change the world?*) Джобс использовал, чтобы переманить его к себе в фирму. Подробности этого личного разговора двух руководителей не обязательно делиться с подчиненными, однако Скалли решил поделиться этой информацией для того, чтобы объяснить новым коллегам возложенную на него миссию и решение Стивена Джобса взять нового вышестоящего сотрудника. Таким образом, Скалли дал понять аудитории, что он на их стороне и готов работать ради достижения общих корпоративных целей.

6. Стратегия консолидации – собственно стратегия приглашения к сотрудничеству и совместной работе – означает сплочение, интеграцию или объединение единиц в группы. Адресант может говорить о сплочении команды как включая себя в их число, так и не включая:

“All right, let’s hear it. You’re all still here for a reason. The rest was just sent home, forever. We spent the last hour saying our goodbyes. They were good people and they were good at their jobs, but you were better. Now they’re gone, they’re not to be thought of again. This is your opportunity. On every floor of this building and in every office, from Hong Kong to London, the same thing is happening. By the time we’re done, three of every seven guys who were standing between you and your boss’ job are gone. That is your opportunity. I’ve been with this place for 34 years, and I can tell you this is not the last time that you’re gonna go through this. But you are all survivors. And that is how this firm, over 107 years, has continued to grow stronger. So keep your heads high. Get back to work. Let’s hear it” [Margin Call 2011].

В данном примере руководитель крупного американского инвестиционного банка произносит речь после массового увольнения большого количества сотрудников. События разворачиваются в начале финансового кризиса 2008 г., и глава банка пытается подбодрить оставшихся специалистов. Стратегия консолидации так же, как и стратегия интеграции, реализуется с помощью использования местоимений *we, our, you, your* (*you’re all still here, this is your opportunity, we’re done, you are all survivors, keep your heads high, you were better*). В данной речи автор хвалит своих сотрудников (*you are all survivors*), сравнивает их с уволенными работниками (*they were good people and they were good at their jobs, but you were better*), демонстрируя тем самым свое отношение к ним, как к ценным кадрам, мотивирует их (*this is your opportunity, keep your heads high*), утешает (*one very floor of this building and in every office, from Hong Kong to London, the same thing is happening*) и, в конце концов, настраивает на активную работу (*So keep your heads high. Get back to work. Let’s hear it*).

Заключение

Таким образом, нам удалось выделить ряд стратегий, в совокупности составляющих мегастратегию кооперации в бизнес-дискурсе: самопрезентация, интеграция (прямая идентификация), комплимент, усиление эффекта сказанного, интимизация и консолидация. Применение кооперативных стратегий не гарантирует, однако предоставляет большие шансы того, что коммуникативные, а затем и корпоративные, цели будут достигнуты. Все вышеописанные стратегии настраивают собеседников на дружеский лад и демонстрируют желание сотрудничать на честных и «прозрачных» условиях, создавая позитивный настрой на работу в команде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аршинова О. С. Обучение речевому акту «комплимент» как стратегия гармонизации общения в курсе русского языка как иностранного // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2006. №1 (18). С. 112–116.
- Белан Д. В. Комплимент в американской и французской коммуникативных культурах: дис. ... канд. фил. наук. М., 2007. 196 с.
- Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М. : Флинта : Наука, 2008. 142 с.
- Потапенко С. И. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти. Ніжин : вид-во НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391 с.
- Сальникова И. В. Комплимент в британской и американской лингвокультурах: коммуникативные, лингвопрагматические и лингвокультурологические аспекты: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2006. 155 с.
- Славова Л. Л. Мовна особистість у сучасному американському та українському політичному дискурсі: дис. ... д-ра філол. наук. Київ, 2015. 516 с.
- Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж : Истоки, 2001. 252 с.
- Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград : Перемена, 2000. 368 с.
- Boiler Room: Ben Younger, 2000. URL: www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=boiler-room (дата обращения: 10.12.2019).
- Gunnarsson B-L. The Organization of Enterprise Discourse // Business Discourse. Texts and Contexts / A. Trosborg & P. E. Flyvholm Jrgensen (eds.). Peter Lang, 2005. P. 83–109.
- Jobs : Joshua Michael Stern, 2013. URL: www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=jobs (дата обращения: 10.12.2019).
- Jones E. E., Pittman T. S. Toward a general theory of strategic self-presentation // Psychological perspectives on the self / J. Suls (ed.). Hillsdale ; NJ : Erlbaum, 1982. Vol. 1. P. 231–262.
- Margin Call : J. C. Chandor, 2011. URL: www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=margin-call (дата обращения: 10.12.2019).
- Two for the Money : D. J. Caruso. 2005. URL: www.scripts.com/script.php?id=two_for_the_money_22409&p=36 (дата обращения: 10.12.2019).
- Wall Street : Oliver Stone, 1982. URL: www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=wall-street (дата обращения: 10.12.2019).
- Wall Street: Money Never Sleeps : Oliver Stone, 2010. URL: www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=wall-street-money-never-sleeps (дата обращения: 10.12.2019).

REFERENCES

- Arshinova O. S.* Obuchenie rechevomu aktu «kompliment» kak strategija garmoznizacii obshhenija v kurse russkogo jazyka kak inostrannogo // *Izvestija Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gercena*. 2006. №1 (18). S. 112–116.
- Belan D. V.* Kompliment v amerikanskoj i francuzskoj kommunikativnyh kul'turah: dis. ... kand. fil. nauk. M., 2007. 196 s.
- Issers O. S.* Kommunikativnye strategii i taktiki russkoj rechi. M. : Flinta : Nauka, 2008. 142 s.
- Potapenko S. I.* Suchasnij anglomovnij media-diskurs: lingvokognitivnij i motivacijnij aspekti. Nizhin: vid-vo NDU imeni Mikoli Gogolja, 2009. 391 s.
- Sal'nikova I. V.* Kompliment v britanskoj i amerikanskoj lingvokul'turah: kommunikativnye, lingvopragmaticheskie i lingvokul'turologicheskije aspekty : dis. ... kand. filol. nauk. Voronezh, 2006. 155 s.
- Slavova L. L.* Movna osobistist' u suchasnomu amerikans'komu ta ukrains'komu politichnomu diskursi : dis. ... d-ra filol. nauk. Kii'v, 2015. 516 s.
- Sternin I. A.* Vvedenie v rechevoe vozdejstvie. Voronezh : Istoki, 2001. 252 s.
- Shejgal E. I.* Semiotika politicheskogo diskursa. Volgograd : Peremena, 2000. 368 s.
- Boiler Room*: Ben Younger, 2000. URL: www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=boiler-room (data obrashhenija: 10.12.2019).
- Gunnarsson B-L.* The Organization of Enterprise Discourse // *Business Discourse. Texts and Contexts* / A. Trosborg & P. E. Flyvholm Jrgensen (eds.). Peter Lang, 2005. P. 83–109.
- Jobs*: Joshua Michael Stern, 2013. URL: www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=jobs (data obrashhenija: 10.12.2019).
- Jones E. E., Pittman T. S.* Toward a general theory of strategic self-presentation // *Psychological perspectives on the self* / J. Suls (ed.). Hillsdale ; NJ : Erlbaum, 1982. Vol. 1. P. 231–262.
- Margin Call*: J.C.Chandor, 2011. URL: www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=margin-call (data obrashhenija: 10.12.2019).
- Two for the Money*: D. J. Caruso. 2005. URL: www.scripts.com/script.php?id=two_for_the_money_22409&p=36 (data obrashhenija: 10.12.2019).
- Wall Street*: Oliver Stone, 1982. URL: www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=wall-street (data obrashhenija: 10.12.2019).
- Wall Street: Money Never Sleeps* : Oliver Stone, 2010. URL: www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=wall-street-money-never-sleeps (data obrashhenija: 10.12.2019).

УДК 340.113.1:81`373.45

Г. М. Фадеева, В. В. Кочерыгин

Фадеева Г. М., кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры лексикологии и стилистики немецкого языка факультета немецкого языка Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: galina_fadeeva@rambler.ru

Кочерыгин В. В., магистрант факультета немецкого языка Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: cubeinbox@outlook.com

ФРАНЦУЗСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ ДИПЛОМАТИЧЕСКОГО И КОНСУЛЬСКОГО ПРАВА

Статья посвящена исследованию актуального статуса и тенденций в использовании французских заимствований как части терминологии современного немецкого языка дипломатического и консульского права, рассматриваемого авторами как частный дискурс международного права. Период Великой французской революции характеризуется как один из важных этапов «францизации» лексики немецкого языка международного права и дипломатии. *Корпусный подход* к изучаемому материалу позволяет отразить динамику в употреблении галлицизмов данной области современного немецкого языка. Отказ от французских заимствований с малой степенью ассимиляции в пользу немецких эквивалентов рассматривается как тенденция развития терминологии современного немецкого языка международного права в условиях глобализации и расширения применения английского языка как языка международного общения.

Ключевые слова: заимствования; галлицизмы; международное право; дипломатическое и консульское право; частота употребления; термины.

G. M. Fadeeva, V. V. Kocherygin

Fadeeva G. M., PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor at the Department of Lexicology and Stylistics of German, Faculty of the German Language, Moscow State Linguistic University;
e-mail: galina_fadeeva@rambler.ru

Kocherygin V. V., Master's Student, Faculty of the German Language, Moscow State Linguistic University; e-mail: cubeinbox@outlook.com

FRENCH LOAN WORDS IN THE MODERN GERMAN LANGUAGE OF DIPLOMATIC AND CONSULAR LAW

The article aims to analyse the actual status and tendencies in the use of French loan words as part of the terminology of the modern German language of diplomatic and consular law, which is considered by the authors to be a topical

discourse of international law. The Great French revolution is characterised as one of the important steps of “francisation” of the German vocabulary of international law and diplomacy. The Corpus-based approach to the research material allows to show more accurately the dynamics in the use of Gallicisms in this domain of modern German. The rejection of French loan words with a small degree of assimilation in favour of German equivalents is regarded as a tendency to develop the terminology of the German language of international law in the context of globalisation and in terms of the increasing use of the English language as the language of international communication.

Key words: loan words; Gallicisms; international law; diplomatic and consular law; frequency of occurrence; terms.

Введение

Актуальность темы обусловлена важной ролью терминологии в жизни современного общества. Термины составляют основную массу появляющихся в последние десятилетия новых слов, что дает основания говорить об «интеллектуализации» общенационального языка под влиянием предметно-специальных языков, которая выражается в том, что многие понятия (Fachausdrücke) из предметно-специальных языков проникают в общенациональный язык, а с другой – существующие слова общенационального языка покрывают потребность в новых обозначениях за счет своей «специализации» (Spezialisierung) [Fluck 1996, с. 167].

Опираясь на работы немецких исследователей предметно-специальных языков и их стратификации (W. Dieckmann, H. Ischreyt, Hans-R. Fluck), мы рассматриваем язык дипломатического и консульского права в соответствии с его сферой применения и функцией как институциональный язык управления, законодательства и договоров в международных отношениях, ср. [Fluck 1996, с. 77]. Этот язык имеет свою терминосистему, часть которой получила широкое распространение в СМИ.

Особый научный интерес, на наш взгляд, представляет изучение динамических процессов в сложившихся терминосистемах в условиях глобализации и расширения применения английского языка как языка международного общения, вытесняющего немецкий и французский языки из многих сфер коммуникации.

Объект исследования в данной статье ограничен терминологией предметно-специального языка дипломатического и консульского права как особой отрасли международного права.

Корпусный подход к изучаемому материалу позволяет отразить актуальный статус, значимость и тенденции в употреблении галлицизмов в данной области немецкого языка с учетом возрастающей роли английского языка.

Международное право и его дискурс

Международное право (далее – МП) – это правовая система (совокупность юридических принципов и норм), которая регулирует отношения:

- 1) между государствами;
- 2) между государством или государствами, с одной стороны, и международной организацией (организациями) – с другой;
- 3) между международными организациями;
- 4) внутри международной организации. Вся система международно-правовых норм – это международное право [Шумилов 2010].

Дипломатическое и консульское право (Diplomaten- und Konsularrecht) рассматривается как особая область международного права, которая имеет многовековую историю и относится к старейшим отраслям международного права [Lorenzmeier 2012, с. 174]. *Дипломатическое и консульское право* определяет статус и функции органов внешних сношений государств, включая дипломатические представительства, консульские учреждения, специальные миссии, представительства при международных организациях и др.

Новый (современный) период в развитии международного права начался во второй половине XX в. Его институциональной основой стала ООН. Международное право приобрело к этому времени определенную системность, сформировались его основные отрасли, появились международно-правовые институты и принципы, заложившие основу для становления новых отраслей [Шумилов 2010, с. 45–46].

Современное дипломатическое и консульское право упорядочено и кодифицировано в ряде документов, в том числе Венской конвенцией о дипломатических сношениях 1961 г., Венской конвенцией о консульских сношениях 1963 г., Конвенцией о специальных миссиях 1969 г. и др. [Фадеева, Кочерыгин 2019].

Говоря о дипломатическом праве, как особой отрасли международного права, следует уточнить их соотношение с позиций лингвистического исследования дискурса. Мы разделяем точку зрения

М. Юнга о внутренней дифференциации дискурса (в нашем случае речь идет о международно-правовом дискурсе) по трем признакам: содержанию, сфере коммуникации и типам текстов [Jung 1996].

В соответствии с этим в нашем исследовании международно-правовой дискурс понимается как «общий дискурс» (Gesamtdiskurs), т. е. вышестоящая единица в иерархии, которая включает частные дискурсы (Teildiskurse) отдельных отраслей международного права, в том числе частный дискурс дипломатического и консульского права, ср. [Фадеева 2009]. Подчеркнем, что в статье рассматривается только одна область коммуникации – современные немецкие СМИ, в различных типах текстов которых обсуждаются соответствующие темы.

Краткий экскурс в историю языка дипломатии

Дипломатическое и консульское право – пример постепенного развития необязательных правил *courtoisie* в систему правил, имеющих обязательную силу в международных сношениях [Lorenzmeier 2012, с. 174].

Обращаясь к истории языка дипломатии в Европе, следует подчеркнуть, что вплоть до XIX–XX вв. наблюдалась тенденция использовать единый язык для дипломатических сношений в Европе.

До XVI в. официальным общепринятым языком дипломатических сношений в Европе был латинский язык. Он сохраняется в качестве такого и до XVII в., но наряду с ним с XVI в. начинает использоваться французский язык, который прочно утвердился в качестве общепризнанного языка дипломатии с середины XVIII в. Лишь ближе к XIX в. немецкий язык начинает активно использоваться в официальных отношениях с другими государствами [Фарафонова 1977, с. 70].

Таким образом, в течение нескольких веков французский язык играл важную роль в развитии области права в целом. С возрастанием роли Франции в Европе и мире в язык права многих стран (один из древнейших предметно-специальных языков, который рассматривается учеными как прототип любого предметно-специального языка [Busse 1999, с. 1382]), вошли французские термины из сфер частного и международного права.

Немецкий язык не является исключением. Многие заимствования из французского языка прочно закрепились в немецком языке и активно употребляются до сих пор, хотя под влиянием наступления

английского языка в современную эпоху наблюдаются изменения в части данного корпуса.

Как утверждают немецкие исследователи, французский язык оказал второе по значимости влияние на словарный состав немецкого языка после латыни [Thiele 1993]. Выделяются два основных этапа лексических заимствований из французского языка.

Первый этап относится к Средним векам, когда Франция стала эталоном рыцарской культуры. В этот период в средневерхненемецкий язык смогло проникнуть множество старофранцузских слов рыцарства и дворянства. Этот процесс начался в середине XII в. и длился вплоть до позднего Средневековья [Volland 1986, с. 10].

Вторая волна заимствований началась в XVIII в. и связана с ярко выраженным подражанием социальной и культурной жизни Франции. В этот период немецкое дворянство и образованные слои населения стали говорить на французском языке.

Одной из важнейших причин заимствования новых лексических единиц послужила Французская революция, которая принесла целый ряд новых понятий в области дипломатии и международного права. Данный период продлился до XIX в., после чего статус языка международного общения начал завоевывать английский язык.

Наибольшее влияние на немецкий язык международного права оказала вторая волна заимствований из французского языка. Данный период можно считать одним из важнейших этапов «францизации» лексики международного права и дипломатии.

Известный немецкий специалист по исторической антропологии, истории понятий, социальной истории и истории права Р. Козеллек (Koselleck) характеризует период Великой французской революции как переломный момент в политико-социальной истории понятий, когда общепринятое в настоящее время употребление понятий было приведено в актуальный по сей день вид с помощью семантического обогащения, обобщения и поляризации¹.

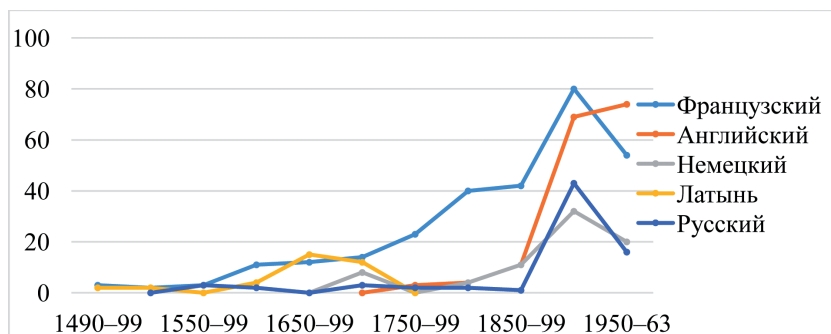
Таким образом, французский язык плодотворно повлиял на словарный состав других языков в области дипломатии, в частности на немецкий язык, в связи с многовековыми языковыми и культурными франко-немецкими контактами.

¹Прив. по: [Polenz 1994, с. 386].

Тенденции в использовании языков в современных международных отношениях

Рассматривая взаимоотношения французского, английского и немецкого языков в современном международном праве, обратимся к работе У. Аммона (Ammon), один из разделов которой посвящен положению немецкого языка в области дипломатии. Согласно данному источнику, употребление пяти наиболее частотных языков, использовавшихся в межгосударственных соглашениях с 1492 по 1963 гг., выглядит следующим образом (см. график 1):

График 1



Общая частота употребления пяти наиболее частотных языков
в межгосударственных соглашениях 1492–1963¹

Как мы видим, пик частотности французского языка пришелся на первую половину XX в., затем наблюдается резкий спад, в то время как английский язык показывает стабильный рост. Данную тенденцию отражает и таблица 1, в которой представлены доли языков оригинальных текстов Еврокомиссии за 2002 и 2006 гг. Можно прийти к выводу, что роли французского и английского языков в международно-правовом дискурсе сменяются с большой скоростью, хотя французский язык до сих пор остается на втором месте.

¹ Прив. по: [Ammon 2015, с. 710]

Таблица 1

**Доли языков оригинальных текстов Еврокомиссии
за 2002 и 2006 гг. (в %)¹**

Язык	2002	2006
Английский	57,4	72
<u>Французский</u>	29,1	14,4
Немецкий	4,6	2,8

Поскольку предметом нашего исследования являются термины языка международного права, уточним наше понимание термина.

По определению А. А. Реформатского, «термины – это слова специальные, ограниченные своим особым назначением; слова, стремящиеся быть однозначными как точное выражение понятий и называние вещей» [Реформатский 1967, с. 110]. О. С. Ахманова предлагает близкое определение термина: «Слово или словосочетание специального (научного, технического и т. п.) языка, создаваемое (принимаемое, заимствуемое и т. п.) для точного выражения специальных понятий и обозначения специальных предметов...» [Ахманова 1986, с. 474].

Обязательными (конституирующими) для всех терминов признаками являются системность, дефинированность, относительная однозначность (в пределах терминосистемы), независимость от контекста, устойчивость, стилистическая нейтральность. Однако, как справедливо отмечает И. А. Вицинская, в терминах различных областей знания эти свойства могут проявляться в неодинаковой степени, что обусловлено спецификой соответствующих областей. Для отграничения терминов от общеупотребительных слов можно ориентироваться на критерий отнесенности слова к специальной сфере, учитывая возможность «вариаций» в степени проявления у него конституирующих признаков термина [Вицинская 2009, с. 11–12].

Методика исследования

В ходе исследования нами были отобраны термины французского происхождения в области дипломатического и консульского права. Поиск был осуществлен в словаре *Duden das Fremdwörterbuch*,

¹Прив. по: [Ammon 2015, с. 747].

насчитывающем 60000 лексических единиц [Duden. Das Fremdwörterbuch 2015]. Наиболее актуальное 11-е издание 2015 г. включает большое число заимствованных слов в современном немецком языке, в том числе большое количество галлицизмов. Был произведен поиск терминов-галлицизмов с пометами *Diplomatie* (дипломатия) и *Völkerrecht* (международное право), в результате чего было отобрано 30 галлицизмов.

Для анализа употребления отобранных единиц в немецком языке был сделан выбор в пользу общедоступного корпуса немецкого языка DWDS (Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache), в частности был выбран подкорпус всех изданий еженедельной газеты Die Zeit с 1946 по 2018 г. (www.dwds.de/d/k-zeitung#zeit). Данная газета относится к качественной и влиятельной немецкой надрегиональной прессе, выходит еженедельным тиражом свыше полумиллиона экземпляров, а также в режиме он-лайн. По нашему мнению, дискурс СМИ в целом и данное издание, в частности достаточно репрезентативно отражают употребление в немецком языке анализируемых лексических единиц.

Дальнейшим шагом был отбор терминов и присваивание им класса частотности на основе корпуса текстов Duden (www.duden.de/). Онлайн-версия словаря позволяет проследить общую частоту слова в немецком языке. Так, были выделены три следующих класса:

Класс 3 – слово принадлежит к 10000 самых частотных слов в корпусе Duden за исключением первой тысячи.

Класс 2 – слово принадлежит к 100000 самых частотных слов за исключением первых 10 тыс.

Класс 1 – слово не входит в 100000 самых частотных слов или не употребляется вовсе.

Указанные ранги частотности дополняют данные об абсолютной частоте исследуемых единиц в корпусе DWDS.

Отобранные термины-галлицизмы были проанализированы с точки зрения степени их ассимиляции. В первую очередь внимание отводилось орфографии (наличию аксанов, нетипичным сочетаниям букв), а также произношению (носовым звукам, непронизносимым конечным буквам и нетипичному для немецкого языка чтению буквосочетаний).

В ходе исследования нами была разработана таблица частотности галлицизмов в анализируемом сегменте немецкого языка (см. табл. 2):

Таблица 2

**Фрагмент разработанной таблицы галлицизмов
в немецком языке МП**

№	Термин	DWDS	Duden
1	Aide-Mémoire	26	1
2	akkreditieren	460	2
3	Allianz	14015	3
4	Ambassadeur	31	2
5	Attaché	181	2
6	Chargé d’Affaires	2	1
7	Charte	14	1
8	Corps diplomatique	270	1

Сопоставив полученные результаты с частотой употребления слов, мы выделили две группы галлицизмов: с меньшей и большей степенями ассимиляции.

Таблицы 3 и 4 показывают зависимость частоты употребления слова от степени его ассимиляции. Так, в таблице 3 частота галлицизмов не превышает 1500 вхождений, а согласно словарю Duden это первый класс частотности (см. табл. 3). Во второй таблице частота в среднем намного выше, при этом у некоторых слов представлен третий класс частотности (см. табл. 4).

Таблица 3

Первые пять галлицизмов с малой степенью ассимиляции

№	Термин	DWDS	Duden
1	Chargé d’Affaires	2	1
2	Pourparler	2	1
3	Charte	14	1
4	Aide-Mémoire	26	1
5	Rapprochement	26	1

Первые пять галлицизмов с большой степенью ассимиляции

№	Термин	DWDS	Duden
1	Konvention	4952	3
2	Diplomatie	5993	2
3	Intervention	8258	3
4	Allianz	14015	3
5	Diplomat	16853	3

Чтобы проследить динамику использования французских заимствований в немецком языке дипломатического и консульского права, мы отобрали пары: термин-галлицизм – немецкий эквивалент.

Отбор был проведен на базе онлайн-словаря Duden с помощью раздела синонимов, сравнения определений и стилистических помет. Проиллюстрируем наши наблюдения на примере нескольких пар терминов, которые в дальнейшем выступили объектом сравнительного анализа наряду с другими отобранными нами парами:

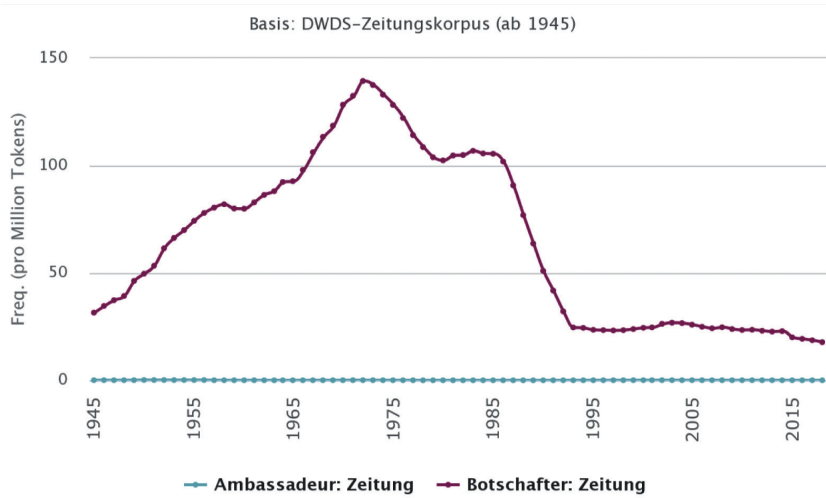
1. *Ambassadeur* – *Botschafter* (посол)
2. *Chargé d’Affaires* – *Geschäftsträger* (поверенный в делах)
3. *Rapprochement* – *Wiederversöhnung* (примирение)

Для данных пар терминов были построены графики их частотности в корпусе изданий газеты *Die Zeit* (см. графики 2–4):

Первые две пары отражают схожую тенденцию. Данные термины французского происхождения редко встречаются в современном немецком языке.

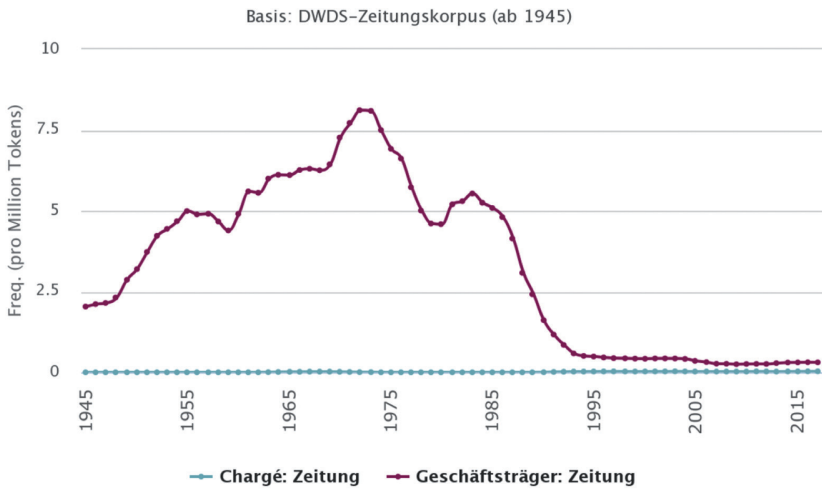
Пара *Rapprochement* – *Wiederversöhnung* (примирение) на графике 4 показывает небольшой разрыв в частоте в корпусе DWDS-Zeitungskorpus с 1945 по 2015 гг. за последние годы, несмотря на то, что немецкий вариант статистически использовался чаще.

График 2



Распределение частоты встречаемости терминов
«Ambassadeur» и «Botschafter» в корпусе DWDS-Zeitungskorpus с 1945 по 2015 гг.

График 3



Распределение частоты встречаемости терминов
«Chargé d’Affaires» и «Geschäftsträger» в корпусе DWDS-Zeitungskorpus
с 1945 по 2015 гг.



Распределение частоты встречаемости терминов «Rapprochement» и «Wiederversöhnung» в корпусе DWDS-Zeitungskorpus с 1945 по 2015 гг.

Заключение

Анализ терминов-галлицизмов и их эквивалентов в современном немецком языке дипломатического и консульского права на материале современных немецких СМИ позволяет сделать следующие предварительные выводы:

1. Ряд галлицизмов перестал употребляться в современном немецком языке и маркируется словарями как «устаревшие». Можно говорить об отказе от иностранных слов с малой степенью ассимиляции в пользу немецких эквивалентов как о тенденции развития терминологии немецкого языка дипломатического и консульского права.

2. Галлицизмы, утратившие свои чужеродные признаки и ассимилированные с точки зрения орфографии и произношения, обладают наибольшей устойчивостью в немецком языке, что выражается в частоте их употребления. Галлицизмы такого плана не всегда позволяют сразу распознать их происхождение и, как правило, не представляют трудностей в употреблении.

3. Результаты исследования подтверждают гипотезу о соотношении степени ассимиляции галлицизмов с частотой их употребления в современном немецком языке.

4. Изучение динамических процессов в данной терминосистеме современного немецкого языка уточняет представление о тенденциях развития немецкого языка в условиях глобализации, а также об изменении статуса и соотношения традиционных языков международного права на современном этапе. Дальнейшее исследование предполагает обращение к сфере предметно-специального употребления немецкого языка международного права, в том числе изучение соответствующих документов ООН и других международных организаций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Ахманова О. С. Словарь омонимов русского языка. 3-е изд., стереотип. М. : Русский язык, 1986. 488 с.
- Вицинская И. А. Лингводинамические процессы в современной немецкой музыкальной терминологии: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2009. 24 с.
- Реформатский А. А. Введение в языковедение: учебник для филол. фак. пед. ин-тов. 4-е изд., испр. и доп. М. : Просвещение, 1967. 542 с.
- Фадеева Г. М. «Лексикон – текст – дискурс» с позиций исследовательской практики // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2009. Вып. 559. С. 90–99.
- Фадеева Г. М., Кочерыгин В. В. Галлицизмы в современном немецком языке международного права // Германистика 2019: nove et nova: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 10–12 апреля 2019. М. : ФГБОУ ВО МГЛУ, 2019. С. 371–374.
- Фарафонова Л. Г. Система дипломатического подстиля и ее исследование на уровне текста: на материале современного немецкого языка : дис. ... канд. филол. наук. М., 1977. 203 с.
- Шумилов В. М. Международное право: учебник. М. : РГ-Пресс, 2010. 488 с.
- Ammon U. Die Stellung der deutschen Sprache in der Welt. Berlin ; München ; Boston : de Gruyter, 2015. 1295 S.
- Busse D. Die juristische Fachsprache als Institutionensprache am Beispiel von Gesetzen und ihrer Auslegung // Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft. Hg. von L. Hoffmann et al. 2. Halbband. Berlin ; N.Y. : de Gruyter, 1999. S. 1382–1390.
- Duden. Das Fremdwörterbuch. 11., vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage / Projektleiterin Ursula Kraif. Mannheim ; Zürich : Dudenverlag, 2015. 1136 S.

- Fluck Hans-R.* Fachsprachen: Einführung und Bibliographie. 5. überarb. und erw. Aufl. Tübingen ; Basel : Francke, 1996. 361 S.
- Jung M.* Linguistische Diskursgeschichte // Öffentlicher Sprachgebrauch. Praktische und historische Perspektiven. Georg Stötzel zum 60. Geburtstag gewidmet / K. Böke, M. Jung, M. Wengeler (Hrsg.). Opladen : Westdeutscher Verlag, 1996. S. 453–472.
- Lorenzmeier St.* Völkerrecht – Schnell erfasst. Zweite Auflage. Berlin ; Heidelberg : Springer-Verlag, 2012. 305 S.
- Polenz P. von.* Deutsche Sprachgeschichte vom Spätmittelalter bis zur Gegenwart / von Peter von Polenz. Bd. 2. 17. und 18. Jahrhundert. Berlin ; New York : de Gruyter, 1994. 385 S.
- Thiele J.* Die Schichtung französischen Wortgutes im Deutschen. Streifzüge durch die Geschichte der deutschen Sprache // Das Französische in den deutschsprachigen Ländern / Romanistisches Kolloquium VII. Wolfgang Dahmen. Tübingen : Narr Verlag, 1993. S. 3–17.
- Volland B.* Französische Entlehnungen im Deutschen // Transferenz und Integration auf phonologischer, graphematischer, morphologischer und lexikalisch-semanticischer Ebene. Tübingen : Max Niemeyer, 1986. 213 S.

REFERENCES

- Ahmanova O. S.* Slovar' omonimov russkogo jazyka. 3-e izd., stereotip. M. : Russkij jazyk, 1986. 488 s.
- Vicinskaja I. A.* Lingvodinamicheskie processy v sovremennoj nemeckoj muzykal'noj terminologii: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2009. 24 s.
- Reformatskij A. A.* Vvedenie v jazykovedenie: uchebnik dlja filol. fak. ped. in-tov. 4-e izd., ispr. i dop. M. : Prosveshhenie, 1967. 542 s.
- Fadeeva G. M.* «Leksikon – tekst – diskurs» s pozicij issledovatel'skoj praktiki // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. 2009. Vyp. 559. S. 90–99.
- Fadeeva G. M., Kocherygin V. V.* Gallicizmy v sovremenном nemeckom jazyke mezhdunarodnogo prava // Germanistika 2019: nove et nova: materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Moskva, 10–12 aprelja 2019. M. : FGBOU VO MGLU, 2019. S. 371–374.
- Farafonova L. G.* Sistema diplomaticheskogo podstilja i ee issledovanie na urovne teksta: na materiale sovremennogo nemeckogo jazyka: dis. ... kand. filol. nauk. M., 1977. 203 s.
- Shumilov V. M.* Mezhdunarodnoe pravo: uchebnik. M. : RG-Press, 2010. 488 s.
- Ammon U.* Die Stellung der deutschen Sprache in der Welt. Berlin ; München ; Boston : de Gruyter, 2015. 1295 S.

- Busse D.* Die juristische Fachsprache als Institutionensprache am Beispiel von Gesetzen und ihrer Auslegung // Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft. Hg. von L. Hoffmann et al. 2. Halbband. Berlin ; N.Y. : de Gruyter, 1999. S. 1382–1390.
- Duden.* Das Fremdwörterbuch. 11., vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage / Projektleiterin Ursula Kraif. Mannheim ; Zürich : Dudenverlag, 2015. 1136 S.
- Fluck Hans-R.* Fachsprachen: Einführung und Bibliographie. 5. überarb. und erw. Aufl. Tübingen ; Basel : Francke, 1996. 361 S.
- Jung M.* Linguistische Diskursgeschichte // Öffentlicher Sprachgebrauch. Praktische und historische Perspektiven. Georg Stötzel zum 60. Geburtstag gewidmet / K. Böke, M. Jung, M. Wengeler (Hrsg.) Opladen : Westdeutscher Verlag, 1996. S. 453–472.
- Lorenzmeier St.* Völkerrecht – Schnell erfasst. Zweite Auflage. Berlin ; Heidelberg : Springer-Verlag, 2012. 305 S.
- Polenz P. von.* Deutsche Sprachgeschichte vom Spätmittelalter bis zur Gegenwart / von Peter von Polenz. Bd. 2. 17. und 18. Jahrhundert. Berlin ; New York : de Gruyter, 1994. 385 S.
- Thiele J.* Die Schichtung französischen Wortgutes im Deutschen. Streifzüge durch die Geschichte der deutschen Sprache // Das Französische in den deutschsprachigen Ländern / Romanistisches Kolloquium VII. Wolfgang Dahmen. Tübingen : Narr Verlag, 1993. S. 3–17.
- Volland B.* Französische Entlehnungen im Deutschen // Transferenz und Integration auf phonologischer, graphematischer, morphologischer und lexikalisch-semanticischer Ebene. Tübingen : Max Niemeyer, 1986. 213 S.

УДК 811.161.1

Е. Б. Штукарева

кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры русского языка лингвистического факультета
Российского государственного социального университета;
e-mail: shtukareva@mail.ru

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО ТЕКСТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В статье дана общая характеристика особенностей маркетинговых текстов в социальных сетях, коммуникативными задачами которых являются информирование, продвижение продукта или услуги и расширение целевой аудитории. Материалом для исследования послужили тексты, размещенные в социальной сети «Фейсбук» на страницах групп образовательных центров и личных страниц филологов, преподавателей, издателей, литературных критиков, бизнес-тренеров. Исследование проведено с использованием методов описания, контекстуального анализа и сплошной выборки. В качестве результата исследования описаны языковые особенности текстов в соответствии с лингвистическими уровнями (фонетико-графическим, лексическим, словообразовательным, морфологическим, синтаксическим), используемые авторами в качестве приемов формирования у читателя интереса к маркетинговому сообщению и удержания внимания к нему.

Ключевые слова: интернет-коммуникация; маркетинговая лингвистика; маркетинговый текст; SMM-продвижение; копирайтинг; языковые особенности; социальная сеть.

Е. Б. Shtukareva

PhD (Philology), Associate Professor,
Associate Professor at the Department of the Russian Language,
Russian State Social University; e-mail: shtukareva@mail.ru

LANGUAGE FEATURES OF THE MARKETING TEXT IN SOCIAL NETWORKS

The article studies general characteristics of marketing texts in social networks, the communicative task of which is to inform, promote a product or service and expand the target audience. The material for the research included texts posted on the Facebook social network on the pages of groups of educational centers and on the personal pages of philologists, teachers, publishers, literary critics, and business trainers. The author used description method, contextual analysis and continuous sampling technique. As a result of the study, the language features of the texts are described in accordance with the linguistic levels (phonetic and graphic, lexical, derivational, morphological, syntactic) used by the authors as

methods of forming the reader's interest in the marketing message and keeping attention to it.

Key words: internet communication; marketing linguistics; marketing text; SMM promotion; copywriting; language features; social network.

Введение

Актуальность статьи обусловлена появлением в последние десятилетия новой отрасли прикладного языкознания – маркетинговой лингвистики, «моделируемой сетевой логикой и призванной модифицировать связь между означаемым и означающим в соответствии с требованиями информационно-технологической парадигмы» [Халина 2011]. Целый ряд исследований посвящен особенностям рекламы в социальных сетях, приемам SMM-продвижения, цифровому PR, особенностям коммуникации и речевых тактик в социальных медиа [Гусейнова 2010; Евстафьев 2001; Чирич 2019]. Непосредственному анализу языковых средств маркетинговых текстов в онлайн-пространстве посвящено значительно меньше работ [Крылова 2019; Штукарева 2016], в то время как они отражают современные внутренние закономерности развития языка.

В работе дана общая характеристика языковых особенностей маркетинговых текстов социальных сетей, опирающаяся на уже существующие исследования и результаты собственного анализа таковых в социальной сети «Фейсбук». Источником для анализа послужили тексты, размещенные на страницах групп образовательных центров, объединяющих коммуникантов высокого интеллектуального уровня, а также на личных страницах филологов, преподавателей, издателей, литературных критиков, бизнес-тренеров. Исследование проведено с использованием таких лингвистических методов, как описание, контекстуальный анализ и метод сплошной выборки.

Характер маркетинговых текстов

Объектами продвижения в текстах, размещенных в социальных сетях и послуживших предметом исследования, являются личный бренд преподавателя, коучера, консультанта, услуги учебного центра, вышедшие в свет новые книги, а инструментами продвижения – сообщения / посты, т. е. продвигающие, или маркетинговые, тексты, представляющие собой «наивные» дискурсы, отличающиеся меньшей кодифицированностью и меньшей зависимостью от жанровых,

стилистических, этикетных и прочих рамок, отсутствием четкой композиции и структуры. Их авторы, как правило, по роду своей деятельности не связаны с написанием текстов или не являются специалистами в областях, которым посвящены их тексты [Алексеева 2017].

Следует отметить, что тексты в социальных сетях далеко не всегда являются спонтанными. Эти интерактивные площадки для коммуникации перестали быть платформой только для межличностного общения и открыли возможности для PR-коммуникаций. Тексты, размещенные в социальных сетях, становятся продуманными, написанными на заказ, в связи с чем появляется и новый вид профессиональной деятельности – копирайтинг, наименование которой еще не вошло в русскоязычные лингвистические словари несмотря на активность своего существования в профессиональной коммуникации.

Таким образом, социальные сети становятся новой сферой функционирования языка, в которой он, помимо традиционно реализуемых функций – информативной, номинативной, коммуникативной, суггестивной (внушающей) – выполняет функцию продвижения [Борисова 2016].

Текст, написанный профессиональным копирайтером или неспециалистом в области копирайтинга с целью продвижения продукта, услуги, себя, компании, следует отнести к **маркетинговому дискурсу**. Иногда для наименования такого типа текста используют также словосочетания *потребительский дискурс; продающий / продвигающий / уникальный / оптимизированный / эффективный текст* [Олешко, Таушканова 2019; Ухова 2018]. И. А. Гусейнова определяет маркетинговый текст как «вербализованную форму объективации рыночного мышления и сознания, а также отрегулированный механизм становления и развития жанровой системности, способствующий поддержанию взаимоотношений между предприятиями, а также предприятиями и целевым адресатом в функциональном пространстве маркетинговой коммуникации» [Гусейнова 2010].

Маркетинговые тексты создаются с целью информирования и привлечения целевой аудитории и имеют собственные механизмы оценки качества: качество текста определяется его эффективностью, которая измеряется уровнем отклика читателя / потребителя.

Коммуникативной задачей продвигающих текстов, распространяемых в социальных сетях, является прежде всего создание информационного повода, чтобы вовлечь в общение, повысить уровень

лояльности, сделать участника группы потенциальным покупателем и, в конечном счете, увеличить продажи. Так, текст И. Карпенко в группе «Методика преподавания РКИ» Учебного центра русского языка М. В. Ломоносова под названием «Пятница» «переплюнула» всех «первых» посвящен роли телевидения в воспитании и образовании, автор возмущается тем, что телевидение сегодня носит исключительно развлекательный характер. Используя в качестве информационного повода предстоящую церемонию вручения телевизионной премии ТЭФИ, текст преследует маркетинговую цель – сообщить участникам группы о новой телевизионной образовательной программе «Шпаргалка» на телеканале «Настроение», которую ведет известный специалист в области методики преподавания риторики профессор В. И. Аннушкин.

Маркетинговые тексты социальных сетей адресованы более узким сегментам целевой аудитории (в соцсетях группы объединяются по интересам, социальным характеристикам, целям и потребностям, многие из них, например, «Инстаграм» и «Фейсбук» предлагают специализированный сервис по настройке индивидуальных пользовательских аудиторий).

Фонетико-графические особенности маркетинговых текстов

На фонетико-графическом уровне наблюдаем орфографическое сближение с транскрипцией, стремление приблизить написание к звучанию разговорной речи. Так, долгота гласных передается при помощи повтора букв: *ДРУЗЬЯЯЯ, ЭТО КЛАСНО!!!; Короче, движжжжж и литературный процесс в полный рост*. Для передачи модуляции голоса используется сочетание строчных и прописных букв (*HeHoPмАльнЫе; В общем, если вы думали, они там – ОГОГО, а мы тут – пипипи; Мы сделали бизнес-анализ этого кейса по предложенной методологии и решили, что НАДО СТРИМИТЬ!!!; Главнейшее С-О-Б-Ы-Т-И-Е!*).

Визуально для привлечения внимания читателя используется комбинация строчных и прописных букв: *Эти Таблицы Заставят Вас Выучить Английский, Даже Если Вы Не Сильны В Языках*.

Встречаются фонетические сокращения, отражающие неполный стиль произношения, характерный для непринужденной бытовой речи: *чѐ, щас, счас, щаз, тока* и др.

Отсутствие возможности интонирования компенсируется использованием повтора восклицательных и вопросительных знаков: *Будет бомба. Бомба!!!!!!!!* (приглашение на семинар кейс-клуба); *Какая наглость, возмутились коллеги, дааа как он смеет???*

Появляется новый графический прием использования в качестве средства выразительности – **зачеркивание**: автор намеренно демонстрирует ход своей работы над текстом, однако зачеркивается не результат правки текста, попытки улучшить его, а именно тот фрагмент текста, в котором скрыт истинный смысл, завуалированный в силу правил этикета, эмоциональной сдержанности, каких-то традиций, стандартов, клише: *Ты вообще помнишь, что ты на обед ела, – чучело? Спагетти? Джелато?* Такой прием в исследовательских работах получил название **литератутива** [Булавина 2012; Гусейнов 2008]. Так, автор иронического поста о своих обманутых ожиданиях от путешествия в г. Рондо завершает его зачеркнутой фразой, передающей конфликт между желаемым и реальным *И обязательно поезжайте!*. Предметом иронии в данном контексте становятся отзывы путешественников (*туристы всего мира состоят друг с другом в сетевой пирамиде и каждый раз, потратив впустую время и деньги, они, тем не менее, хотят выйти в моральный плюс*).

Для интонационной и смысловой актуализации используются и цветовые оформления шрифта: *Друзья, **поздравляю!***))) (поздравляю выделено красным цветом). Кроме того, социальные сети предлагают дополнительные возможности добавления тени, фона, регулирования размера и типа шрифта, имитации рукописного шрифта.

Поскольку сообщения в социальных сетях ориентированы на восприятие с экранов мобильных устройств (смартфонов и планшетов), для них характерно стремление к меньшему объёму. Оптимизировать объём сообщения позволяет использование графических сокращений написаний: *надо бы не забыть проработать соответствующий законопроект на сл. год; поездка на **стратсессию***.

Сокращение количества знаков в сообщении возможно и благодаря организации текста по схеме математической формулы с использованием соответствующих математических знаков: *Но забавно наблюдать, что многим взрослым русским людям Грета очень зашла как идеальная ролевая модель, – значит, в школу не ходишь (отлично!) + возмущаешься тем, что другие тебя обобрали (так этого есть у нас!) = профит!)))* – мировая слава и спонсоры дадут бабло.

Лексические особенности маркетинговых текстов

Лексические ресурсы продвигающих постов включают в себя жаргонизмы и молодежный сленг (*круто, крутяк, журналюги, в реале, фишка, бабло, стримить* и др.), разговорно-просторечные слова (*задолбать; модность; походу* в значении «похоже» в большинстве случаев в виде слитного написания, в отличие от рекомендованного *по ходу*; *Вышка* – «Высшая школа экономики»; *левый аккаунт; попса; фотки; фоткаться; торкнуть; фанатеть; фигня; книжка; болтать-ся; личка*).

Именно на лексическом уровне наиболее очевидна стилистическая разнородность текстов: *Смотрите, какую **офигенную** конференцию проводят коллеги из РАНХиГС!; Проблема многократно усугублена торговлей **левыми** аккаунтами; И традиционные **пост-конференционные обнимашки**)*.

В интерактивно-информационной среде социальных сетей в силу их доступности, открытости, оперативности и атмосферы свободы прежде всего отражаются современные процессы проникновения в язык иноязычной лексики.

Мы встречаем здесь как уже отчасти освоенные англицизмы, являющиеся наименованиями новых понятий (*бук-корнер, подкаст, хештег, абьюзинг, нейминг, флэшмоб, дауншифтинг, каршеринг, легитимизировать, инсайт, джетлаг* ‘ухудшение состояния из-за смены часового пояса’, *профит* и др.), так и варваризмы, используемые для привлечения внимания: ***LIVE!*** ‘в прямом эфире’; *Фото и эндорфино-охота за солнцем, яркостью и **enjoy’ем** удалась на славу!*; *А вот альт-бургеры (и даже тако) за здоровье Трампа и твердость мексиканской стены можно «хлопнуть» на крыше ТЦ на одном из оврагов **nearDubrovka; Levelup!** Ну вот, свершилось!; Роторно входим **eholidays**.*

Задача сделать свое сообщение привлекательным и эмоциональным рождает на страницах соцсетей явления **окказионального словообразования**, обладающие коннотациями новизны и оригинальности, но, тем не менее, образованные по известным языку моделям:

- префиксации (*постконференционный, сверхльготный*);
- суффиксации (*бомбический* от бомба; *скалолазать* от скалолаз, *шансище* от шанс);
- сокращения (*ФБ, фб* от Фейсбук);

– сложения слов (*нано-скандал, альт-бургеры* от альтернативные бургеры, *самокладущиеся* (бордюры), *стратсессия, эндорфино-охота*);

– усечения (*админ* от администратор, *движ* от движение, или *движуха*; *сюр* от сюрреализм, *коммент* от комментарий). Встретилось интересное сложносокращенное суффиксальное образование *ЧГКашки*, используемое для обозначения особого вида интеллектуальных игр – викторин в виде вопросов и ответов, аббревиатура ЧГК – название викторины «Что? Где? Когда?»: *Развлечение нужно милое, эмоциональное, но корректное, не интимного характера, и развлечение должно быть не интеллектуально-вербального характера, – ЧГКашки, квесты, стратегические игры – это сразу нет, этого им и в работе хватает...*

Морфологические особенности маркетинговых текстов

По наблюдениям исследователей SMM-текстов, их **морфологическая специфика** проявляется в соотношении слов определенной части речи. В зависимости от назначения текста его автор использует больше глаголов или существительных: «Так, если пост на 40–50 % состоит из существительных, то аудитория будет воспринимать информацию в нем как детализированную, а большое количество глаголов может создать эффект быстрой смены событий, что приведет к пониманию функционального назначения и динамики при восприятии рекламной или социальной информации в тексте» [Антонова, Жданова 2017].

Еще одна морфологическая особенность проявляется в выборе личных форм глаголов: авторы предпочитают формы первого лица единственного или множественного числа с целью консолидировать себя с читателем: *делюсь с вами программой, отправляюсь на Карьерную встряску, осмысливаем актуальные тренды организационного, очень рекомендую, на таких мероприятиях заряжаемся энергией развития* (все высказывания направлены на приглашение к участию в анонсируемых мероприятиях или привлечение внимание к итогам уже состоявшихся). Высокочастотны императивные глагольные формы: *разберитесь в своей карьере, посмотрите на рынок труда менеджеров, осознайте как он устроен и работает, постройте свою карьерную стратегию*.

Технические возможности в социальных сетях использовать ключевые слова-метки – хэштеги – приводят к тому, что они включаются в структуру предложения без склонения: *Алексей Оленев сегодня зажег на Круглом столе в #ТПП, который организовали #РИАСтандартыКачество совместно с #ИнститутМИРБИС.*

Синтаксические особенности маркетинговых текстов

В синтаксическом аспекте анализируемые тексты представлены преимущественно простыми предложениями с небольшой степенью распространенности (в среднем около 10 слов), минимально осложненные вставными конструкциями, однородными и обособленными членами: *Завтрашнее вручение телевизионной премии ТЭФИ станет сенсацией. Причем для многих телевизионщиков – неприятной. Я бы даже сказал, шокирующей. Потому что даже нашим телеакадемикам «обрыдл» той елей и та попса, что течёт мутным потоком с центральных каналов нашего ТВ...*

Активно используются приемы парцелляции и эллипса:

Будет. 5 октября. Очень полезно. Хотите управлять свой карьерой – приходите; Братцы. Кто сегодня идёт на это бомбическое мероприятие захватите блокноты и ручки, будем делать упражнения. Письменно. Полезные. Проверю; Поздравляем дошедших!!!! (имеются в виду дошедшие до финиша – до защиты дипломных работ).

Разговорный характер синтаксиса проявляется и в нарушении порядка слов: *Выскажусь про Тони нашего Роббинса; Но тем не менее – в этот раз о «Родине» Фернандо Арамбуру, замечательной совершенно; В общем, если вдруг вы ищете кого-то, кто сумел бы увлечь ребенка творчеством, то вот – рекомендую от всей души очень-очень.*

Велико количество номинативных и императивных предложений: *Полезное упражнение. Сделайте. И на встряску приходите, кто еще не был; Продолжается стажировка студентов ЕМВА. События, встречи, поездки.*

Заключение

Расширение маркетинговых возможностей социальных сетей, этой интерактивной информационной среды с высокой скоростью обмена информацией, ее открытостью и доступностью приводит к активизации создания авторских текстов как профессиональными

копирайтерами, так непрофессионалами. Главной задачей проанализированных текстов является постоянное поддержание связи автора сообщений (преподавателя, бизнес-тренера, литературного критика, издателя) с целевой аудиторией (уже состоявшимися или потенциальными приобретателями услуги или продукта). Привлечь внимание к сообщению и удержать интерес к нему позволяют не только актуальность, новизна и практическая значимость темы, но и собственно языковое ее выражение. С лингвистической стороны данные тексты обладают целым рядом общих признаков, которые порождаются стремлением к свободе и оригинальности изложения, а также задачей воздействовать на своего читателя: различные графические приемы передачи интонации, завуалированных смыслов, актуализации значений слов, использование неологизмов и окказионализмов, разностилевой лексики, экспрессивных синтаксических конструкций, стремление к сокращению объема высказываний. Вышеперечисленные особенности отдельных спонтанных высказываний (комментариев, подписей к фото и видео) и развернутых текстов (постов) в социальных сетях позволяют сделать вывод об их меньшей формализованности и большей свободе в выборе языковых средств. Значимость исследования лингвистической природы таких текстов носит не только теоретический, но и практический характер: они позволяют сформулировать правила и рекомендации по созданию наиболее эффективных копирайтинговых текстов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Алексеева А. А.* Границы наивного дискурса: к постановке проблемы // Вестник Новосибирского государственного университета. 2017. Т. 16. № 6. С. 74–80.
- Антонова Л. Г., Жданова Т. А.* Новые модели интернет-коммуникации в социальных сетях // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Т. 3. № 1. С. 63–68.
- Борисова Е. Г.* Маркетинговая лингвистика: направления и перспективы // Верхневолжский филологический вестник. 2016. № 4. С. 140–142.
- Булавина М. А.* Зачеркивание как один из приемов языковой игры в интернет-коммуникации // Вестник РУДН. Серия Вопросы образования: языки и специальность. 2012. № 1. С. 45–52.
- Гусейнов Г. Ч.* Неполная коммуникация в блогосфере: эрративы и литуративы: доклад, прочитанный в Fitzwilliam College (University of Cambridge),

- 29 августа 2008 года. URL: www.speakrus.ru/gg/litulative.htm (дата обращения: 09.11.2019).
- Гусейнова И. А. Коммуникативно-прагматические основания жанровой системы в маркетинговом дискурсе: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2010. 46 с.
- Евстафьев В. Н. СМИ в системе рекламных коммуникаций России: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2001. 61 с.
- Крылова М. Н. Язык современного интернет-общения (на материале интеллектуального контента социальной сети «ВКонтакте») // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2019. № 1. С. 128–137.
- Олешко В. Ф., Таушканова А. Е. Практики представления эффективных текстов в социальных сетях (на примере сообществ «ВКонтакте») // Известия уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2019. № 2. С. 33–39.
- Ухова Л. В. «Продвигающий текст»: понятие, особенности, функции // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 3. С. 71–82.
- Халина Н. Маркетинговое языкознание как новый формат лингвистики цифрового общества // Limbajşicontext = SpeechandContext: Rev. delingvistică, semioticăşişt. literară. 2011. Anul III, vol. 2. P. 167–181.
- Чирич И. В. Речезыкетные тактики в мессенджерах и их влияние на устную речь // Новая наука: новые вызовы : сб. науч. тр. Всерос. науч.-практ. конф., Краснодар. 2019. С. 11–16.
- Штукарева Е. Б. Языковая специфика интернет-коммуникации // С. И. Агаюлова [и др]. Интернет-коммуникация как новая речевая формация : колл. монография. М. : Флинта. 2016. С. 191–302.

REFERENCES

- Alekseeva A. A. Granicy naivnogo diskursa: k postanovke problemy // Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. 2017. T. 16. № 6. S. 74–80.
- Antonova L. G., Zhdanova T. A. Novye modeli internet-kommunikacii v social'nyh setjah // Social'nye i gumanitarnye znaniya. 2017. T. 3. № 1. S. 63–68.
- Borisova E. G. Marketingovaya lingvistika: napravleniya i perspektivy // Verhnevolzhskij filologicheskij vestnik. 2016. № 4. S. 140–142.
- Bulavina M. A. Zacherkivanie kak odin iz priemov jazykovoj igry v internet-kommunikacii // Vestnik RUDN. Serija Voprosy obrazovaniya: jazyki i special'nost'. 2012. № 1. S. 45–52.
- Gusejnov G. Ch. Nepolnaja kommunikacija v blogosfere: jerrativy i liturativy: doklad, pročitannyj v Fitzwilliam College (University of Cambridge), 29 avgusta 2008 goda. URL: www.speakrus.ru/gg/litulative.htm (data obrashhenija: 09.11.2019).

- Gusejnova I. A.* Kommunikativno-pragmaticheskie osnovanija zhanrovoj sistemy v marketingovom diskurse : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. M., 2010. 46 s.
- Evstaf'ev V. N.* SMI v sisteme reklamnyh kommunikacij Rossii : dis. ... d-ra filol. nauk. M., 2001. 61 s.
- Krylova M. N.* Jazyk sovremennogo internet-obshhenija (na materiale intellektual'nogo kontenta social'noj seti «VKontakte») // Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki. 2019. № 1. S. 128–137.
- Oleshko V. F., Taushkanova A. E.* Praktiki predstavlenija jeffektivnyh tekstov v social'nyh setjah (na primere soobshhestv «VKontakte») // Izvestija ural'skogo federal'nogo universiteta. Serija 1: Problemy obrazovanija, nauki i kul'tury. 2019. № 2. S. 33–39.
- Uhova L. V.* «Prodvigajushhij tekst»: ponjatie, osobennosti, funkcii // Verhnevolzhskij filologicheskij vestnik. 2018. № 3. S. 71–82.
- Halina N.* Marketingovoe jazykoznanie kak novyj format lingvistiki cifrovogo obshhestva // Limbajşicontext = SpeechandContext: Rev. delingvistică, semioticăşişt. literară. 2011. Anul III, vol. 2. P. 167–181.
- Chirich I. V.* Rechejetiketnye taktiki v messendzherah i ih vlijanie na ustnuju rech' // Novaja nauka: novye vyzovy : sb. nauch. tr. Vseros. nauch.-prakt. konf., Krasnodar. 2019. S. 11–16.
- Shtukareva E. B.* Jazykovaja specifika internet-kommunikacii // S. I. Agagjulova [i dr.]. Internet-kommunikacija kak novaja rechevaja formacija : koll. monografija. M. : Flinta. 2016. S. 191–302.

УДК 82-1/-9

И. А. Гусейнова, Е. Ф. Косиченко

Гусейнова И. А., доктор филологических наук, доцент,
проректор по проектной деятельности и молодежной политике
Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: ginnap@mail.ru

Косиченко Е. Ф., доктор филологических наук, доцент,
заведующая кафедрой общего и сравнительного языкознания
Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: ekosichenko@gmail.com

РЕТРОДЕТЕКТИВ: ПРОБЛЕМА ЖАНРООБРАЗОВАНИЯ И ТРАНСЛЯЦИИ КУЛЬТУРНОГО ЗНАНИЯ

В статье проводится лингвосемиотический анализ текстов отечественной ретродетективной прозы, доказывающий возможность определения ретродетектива как самостоятельного жанра и позволяющий выявить его наиболее существенные характеристики. В процессе анализа особое внимание уделяется ретрокомпоненту, обладающему способностью связывать разноструктурные семиотические системы, реализуя таким образом свойство многомерности, когда каждое измерение несет в себе достоверную информацию о прошлом. Другими жанрообразующими элементами являются наличие загадки, супергероя и эмоционального компонента.

Ключевые слова: художественный текст; семиотические системы; социокультурное знание; ретродетектив; ретрокомпонент; мифологема.

I. A. Guseynova, E. F. Kosichenko

Guseynova I. A., Doctor of Philology (Dr. habil.), Associate Professor, Vice Rector for Project Activity and Youth Policy, Moscow State Linguistic University;
e-mail: ginnap@mail.ru

Kosichenko E. F., Doctor of Philology (Dr. habil.), Associate Professor,
Head of the Department of General and Comparative Linguistics,
Moscow State Linguistic University; e-mail: ekosichenko@gmail.com

RETRO DETECTIVE PROSE: GENRE FORMATION AND TRANSMITTING CULTURAL KNOWLEDGE

The article develops a linguo-semiotic approach to analyzing extracts from Russian retro detective novels, which serves to prove that retro detective prose is a

special genre of fiction and helps to determine its most essential features. Particular attention is paid to the, so-called, retro component that links different semiotic systems and is in fact a multi-faceted text element responsible for transmitting information about the past. Apart from the retro component there are three more compulsory elements of a retro detective novel, which are a mystery, a superhero and the emotional component.

Key words: fiction; semiotic systems; socio-cultural knowledge; retro detective prose; retro component; mythology.

Введение

Считается, что проблема жанра была впервые поставлена Аристотелем в работе «Поэтика», где античный мыслитель предложил родовую и жанровую классификацию литературных произведений. Жанр литературного произведения был определен древнегреческим философом как поэтическая форма, обладающая рядом устойчивых и присущих только произведениям данного типа признаков. В зависимости от формы повествования Аристотель выделял три основных типа литературы: повествование от третьего лица, повествование от первого лица и повествование от лица персонажей. Позднее критики соотнесли данные типы повествования с эпосом, лирикой и драмой соответственно.

На протяжении веков жанры возникали и развивались, и в итоге либо полностью исчезали, либо трансформировались в другие жанры. Например, характерным средневековым явлением, дошедшим до нас благодаря нескольким латинским и немецким рукописным сборникам XII–XIII вв. стала *поэзия бродячих поэтов-вагантов*, которые путешествовали по Западной Европе, где в это время быстро развивались школы и университеты. Прославляя бесконечное веселье, поэты-ваганты протестовали против чрезмерного аскетизма и лицемерия католической церкви. Однако в результате укрепления церковной власти потребность в светской латинской литературе исчезла, и поэзия вагантов стала историей. В свою очередь средневековые *поучительные повести, притчи и басни*, написанные латинской прозой, не исчезли совсем, а видоизменились и существуют уже не одну сотню лет. Согласно мнению Б. В. Томашевского, основной причиной смены и трансформации жанров выступает то, что высокие жанры постоянно вытесняются более низкими; при этом более высокий жанр может полностью прекратить свое существование или видоизмениться. В случае удачного сочетания элементов высокого и низкого жанров,

примером чего является, в частности, проникновение элементов пародических и сатирических поэм в эпическую поэму XVIII в., происходит «канонизация» более низких жанров [Томашевский 1996]. Вместе с тем в научной литературе отмечается существование жанров, практически не подвергшихся изменениям с исторической точки зрения. К таким жанрам относят, в частности, сплетню, шутку, устный рассказ и сплетню-рассказ о некотором «неслыханном событии», нарушающем или возможно нарушающем определенный нравственный порядок [Gregersen 2015].

В отечественной науке теория речевых жанров начала формироваться в начале 1980-х гг. под влиянием работы М. М. Бахтина «Проблема речевых жанров», написанной в 1952–1954 гг. и получившей широкую известность в конце 1970-х гг. Жанр понимался М. М. Бахтиным довольно широко, и жанром филолог называл как однословную реплику, так и большой роман. Выделяя первичные и вторичные жанры, М. М. Бахтин полагал, что к первичным относятся типы повествования, сложившиеся в условиях непосредственного речевого общения (например, речевые жанры, относящиеся к бытовой сфере); вторичные жанры в процессе своего формирования вбирают и перерабатывают первичные жанры (например, художественная литература). Кроме того, М. М. Бахтин выделял стандартизированные жанры (такие как поздравления) и свободные жанры [Бахтин 1996]. В дальнейшем проблема речевых жанров рассматривалась с разных точек зрения, в связи с чем существуют различные типологии речевых жанров; при этом совершенно очевидно, что количество жанров и их специфика в значительной степени обусловлены языком и культурой. Например, жанры *танка* и *хокку* являлись основными жанрами японской поэзии на протяжении многих веков (начиная с VIII в. н. э.), в то время как жанр *киндайси* сформировался в эпоху увлечения японцами европейскими традициями.

Специфика жанров зависит также от конкретного периода развития культуры. Разбирая в своей монографии различные основания для классификации жанров, В. В. Дементьев приводит, в частности, типологию жанров, предложенную М. В. Пановым, согласно которой выделяются:

- 1) передовая статья в газете, официальная речь на внешнеполитическую тему, выступление на митинге, прокламация, судебная речь, газетный фельетон;

- 2) начальные разделы учебника по общеобразовательной дисциплине; газетный отчет о научном совещании;
- 3) законодательный акт; воинский устав; деловое соглашение;
- 4) лирическое стихотворение;
- 5) бытовой диалог; дружеское письмо [Дементьев 2010].

Как представляется, из данной классификации следует, что выделяемые М. В. Пановым жанры в значительной степени соотносятся с ценностями советского строя, где решению идеологических, образовательных, военных и духовных задач отводилось особое место. Таким образом, культурный фактор является своего рода препятствием для создания единой типологии.

Среди прочих препятствий на пути решения проблемы по систематизации жанров, по крайней мере в пределах одного языка, можно выделить недостаточную упорядоченность терминосистем. Терминологическая путаница стала особенно заметной в последнее время в результате возникновения новых форм и способов коммуникации, например развития интернет-коммуникации и становления виртуальной гендеристики как самостоятельной научной дисциплины.

Постановка проблемы

В данной статье проблема жанра рассматривается с учетом глобальной тенденции к гибридизации, возникшей как результат принципиально нового мироотношения или мировоззрения, сформировавшегося во второй половине прошлого века и получившего название постмодерна. Современный человек не воспринимает время как линейно поступательное развитие событий, не признает принцип жесткой хронологии, языкового и культурного порядка [Лиотар 1998], что, как представляется, и создает основу для стилистических и жанровых смещений в литературе. Отметим, что тексты разных жанров обладают разной степенью сочетаемости, при этом большинство жанров имеют высокую сочетаемость. В качестве примера жанровой гибридизации в художественной литературе можно привести жанр *киберпанк*, где сочетаются элементы детективного романа, научной фантастики, вестерна, др. Жанровое смещение характерно также для популярного в наше время и являющегося объектом рассмотрения в данной статье ретродетектива.

С учетом сказанного в проводимом исследовании мы ставим перед собой две задачи, а именно – рассмотреть причины растущей популярности ретродетективной прозы и установить наиболее важные

жанрообразующие элементы данного типа текста. Интержанровый характер современной прозы вынуждает принять лингвосемиотический подход к анализу текстового материала, позволяющий связать разные семиотические системы и продемонстрировать многомерность ретрокомпонента, с одной стороны, и семиотическую гетерогенность текста ретродетектива – с другой.

Для решения первой из поставленных задач необходимо обратиться к роли ретрокомпонента в современном мире и постараться найти ответ на вопрос, почему феномен *ретро* становится сегодня всё более востребованным в самых разных областях социальной жизни, являясь при этом структурным элементом различных семиотических систем и фактором, их объединяющим.

Ретро в современной прозе

Одной из причин востребованности ретро в современном мире является, на наш взгляд, ностальгия по настоящим ценностям, которую чувствует сегодня человек, живущий в век поддельных вещей и событий. Известный французский философ Ж. Бодрийяр справедливо отмечает, что на современном этапе развития общества закон ценностей не работает, а общество выказывает полное безразличие ко всему, кроме собственного обличия [Бодрийяр 2000, с. 10–11]. Новые ценности, сформировавшиеся в первую очередь под влиянием средств массовой информации, приводят к росту потребления, повсеместной американизации и вестернизации, «размыванию» культурных традиций и т. д. В этом контексте вполне закономерным представляется тот факт, что современного читателя привлекают размеренный образ жизни, закон чести, стиль, воссоздаваемые в ретролитературе. Рассмотрим следующий отрывок из произведения Б. Акунина «Левиафан», подробно описывающий элегантную внешность главного героя, Эраста Фандорина:

Первое впечатление от Эраста Фандорина было такое: немногословен, сдержан, вежлив. На вкус Гоша слишком уж лощеный. Крахмальный воротничок торчит словно алебастровый, в шелковом галстуке жемчужная булавка, в петлице (футы-нуты) алая гвоздика. Гладкий проборчик волосок к волоску, холеные ногти, тонкие черные усы словно углем нарисованы. По усам мужчины можно заключить многое <...>. Ну, а когда такие, как у мсье Фандорина – это от романтического представления о собственной персоне [Акунин 2000а, с. 28–29].

Еще одним фактором растущей популярности ретролитературы выступает потребность в качественной информации, которую испытывают сегодня думающие люди и которую не просто вычленишь из бесконечного потока непроверенных данных и псевдоновостей. Парадоксальным образом жизнь в информационном пространстве «не утоляет» информационный «голод», напротив, обостряет его, вынуждая человека искать более надежные источники знания, нежели те, которыми он окружен, и находить их в современной ретропрозе. Приведенный выше отрывок из художественной литературы не только содержит описание романтического образа галантного представителя прошлой эпохи, но одновременно несет знание о моде и отчасти нравах конца XIX века.

Приведем другой пример, автор которого вводит в повествование отрывок, содержащий информацию об истории происхождения ефимок, и таким образом способствует популяризации культурно-исторического знания:

Башмаков и Перфильев не хуже него знали, что только в этом году и затеяли чужую серебряную монету перебивать. С ефимков (мало кто мог с первого захода правильно выговорить ‘иоахимсталер’, и, правду говоря, даже не пытались, но коли поляки и литва зовут его просто ‘иоахимик’, а – быть ему ефимком!) сбивали исконное изображение – кресты, либо льва, либо мужика, что опирается на расписной щит, – и набивали свое: государя на коне и двуглавого орла на обороте. Использовали же при этом привычный чекан для копеек [Трускиновская 2016б, с. 9].

В ретророманах часто с особой тщательностью изображается городской топоним, что дает читателю возможность не только узнать о том, как выглядел тот или иной город в недавнем или далеком прошлом, но также сравнить прошлое и настоящее. Приведем пример, где автор ретродетектива выстраивает маршрут персонажа таким образом, что читатель узнает в Москве XIX в. современную столицу, где многие улицы сохранили свои названия:

Безмерно собой довольный, Данила повернул направо и стал искать улицу, достаточно широкую, чтобы быть **Остоженкой** или **Пречистенкой**, которая, по его разумению, тоже пролегалa где-то поблизости. Обе вели к **Волхонке**, а оттуда до **Боровицких ворот** уж было рукой подать» [Трускиновская 2016а, с. 227].

Важную роль в создании и поддержании ретрокомпонента играют имена собственные, особенно личные имена и патронимы. Так,

для именования персонажей в романе «Особые поручения» Б. Акунин выбирает имена *Эраст Петрович, Анисий, Егор Семенович, Фрол Григорьевич, Вадим Андреич, Эврипид Каллистратович, Леонтий Андреевич, Ангелина Самсоновна, Кузьма Саввич, Назар Степаныч, Федор Никифорыч* [Акунин 2000в]. Содержание ономастикона романа «Особые поручения» довольно однозначно указывает на время и место действия – это Россия XIX века; таким образом ономастикон данного произведения, как и любого другого ретроромана, также является важным аспектом ретрокомпонента.

Рассмотренные примеры иллюстрируют далеко не все аспекты ретрокомпонента, но доказывают, что его специфика заключается в способности соединять разноструктурные семиотические системы, реализуя таким образом свойство многомерности, когда каждое измерение несет в себе достоверную информацию о прошлом. Многомерность ретрокомпонента выступает основным условием существования любого ретроромана, поскольку именно благодаря этому свойству создается и поддерживается атмосфера прошлого. В случае, если в описаниях внешности персонажей, одежды, которую они носят; блюд, которые едят; мебели, которая их окружает; словах, которые они произносят; событиях, которые обсуждают и т. д. возникает хоть некоторое несоответствие описываемому периоду, ощущение правдивости повествования исчезает, и ретрокомпонент разрушается.

В отличие от других типов ретропрозы, ретродетектив не только удовлетворяет эстетическим, морально-этическим и познавательным потребностям читателя, но и его потребности в развлечениях интеллектуального характера, и в этом смысле ретродетектив сравним с такими современными способами интеллектуального времяпрепровождения, как компьютерные игры, квесты, клубы по интересам и т. д. Будучи источником исторической информации, с одной стороны, и, ставя перед читателем необходимость разгадывать загадку, – с другой, ретродетектив создает возможности для реализации интеллектуальных потребностей читателя.

Структурообразующие элементы ретродетектива

В структурном отношении ретродетектив также является уникальным типом текста, сочетающим в себе все основные элементы классического детектива – эмоциональный компонент, наличие супергероя и сцены его возвышения, наличие загадки и ретрокомпонент.

Эмоциональный компонент неоднозначен и заключается в способности текста апеллировать, как минимум, к двум базовым человеческим эмоциям – страху и удовольствию, вынуждая читателя испытывать сильные переживания. В первую очередь, по законам жанра, текст ретродетektива должен вызывать чувство страха. В психологии страх определяется как отрицательная эмоция, возникающая в результате реальной или воображаемой опасности, угрожающей жизни организма, личности, защищаемым ею ценностям... [Философский энциклопедический словарь 1989, с. 629].

Наряду со страхом, читатель ретродетektива испытывает чувство удовольствия от того, что уже известно, а также от возможности возвращаться к тому, что все время повторяется [Эко 2007]. Действительно, главные персонажи всегда одновременно уникальны и узнаваемы, и каждый детектив имеет свои необычные привычки, увлечения, причуды, фразы или жесты. Например, герой серии произведений Б. Акунина имел привычку нумеровать свои умозаключения:

Не удивляйтесь, – скучным голосом промолвил странный крестьянин. – То что Вы девица видно сразу – вон у Вас прядь из-под шапки вылезла. Это раз <...>. То, что вы русская тоже очевидно <...>. Это два. Насчет жениха тоже просто: пробираетесь тайком <...>. Это три. [Акунин 2000б, с. 16].

Загадка – еще один элемент детективного романа, который не только апеллирует к интеллекту читателя, но и доставляет ему удовольствие, аналогичное тому, которое человек испытывает, когда успешно справляется с ребусом или кроссвордом, квестом или любой другой головоломкой. Обладая практически неисчерпаемым познавательным потенциалом, загадка апеллирует к интеллекту человеку и одновременно (в случае успеха) доставляет ему чувство радости и удовлетворения. Неудивительно, что данный феномен составляет основу практически всех повествовательных форм, в том числе древних мифов и сказаний. Подчеркнем, что в ретродетективе каждая загадка находит разгадку, способствуя возвышению супергероя и усиливая у читателя чувство удовольствия от прочитанного текста.

Герой – это тот элемент ретродетektива, который апеллирует к самой древней форме мировосприятия – мифологической. Герой представляет собой базовую мифологему [Yung 1986], и не удивительно, что мотив героя – это самая важная тема народного фольклора, художественной литературы, кинематографа, который

остаётся востребованным на протяжении тысячелетий, поскольку способен адаптироваться к любому семиотическому окружению. Американский исследователь Дж. Кэмпбелл рассматривает целый ряд так называемых трансформаций героя – первобытный герой и человек, герой-воин, герой-любовник, герой как правитель и тиран, герой как спаситель земли, святой, гибель героя [Campbell 1973].

И, наконец, важным компонентом ретродетектива является ретрокомпонент, который не только несет в себе информацию о прошлом, но и транслирует иные ценности.

Заключение

Таким образом, ретродетектив представляет собой самостоятельный жанр с вполне определенным набором обязательных элементов. Растущий интерес к ретродетективам в значительной степени определяется, во-первых, стремлением современных людей глубже познать систему социальных отношений, отличную от той, что навязывает сегодня действительность, и на некоторое время погрузиться в атмосферу подлинных ценностей; во-вторых, получить интеллектуальное удовольствие, в-третьих, испытать эмоциональный всплеск. В целом, лингвосемиотический подход к исследованию ретрокомпонента на материале художественного текста представляется перспективным по целому ряду причин. В теоретическом отношении такого рода исследования объясняют интерес людей к данному типу художественной литературы, позволяют глубже познать принципы и способы взаимодействия разноструктурных семиотических систем, открывают новые перспективы для лингвофилософского изучения категории жанра. Кроме того, изучение ретропрозы имеет широкое практическое применение, в частности в таких активно развивающихся областях, как индустрия развлечений, туризм, издательская деятельность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Акунин Б. Левиафан. М. : Захаров, 2000а. 234 с.
Акунин Б. Турецкий гамбит. М. : Захаров, 2000б. 222 с.
Акунин Б. Особые поручения. М. : Захаров, 2000в. 318 с.
Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Собрание сочинений : в 5 т. М. : Русские словари, 1996. Т. 5. Работы 1940–1960-х гг. С. 159–206.
Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М. : Добросвет, 2000. 258 с.

- Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М. : Знак, 2010. 600 с. (Коммуникативные стратегии культуры).
- Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. М. : АЛТЕЙЯ : Санкт-Петербург, 1998. URL : rebels-library.org/files/liotar_sostajanie_postmoderna.pdf (дата обращения: 10.08.2019).
- Томашевский Б. В. Теория литературы. Поэтика: учебное пособие. М. : Аспект Пресс, 1996. 334 с.
- Трускиновская Д. М. Деревянная грамота. СПб. : Амфора, 2016а. 446 с.
- Трускиновская Д. М. Персидский джид. СПб. : Амфора, 2016б. 447 с.
- Философский энциклопедический словарь / ред. С. С. Аверинцев, Э. А. Араб-Оглы, Л. Ф. Ильичев. 2-е изд. М. : Советская энциклопедия, 1989. 815 с.
- Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / пер. с англ. и итал. С. Д. Серебряного. СПб. : Симпозиум, 2007. 502 с.
- Campbell J. The Hero with a Thousand Faces. New Jersey : Princeton University Press, 1973. 416 p.
- Gregersen F. Genre in Everyday Conversation at: Genre and ... Copenhagen Studies in Genre / Ed. by Sune Auken, Palle Schantz Lauridsen, & Anders Juhl Rasmussen. Forlaget Ekbátana, 2015. P. 56–99.
- Yung K. G. Concerning the archetypes, with special reference to the anima concept // C. Jung. Collected Works of C. G. Jung, Vol. 9. Part 1. 2nd ed. Princeton University Press, 1968. 451 p.

REFERENCES

- Akunin B. Levafan. M. : Zaharov, 2000a. 234 s.
- Akunin B. Tureckij gambit. M. : Zaharov, 2000b. 222 s.
- Akunin B. Osobyе poruchenija. M. : Zaharov, 2000v. 318 s.
- Bahtin M. M. Problema rechevyh zhanrov // Sbornie sochinenij : v 5 t. M. : Russkie slovari, 1996. T. 5. Raboty 1940–1960-h gg. S. 159–206.
- Bodrijar Zh. Prozhnost' zla. M. : Dobrosvet, 2000. 258 s.
- Dement'ev V. V. Teorija rechevyh zhanrov. M. : Znak, 2010. 600 s. (Kommunikativnye strategii kul'tury).
- Liotar Zh.-F. Sostojanie postmoderna. M. : ALETEJJa : Sankt-Peterburg, 1998. URL : rebels-library.org/files/liotar_sostajanie_postmoderna.pdf (data obrashhenija: 10.08.2019).
- Tomashevskij B. V. Teorija literatury. Pojetika: uchebnoe posobie. M. : Aspekt Press, 1996. 334 s.
- Truskinovskaja D. M. Derevjannaja gramota. SPb. : Amfora, 2016a. 446 s.
- Truskinovskaja D. M. Persidskij dzhid. SPb. : Amfora, 2016b. 447 s.
- Filosofskij jenciklopedicheskij slovar' / red. S. S. Averincev, Je. A. Arab-Ogly, L. F. Il'ichev. 2-e izd. M. : Sovetskaja jenciklopedija, 1989. 815 s.

- Jeko U.* Rol' chitatelja. Issledovanija po semiotike teksta / per. s angl. i ital. S.D. Serebrjanogo. SPb. : Simpozium, 2007. 502 s.
- Campbell J.* The Hero with a Thousand Faces. New Jersey : Princeton University Press, 1973. 416 p.
- Gregersen F.* Genre in Everyday Conversation at: Genre and ... Copenhagen Studies in Genre / Ed. by Sune Auken, Palle Schantz Lauridsen, & Anders Juhl Rasmussen. Forlaget Ekbátana, 2015. P. 56–99.
- Yung K. G.* Concerning the archetypes, with special reference to the anima concept // C. Jung. Collected Works of C.G. Jung, Vol. 9. Part 1. 2nd ed. Princeton University Press, 1968. 451 p.

УДК 821.112.2

Н. В. Любимова

кандидат педагогических наук, профессор,
профессор кафедры лексикологии и стилистики
немецкого языка факультета немецкого языка
Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: natalju@yandex.ru

ПОСТРОЕНИЕ И ДЕКОНСТРУКЦИЯ АЛЬПИЙСКОГО ПРОСТРАНСТВА В РОМАНЕ АРНО КАМЕНИША «СЕЦ НЕР»

Альпийский литературный дискурс формировался веками. К XVIII веку утвердился мифологизированный образ свободного и здорового мира, населенного трудолюбивыми крестьянами. Однако в современных текстах Альпы предстают не только как живописная кулиса, на фоне которой происходят события. В зависимости от жанра произведения и модуса нарратива, альпийское пространство наделяется особыми свойствами. Оно инструментализируется, приобретает черты гетеротопа. При этом происходит отчуждение от привычных оценок и ожидаемых эмоций. В статье рассмотрен роман Арно Камениша «Сец Нер», в котором создан деконструированный образ альпийской жизни на фоне живописной природы.

Ключевые слова: художественное пространство; альпийский дискурс; модус нарратива; деконструкция образа; гетеротоп.

N. V. Lyubimova

PhD. (Pedagogics), Professor,
Professor at the Department of Lexicology and Stylistics of German,
Faculty of the German Language, Moscow State Linguistic University;
e-mail: natalju@yandex.ru

CONSTRUCTION AND DECONSTRUCTION OF THE ALPINE SPACE IN THE NOVEL «SEZ NER» BY ARNO CAMENISH

The alpine literary discourse has been formed for centuries. By the 18th century a mythologized image of a free and healthy world inhabited by hardworking peasants had been established. However, in the modern texts the Alps do not only present themselves as a spectacular scenery for the events. Depending on the genre of the text and the mode of the narrative, the alpine space is endowed with special properties, it is instrumentalized and becomes a heterotop. At the same time, there is an alienation from the usual assessments and expected emotions. The article considers the novel «Sez Ner» by Arno Kamenish, in which a deconstructed image of Alpine life against the background of picturesque nature is created.

Key words: fictional space; alpine discourse; narrative modus; image deconstruction; heterotop.

Введение

В связи с непрекращающимися дискуссиями о статусе швейцарской литературы в немецкоязычном культурном пространстве актуальным является анализ конкретных произведений, представляющих современный литературный дискурс Швейцарии [Sorg 2005; Barkhoff, Heffernan 2010; Matt 2012]. Одним из признаков определенной части текстов швейцарской литературы является построение особого художественного пространства. Через объективацию данной категории читатель входит в так называемый *альпийский дискурс*, знакомится с альпийскими мотивами, которые давно стали и конституирующим признаком, и коллективным символом швейцарской культурной идентичности [Любимова 2016].

Альпийский литературный дискурс формировался веками, был отчасти противоречивым, но к XVIII в. в литературе сложился мифологизированный идиллический образ прекрасного, свободного и здорового мира, населенного сильными, честными и трудолюбивыми крестьянами. Отметим, что в этом вопросе литературный дискурс неизбежно отражал результаты научных усилий каждой эпохи. Еще в первой четверти XVIII в. естествоиспытатель, врач и палеонтолог Й. Я. Шойхцер (1672–1733) вывел типаж здорового, честного и наивного пастуха-сыровара *homo alpinus helveticus* и заложил тем самым «фундамент надконфессионального общешвейцарского альпийского дискурса» [Maissen 2010, с. 177].

В современной швейцарской литературе Альпы предстают не только как живописная кулиса, на фоне которой разворачивается действие, хотя и эта декоративная функция пространства успешно освоена. Альпы – это топологический, геологический, а также этический и идеологический водораздел по признакам верх / низ; мы / они; сила / слабость; дикая природа / окультуренное городское пространство и т. д.

В зависимости от жанра произведения и модуса нарратива альпийское пространство наделяется особыми свойствами, оно инструментализируется, вплоть до оформления характерных признаков гетеротопа, что позволяет автору формировать пространственно-временное единство особого типа.

Читая некоторые современные тексты, мы сталкиваемся не с восторженно-поэтическим отношением к Альпам, а с отчуждением от привычных оценок и ожидаемых эмоций. Предлагаем рассмотреть данный тезис на конкретном примере.

1. Арно Камениш: «Сец Нер» и разрушение иллюзий

1.1. Особенности композиции романа

Десять лет назад вышла в свет первая часть Граубюнденской трилогии швейцарского автора Арно Камениша «*Sez Ner*» (2009). Это семантически плотное, насыщенное смыслами произведение стало событием не только в литературной жизни Швейцарии, что подтверждается многочисленными национальными и международными премиями, которыми отмечен автор, большим количеством языков, на которые переведен роман, а также и тем, что «*Sez Ner*» остается наиболее востребованным произведением Камениша в его читательской аудитории.

Текст написан на двух языках: на ретороманском (сурсильван) и литературном немецком. Ретороманские и немецкоязычные фрагменты расположены в разворот, один напротив другого. Это дает возможность при чтении постоянно сравнивать оба текста. Кроме того, автор использует другие языковые коды, которые доступны жителям его родного кантона Граубюнден, например, диалектные импликации в формате цитирования ритуальных восклицаний персонажей романа. За счет переключения кодов текст обретает полифоническое звучание. На акустическое восприятие произведения работают ритмический рисунок, аллитерации, звукоподражание, как это видно на примере приводимого контекста:

Die Hirten stehen hinter der Hütte hinter dem Holzberg und hacken Holz unter strahlend blauem Himmel. Der Schweiss läuft ihnen über Kinn und Hals. Der Schweinehirt drescht den Holzschlegel auf den Holzklotz nieder, *tac*, für den Senn, sagt er, hebt schnaufend den Holzschlegel bis über den Kopf, *tac*, für die Sauhunde, sagt der Kuhhirt, *tac*, für den Senn, *tac*, *tac*, für die Rattenfänger, *tac*, für den Senn, *tactac*, für die Holzgötter, *tac*, per la patria, *tac*.»¹ [Camenisch 2013, S. 125].

Композиционно текст представляет собой своего рода *лоскутное одеяло*. Он состоит из 283-х автосемантических фрагментов объемом от одного предложения до трех четвертей страницы. Уже на основании особенностей композиции и способа развития сюжетных линий можно признать автора мастером короткой формы. Эти «лоскуты» текста связаны между собой за счет пространственных и временных дейктических маркеров, а также благодаря наличию группы узнаваемых персонажей,

¹ Выделено авт. – Н. Л.

которые попеременно мелькают в потоке информации. В процессе чтения сначала возникает иллюзия хаотичного коллажа, однако элементы коллажа постепенно упорядочиваются, читатель начинает понимать смыслы и, наконец, отличать персонажей друг от друга.

1.2. Сюжет и художественное пространство

Сюжет сводится к тому, что высоко в горах на альпийских лугах Сурсельвы (округ в кантоне Граубюнден) пасется скот – коровы, свиньи, овцы: «Альпы и коровы имеют к Швейцарии такое же отношение, как море к Италии и Эйфелева башня к Франции. Альпийское хозяйство имеет столетние традиции, оно видоизменялось время от времени и приспосабливалось к актуальной ситуации...» [Ochsenbein 2017].

Согласно обычаю, скот отправляют на высокогорные пастбища на весь летний сезон. Крестьянская община нанимает людей, которые постоянно находятся при животных, выполняя всю необходимую работу: выгон скота на пастбище, дойка, сыроварение, уход за животными и проч. Жильем главным героям произведения служит небольшая хижина (Hütte), расположенная в живописном месте, откуда открывается захватывающий дух вид на реально существующие вершины Альп – Пиц Тумпив (3101 м):

... wo die Spitzen der Berge gegen Himmel ragen, Seite an Seite, in der Mitte der Péz Tumpiv, mächtig, wie er da steht, mit seinen 3101 Metern, als überrage er die anderen schneefreien Bergspitzen... [Camenisch 2013, S. 5].

... где к небу, бок о бок, тянутся вершины гор, посередине возвышается Пиц Тумпив, могучего вида, высотой 3101 метр, будто бы превосходя все остальные бесснежные вершины¹.

и Сец Нер (2310 м), давший имя роману:

Der Sez Ner ist die Mitte der Surselva. Bescheiden in der Höhe, hat er alles, was einen Berg zu einem Berg macht. Die Steilhänge, die Schattenseiten, die Kanten, den Spitz, den Steinmann, das Kreuz. Auf der Rückseite die Felswand, um in den Tod zu stürzen. Anspruchslos steht er da, duldet das Treiben um ihn herum, trotz den Wetterlaunen, umringt von mächtigen Genossen mit ehrfürchtigen Namen, die dem Himmel näher stehen [Camenisch 2013, S. 65].

Сец Нер – это центр Сурсельвы. Скромный по высоте, он обладает всем, что гору делает горой. Крутыми склонами, теневыми сторонами,

¹Зд. и далее перевод авт. – Н. Л.

ребрами, остроконечной вершиной, каменным туром, крестом. На задней стороне есть скальный обрыв, чтобы сорваться и погибнуть. Непритязательно стоит он здесь, терпит суету вокруг себя, сопротивляется капризам погоды, окруженный мощными товарищами с вызывающими благоговение именами, которые находятся ближе к небу.

1.3. Способы деконструкции пространства

В романе действуют пастух-сыровар (der Senn), помощник сыровара (der Zusenn), свинопас (der Schweinehirt), подпасок (der Kuhhirt). В ряде эпизодов в действие включаются люди «снизу» или чужие: ветеринар, пастор, крестьяне из деревни, приезжающие проведать своих коров, туристы, альпинисты и т. д. Подобная диспозиция запускает механизм ожидания традиционного описания романтики крестьянской жизни на фоне альпийских лугов и импозантных трехтысячников. Однако автор уходит от таких свойственных альпийским текстам особенностей сюжетосложения, как покорение вершин или трогательные сцены с эдельвейсами и альпийскими розами, которые в европейском сознании являются культовыми растениями, символами Альп в целом [Scheidegger 2011]. Используя набор типичных для постмодернистской литературы приемов, автор создает деконструированный образ альпийской жизни. При этом он соблюдает литературные традиции: как тематика, так и основные концепты (красота природы, здоровье, противоборство добродетели и порока) в общих чертах совпадают с тем, что читатель находит у Халлера, Руссо, Готтхельфа, Гесснера и других. Рассмотрим, какие приемы работают у Арно Камениша на деконструкцию.

Главный прием – это вызывающе нарочитый уход от идиллической «Аркадии». Это проявляется в том, например, что фрагменты пространства характеризуются далеко не романтическими маркерами – грязь, навоз, мухи, плесень и испорченный сыр:

Der Käse bläht sich, in der Nacht wirft er die Gewichtssteine zu Boden, dass alle erwachen. Der Schweinehirt und der Kuhhirt tragen die verdorbenen Laibe durch die klare Nacht über den Platz durch den Stall und werfen die Laibe in den Güllekasten [Camenisch 2013, S. 5].

Сыр вздувается и ночью сбрасывает камни, положенные сверху гнётом, от чего все просыпаются. Ясной ночью свинопас и подпасок несут испорченные сырные круги по двору, через хлев и выбрасывают их в ящик с навозом.

Для полноты картины противоположные по коннотации объекты (ясная ночь, вздутые круги сыра и ящик с навозом) встраиваются в единый контекст.

Красота окружающей природы описывается в большей степени в ироническом модусе – никто, кроме туристов, не восторгается видами Альп, несмотря на наличие обязательных атрибутов идиллического мира. Для усиления эффекта отчуждения туристы больше ориентируются на проспекты и почтовые открытки, нежели на реальную природу:

Ein Mann sitzt auf der Terrasse des Bergrestaurants. In der Hand hält er eine Postkarte. Es ist schon schön in den Bergen, sagt er. In den Bergen ist es uhh schön, sagt seine Frau und putzt die Brille. Der Herr Schlüssel hat auch gesagt, in den Bergen sei es schön [Camenisch 2013, S. 167].

Мужчина сидит на террасе горного ресторана. В руке он держит почтовую открытку. Красиво в горах, говорит он. В горах у-у-у как красиво, говорит его жена и протирает очки. Господин Шлюссель тоже говорил, что в горах красиво.

В то же время опытные «альпийцы» буквально издеваются над туристами («чужими»), ищущими в Сурсельве утраченную идиллию:

Touristen fahren vor über die Naturstrasse, die letzten Frühling ausgebessert wurde, mit ihren schönen Autos und halten beim Zaun vor der Hütte an und hupen. Sie hupen und schauen zum Hügel oberhalb der Hütte hinauf, wo Kuhhirt und Schweinehirt im Gras liegen, und machen Zeichen, bis sie selber aussteigen müssen, um den Zaun aufzumachen, und weiterfahren, zwanzig Minuten später die gleiche Strecke im Rückwärtsgang zurückfahren, weil die Strasse nicht viel weiter führt und es für grosse Wagen keinen Wendeplatz gibt, und vor dem Zaun, den sie offen gelassen hatten, der jetzt wieder zu ist, anhalten müssen und den Zaun aufmachen. Auf dem Hügel im Gras liegen die Hirten und winken den Ausflüglern zu [Camenisch 2013, S. 11–13].

Туристы подъезжают по отремонтированной прошлой весной грунтовой дороге на своих красивых машинах и останавливаются у забора перед хижинкой и сигналижат. Они сигналижат и смотрят поверх хижинки на склон, где на траве лежат подпасок и свинопас, туристы подают знаки, пока им не приходится самим выйти из машин, чтобы отодвинуть загородку, и едут дальше, а минут через двадцать возвращаются задним ходом, потому что дорога ведет не слишком далеко, а большим машинам

для разворота не хватает места, и им приходится останавливаться перед загородкой, которую они оставляли открытой, но которая теперь уже закрыта, и открывать ее снова. В траве на склоне лежат пастухи и машут туристам руками.

Оба важных для топографии пространства ориентира – Сец Нер и Тумпив – постоянно присутствуют в тексте; иногда они одушевляются, однако сразу же и «приземляются» за счет нелепых подробностей, которые придают эпизодам анекдотичный характер:

Der Senn liegt am Vormittag vor der Hütte auf der Holzbank mit der halbleeren Schnapsflasche in der Hand und schläft, während die Ziege oben im ersten Stock im Zimmer vom Senn mit Sicht auf den Tumpiv auf dem französischen Bett steht und pinkelt»¹ [Camenisch 2013, S. 11].

Утром сыровар лежит на деревянной скамье перед хижинкой с полупустой бутылкой шнапса в руке и спит, а в это время наверху, на втором этаже в комнате сыровара с видом на Тумпив стоит на двуспальной кровати коза и мочится.

Очевидные для идеальной Швейцарии символы человеческой воли, страсти, любви, родного пространства – *альпийские розы* – в романе работают не так, как это от них ожидается. Текст Камениша совершенно не соответствует стилю, который Г. Келлер иронически назвал *Alpenrosenpoesie*. Альпийские розы постоянно упоминаются в тексте, но всё, что с ними связано, анализируется или подается под несуразным углом зрения:

Die Touristen fahren vor auf der Naturstrasse und halten vor dem Kuhhirten mit gepflückten Alpenrosen in der Hand an. Die Touristen lassen den Motor weiterlaufen und wollen dem Kuhhirten den Alpenrosenstrauss abkaufen. Der Kuhhirt schweift mit seinem Blick über die blühenden Alpenrosenhänge am Strassenrand zurück zu den Touristen mit Hüten und Sonnenbrillen im Auto [Camenisch 2013, S. 61].

Туристы подъезжают по грутновой дороге и останавливаются перед подпаском, который держит в руках сорванные альпийские розы. Туристы не выключают мотор и просят подпаска продать им букет альпийских роз. Подпасок переводит взгляд со склонов у обочины дороги, заросших цветущими кустами альпийских роз, на туристов в шляпах и солнечных очках в машине.

¹ Курсив авт. – Н. Л.

Прочие семиотически значимые представители альпийской флоры также не раскрываются как символы альпийской романтики: эдельвейсы (Edelweiß) упоминаются единожды, когда речь идет о фрагментах снарядов, найденных среди альпийских роз и эдельвейсов, что намекает на роль Альп в военной доктрине Schweizer Réduit (Швейцарский редут). Третий растительный альпийский символ – горечавка (Enzian) – присутствует в тексте только в виде алкоголя (Enzianschnaps). Национальные костюмы, украшенные этническими растительными орнаментами, используются в коммерческих целях на фотосессии для рекламы.

Далее отметим, что среди действующих лиц нет равноправия. Здесь организована и поддерживается жесткая иерархия, в которой все – как люди, так и животные – хорошо знают свое место:

Die Kühe haben Namen, die Schweine nicht. Die Schweine sind Schweine. Die Kühe tragen runde Aluminiummarken an den Ohren und Zahlen auf den Hüften. Die Hirten kennen Kühe beim Namen... [Camenisch 2013, S. 37].

У коров есть имена, у свиней нет. Свиньи есть свиньи. Коровы носят алюминиевые бляхи в ушах и номера на бедрах. Пастухи знают коров по именам ...

Прогресс вторгается в вековые традиции и модифицирует их, так создается причудливый узор, в котором «переплетено» новое и старое, привычное и инновационное:

Die Alp Nova, das ist eine moderne Alp, sagt der Senn. Sie haben Abzugsleitungen, da geht die Milch direkt von der Melkmaschine in den Milchkessel rüber. Die Alp würden wir zu dritt schaffen... [Camenisch 2013, S. 173].

Альпийские пастбища Нова – это современные пастбища, говорит сыровар. У них проложены отводные трубки, там молоко поступает из доильной установки прямо в котел. С работой на таком пастбище мы бы справились втроем ...

Камениш умело создает яркий иронический подтекст. Для этого он также использует особые приемы, например чрезмерно точную и, следовательно, избыточную, статистическую информацию:

41 Kühe haben keine Hörner, 32 haben Hörner, 9 haben grosse Hörner, 7 haben kleine Hörner, 3 haben Hornstummel und 2 sind einhörnig [Camenisch 2013, S. 41].

41 корова не имеет рогов, у 32-х рога есть, у девяти рога большие, у семи рога маленькие, три имеют обрубки рогов и две однорогие.

Подобный эффект также достигается с помощью многочисленных повторов одного и того же действия:

Die Ziege steht auf dem Brunnenrand, *die Touristen fotografieren*. Die Ziege trinkt, *die Touristen fotografieren*. Die Ziege zeigt die Hörner, *die Touristen fotografieren*. Die Ziege knabbert am Alpenrosenstrauss über dem Brunnenhahn, *die Touristen fotografieren*. Die Ziege knabbert am frischen Brot, *die Touristen fotografieren*. Die Ziege springt vom Brunnenrand herunter, *die Touristen fotografieren*¹ [Camenisch 2013, S. 119].

Коза стоит на срубе колодца, *туристы фотографируют*. Коза пьет, *туристы фотографируют*. Коза показывает рога, *туристы фотографируют*. Коза жует букет из альпийских роз, *туристы фотографируют*. Коза жует свежий хлеб, *туристы фотографируют*. Коза спрыгивает с колодца, *туристы фотографируют*.

Однако наиболее сильным комическим воздействием обладает прием доведения действий героев повествования до абсурдных значений:

Der Georg hat sich in den Fuss geschossen, sagt der Giachen mit dem Schnupftabak auf dem Handrücken. Der Georg hat ein Kaninchen erledigen wollen, mit dem Niederjagdgewehr, anstatt dem Drecksvieh, cracs, einfach das Genick zu brechen. Er zieht den Schnupftabak hoch, buah, streicht sich mit dem Ärmel über die Nase. Der hat das Kaninchen an den Ohren gepackt, es zwischen die Knie geklemmt, das Gewehr hinter den Ohren angesetzt und pamf. Er holt seinen Rotzlumpen aus der Hosentasche. Da hat das Kaninchen auch noch gestaunt [Camenisch 2013, S. 161–163].

Георг прострелил себе ногу, говорит Джахен, насыпая нюхательный табак на тыльную сторону ладони. Георг хотел прикончить кролика из малокалиберной охотничьей винтовки, вместо того, чтобы, кракс, просто свернуть поганцу шею. Он втягивает носом табак, буаа, вытирает рукавом нос. Он взял кролика за уши, зажал его между колен, приставил винтовку за ушами и пафф. Он достает свой носовой платок из кармана брюк. Тут кролик-то и удивился.

Еще одной лингвистической особенностью индивидуального стиля Арно Камениша, которая может быть рассмотрена в русле

¹ Курсив авт. – Н. Л.

геопоэтической гетеротопии, является техника оформления речевых характеристик действующих лиц, их неожиданная склонность к философским размышлениям и, как следствие, афористичность высказываний, придающая тексту непревзойденный альпийский колорит крестьянской мудрости. В этом умении Камениш вполне может соперничать с Иеремией Готтхельфом. Вот несколько примеров:

Der Käsekeller ist die Seele einer Kuhalp [Camenisch 2013, S. 147]

(сырный погреб – душа альпийского пастбища);

Kuh ist nicht gleich Kuh [там же, S. 147]

(корова корове рознь);

eine Kuh ohne Hörner ist keine richtige Kuh und fertig [там же, S. 39]

(безрогая корова – не настоящая корова, и всё тут);

je mehr Käse im Käsekeller liegt, umso dicker wird der Senn [там же, S. 67]

(чем больше сыра в погребе, тем толще сыровар);

wer zu viel lügt, dem wachsen die Hörner [там же, S. 151]

(кто много лжет, у того растут рога) и др.

Подобные сентенции придают тексту непревзойденный альпийский колорит крестьянской мудрости. В этом умении Камениш вполне может соперничать с Иеремией Готтхельфом.

Заключение

Опираясь на свое видение мира, свой опыт и индивидуальное отношение к традициям, Арно Камениш последовательно разрушает архетипические идиллические представления об Альпах, создавая своеобразный «деконструированный» образ повседневной жизни на фоне всё еще прекрасной альпийской природы, организуя гетеротопическое пространство, о чем в том числе свидетельствуют философские размышления героев романа.

Несмотря на общий пародийный пафос произведения, автор не демонстрирует неприязни к созданному им закрытому и «нескладному» миру альпийской «глубинки» и не пытается вызвать подобные чувства у читателя. Напротив, текст постоянно вызывает улыбку: в нем ощущается, наряду с ироническим отношением, большая симпатия автора к этому миру.

Анализ и интерпретация подобных текстов важны для определения общего состояния литературного дискурса немецкоязычной

Швейцарии, так как критики часто упрекают швейцарских (особенно молодых) авторов в том, что те не эксплицируют в своих произведениях тему родины, идентичности, национальных традиций, а в большей степени увлечены языковой игрой и саморефлексией.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Любимова Н. В. Альпийский дискурс в поэтической коммуникации и в политике // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2016. Вып. 6 (745). С. 81–93.
- Barkhoff Jü., Heffernan V. (Hrsg.) Schweiz schreiben. Zur Konstruktion und Dekonstruktion des Mythos Schweiz in der Gegenwartsliteratur. Berlin; N. Y. : De Gruyter, 2010. 321 S.
- Caenisch A. Sez Ner. Prosa deutsch und rätoromanisch. Solothurn : Engeler-Verlag, 2013. 216 S.
- Maissen Th. Die Bedeutung der Alpen für die Schweizergeschichte von Albrecht von Bonstetten (ca. 1442/43–1504/05) bis Johann Jakob Scheuchzer (1672–1733) // Boscani Leoni, S. (Hrsg.): Wissenschaft – Berge – Ideologien. Johann Jakob Scheuchzer (1672–1733) und die frühneuzeitliche Naturforschung. Basel : Schwabe, 2010. S. 161–178.
- Matt P. von. Deutschland, die Schweiz und die Literatur. In: Peter von Matt. Das Kalb vor der Gotthardpost. Zur Literatur und Politik der Schweiz. München : Carl Hanser Verlag, 2012. S. 178–183.
- Ochsenbein G. Der Tourismus profitiert von Kühen auf der Alp // Schweizer Alpwirtschaft vom 20. Juli 2017. URL: www.swissinfo.ch/ger/wirtschaft/schweizer-alpwirtschaft_-der-tourismus-profitiert-von-kuehen-auf-der-alp/43337544 (дата обращения: 03.04.19).
- Scheidegger T. Die Entstehung eines Symbols // Ch. Rey, J. Vouillamoz, C. Baroffio. Das Edelweiss. Botanik, Mythos und Kultur einer geheimnisvollen Alpenpflanze. Aarau ; München : AT Verlag, 2011. S. 108–134.
- Sorg R. Kleine Literatur, großer Markt. Die ‚Schweizer Literatur‘ zwischen schweizerischem und gesamtdeutschem Markt // Markt. Literarisch / Th. Wegmann (Hg.). Bern : Peter Lang, 2005. S. 209–229.

REFERENCES

- Ljubimova N. V. Al'pijskij diskurs v pojeticheskoj komunikacii i v politike // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. 2016. Vyp. 6 (745). S. 81–93.
- Barkhoff Jü., Heffernan V. (Hrsg.) Schweiz schreiben. Zur Konstruktion und Dekonstruktion des Mythos Schweiz in der Gegenwartsliteratur. Berlin ; N. Y. : De Gruyter, 2010. 321 S.

- Camenisch A.* Sez Ner. Prosa deutsch und rätoromanisch. Solothurn : Engeler-Verlag, 2013. 216 S.
- Maissen Th.* Die Bedeutung der Alpen für die Schweizergeschichte von Albrecht von Bonstetten (ca. 1442/43–1504/05) bis Johann Jakob Scheuchzer (1672–1733) // Boscani Leoni, S. (Hrsg.): Wissenschaft – Berge – Ideologien. Johann Jakob Scheuchzer (1672–1733) und die frühneuzeitliche Naturforschung. Basel : Schwabe, 2010. S. 161–178.
- Matt P. von.* Deutschland, die Schweiz und die Literatur. In: Peter von Matt. Das Kalb vor der Gotthardpost. Zur Literatur und Politik der Schweiz. München : Carl Hanser Verlag, 2012. S. 178–183.
- Ochsenbein G.* Der Tourismus profitiert von Kühen auf der Alp // Schweizer Alpwirtschaft vom 20. Juli 2017. URL: www.swissinfo.ch/ger/wirtschaft/schweizer-alpwirtschaft_-der-tourismus-profitiert-von-kuehen-auf-der-alp/43337544 (data obrashhenija: 03.04.19).
- Scheidegger T.* Die Entstehung eines Symbols // Ch. Rey, J. Vouillamoz, C. Baroffio. Das Edelweiss. Botanik, Mythos und Kultur einer geheimnisvollen Alpenpflanze. Aarau ; München : AT Verlag, 2011. S. 108–134.
- Sorg R.* Kleine Literatur, großer Markt. Die ‚Schweizer Literatur‘ zwischen schweizerischem und gesamtdeutschem Markt // Markt. Literarisch / Th. Wegmann (Hg.). Bern : Peter Lang, 2005. S. 209–229.

УДК 30+316.7

В. М. Соловьев

доктор исторических наук,
профессор кафедры мировой культуры
Института гуманитарных и прикладных наук
Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: v-soloviev@mail.ru

МОДЕЛЬ РУССКОЙ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И. А. ИЛЬИНА

В статье рассматриваются основы русской национально-культурной идентичности, рельефно обозначенные в работах И. А. Ильина. Ведущее место среди других приоритетов философ отводит православной культуре как главной скрепе духовного и культурного существования России. В наследии Ильина модель русской национально-культурной идентичности проступает как саморефлексия и своеобразный автопортрет русского народа с характерными культурными идеалами, нормами, установками, заблуждениями, стереотипами. По Ильину, базовые ценности русского народа – духовность, державность, соборность. На них зиждется идея «всечеловеческого братства», объединяющая представителей различных этносов и конфессий. Воссозданная Ильиным картина Русского мира, позволяющая экстраполировать доминирующие черты русской национально-культурной идентичности, это не только многогранное явление, но и сложившаяся структура, которая включает в себя национальный, этнический, социальный и культурный аспекты.

Ключевые слова: поливариантность бытия культуры; национальная и культурная идентичность; информационно-знаковая система; культурное пространство; модель восприятия; русская картина мира; духовность; система ценностей; нравственность; саморефлексия; экстраполяция.

V. M. Soloviev

Doctor of History (Dr. habil),
Professor at the Department of World Culture, Faculty of the Humanities
and Applied Sciences, Moscow State Linguistic University;
e-mail: v-soloviev@mail.ru

IVAN ILYIN'S MODEL OF RUSSIAN NATIONAL AND CULTURAL IDENTITY

The article examines the foundations of Russian national and cultural identity which have been vividly described in Ivan Ilyin's works. The philosopher considers the Orthodox culture to be the main binding force of Russian spiritual and cultural existence. In Ilyin's legacy, the model of Russian national and cultural identity emerges as self-reflection and a kind of self-portrait of the Russian people with distinctive cultural ideals, norms, attitudes, misconceptions, and stereotypes. According to Ilyin, the basic values of the Russian people are spirituality, great-poweriness, and commonality. They are the heart of the idea of "universal brotherhood" uniting representatives of various ethnic groups and faiths. The picture of the Russian world reconstructed by Ilyin allows extrapolating the dominant features of the Russian national and cultural identity. It is not only a multifaceted phenomenon, but also an established structure that includes national, ethnic, social and cultural aspects.

Key words: polyvariety of culture being; national and cultural identity; information and sign system; cultural space; perception model; Russian view of the world; spirituality; system of values; morality; self-reflection; extrapolation.

Особенности русского мировосприятия

Поливариантность бытия русской культуры нашла свое отражение в многочисленных попытках ее определения, в многообразии самих подходов к ее идентификации.

Философ Иван Александрович Ильин (1883–1954) не оперировал терминами «национально-культурная идентичность» или «самоидентификация», поскольку эти дефиниции – из тезауруса современной науки. Однако в своих рассуждениях о культурном устроении русского мира он, по сути, предвосхитил понятие «культурная идентичность» и одним из первых исследовал соотношение личности и сложившейся вокруг нее культуры.

Составляющие культурной идентичности русского человека – это его прямая причастность к русской культуре, осознание и принятие им основополагающих культурных характеристик и самоотождествление с существующей культурной традицией. Проблема культурной и национальной идентичности в творческом наследии Ильина не исчерпывается философией общения и включает широкий круг когнитивных аспектов, обусловленных тем, что психологическая индивидуальность носителей русской культуры органично сочетается с прослеживающимися со времен архаики коллективистскими ценностями [Финько 2016, с. 96–97].

Именно Ильину принадлежит заслуга распознавания русской картины мира как совокупности доминирующих признаков, обусловленной единым историко-культурным базисом и ориентированной на общие культурные образцы. Выделяя особенности русского мировосприятия, философ не ограничивается такими общеизвестными факторами, как территориальное и языковое единство или общность обычаев, письменности, религии, законов, экономических интересов и интегрирует духовный опыт русского народа в нечто вроде культурных стратегий – апробированных способов преодоления различной тяжести катаклизмов и коллизий и разрешения острокризисных ситуаций. К числу таких потрясений Ильин относил Октябрьскую революцию 1917 г., «взорвавшую» устоявшийся русский мир и навязавший России ложную, по его мнению, парадигму исторического развития.

Непреходящие и вечные ценности

И. А. Ильин изначально был непримиримым врагом советской власти. Смертный приговор, вынесенный ему большевиками, не был приведен в исполнение. В 1922 г. Ильина на «философском пароходе» выслали из Советской России. Несколько лет он был профессором Русского научного центра в Берлине, но в 1934 г., в связи с приходом к власти нацистов, эмигрировал в Швейцарию, где (в пригороде Цюриха) прошли последние 16 лет его жизни.

Ильина-философа весьма трудно отделить от культуролога. Органическая слитность его философских и культурологических взглядов лишней раз подтверждает науковедческую близость философии и культурологии. Упреждая актуальное сейчас тектологическое мышление и сопутствующий ему теоретико-универсалистский подход к принципам познания и освоения мира, он находил совершенно естественным не только не противопоставлять науку и религию, но, напротив, как генеральной линии и ключевого понятия придерживался базового положения, что религия и наука дополняют друг друга не только в области социальной, но и в области познания.

Во всех основных трудах и главном – «Путь к очевидности» (1957) Ильин исследует ту систему ценностей, в которой живет человек и развивается человечество. Феномен культуры постоянно попадает в центр внимания мыслителя, и именно с культурой он соотносит черты менталитета русских, отличающие их от иностранцев и в первую очередь – от западноевропейцев. Не увлекаясь однородными

психологическими характеристиками, Ильин выделяет ведущие качества, свойства, особенности, составляющие, условно говоря, микро- и макроклимат русской души. Задавшись целью исследовать душу русского народа, он, по его словам, стремится описать и концептуализировать то, что долго накапливалось и вынашивалось, но, как признается философ, не может быть исчерпано никакой книгой и даже самым большим жизненным опытом. Богатства внутреннего мира русского человека слишком необъятны, чтобы педантично и скрупулезно их фиксировать и измерять степенью открытости, искренности, эмоциональной окраской поведения. Не отделяя русскую широту от поражающих воображение равнинных просторов, Ильин в то же время заостряет внимание на том, как суровая природа и холодный климат, способствуя формированию в русском человеке качеств преборителя ветров и бурь, влияет на присутствие в нем крайностей. Контрасты погоды, перепады температуры испытывают на прочность тело и душу, требуют невероятного напряжения сил, т. е. жить в России и не быть подверженным воздействию резких атмосферных колебаний и внезапных бросков из короткого тепла к затяжному холоду невозможно. Казалось бы, рассуждает Ильин, это должно было отрицательно сказаться на темпераменте народа, привести к отсутствию душевного равновесия, но на самом деле ставшая для русского жизненной необходимостью закалка обеспечила ему привычку к интенсивности бытия, «встроенности» в экстрим, а как защитная реакция выработалась потребность расслабляться, бузить, буянить или, напротив, впадать в дремотный покой, предаваться лени. Всё это сложно «переплелось» и самобытно выразилось в русском характере в виде своеобразного баланса, духовного равновесия свободы и гармонии. Чередование «приливов» и «отливов» в русской душе избавило ее как от взрывного эффекта «кипящего котла», так и непрерывного погружения в пучину хаоса. С точки зрения Ильина, ровность, естественность, добродушие, свойственные русским, обусловлены неблагоприятными особенностями физической географии, сообщающими русской душе, нечто стабильное, инвариантное, и упоминание философом в этом контексте изотермы – линии, изображающей на термодинамической диаграмме процесс, происходящий при неизменной температуре, представляется скрытой метафорой, призванной подчеркнуть устойчивую сопротивляемость русского человека вызовам и рискам природной среды.

Одно из важных условий сохранения душевного равновесия – низкая плотность населения в России. Но, предупреждает Ильин, наступление цивилизации, индустриальной культуры приведет к разрушительным последствиям, ибо лишит надежной защиты: перестанет снимать с человеческой души напряжение, которое снимает незаселенное пространство. Пока русский человек живет вольготно и разбросанно, ему ничто не угрожает. Теснота и скученность таят большую опасность для Русского мира.

В настоящее время правота Ильина нашла подтверждение. Современные мегаполисы – это средоточие разобщенности и отчуждения в особо крупных объемах и гипертрофированных формах.

Человек для Ильина – носитель высшего божественного начала. Но он постоянно попадает на развилки нравственного выбора праведного и правильного пути. Культура помогает в этом выборе, «высвечивает» человеку направление, по которому идти, чтобы обрести духовный и прежде всего религиозный опыт, обновить душу и волю, укрепить веру, убежденность в святости таких непреходящих и вечных ценностей, как семья, родина, народ, частью которого являешься.

Ильин был далек от того, чтобы вывести какую-то универсальную формулу русскости. Определителем истинного патриотизма и этой самой русскости не в этническом, конечно, а в культурном ее понимании была для него приверженность человека к родной культуре, ставившая непреодолимый блок приятию как приоритетной другой культуры. Готовность безоглядно раздвигать границы аккультурации, впускать в себя вместе с неродным языком чужой образ мыслей, иной, чем русский, дух, не впитанные с материнским молоком и русским словом ценности, – это для Ильина своего рода нравственная капитуляция. К подобной ассимиляционной «всеядности» он был нетерпим, как, впрочем, и к добровольному согласию иных русских эмигрантов целиком и полностью «раствориться» в культуре страны пребывания. Смена идентичности в его глазах равносильна забвению своих корней, отказу от родины.

Ильин выступает против идеологизации жизни (в конце XX в. Г. Маркузе и Ю. Хабермас укажут на опасность идеологизации жизни для культуры, отчасти повторив примерно то, что высказал Ильин).

Ильин видел Россию только единой и неделимой. Идеальный строй, по его разумению, – монархия – оптимальное воплощение государственного начала (Ильин – убежденный государственный), но

монархия эта не слепок с той, что была до февраля 1917 г., а идеальная «конструкция», обеспечивающая правовое государство и те социально-духовные ценности, которые гарантируют здоровое развитие народа.

Живая душа народа

Своего рода квинтэссенцию размышлений Ильина о русской культуре представляет собой книга «Сущность и особенность русской культуры», вышедшая в уточненном и расширенном варианте на немецком языке за рубежом в 1944 г. и переизданная в России 60 с лишним лет спустя [Ильин 1996]. Автор обобщил в ней материалы курса из двенадцати лекций о русской культуре, прочитанных в конце 1930-х – начале 1940-х гг. в Швейцарии. Именно в этой работе сведены воедино ключевые положения философа, из которых вырисовываются главные контуры интеллектуальной «конструкции», которую можно условно назвать моделью русской национально-культурной идентичности.

Феномен русской культуры мыслитель толкует широко, включая веру, ход исторического развития, историю становления государства, комплекс главных общественных проблем, но прежде всего он имеет в виду пронизывающую весь русский мир и одухотворяющую Россию и русский народ особую стихию. С точки зрения философа, русская культура – это живая душа народа и осеняющая его великая творческая сила. Идеи и идеалы русской культуры направлены в вечность и ориентированы на инвариантность (неизменяемость) и неуточжимость, что проявилось и в богатейшем национальном фольклоре, и в золотом наследии целой плеяды русских гениев: поэтов, писателей, композиторов, художников. Углубляясь в теорию познания русской культуры, Ильин не ограничивается рамками традиционной гносеологии. Он исходит из того, что содержание русской культуры наполнено божественными, магическими, ирреальными смыслами, и, стало быть, к пониманию ее уместно подходить в первую очередь с религиозно-философских позиций.

Суть и своеобразие русской культуры Ильин усматривает в том, что русский человек, как правило, преодолевает трудности не путем дальновидного расчета и по заранее выработанному плану, а посредством импровизации, экспромта в последнюю минуту. «Русский народ, – пишет он, – прежде всего – народ чувства, и главный его

творческий акт – акт сердца. К тому же это народ-созерцатель, главный его творческий акт – созерцание сердцем и поиски прекрасного» [Ильин 1996, с. 256].

Русскому народу, по мнению Ильина, необходимо дисциплинировать волю и мышление – иначе он легко впадает в беспомощную мечтательность, анархизм, авантюризм, становится прожигателем жизни, хотя и сохраняет при этом свое добродушие.

Признаки идентификации русскости рассредоточены по сочинениям И. А. Ильина, и их не так-то просто собрать воедино. В понимании философа русскость культуры нашла воплощение в выплеске глубинной народной души, проявилась в ее открытой миру субстанции и в потаенных уголках. Предпосылки развития в человеке духовной русскости Ильин связывает с главными сокровищами национальной культуры – языком, песней, молитвой, сказкой, житиями святых, поэзией, историей, армией (волевая сила государства), территорией, хозяйством (труд – источник здоровья и свободы). В дальнейшем, как считает Ильин, каждый уже сам по мере сил и отпущенного ему волевого ресурса воспитывает, формирует, хранит, приумножает и подвижнически защищает заложенные в него ценности.

Истинный патриот, Ильин не противопоставляет русскую культуру мировой, не завышает и не занижает ее место в ней: «Великое русское велико для всех народов ... гениальное греческое – гениально для всех веков ... героическое у сербов – заслуживает преклонения со стороны всех национальностей ... то, что глубоко и мудро перед лицом всего человечества» [там же].

У Ильина множество очень ярких афористичных высказываний, которыми изобилует его публицистика: статьи, очерки, заметки. По сути, в них аккумулированы идентификационно значимые мысли об оригинальности русской культуры и истории, об их отличии от аналогов Запада и Востока [Соловьев 2019, с. 378–379].

Мирозозерцание Ильина расходится с эстетикой и этикой интуитивизма. В отличие от В. В. Розанова он не полагался на интуицию. У автора «Уединенного» и «Опавших листьев» всё установление национально-культурной идентичности сводилось к единомоментному подсознательному выводу посредством озарения: «Посмотришь на русского человека острым глазком <...>. Посмотрит он на тебя острым глазком <...>. И всё понятно. И не надо никаких слов. Вот чего нельзя с иностранцем» [Розанов 2019, с. 10].

У Ильина не найти апелляции к подобным инсайтам. Он предпочитает основательное, подкрепленное верификационной проверкой установление истины.

Механизм культурной идентификации личности

По мнению Ильина, русский человек самоутверждается не как индивидуум, а как носитель коллективного самосознания, при котором утверждение ценности и значимости собственной личности проявляется в причастности к общности, единству во множестве, т. е. в этом русле идентификация приобретает различные признаки самоосмысления через соборность – свободное духовное единение.

Синтез характеристик, сведенных в модель идентификации, интеллектуальный конструкт, выстроенный Ильиным на основе интеграционного обобщения, для которого задействованы ресурсы философии, истории, социологии, культурологии, психологии. Полученная модель – плод атрибутирования духовной морфологии русского человека. Опережая свое время, Ильин инновационно применил научные техники будущего, контурно обозначив перспективы и потенциал когнитивного исследования национального характера в контексте русской истории и культуры. Эрудиция и широкий кругозор стимулировали раздвижение и нивелирование познавательных границ рабочего поля философа и их выравнивание до того междисциплинарного уровня, который бы позволил совместить изучение сознания, подсознания, поведения человека в определенной среде и конкретных обстоятельствах с учетом его индивидуальной истории и положения в обществе. Социализируясь и «встраиваясь» в близкую ему систему ценностей и уклад жизни, человек подтверждает свою принадлежность к той или иной культурной общности, делает выбор в ее пользу и отождествляет себя с ее культурными образцами.

Всё, что у Ильина попадает под признаки русской культурной идентичности, взвешено и вдумчиво отобрано, разумно дозировано. И философ, которому отнюдь не чужд пафос, когда он пишет о России и русских, преодолевая личные пристрастия, придерживается «холодной» объективности, избегает избыточности как при характеристике привлекательных (добросердечие, открытость), так и нелицеприятных (лень, разгильдяйство) качеств русского человека. Предельная критичность, умение абстрагироваться от эмоций при составлении психологического портрета русских, высокая степень верификации,

безупречность доказательств сообщают не претендующим на высокую научность трудам Ильина убедительность, присущую не всякому глубокому исследованию.

Концептуальные подходы и инструментальные методы Ильина, используемые для исследования недоступных непосредственному восприятию явлений и процессов, получили апробацию в наши дни. Конечно, Ильин ограничивался преимущественно эмпирическим, основанным на чувственном опыте знанием, зафиксированным в форме наблюдений, рациональных суждений, понятий и т. п.), но при этом материал, с которым он работал, по степени систематизации и структурирования не уступает выкладкам, обеспеченным теперешней машинной обработкой и сопровождаемым соответствующими описаниями, графиками, таблицами, шкалированием с помощью разбивки по параметрам, числовых систем, специальных приемов выявления и измерения черт личности, ее характерологического профиля и прочих заложенных в программу позиций. Причем в плане теоретической отдачи плоды индивидуальной кабинетной работы Ильина, в отличие от нынешних коллективных проектов, реализованных лабораторным способом, заметно глубже и продуктивнее, что объясняется не только качеством мысли и высокой авторской культурой философа, но и его внутренней независимостью, дистанцированием от всякой формализации с неизбежной заданностью норм, величин, шаблонов.

Вырисовывающаяся из работ И. А. Ильина модель идентитета – это своего рода синтез признаков, с помощью которых философ обозначает выявленный им феномен русского духа. Для Ильина определителями характерных черт принадлежности человека к русской культуре служат символы включенности индивида в историю и культуру страны, в обычаи, традиции, психологическую атмосферу, образ жизни долговременного сообщества с условным названием Русский мир [Ильин 2003, с. 173–192, 241–251]. В этом смысле национальный идентитет, по Ильину, это продукт сознания человека, ощущающего, распознающего и как бы самомаркирующего себя как носителя совершенно конкретной картины мира, принимающего и разделяющего его ценности, когнитивно встроенного в коллективные сущности сообщества себе подобных и отождествляющего себя с ними. Переступить через генетические истоки, освободиться от своих корней не так-то просто. И современный

писатель М. Шишкин, осмысливая уроки Ильина и продолжая развивать его идеи, опираясь на собственный опыт заграничной жизни (он гражданин Швейцарии), уверяет, что можно уехать из России «куда угодно, хоть в Альпы, хоть в латиницу, но невозможно стянуть с головы ушанку-невидимку». Пожалуй, эта аллегория очень хорошо подходит как конкретный образ для иносказательного изображения столь абстрактного понятия, как русская национально-культурная идентичность.

Запущенный И. А. Ильиным механизм культурной идентификации личности без преувеличения можно расценивать как актуальный образец научного прогнозирования и диагностики. По сути, это был незаметный футурологический прорыв, осуществленный задолго до появления новейших, но уже таких привычных сегодня информационных технологий.

Будь Ильин свидетелем развернувшейся сейчас глобализации, в которую оказалась «втянута» и Россия, он бы непременно учел деформирующее воздействие этого явления на человека и скорректировал свое понимание русской идентичности с учетом сопротивляемости и культурного иммунитета, оберегавших автономию и суверенитет Русского мира от всякого рода идейно и духовно опасных вторжений, посягательств и влияний извне, т. е. философ объяснял ярко воплощенный в фольклоре эффект игрушки-неваляшки ваньки-встаньки гомеостазом – саморегуляцией, способностью открытой системы сохранять постоянство своего внутреннего состояния посредством скоординированных реакций, направленных на поддержание динамического равновесия. По-видимому, Ильин не стал бы смешивать и с осторожностью дифференцировал понятия «русская» и «российская идентичность», потому что при всей близости они всё же различаются, как не сливаются несмотря на апробированное самой историей единство русский и другие народы и этносы РФ, не говоря уж о том, что вынужденная уплотненность коммунального общежития СССР сталинских времен и подлинное добрососедство – не одно и то же.

В настоящее время в РФ доступно практически всё наследие И. А. Ильина. Его сочинения собраны в 28 объемных томов, но есть издание, содержащее труды, в которых он излагает принципиально важные для русского человека основы христианской культуры, считая своим высоким призванием и долгом помочь духовно и нравственно

восчувствовать всю полноту бытия и вместить в сердце вечное божественное начало [Ильин 2011].

Безусловно, живой моделью русской идентичности был сам Иван Александрович Ильин. И в Германии, и в Швейцарии философ-эмигрант неизменно оставался истинно русским человеком, ибо даже на чужбине продолжал себя чувствовать гражданином государства-нации Россия.

Выводы

Итак, если исходить из сказанного И. А. Ильиным об особенностях русского мировосприятия, ценностно-смысловое содержание русской картины мира определяется органичным синтезом динамично, постоянно развивающихся составляющих. Русское культурное пространство – сложный контекст, в котором постепенно складывалось укорененное в национальных традициях самосознание единства и общности как самобытного целого. В таком ракурсе русская национально-культурная идентичность видится не только как сложившаяся структура, которая включает в себя культурный, национальный, этнический, социальный аспекты, но и как информационно-знаковая система, являющаяся результатом саморефлексии.

Таким образом, применяемая Ильиным метрологическая система замера русской идентичности гибка и нестатична, что минимизирует до критериального оптимума пределы допустимых погрешностей. Ильин диалектически соотносил и коррелировал понятие «идентичность» с категориями «пространство» и «время» и приурочивал не к вечности как безраздельной полноте бытия, а к конкретной локомоции. Русская идентичность, по Ильину, варьируется и саморегулируется в зависимости от объекта ее приложения, так как русский менталитет, русский национальный характер при всей относительной инвариантности – лишь условные константы и, как сам русский человек и человек вообще, величины неабсолютные и непостоянные.

Экстраполирование модели русской национально-культурной идентичности Ильина подводит к следующему итоговому выводу: русская национально-культурная идентичность, прежде всего, воплощена в русской духовности, которую сам философ образно назвал идеей свободно созерцающего сердца.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Ильин И. А.* Основы христианской культуры. М. : ЭКСМО, 2011. 702 с.
- Ильин И. А.* Путь духовного обновления. М. : АСТ, 2003. 365 с.
- Ильин И. А.* Сущность и своеобразие русской культуры // Собрание сочинений: в 10 т. / сост., подг. текста, вступ. ст., коммент. Ю. Т. Лисицы. М. : Русская книга, 1996. Т. 6. Кн. II. 672 с.
- Розанов В. В.* Уединенное. Смертное. М. : Т8 Издательские технологии : RUGRAM-Классика, 2019. 216 с.
- Соловьев В. М.* Культурология: учебник для высшей школы. М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. 616 с.
- Финько М. В.* Проблема культурной и национальной идентичности в философии общения И. А. Ильина // Alma mater: Вестник высшей школы. 2016. № 6. С. 96–99.

REFERENCES

- Il'in I. A.* Osnovy hristianskoj kul'tury. M. : JeKSMO, 2011. 702 s.
- Il'in I. A.* Put' duhovnogo obnovenija. M. : AST, 2003. 365 s.
- Il'in I. A.* Sushhnost' i svoeobrazie russkoj kul'tury // Sobranie sochinenij: v 10 t. / sost., podg. teksta, vstup. st., komment. Ju. T. Lisicy. M. : Russkaja kniga, 1996. T. 6. Kn. II. 672 s.
- Rozanov V. V.* Uedinennoe. Smertnoe. M. : T8 Izdatel'skie tehnologii : RUGRAM-Klassika, 2019. 216 s.
- Solov'ev V. M.* Kul'turologija: uchebnik dlja vysshej shkoly. M. ; Berlin : Direkt-Media, 2019. 616 s.
- Fin'ko M. V.* Problema kul'turnoj i nacional'noj identichnosti v filosofii obshhenija I. A. Il'ina // Alma mater: Vestnik vysshej shkoly. 2016. № 6. S. 96–99.

В. П. Трыков

доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры всемирной литературы Института филологии
Московского педагогического государственного университета;
e-mail: v.trykoff@yandex.ru

**ОБРАЗ РОССИИ В КНИГЕ ШАРЛЯ-ЛУИ ЛЕЗЮРА
«ОБ УСИЛЕНИИ РУССКОЙ МОЩИ»**

В статье впервые в отечественном литературоведении исследуется поэтика образа России в не переведившейся на русский язык книге французского литератора Шарля-Луи Лезюра (1770–1849) «Об усилении русской мощи» (1812). Проанализированы источники Лезюра, показана его ангажированность при отборе источников и работе с ними. Выявлена связь Лезюра с традицией критического изображения России в западноевропейской литературе. Сделан вывод о том, что важнейшими приемами создания образа России у Лезюра стали утрирование негативных мелочей, использование фальсифицированных документов, объяснение достоинств русских их недостатками (отваги солдата его положением раба, гостеприимства русских их гордостью, мощь государства психологической ригидностью и глубинным экспансионизмом русского народа и т. д.). Обнаружены и описаны некоторые противоречия в лезюровском дискурсе о России. Показано, как при создании образа России автор использует просветительские ментальные модели и схемы (противопоставление цивилизации и варварства, преувеличение роли идейного и психологического фактора в русской истории), переосмысливает дихотомию хороший народ // дурная власть. Сделан вывод о том, что «конструирование» образа России в книге Лезюра подчинено пропагандистским задачам в контексте надвигавшейся войны с Россией 1812 г.

Ключевые слова: образ России; поэтика; русофобия; источники; русский характер.

V. P. Trykov

Doctor of Philology (Dr. habil.), Professor,
Professor at the Department of World Literature,
Moscow Pedagogical State University;
e-mail: v.trykoff@eandex.ru

**IMAGE OF RUSSIA IN THE BOOK BY CHARLES-LOUIS LESUR
“ON STRENGTHENING THE RUSSIAN POWER”**

The article for the first time in the national literature explores the poetics of the image of Russia in the book not yet translated into Russian by the French writer Charles-Louis Lesur (1770–1849) “On strengthening the Russian power” (1812). The

sources of Lesur are analysed, his engagement in the selection of sources and work with them is shown. Lesur's connection with the tradition of critical depiction of Russia in Western European literature has been revealed. It is concluded that the most important techniques of creating Russia's image in Lesur's book were exaggeration of negative details, the use of falsified documents, explanation of Russians' merits by their shortcomings (the soldier's bravery by his position as a slave, Russians' hospitality by their pride, the power of the state by psychological rigidity and deep expansionism of the Russian people, etc.). Some contradictions in the Lesur discourse about Russia have been discovered and described. It shows how the author uses the mental models and schemes of the age of Enlightenment in the creation of the image of Russia (opposition of civilization and barbarism, exaggerating the role of ideological and psychological factor in Russian history), reinterprets the dichotomy of a good people / bad power. It is concluded that the construction of the image of Russia in Lesur's book is subject to propaganda tasks in the context of the impending war with Russia in 1812.

Key words: image of Russia; poetics; russophobia; sources; Russian character.

Русско-французские отношения в начале XIX века

В начале XIX в. отношения между Россией и Францией претерпевали разнообразные и порой неожиданные метаморфозы. В первые годы нового столетия Наполеон стремился нейтрализовать Россию в своем противостоянии с Англией, добиться от российского императора хотя бы нейтралитета. Казалось, что ему это удалось: Россия содействовала созданию лиги нейтральных стран, которая затруднила доступ англичан к Балтике. Показательно, что появившуюся в 1800 г. книгу майора Массона «Секретные мемуары о России», весьма критичную по отношению к представителям российской власти и политической элиты, влиятельные парижские газеты встретили в штыки [Corbet 1967, с. 49]. Убийство Павла I в марте 1801 г. положило конец наметившемуся русско-французскому сближению. Однако Наполеон стремился к примирению с Россией, и уже 8 октября 1801 г. в Париже был подписан мирный Договор между Россией и Францией. Пресса приветствовала мирный договор, превозносила Александра I, подробно освещала жизнь российского двора, охотно публиковала новости литературной и научной жизни в России, положительные рецензии на благожелательные произведения о нашей стране. Однако казавшиеся безоблачными русско-французские отношения были омрачены в марте 1804 г. казнью герцога Энгиенского. В знак протеста русский посол во Франции покидает Париж, а в апреле 1805 г. Россия заключает договор с Англией и входит в третью антинаполеоновскую коалицию,

что повлекло за собой резкое ухудшение франко-российских отношений. Свидетельством этих негативных изменений не только в политико-дипломатических отношениях двух стран, но и в общественном мнении Франции стала публикация в 1807 г. четырехтомной «Истории анархии в Польше» Клода Рюльера, представлявшей собой антироссийский памфлет, которому наполеоновская пресса обеспечила большой успех. Между тем начавшаяся было антироссийская кампания неожиданно для французов была прервана в 1807 г. с подписанием Тильзитского мирного договора между Россией и Францией. Однако встреча российского и французского императоров в Эрфурте в октябре 1808 г. убедила Наполеона в том, что он не добьется от Александра I ожидаемых уступок. Россия противилась политике континентальной блокады, которую проводил Наполеон в отношении своего главного противника – Англии. Поход Наполеона на Россию становился неизбежным. Пропагандистская подготовка к войне с Россией началась во французской прессе и публицистике. Официальная печать в самых мрачных красках описывала российскую действительность.

Высшей точки русофобская линия французской публицистики достигает в пятисотстраничной работе Шарля-Луи Лезюра (1770–1849) «Об усилении русской мощи: От истоков до начала XIX века» (1812). Ш.-Л. Лезюр – французский литератор, автор нескольких пьес, большой поэмы «Франки» (1797). Однако известность ему принесли не его художественные произведения, а публицистика. Очевидно, в переориентации Лезюра с беллетристики на публицистику немалую роль сыграла его служба в Министерстве иностранных дел Франции, которое тогда возглавлял Талейран. В 1806 г. выходит в свет его «Ответ на манифест прусского короля», в 1810 г. «Записка о поведении Франции и Англии по отношению к нейтральным государствам», в 1814 г. двухтомная «История казаков», в 1817 г. – «Франция и французы: моральный и политический очерк». С 1818 по 1861 гг. под его руководством выходил «Универсальный исторический ежегодник», в котором Лезюр делал обзор важнейших событий общественно-политической жизни.

Источники Лезюра

Несмотря на службу во внешнеполитическом ведомстве Лезюр никогда в России не был, русского языка не знал. Основными источниками сведений о России для него стали фундаментальные многотомные

«Истории России», изданные во Франции в конце XVIII в. Одна из них принадлежит перу Пьера-Шарля Левека (1736–1812): это его пятитомная «История России» (1782). Две другие – современнику Левека, французскому историку Леклерку – «История Древней Руси» (1783–1784) и «История Новой России» (1783–1785).

Лезюр делает частые ссылки на них, приводит многочисленные цитаты из этих книг. В предисловии к своей книге Лезюр, признавая несомненные достоинства трудов своих предшественников (богатство фактического материала у Леклерка и литературное мастерство Левека), отмечает и недостатки: их большой объём, что отпугивает широкого читателя, и ограниченность временных рамок. Как отмечает Лезюр, у обоих предшественников повествование «останавливаются в тот момент, когда политика российского правительства становится особенно дерзкой» (имеется в виду начало XIX в.) [Lesur 1812, с. IX]. В своей книге Лезюр исправляет недочеты предшественников: вместо многотомных фолиантов он создает относительно компактный труд, в котором описание российской истории включает в себя характеристику ее современного этапа – начала XIX в.

Кроме трудов Левека и Леклерка, Лезюр обращается и к другим источникам различного характера: работы научного характера, например, по географии России, соседствуют с публицистическими статьями, путевыми запискам, мемуарами. Лезюр сам объясняет причины, побудившие его обратиться к более широкому кругу источников: «Мы искали в других книгах и даже в произведениях, написанных под покровительством русских правителей, неопровержимые доказательства нашего мнения» [там же, с. XII]. Характерно это признание Лезюра, из которого следует, что отбор материала из источников, которыми он пользовался, был подчинен одной задаче: проиллюстрировать априори сложившееся мнение автора о России.

Под произведениями, написанными под покровительством русских правителей, Лезюр имел в виду прежде всего труд Вольтера «История Российской империи при Петре Великом» (1759–1763), самое авторитетное издание о России в XVIII в., прочитанное всей образованной Европой и вызвавшее неоднозначную оценку. Некоторые высокопоставленные и влиятельные особы (например, прусский король Фридрих) упрекали Вольтера в идеализации Петра I. Лезюр без комментариев приводит отзыв В. Кокса, который считал «Историю Петра Великого» Вольтера «наименее интересным и самым неточным

из исторических сочинений Вольтера» [Lesur 1812, с. 129]. Очевидно, Лезюр разделяет это мнение. Вообще обращает на себя внимание большое количество английских авторов, на чьи труды о России ориентировался Лезюр. Сочинения В. Кокса, В. Тука, Дж. Перри, Д. Кларка и др. неоднократно упоминаются и цитируются на страницах книги Лезюра. Особенно много ссылок на книгу Вильяма Кокса «Путешествие в Польшу, Россию, Швецию и Данию» (1784). Это четырехтомное сочинение, ставшее результатом посещения Коксом России в 1778 г., было самым известным в конце XVIII в. произведением иностранца о России, выдержало несколько прижизненных изданий и переводов на европейские языки. Критический пафос книги способствовал ее фактическому запрету в России. В качестве источника сведений о Екатерине II и ее эпохе Лезюр предпочел весьма критичную биографию англичанина В. Тука «Жизнь Екатерины» левековской «Истории России», в которой Екатерина предстает просвещенной государыней, много доброго сделавшей для своей империи (успехи во внешней политике, реформы в области образования и государственного устройства). Показательно отсутствие среди источников одной из самых известных французских работ о России – книги Жака Маржерета «Состояние Российской империи и Великого княжества Московии» (1607). Это особенно бросается в глаза, если учесть, что иногда Лезюр обращается в качестве источника сведений о России к сочинениям весьма сомнительного характера (такovým является, например, анонимное «Путешествие двух французов на Север»).

Ответ на вопрос об английских предпочтениях Лезюра содержится в его собственной констатации одной особенности сочинений английских авторов о России – их остром критицизме. В предисловии к своей книге Лезюр писал: «Наши читатели, быть может, будут нам признательны за то, что мы были более сдержаны по отношению к нашим нынешним врагам, чем англичане по отношению к своим ближайшим союзникам» [там же, с. XII]. Характеризуя книгу Э. Д. Кларка «Путешествие в Россию», изданную в Лондоне в 1810 г. и ставшую одним из важных источников для Лезюра, он отмечает, что книга имела большой успех в Англии и что она содержит разнообразные сведения о России и картины русской жизни и «написана в весьма колкой манере». «В ней Россия и русские представлены не в таком благоприятном свете, как в произведениях писателей екатерининской эпохи» [там же, с. VII].

С XVI в. английские авторы, такие как Джером Горсей, Джордж Табервилл, Джайлс Флетчер и другие создавали, как правило, негативный образ России [Михальская 1995, с. 7–44], однако зарождение русофобии в Англии британский исследователь Джон Глисон относит к первым десятилетиям XIX в. [Gleason 1950, с. 38]. Именно в это время и были написаны или переизданы сочинения английских авторов, на которые опирается Лезюр. Сочинение Вильяма Тука «Взгляд на Российскую империю» увидело свет в 1800 г. Его же «Жизнь Екатерины II» в 1801 г., в 1805 г. вышло очередное издание «Путешествий...» В. Кокса, в 1810 г. опубликована книга Дэна Кларка «Путешествие в Россию».

Таким образом, можно констатировать, что Лезюр отдавал предпочтение авторам (англичанам, французам, немцам), которые в своих сочинениях создавали негативный образ России, будь то С. фон Герберштейн, А. Олеарий, С. Пуфендорф, Шапд'Отрош, К. де Рюльер, А. Массон или их английские собратья по перу.

Приёмы «конструирования» образа России в книге Лезюра

От анализа источников обратимся к разбору книги Лезюра. Она состоит из предисловия, двенадцати глав и приложения. Ее основная часть представляет собой очерк русской истории от возникновения Руси до начала XIX в. Главы обзорного характера («Состояние русского государства от его истоков до татарского нашествия», «Русь под татарским игом», «Картина России в начале XVII в.», «Состояние Российской империи в начале XIX века») чередуются с историческим портретами российских императоров (глава 6 «Петр Великий», глава 7 «Екатерина I. – Петр II. – Анна. – Елизавета. – Петр III», глава 8 «Екатерина II», глава 10 «Павел I и Александр I»). Приложение, состоящее из нескольких таблиц (таблица русских царей, статистические таблицы численности населения России, доходов Российской империи в 1796 г., состояния русской армии к концу правления Екатерины II, состояния русского флота к концу правления Екатерины II и т. д.), придает книге видимость солидности научного труда, основанного на точных фактах, каковой на самом деле она не является.

В историческом обзоре Лезюр создает довольно мрачную картину Московии: жестокие правители, одержимые идеей господства над миром и движимые экспансионистскими устремлениями, рабоплеменный, невежественный и грубый народ, такое же невежественное,

грубое, всё еще пребывающее в состоянии варварства духовенство, коррумпированная и лишь манерами похожая на «цивилизованных» и «просвещенных» европейцев элита. Лезюр утверждает, что все, даже наиболее умеренные авторы, писавшие о России, которых он относит чуть ли не к апологетам России, сходятся в том, что характерные черты русских глупость, пьянство, жестокость, склонность к воровству, лень. И далее он приводит подборку цитат из произведений разных авторов, долженствующую доказать справедливость этого его утверждения [Lesur 1812, с. 445–446].

Лезюр пытается разрушить стереотип о храбрости русского войска, созданный победами Петра, Суворова, Александра I. Как задолго до него, еще в XVII в., это делал немецкий ученый и литератор Адам Олеарий в своем «Описании путешествия Гольштинского посольства в Московию и Персию» (1647), Люзер объясняет отвагу русского солдата его униженным положением раба. Он приводит мнение неизвестного автора, изложенное в «Путешествии двух французов на Север», что «гостеприимство русских в действительности есть, скорее, следствие гордости, нежели подлинного великодушия» [Lesur 1812, с. 442]. Так, белое становится черным, достоинства превращаются в недостатки. В этом отношении Лезюр – предшественник знаменитого Астольфа де Кюстина, а Кюстин – достойный продолжатель традиции Лезюра (см. у Кюстина в «России в 1839 году» сходная мысль, что учтивость русских – следствие их постоянного страха: «Люди здесь серьезны от страха, но страх же делает их весьма учтивыми. Я никогда не видел, чтобы множество людей, причем из всех классов общества, так уважительно обходились друг с другом» [Кюстин 1996, с. 240]).

Оптиме Лезюра свойственна фиксация на мелочах, которые кажутся автору смешными или нелепыми: он в который уже раз вслед за своими предшественниками рассказывает о странной для иностранца русской бане; в другом месте воспроизводит рассказ из мемуаров генерала Манштайма, который присутствовал на празднестве в честь бракосочетания племянника императрицы Анны и дал описание рядов придворных дам, «в которых можно увидеть странную “смесь” богатства и дурного вкуса, роскоши и неряшливости...». «И это в середине XVIII века!!!», – восклицает Лезюр [Lesur 1812, с. 198].

Наконец, в своем стремлении изобразить Россию не только нелепой, но и опасной Лезюр опускается до прямой фальшивки: в главе

«Петр Великий» он помещает трехстраничный текст якобы подлинного документа, который впоследствии станет известен под названием «Завещание Петра Великого». Здесь в 14-ти пунктах изложен план покорения Европы Россией. Лезюр утверждает, что в специальных архивах русских императоров существуют секретные записи (*memoires secrets*), написанные рукой Петра, в которых изложен план для его наследников, и что некоторые из них действительно осуществляли этот план. Лезюр осторожно называет публикуемый текст «le résumé de ce plan». Слово «le résumé» порождает вопросы: полный ли это текст или конспект, «выжимка», краткое изложение. Другой вопрос – источник, откуда этот текст взят. Лезюр, говоря о существовании завещания, ссылается на, по его мнению, заслуживающее доверия свидетельство английского дипломата Вильяма Этона, бывшего консула в России и Турции, который якобы имел возможность ознакомиться с текстом завещания и в своей книге «Исторический, политический и современный обзор Оттоманской империи» (1798–1801) утверждал, что авторство плана принадлежит не Екатерине II, а Петру Великому. В книге Этона подобное утверждение действительно содержится, но в ней нет текста завещания [Eton 1801, с. 165–166]. Шарль Корбе утверждает, что более поздние изыскания доказали, что текст «завещания» был написан польским генералом Михаилом Сокольниковым по приказу Наполеона и затем отредактирован императором [Corbet 1967, с. 80]. Это дает ответ на вопрос об авторстве «завещания», но оставляет открытым вопрос об источниках, откуда этот текст взял Лезюр. Характерно, что сам Лезюр, в книге которого почти на каждой странице содержатся многочисленные сноски на разнообразные источники, в случае с «завещанием Петра» не счел нужным указать источник сведений. Эта «фигура умолчания» должна была заставить внимательного читателя насторожиться и усомниться в достоверности «завещания».

Книга Лезюра – большое эссе, смысловым «ядром» которого является его заключение. Весь предшествующий исторический материал, изложенный на четырехстах страницах – только «подводка» к краткому и емкому четырнадцатистраничному заключению. Автор и сам косвенно в этом признается: «История, которую мы только что окинули взглядом, дает повод для размышлений» [Lesur 1812, с. 456]. Итогом «размышлений» стала не отличающаяся новизной и оригинальностью мысль, что Россия является экспансионистской

державой, стремящейся к господству на европейском континенте и представляющей угрозу для «цивилизованной» Европы. Доказательству этой мысли подчинен отбор фактов в обзоре русской истории, где акцент сделан на территориальных приобретениях российской империи при разных ее правителях.

Лезюр устанавливает причинно-следственную связь между экспансионизмом российского государства и «духом» русской нации, стремящейся к господству и неспособной к изменениям под влиянием иноземных нравов и институтов. «В развитии русской мощи можно увидеть убедительную аналогию с гением этого народа. С тех пор как эта сила появилась в Европе, у нее одно намерение – господствовать здесь» [Lesur 1812, с. 461].

С точки зрения Лезюра, «характер настоящего русского ... не исправим» («Le caractère du vrai Russe... est indélébile») [там же, с. 459]. Французское слово «indélébile» точнее было бы перевести как «нестираемый», «неизгладимый». Его основная сема – культурная ригидность, устойчивость к внешним воздействиям, сохранение своей субъектности. Лезюр полагает, что это тормозит движение русских по пути прогресса и цивилизации. Русский народ противится благотворному влиянию «просвещенной», «цивилизованной» Европы. Никакие религиозные, культурные влияния и контакты «не могут изменить его исконный характер и гражданские, нравственные и политические условия» [там же, с. 457].

Противоречия Лезюра

Между тем Лезюр противоречит себе, утверждая, что в русских соединились «грубость дикаря с пороками цивилизованного человека» и что, быть может, им лучше было бы оставаться «в состоянии чистосердечного варварства» [там же, с. 457]. Если русские не подвержены никаким влияниям, то как они могли приобрести пороки цивилизованного человека? А если они их приобрели, то не иначе как под влиянием европейской «цивилизации». Либо русские ригидны в культурном отношении, и тогда они должны были сохранить непорочность чистосердечных дикарей. Если же они развратились под воздействием «цивилизации», то тезис Лезюра о культурной ригидности русских неверен. Как, впрочем, становится сомнительной и его мысль о «благотворном» влиянии европейских образцов. Если

европейские влияния столь благотворны, то как они могли развратить русских «дикарей».

Лезюр, с одной стороны, воспроизводит устойчивую модель просветительской мысли, основанную на оппозиции «цивилизация» // «варварство», где цивилизация – несомненное благо, а варварство – безусловное зло. И в этой схеме Европа – оплот цивилизации, а Россия – средоточие варварства. Лезюр упрекает французских просветителей (в частности Вольтера) в недальновидности по отношению к России, в том, что они поощряли начинания «самого деспотичного правительства» и не увидели приближения «этих диких орд», которые хотели разрушить цивилизацию [Lesur 1812, с. 461]. Современная Лезюру Россия и ее обитатели, «дикие дети севера» («*farouches enfants du Nord*») также изображаются как угроза мирным и цивилизованным европейским народам, а миссия Франции видится в том, чтобы возвести барьер на пути этой угрозы, за которым «европейские народы смогут, наконец, наслаждаться безопасностью своих прав, своей торговли и цивилизации» [там же, с. 469]. С другой стороны, Лезюр наследует руссоистскую идею развращающего влияния цивилизации на «добрых дикарей». Между двумя этими полюсами (цивилизация – несомненное благо // цивилизация – возможное зло) колеблется мысль автора.

Однако в своей отрицательной оценке русского народа Лезюр не испытывает никаких колебаний и сомнений. При этом устойчивую и встречающуюся во многих произведениях его предшественников оппозицию *хороший (добрый, гостеприимный и т. д.) народ* // *дурная (коррумпированная, жестокая, самодержавная и т. д.) власть* Лезюр заменяет противоположной: стремящаяся к прогрессу, «европейская» (во всяком случае в своих внешних формах и проявлениях) *власть* // «варварский», противящийся приобщению к цивилизации *народ*. Особую опасность России для Европы Лезюр видит в «этом особом сочетании европейских форм ее правительства с упрямым варварством ее народа» [там же, с. 458].

Помимо неисправимого характера русского народа, Лезюр выделяет еще два значимых фактора русской истории: гордыню бояр («*l'esprit orgueilleux de ses anciens boyards*»), которая становилась причиной заговоров и дворцовых переворотов, и роль женщин в русской истории, по своей женской природе ценящих дерзость, что давало их честолюбивым фаворитам огромную власть и приводило к неожиданным потрясениям в государстве. То же преувеличение роли идейного

и психологического фактора обнаруживаем в оценке влияния России на европейскую историю и перспективы. В итоге Россия становится ответственной за все беды Европы: «Разрушив цивилизационный барьер, она посеяла в умах правителей и народов разрушительные и безнравственные идеи, результатом которых, может быть, стали все последующие бедствия» [Lesur 1812, с. 461]. Правда, Лезюр не уточняет, о каких идеях идет речь, но зато подчеркивает, что это обвинение России и есть главная мысль его книги. «Пусть разум читателя остановится на этой мысли; в ней смысл моего большого произведения» [там же, с. 461–462].

Таким образом, можно сделать вывод о «психологизме» лезюровской трактовки истории: историческую динамику определяет «l'esprit» (неважно, идет ли речь о «духе» народа, бояр, особенностях женской психологии или разрушительных идеях).

«Благородство» Франции vs. «коварство» России и Англии

Текст Лезюра был ответом на оформившийся в 1805 г. русско-английский альянс. Эта тема заняла значительное место в заключении книги. Россия и Англия, в трактовке Лезюра, – агрессивные, экспансионистские державы, «зачинатели почти всех войн последнего времени» [там же, с. 463]. Не отличавшейся миролюбием наполеоновской Франции приписываются благородные, «цивилизаторские» цели, в то время как Россия и Англия движимы амбициями и корыстными интересами. Давая свое объяснение тесных связей России и Англии, Лезюр предстает «экономистом» и «реалистом», видящим в основе этого союза торгово-экономические причины: Англия заинтересована в российском рынке, Россия – в английских промышленных товарах. Однако, переходя к характеристике французских целей по отношению к России, Лезюр превращается в «идеалиста» и «культуртрегера». Единственное стремление Франции – «освободить русских от тех связей, которые замедляют их приобщение к цивилизации» [там же, с. 465]. Логика Лезюра заключается в том, что Англия, в силу своих экономических интересов, «заинтересована в сохранении варварства повсюду, где оно есть и будет защищать его везде, где оно подвергается атакам» [там же, с. 465], так как сохранение «варварства» (под которым понимается технологическая и экономическая отсталость) обеспечивает Англии огромный рынок для ее товаров, развитие торговли и связанное с ней процветание. Между тем, в чем заключается

интерес Франции в приобщении русских к цивилизации, не объясняется. В первом случае действует понятная экономическая логика, во втором – необъяснимые благородные мотивы, трогательная и бескорыстная забота о русских. Лезюр объясняет, в чем ему видятся возможные преимущества русских от разрыва «фатального союза» с Англией, однако умалчивает о том, в чем здесь состоит интерес Франции.

Вообще вся риторика лезюровского текста направлена на то, чтобы представить Францию бескорыстной защитницей интересов и блага европейских народов. Франция – «усердно трудится над созданием семьи народов во главе с отцом этого семейства», на роль которого она, безусловно, претендует [Lesur 1812, с. 468]. В то же время цель России – «прямое господство» [там же]. Альянс России и Англии «направлен против независимости и будущего процветания европейских народов» [там же, с. 467]. Амбициозным и корыстным противникам Лезюр противопоставляет бескорыстную Францию, единственная забота которой – благо не только и не столько Франции, сколько всей Европы. Франция – защитница Европы от русского «варварства» и английского «монополизма».

Финал книги патетичен: автор видит, как «французский орел распростер свои крылья над позолоченными куполами древнего дворца царей» [там же, с. 469]. Лезюр пророчествует, что «гений великой империи осуществит свое предназначение»; «ее меч отомстит за все оскорбления, нанесенные цивилизованной Европе», «скоро дикие дети Севера проклянут союз с Альбионом» [там же, с. 469].

Однако за фасадом возвышенной риторики Лезюра скрывается призыв к войне: «Никакая война не могла иметь цели столь благородной и задачи столь важной; никакая жертва не была бы чрезмерной для достижения этого блага» [там же, с. 469].

Заключение

Книга Лезюра, несмотря на весь свой квазинаучный антураж (солидный объём, указания на источники информации, многочисленные сноски и т. д.) и очевидное стремлению автора выдать ее за солидное и объективное исследование, на самом деле представляла собой антироссийский памфлет, стала откликом на злобу дня – резкое ухудшение русско-французских отношений, и была призвана подготовить общественное мнение к предстоящей войне с Россией.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Кюстин А. де.* Россия в 1839 г.: в 2 т. М. : Изд-во им. Сабашниковых, 1996. Т. 1. С. 240.
- Михальская Н. П.* Образ России в английской художественной литературе IX–XIX вв. М. : МПГУ, 1995. 152 с.
- Corbet Ch.* L'opinion française à l'inconnue russe (1799–1894). Paris : Didier, 1967. 490 p.
- Eton W.* Tableau historique, politique et modern de l'empire Ottoman: En 2 vol. Paris : Chez Tavernier, 1801. T. 2. 253 p.
- Gleason J. H.* The Genesis of russophobia in Great Britain: A study of the interaction of policy and opinion. 1815–1841. Cambridge : Harvard university press, 1950. 314 p.
- Lesur Ch.-L.* Des progrès de la puissance russe: Depuis son origine jusqu'au commencement du XIX-e siècle. Paris : Chez Fantin, libraire, quai des Augustins, 1812. 514 p.

REFERENCES

- Kjustin A. de.* Rossija v 1839 g.: v 2 t. M. : Izd-vo im. Sabashnikovyh, 1996. T. 1. S. 240.
- Mihal'skaja N. P.* Obraz Rossii v anglijskoj hudozhestvennoj literature IX–XIX vv. M. : MPGU, 1995. 152 s.
- Corbet Ch.* L'opinion française à l'inconnue russe (1799–1894). Paris : Didier, 1967. 490 p.
- Eton W.* Tableau historique, politique et modern de l'empire Ottoman: En 2 vol. Paris : Chez Tavernier, 1801. T. 2. 253 p.
- Gleason J. H.* The Genesis of russophobia in Great Britain: A study of the interaction of policy and opinion. 1815–1841. Cambridge : Harvard university press, 1950. 314 p.
- Lesur Ch.-L.* Des progrès de la puissance russe: Depuis son origine jusqu'au commencement du XIX-e siècle. Paris : Chez Fantin, libraire, quai des Augustins, 1812. 514 p.

Сетевое электронное научное издание

ВЕСТНИК
Московского государственного
лингвистического университета
Гуманитарные науки
Выпуск 2 (831)

VESTNIK
of Moscow State
Linguistic University
Humanities
Issue 2 (831)

Ответственный редактор выпуска 2 (831)
доцент, кандидат филологических наук Г. М. Фадеева

Редактор Е. М. Евдокимова
Компьютерная верстка: Г. П. Лопатина
Дизайн обложки: А. Г. Проскуряков

ФГБОУ ВО МГЛУ
Подписано в печать 24.03.2020
Усл. печ. л. 15,3. Формат 60х90/16
Заказ № 43/20

Адрес редакции:
119034, г. Москва, ул. Остоженка, 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