

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВПО
«УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

**ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ
ЯЗЫКОВЫХ КАРТИН МИРА:
ДИНАМИКА И СОПОСТАВЛЕНИЕ**

МОНОГРАФИЯ

Ижевск 2011

УДК 81'27
ББК 81.001.2
Л 59

*Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом
ФГБОУ ВПО «Удмуртский госуниверситет»*

Рецензенты:

Р.К.Гарипов, доктор филологических наук, профессор
С.Г.Шафиков, доктор филологических наук, профессор

Лингвокультурный анализ языковых картин мира: динамика и сопоставление: монография / А.Х.Мерзлякова, Е.Н.Руденко, А.А.Кожина, Ю.В.Железнова, Н.В.Ивашина, Л.Г.Васильев, И.Ю.Русанова, В.М.Громова, Н.Н.Черкасская, З.Ф. Галимова/ Отв. редактор А.Х.Мерзлякова. – Ижевск: Удмуртский госуниверситет, 2011. – 366с.

ISBN

В монографии рассматриваются этническое своеобразие коммуникативного поведения представителей разных культур, особенности языковых кодов и языковых картин мира, стереотипное представление о других народах.

УДК 81'27
ББК 81.001.2

© Мерзлякова А.Х.
© Коллектив авторов
© ФГБОУ ВПО «УдГУ»

ВВЕДЕНИЕ

Данная монография написана при финансовой поддержке РГНФ-БРФФИ 2010 № проекта 10-04-00590а/Б.

Настоящая монография является продолжением книги «Культурные концепты: сопоставительный анализ» и содержит результаты работы международного исследовательского коллектива, работавшего над совместным проектом «Этнокультурное самосознание белорусов и русских в контексте мировых культурных процессов: динамика и сопоставление».

Выявление общих и идиоэтнических черт в формировании и функционировании ключевых концептов носителей разных языков, их сопоставительный анализ с соответствующими понятиями других языковых культур, кросс-культурный анализ коммуникативных стратегий являются проблемами, которые поставили перед собой авторы коллективной монографии.

Полученное лингвистическими средствами знание о языковой картине мира, о ее пространственно-временной динамике позволяет понять, как развивается этносоциальное сознание и какие факторы обуславливают это развитие. Сравнение искомых фрагментов русской языковой картины мира с языковыми картинами мира других культур позволяет выявить общность и различие в идиоэтническом самосознании народов, а результаты подобного сопоставления могут быть полезны при межкультурной коммуникации с представителями других культур. Это в свою очередь дает теоретическое обоснование совершенствованию идеи общественного развития стран и сохранению национальной идентичности в контексте мировых социальных, экономических, политических и культурных процессов. Практическая значимость заключается в возможностях использования нового знания о важнейших фрагментах языковой картины мира, о конкретных этнокультурных разли-

чиях: 1) при выполнении Государственных программ по увеличению взаимопонимания между странами; 2) при определении ключевых понятий национальной идентичности; 3) в материалах государственных органов для грамотного управления структурами общественного сознания в целях прогрессивного развития обеих стран; 4) при межкультурной коммуникации между представителями других языковых культур; 5) в образовании с целью воспитания национального самосознания и патриотизма у молодого поколения.

Актуальность исследования обусловлена тем, что знание содержания общественного сознания и умение влиять на его развитие – необходимое условие успешного функционирования страны и государства как единого организма. Такое знание достигается усилиями представителей разных наук. Методологический арсенал лингвистики позволяет исследовать развитие, сходные и специфические черты общественного сознания жителей разных стран. Полная и точная фиксация таких конкретных различий, их учет в социальных практиках увеличит степень взаимопонимания между народами. Это позволяет определить ключевые понятия национальной идентичности.

Этнический компонент ответствен за речевое поведение личности, так как определяет выбор языковых единиц, речевых тактик и стратегий, принятых в той или иной культуре в процессе коммуникации, а также за отношение к Другому при столкновении культур. Эта концепция и определила структуру монографии, которая состоит из трех разделов.

Первый раздел посвящен проблемам этнического своеобразия языковых кодов, особенностям стереотипного восприятия Чужого при столкновении двух культур, а также проблемам перевода. Этнические ценности находят свою объективацию, в различных материальных элементах культуры, в поведении, обычаях, традициях, а также и в

языке в виде отдельных смысловых единиц, именно они представляют наибольшую сложность при переводе с одного языка на другой, а следовательно и для межкультурной коммуникации.

Второй раздел основывается на идее анализа языковых картин и концептов, имеющих высокую значимость для той или иной лингвокультуры, актуализирующих национально-маркированные аспекты, отражающих культурно-историческую детерминированность формирования соответствующей когнитивно-прагматической области бытия и языковой фонд национальной наивной картины мира.

Третий раздел монографии заостряет внимание на прагматических аспектах межэтнической коммуникации.

Редактор благодарит всех участников международного Российско-Белорусского проекта: Е.Н. Руденко, А.А. Кожину, Н.В. Ивашину, Ю.В.Железнову, а также Российский гуманитарный научный фонд за предоставленную возможность совместного исследования.

Группа авторов настоящей монографии:

А.Х.Мерзлякова, д. филол. наук, профессор Удмуртского государственного университета (раздел I.II; II.III)

Е.Н. Руденко, д. филол. наук, профессор Белорусского государственного университета (раздел II.I)

А.А. Кожина, д. филол. наук, профессор Белорусского государственного университета (раздел I.III)

Л.Г.Васильев, д. филол. наук, профессор Калужского государственного университета (раздел III.I)

Н.В. Ивашина, к. филол. наук, доцент Белорусского государственного университета (раздел I.I)

Ю.В.Железнова, к. филол. наук, доцент Удмуртского государственного университета (раздел II.II)

В.М. Громова, к. филол. наук, доцент Удмуртского государственного университета (раздел III.III)

И.Ю. Русанова, к. филол. наук, Удмуртский государственный университет (раздел III.II)

Н.Н.Черкасская, к. филол. наук, Удмуртский государственный университет (раздел III.IV)

З.Ф.Галимова, к. филол. наук, доцент Удмуртского государственного университета (раздел III.V)

РАЗДЕЛ I.

1.1. КРОСС-КУЛЬТУРНОЕ СОПОСТАВЛЕНИЕ ЯЗЫКОВЫХ КОДОВ БЛИЗКОРОДСТВЕННЫХ ЯЗЫКОВ: МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Как известно, каждый язык предлагает свою собственную интерпретацию окружающего нас мира, свои "концептуально-языковые очки" [Langacker 1987: 6]. Мы смотрим на мир через призму своего родного языка и именно из него получаем определенную категоризацию реальности. Иными словами, каждый язык предлагает свою версию внеязыковой действительности, и каждая такая версия определенным образом структурирована. Различия оказываются большими или меньшими в зависимости от того, насколько сопоставляемые языки близки в генетическом, типологическом и культурном отношении.

При сопоставлении языковых кодов могут учитываться разные параметры: системная значимость лексической единицы, ее внутренняя форма, сочетаемостные возможности, стилистическая стратификация, ассоциативные связи и т.п., что является свидетельством разного видения одних и тех же фрагментов действительности. Для славянских языков, репертуар языковых средств которых во многом совпадает, особенно показательна организация этих языковых единиц и их статус в языковой системе.

Сопоставительное изучение лексики славянских языков проводится по разным направлениям. Это сравнительный анализ лексико-семантических полей как фрагментов языковой картины мира, сопоставление лексем, включающих социокультурный компонент, использование идеографического принципа при сопоставлении, концепт-анализ, сопоставление прецедентной лексики и многие другие. При этом

компаративный анализ позволяет выявить структурные, типологические и культурологические особенности каждого из исследуемых языков.

Рассмотрим некоторые подходы к кросс-культурному исследованию лексики близкородственных языков на примере чешско-белорусского сопоставления.

I. Сравнительный анализ лексико-семантических полей. Лексические лакуны

Сопоставительное описание отдельных фрагментов языковой картины мира демонстрирует примеры различной категоризации лексико-семантического пространства в чешском и белорусском языках. Известно, что объекты номинации, близкие по своим функциональным качествам, позволяют использовать одну номинативную единицу, что и приводит к семантической диспропорции: более дифференцированная в семантическом отношении лексема в одном языке коррелирует с менее дифференцированной в другом. Так, например, в группе названий частей человеческого тела бел. *скура* соответствуют в чешском языке лексемы *plet'* 'кожа, кожа на лице', *rokožka* 'кожа, эпидермис', *kůže* 'кожа, шкура', бел. *мазоль* – чеш. *mozol* (на ладони), *kuří oko* (на ноге), *puchýř* (на пятке). В белорусском языке с одной лексемой *грудзі* в чешском соотносятся слова *ňadra*, *prsa*, *hrud'*, с бел. *валасы* – чеш. *vlasý* и *chlupy* 'тонкие волоски на коже'. Чешским лексема *ruka* и *paže* соответствует в белорусском языке только одно слово *рука* (*наха* употребляется лишь в составе устойчивого словосочетания). Бел. *зрэнка* 'зрачок' в чешском языке соответствуют лексемы *zornice*, *zřítelnice* (книжн.), *pupila* (спец.).

Лексико-семантическое поле времени имеет в обоих языках сходную иерархическую структуру, между единицами которой существуют различные отношения: гиперо-гипонимические, синонимические, антонимические

и т.п. Однако и здесь наблюдаются различия в сегментации лексико-семантического пространства. Так, в чешском языке отсутствует специальная лексема для выражения понятия 'сутки' (бел. *суткі*). Напротив, в белорусском языке нет однословных эквивалентов чешских слов *dopoledne* 'в первой половине дня' и *odpoledne* 'во второй половине дня'.

Можно обнаружить диспропорцию и в группе обозначений родства, хотя большая часть лексем здесь не только праславянского, но и индоевропейского происхождения. В чешском языке есть специальная лексема, обозначающая родных братьев и сестер - *sourozenci*, которая отсутствует в белорусском языке. В чешском языке наблюдается бóльшая унификация названий родственников со стороны мужа и жены по сравнению с белорусским: чеш. *tchán, tchyně* обозначают мать и отца не только со стороны жены, но и со стороны мужа, бел. *цесць, цёшка – свёкар, свякроў*; чеш. *švagr* 'шурин, деверь, зять, свояк' в белорусском языке соответствуют лексемы *швагер, дзевяр*, чеш. *švagrová* 'золовка, невестка, свояченица' – бел. *швагерка, залвіца, ятроўка*.

При сопоставлении эмоциональных концептов асимметрия обнаруживается в поле обозначения страха, где бел. *страх* в чешском языке соответствуют лексемы *strach* 'страх' и *úzkost* 'иррациональный страх, тоска, тревога'. Обозначение обиды (*крыўда*) в белорусской языковой картине не дифференцируется, в то время как чешский язык различает лексемы *urážka* 'обида, оскорбление' и *křivda* 'обида, несправедливость', акцентируя личное оскорбление и несправедливость. В белорусском языке разграничены понятия 'зависть' (*зайздрасць*) и 'ревность' (*рэўнасць*), а в чешском наряду с *závist* 'зависть' существует и лексема *žárlivost*, которая

включает значения 'зависть' и 'ревность', не дифференцируя их.

В чешском языке не дифференцируется обозначение ремесла и помещения, связанного с этим ремеслом, а также производителя и продавца товара [Васильева 1997: 117], ср. в чешском и белорусском языках: *pekař* – 1. пекар, 2. булачник, прадавец булак, *zelinář* – 1. агароднік, 2. прадавец агародніны, *dobytkář* – 1. жывёлавод, 2. жывёлапрамыслоўца, 3. прадавец жывёлы, *zelinářství* – 1. агародніцтва, 2. гандаль агароднінай, *květinářství* – 1. кветаводства, 2. гандаль кветкамі. В белорусских эквивалентах в этих случаях часто встречаются аналитические обозначения.

Во всех языках зоонимы являются базой для вторичной номинации. Применительно к человеку названия животных в чешском и белорусском языках получают сходное символическое значение: лев олицетворяет силу, муравей и пчела – трудолюбие, овца – покорность, лиса – хитрость и т.д. Однако существуют и различия. В качестве примера можно привести различно коннотированные зоонимы в двух языковых культурах. Например, для носителя чешского языка *kočka* 'кошка' – 'хорошенькая девушка', *žába* 'жаба' – 'девочка-подросток', *pes* 'собака' – 'безжалостный, жестокий человек'; для белоруса *жаба* – 'неприятный человек', *сабака* – с одной стороны, 'злой, неприятный человек, лжец', с другой – одобрительная оценка мастера в каком-л. деле. Чешская фразеология свидетельствует о негативном образе собаки: *zbít jako psa, křičet jako na psa, seřvat jako psa*, ср. также пословицу *kdo chce psa bít, hůl si vždycky najde*. Собака фигурирует в ругательствах *prašivý pes, psí syn, psí krev*. Негативный оттенок имеют фразеологизмы *psí život, psí počasí, psí víno*. Ст.-чеш. *psota, psouti, popsouti* также имели негативное значение: В белорусском языке *сапсаваць* 'испортить' заимствовано из польского.

В чешском языке от некоторых названий животных образуются оценочные существительные: *vůl* – *volovina* 'глупость', *kráva* – *kravina* 'идиотизм', *kočka* – *kočičina* 'шум, гвалт' и т.п. В белорусском языке подобная модель не существует.

Сопоставительные исследования ввели в научный обиход понятие безэквивалентной лексики. Речь идет о лексемах, для которых в сопоставляемом языке отсутствует однословное соответствие. Безэквивалентную лексику в другом языке можно передать лишь описательно, поскольку для нее обычно не существует общепринятое формальное выражение. Ее понимание связано с осмыслением понятия, которое стоит за безэквивалентным словом. Задачей теории лакун является выявление лексико-семантических пробелов при сопоставлении лексики двух языков.

Среди лексических лакун в белорусском языке по сравнению с чешским чаще всего встречаются названия этнокультурных реалий. К компонентам культуры, несущим национально-специфическую окраску, можно отнести названия заведений, блюд, напитков, одежды, предметов обихода, единиц измерения, валюты и т.п.: *hospoda* 'ресторан, в котором подают пиво и закуски', *drogerie* 'магазин косметических, химических и др. товаров', *hostinec* 'небольшой ресторанчик, в котором есть комнаты для ночлега', *knedlíky kynuté* 'кнедлики с начинкой', *knedlíky houskové* 'кнедлики с хлебом', *knedlíky chlupaté* 'кнедлики с добавлением сырого картофеля', *škubánky* 'блюдо из вареного картофеля и муки', *dršťková polévka* 'суп из коровьих желудочков', *špekáčky* 'пражские колбаски', *klobása* 'копченые колбаски из свинины грубого помола', *třasák* 'чешский народный танец, похожий на польку' и др. Встречаются и примеры совершенно иного рода: *tip* 'предварительное определение результатов или

победителя', *tápat* 'пробираться ощупью', *tesknice* 'тоска по родине', *těšit se* 'ждать с нетерпением' и т.п.

II. Межъязыковые омонимы

У слов, совпадающих в формальном отношении (чешско-белорусские омонимы и паронимы), выделяется несколько основных типов асимметрии:

1. Значение лексемы в одном языке шире, чем в другом (отношения включения), например: чеш. *chata* 'дача, загородный домик' – бел. *xata* 1. 'изба', 2. 'дом, жилье' 3. 'хозяйство, усадьба', чеш. *lázně* 1. 'баня', 2. 'курорт' (мн. число) – бел. *лазня* 'баня', чеш. *samota* 1. 'одинокчество', 2. 'хутор, глушь' – бел. *самота* 'одинокчество', чеш. *rodič* 'один из родителей' – бел. *rodзіч* 'родственник', чеш. *pronést* 1. 'пронести', 2. 'произнести' – бел. *пранесці* 'пронести', чеш. *sklep* 'подвал' – бел. *склеп* 1. 'подвал', 2. 'склеп, могила', чеш. *bláto* 'грязь' – бел. *балота* 1. 'болото', 2. 'грязь'.

2. В одном языке значение видовое, в другом – родовое, например: чеш. *hřib* 'белый гриб, боровик' – бел. *грыб* 'гриб (любой)', чеш. *jahoda* 'земляника, клубника' – бел. *ягада* 'ягода (любая)'; чеш. *zmije* 'гадюка' – бел. *змяя* 'змея (любая)'; чеш. *kapusta* 'савойская капуста' – бел. *капушта* 'капуста (любой вид)', чеш. *palec* 'большой палец' – бел. *палец* 'палец (любой)'.

3. В одном языке слово означает целое, в другом часть: чеш. *krk* 'шея, горло' – бел. *карак* 'задняя часть шеи', с другой стороны, бел. *шыя* 'шея', а чеш. *šije* 'задняя часть шеи'; чеш. *sukně* 'нижняя часть женской одежды, юбка' – бел. *сукня* 'одежда, платье', чеш. *šaty* 'одежда, платье' – бел. *шаты* 'дорогая одежда'.

4. Слова двух языков сходны по семантической структуре лишь отчасти (отношения пересечения), в одном или более значениях: общее значение 'край, местность' у чеш. *krajina* (+ 'пейзаж', анат. 'область') и бел. *краіна* (+ 'страна, государство'), общее значение 'спокойный, тихий' у

чеш. *mírny* (+ 'умеренный, небольшой') и бел. *мірны* (+ 'мирный'), общие значения 'шут', 'дурак, сумасброд' у чеш. *blázen* (+ 'сумасшедший') и бел. *блэзан, блазен* (+ 'молокосос'), общее значение 'оскорбить' у чеш. *urazit* (+ 'отбить', 'пройти, проделать') и бел. *уразіць* (+ 'удивить'), общее значение 'много, масса' у чеш. *nával* (+ 'толпа', 'приступ', перен. 'прилив') и бел. *навала* (+ 'нападение', 'несчастье').

5. Названия разных реалий, связанных тематически: чеш. *rosol* 'желе' – бел. *расол* 'рассол', чеш. *keks* 'галета, сухое печенье' – бел. *кекс* 'бисквитная выпечка с изюмом', чеш. *olovo* 'свинец' – бел. *волава* 'олово', чеш. *burák* 'арахис' – бел. *бурак* 'свекла', чеш. *vápník* 'кальций' – бел. *вапняк* 'известняк', чеш. *puška* 'ружье' – бел. *пушка* 'пушка', чеш. *rukavice* 'перчатка' – бел. *рукавіца* 'рукавица, варежка', чеш. *bedra* 1. 'поясница', 2. 'спина, плечи' – бел. *бядро* 'бедро', чеш. *sardelka* 'сардинка, анчоус' – бел. *сардэлька* 'сарделька', чеш. *větrák* 'вентилятор' – бел. *вятрак* 'флюгер'.

Во многих случаях связь между значениями членов омолексических пар еще можно проследить, ср. чеш. *kroj* 'одежда, характерная для определенной местности' – бел. *крой* 'фасон, покрой', чеш. *dopis* 'письмо' – бел. *доніс* 'краткий отчет', чеш. *tisk* 'печать, перенесение текста на бумагу механическим способом' – бел. *ціск* 'давление', чеш. *ražez* 'пень' – бел. *парэз* 'резаная рана', чеш. *úvaha* 'размышление, рассуждение' – бел. *увага* 'внимание', чеш. *podstava* 'пьедестал' – бел. *падстава* 'основание, причина', чеш. *starat se* 'заботиться' – бел. *старацца* 'стараться, пытаться', чеш. *kráska* 'красавица' – бел. *краска* 'цветок', чеш. *dobytek* 'скот' – бел. разг. *дабытак* 'имущество', чеш. *příhoda* 'случай' – бел. *прыгода* 'приключение' и под.

Чеш. *groš* и бел. *грош* имеют исторически общее значение 'средневековая монета' (от лат. *grossus*). В современном чешском языке актуализировался семантический признак 'мелкий', откуда значение 'мелкая

монета'. В белорусском языке наименование наименьшей платежной единицы переносится на деньги вообще (*грошы*). Прилагательное *грашовы*, образованное от существительного *грошы*, закономерно передает значение 'имеющий отношение к деньгам', 'денежный'. Чешское прилагательное *grošovaný* 'имеющий на светлом фоне более темные круглые пятна' сегодня утратило исходное значение и актуализирует внешний характерный признак монеты, т.е. 'похожий на грош'.

Чеш. *žádat* и бел. *жадаць* восходят к праслав. **žędati* 'просить, хотеть'. В белорусском языке произошел семантический сдвиг, в результате которого лексема стала полисемантической – бел. *жадаць* значит не только 'хотеть', но и 'желать (кому-н. чего-н.)'.

В чешском языке можно видеть сужение семантики слова *dřevo* 'материал, сделанный из ствола и ветвей деревьев', в то время как бел. *дрэва*, как и большинство славянских соответствий, сохраняет еще и значение 'дерево как растение'.

Праслав. **prěsnъ* относилось первоначально к пресному, неквашеному хлебу. В бел. *прэсны* сохранилось значение 'пресный', в то время как в чеш. *prěsný* в результате семантической трансформации 'правильный, неизменный' развилось переносное значение 'точный'.

Праслав. **bъlvanъ* – древнее заимствование, вероятнее всего, из тюркских языков. Исходное значение 'глыба, большой камень' сохранилось в чеш. *balvan* (отсюда и переносное значение 'тяжесть'). В бел. *балван* развилось значение 'истукан, идол', а затем в результате метафорического переноса значение 'болван, дурак'.

Степень семантического видоизменения некогда общего корня может быть разной, и она не всегда напрямую зависит от степени родственной близости языков. Именно в близкородственных языках генетически однокоренные слова изменяют свою семантику до

неузнаваемости – вплоть до межъязыковой энантиосемии, например, чеш. *blahý* 'приятный, блаженный' – бел. *blagi* 'плохой, злой', чеш. *čerstvý* 'недавно изготовленный, новый, свежий' – бел. *чэртвы* 'черствый, твердый', чеш. *zapomenout* 'забыть' – бел. *запомніць* 'запомнить', чеш. *bezcepný* 'не представляющий ценности, незначительный' – бел. *бяцэнны* 'драгоценный, неоценимый', чеш. *letos* 'в этом году' – бел. *летась* 'в прошлом году'.

Основные пути возникновения чешско-белорусских омонимов таковы:

1. Результат разного семантического развития однокоренных по происхождению слов, ср. чеш. *hvozd* 'большой густой лес' – бел. *гвозд* 'деревянный гвоздь', чеш. *trup* 'туловище, торс' – бел. *трун* 'мертвец, труп', чеш. *lhůta* 'срок, время (исполнения, платежа)' – бел. *ільгота* 'льгота, скидка', чеш. *úrok* 'процент' – бел. *урок* 'учебный час', чеш. *pařez* 'пень' – бел. *парэз* 'порез', чеш. *přítomnost* 1. 'присутствие', 2. 'современность, настоящее' – бел. *прытомнасць* 'сознание', чеш. *pokuta* 'штраф' – бел. *пакута* 'страдание, мучение', чеш. *poměr* 1. 'отношение', 2. 'связь', 3. 'пропорция', 4. 'обстоятельства, условия' – бел. *памер* 'размер', чеш. *poselství* 'послание' – бел. *пасольства* 'посольство', чеш. *prach* 1. 'пыль', 2. 'пух', 3. 'порох', 4. мн. экспр. 'деньги' – бел. *прах* 'прах, пепел', чеш. *pramen* 1. 'источник', 2. 'прядь' – бел. *прамень* 'луч', чеш. *rychlý* 'быстрый' – бел. *рыхлы* 1. 'рыхлый, сыпучий', 2. 'полный, отечный', чеш. *příhoda* 'случай' – бел. *прыгода* 'приключение', чеш. *stravování* 'питание' – бел. *страваванне* 'пищеварение', чеш. *statek* 1. 'хозяйство, усадьба', 2. 'имущество', 3. 'достояние, ценности' – бел. *статак* 'стадо', чеш. *záchod* 'туалет' – бел. *заход* 1. 'заход (солнца)', 2. 'запад'.

2. Сходство генетически разных слов: чеш. *klíč* 'ключ' – бел. *клич* 'крик, призыв, клич', чеш. *mýlit* 'вводить в заблуждение, лгать' – бел. *мыліць* 'мыть', чеш. *knír* 'усы' –

бел. *кныр* 'дикий кабан', чеш. *sud* 'бочка' – бел. *суд* 'суд', чеш. *tech* 'мох' – бел. *мех* 'мешок', чеш. *paroh* 'рог' – бел. *парог* 'порог', чеш. *pasák* 1. 'пастух', 2. 'сутенер' – бел. *пасак* 1. 'поясок, ремешок', 2. 'полоска', чеш. *nerost* 'минерал, ископаемое' – бел. *нераст* 'нерест', чеш. *hmyz* 'насекомые' – бел. *хмыз* 'кустарник', чеш. *zápor* 1. 'отрицание', 2. 'недостаток' – бел. *запор¹* 'запор, замок', *запор²* 'запор', чеш. *dík* 'благодарность, признательность' – бел. *дзік* 'дикий кабан'.

3. Употребление заимствований в разных значениях и заимствование слов из разных языков-источников: чеш. *dóza* 'украшенная емкость' – бел. *доза* 'порция' (заимствовано из нем. *Dose*, которое в свою очередь из голл. *doos* 'коробочка, содержащая дозу, порцию'), чеш. *kanava* 'канва' (из франц. *canevas*) – бел. *канава* 'канавы' (из итал. *canale* через польск. *kanal*), чеш. *buchta* 'булочка' (от славянской экспрессивной основы *buch-*) – бел. *бухта* 'залив' (из нем. *Bucht*), чеш. *fara* 'церковный приход' (из др.-нем. *pharre*) – бел. *фара* 'фара, рефлектор' (из франц. *phare*), чеш. *gáza* 'марля' (из франц. *gaze*) – бел. *газа* 'керосин' (из нем. *Gas*), чеш. *fortel* 'сноровка' – бел. разг. *фортэль* 'ловкая проделка, выходка' (из ср.-в.-нем. *vorteil* 'выгода, преимущество', в бел. через польск. *fortel* 'выгода, ухищрение, хитрость'), чеш. *hrot* 'острие' (связано со ср.-в.-нем. *grāt* 'рыбья кость') – бел. *грот* 'грот, пещера в скале' (из франц. *grotte*), чеш. *parta* 'группа, компания' (из нем. *Partei*) – бел. *парта* 'парта, школьный стол' (из нем. *apart* или франц. *à part*), чеш. *korba* 'кузов' (из итал. *corba*, которое восходит к лат. *corbis*) – бел. *корба* 'ручка, которой что-либо приводится в движение' (из нем. *Kurbe* через польск. *korba*).

4. Присоединение омонимичных аффиксов к одной и той же основе: чеш. *školník* 'сторож школы' – бел. *школьнік* 'ученик школы', чеш. *pivovar* 'пивоваренный завод' – бел. *півавар* 'пивовар', чеш. *rybolov* 'рыбалка' – бел. *рыбалоў*

'рыболов, рыбак', чеш. *pračka* 'стиральная машина' – бел. *прачка* 'прачка', чеш. *pastva* 'пастбище' – бел. *паства* 'верующие', чеш. *lišák* 1. 'лис', 2. 'хитрец' – бел. *лішак* 'лихва, избыток', чеш. *železnák* 'чугунный котелок' – бел. *жалязняк* 'железная руда', чеш. *chudoba* 'бедность, нищета' – бел. разг. *худоба* 'домашние животные', чеш. *ležák*¹ 'лентяй, лодырь', *ležák*² 1. 'выдержанное пиво', 2. сленг. 'залежавшийся товар' – бел. *ляжак* 1. 'нижнее опорное бревно сруба', 2. 'горизонтальная часть дымохода'.

Особенности семантических расхождений межъязыковых омонимов подчинены общим законам языковой концептуализации человеческих знаний, в частности отражению специфики этой концептуализации в лексической семантике языков. Собственно языковые закономерности организации лексики обнаруживаются и в том, что омонимичными по семантике в большинстве случаев являются только отдельные значения сопоставляемых слов, а не лексемы в целом.

Расхождение лексико-семантических соответствий может устанавливаться по:

1) количеству значений и противопоставленности омосемантов полисемантам, ср.:

чеш. *budova* 'здание' – бел. *будова* 1. 'здание', 2. 'структура';

чеш. *koryto* 1. 'посуда для кормления и поения скота', 2. 'желоб для стока воды', 3. 'русло' – бел. *карыта* 'корыто';

чеш. *vláda* 1. 'правительство', 2. 'власть' – бел. *улада* 'власть';

чеш. *vedení* 1. 'провод, проводка', 2. 'руководство, ведение', 3. 'руководство, начальство' – бел. *вядзенне* 'ведение';

чеш. *sled* 1. 'ход, последовательность', 2. воен. 'эшелон' – бел. *след* 'след';

чеш. *rakovina* 'рак (болезнь)' – бел. *ракавіна* 1. 'раковина (улитки)', 2. 'раковина (умывальника)';

чеш. *bývalý* 'бывший' - бел. *бывалы* 1. 'опытный', 2. 'обычный, известный';

чеш. *hledač* 'искатель' - бел. *глядач* 1. 'наблюдатель', 2. 'зритель'.

2) противопоставленности омонимов одного языка омосемантам или полисемантам другого, ср. чеш. *kok* 'шаровидная бактерия' – бел. *кок*¹ 'корабельный повар', *кок*² 'вид мужской прически', *кок*³ 'кок, шаровидная бактерия';

чеш. *puk*¹ 'заглаженная складка на брюках', *puk*² 'шайба' – бел. *пук* 1. 'связка, пасмо', 2. 'пучок';

чеш. *kára*¹ 'коляска, ручной возок', *kára*² 'бубны, карточная масть' – бел. *кара* 'наказание', *кара* 'кора';

чеш. *přísloví* 'пословица' – бел. *прыслоўе*¹ 'наречие', *прыслоўе*² 'поговорка';

чеш. *puška* 'ружье' – бел. *пушка*¹ 'пушка', разг. *пушка*² 'коробочка';

чеш. *zápor* 1. 'отрицание', 2. 'недостаток' – бел. *запор*¹ 'замок', *запор*² 'запор';

чеш. *rána* 1. 'рана', 2. 'удар', 3. 'выстрел', 4. 'несчастье' – бел. *рана*¹ 1. 'рана', 2. 'боль', *рана*² 1. 'рано', 2. 'утром';

чеш. *úprava* 1. 'урегулирование, упорядочивание', 2. 'обработка, оформление', 3. 'обогащение', 4. 'приготовление' – бел. *управа*¹ 'вправо', *управа*² 1. 'управа, средство воздействия', 2. истор. 'учреждение в дореволюционной России'.

III. Сочетаемость и языковые стереотипы

Исследователи неоднократно отмечали, что словосочетание является индикатором значения слова [Апресян 1995, Арутюнова 1980, 1999, Вежбицкая 2001, Кустова 2004, Рахилина 2000, Šerák 2006 и др]. Сопоставительный анализ сочетаемости лексем имеет не только прикладное значение при обучении иностранным языкам, но и оказывается чрезвычайно важным для теоретической лингвистики при изучении семантики слова. Поскольку значение слова проявляется в его дистрибуции

и через нее формируется, именно сочетаемость становится важным инструментом представления семантической структуры слова. Знание парадигмы сочетаемости позволяет выявить и определенные языковые стереотипы – фрагменты языковой картины мира [Апресян 1995, 1997, Арутюнова 1980, 1998, Вежбицкая 2001, Падучева 2000, 2004, Рахилина 1998, 2000, Урысон 2003, Linde–Usiekniewicz 2000, Vaňková, Nebeská, Saicová-Římalová, Šlédrová 2005 и др.]. Особого внимания заслуживает исследование сочетаемости лексем в близкородственных языках, и прежде всего случаи расхождения в сочетаемости семантически и формально близких слов [о типологическом аспекте проблемы см. Рахилина, Плунгян 2007]. Именно такое сопоставление дает возможность учесть самые тонкие семантические различия.

Все чаще объектом исследования лингвистов становятся атрибутивные конструкции, которые в последнее время рассматриваются в русле когнитивного подхода [Коростенский 2006, Korostenski 2009, Кубрякова 2002, 2004, Кустова 2000, 2004, Мерзлякова 2003, 2007, Рахилина 2000, Спиридонова 2000, Ташлыкова 2004, Урысон 2005, Юдина 2009 и др.]. Применяя методы когнитивной лингвистики, авторы приходят к интересным результатам об организации и функционировании адекватных сочетаний.

Рассмотрим сочетаемость наиболее частотных прилагательных в атрибутивных конструкциях в чешском и белорусском языках. Анализируются прежде всего оценочные прилагательные (*добры* – *дрэнны*, *багаты* – *бедны* и т.п.), параметрические (*высокі* – *нізкі*, *глыбокі* – *мелкі* и др.), тактильные (*гладкі* – *шурпаты*, *цвёрды* – *мяккі*, *востры* – *тупы* и т.п.), температурные (*гарачы/цёплы* – *халодны*), прилагательные со значением вкуса (*салодкі* – *кіслы/горкі*) и др. Все эти прилагательные многозначны и имеют широкие сочетаемостные

возможности. Вместе с тем каждый язык накладывает определенные ограничения на их сочетаемость, что отражает семантические особенности лексики того или иного языка. Именно полисемные прилагательные представляют несомненный интерес для исследования, поскольку они имеют наибольшие возможности для освоения и концептуализации все новых фрагментов действительности. Для каждого прилагательного устанавливается набор значений, а для каждого значения в атрибутивных конструкциях определяются допустимые семантические классы существительных.

Все прилагательные образуют антонимические пары типа *шырокі – вузкі, высокі – нізкі, цвёрды – мяккі* и т. п., различие между которыми в большинстве случаев может быть сведено к противопоставлению 'больше нормы' - 'меньше нормы'. Для таких прилагательных, как правило, нормой является средняя степень проявления названного признака. Однако поведение антонимов в этих антонимических парах далеко не всегда симметрично.

Структура значений многозначных прилагательных складывается из нескольких подструктур. Как известно, основными видами семантической деривации являются метафорический и метонимический переносы, в основе которых лежит способность человеческого сознания к ассоциативному мышлению. С исходным значением тесно связаны, прежде всего, метонимические значения, опирающиеся на денотативно смежную исходную ситуацию. Метафорические значения в большей степени удалены от ядерного значения.

При этом следует отметить некоторые общие механизмы формирования переносных значений.

Метонимическая модель переноса предполагает отнесенность к определенной предметной сфере. Очень часто реализуется семантическая модель 'часть' – 'целое', напр. 'человек' – 'часть тела': бел. *тоўсты (чалавек – рукі)*,

добры (чалавек – сэрца), чеш. *hlouřý* (*kluk – oři*), *těkký* (*člověk – srdce*). Часто соединяются признак предмета и время или место его реализации: бел. *сухі/мокры* (*ліст – год, месца*), *цёплы/халодны* (*надвор’е – дзень, краіна*), чеш. *hluboký* (*skříň – nos, les*), *teplý* (*počasí – jaro, země*). Базовый признак может характеризовать состояние и его результат (бел. *далікатны* (чалавек – справа), чеш. *jemný* (*člověk – rozorování*)) или состояние и каузатор состояния (бел. *вясёлы* (чалавек – спектакль, падзея). Метонимия участвует в формировании синестезийного лексического значения при наслоении нескольких перцептивных значений, например, вкусового и обонятельного: бел. *салодкі* (*смак – пах, духі*), чеш. *jemný* (*chuť – čich, voňavku, sluch*).

К частотным моделям метафорических переходов относится перенос различных свойств неодушевленных объектов на свойства человека, ср.: бел. *востры* (*нож – зрок, розум, пачуцці*), *гарачы* (*вада – заступнік, характар*), *моцны* (*лёд – сяброўства*), *мяккі* (*лён – характар*), *халодны* (*вецер, вада – сэрца, погляд*), *цвёрды* (*аловак – характар*), *брудны* (*рукі – душа*), чеш. *lehký* (*kufř – úsměv, hřích, dech*), *hrubý* (*plátno – člověk, smích, chování*), *drsňý* (*papír – smích, člověk, řeč*), *tuřý* (*nůž – zoufalství, poslušnost*). Регулярными являются переносы признаков физических объектов на интеллектуальную и эмоциональную сферу (бел. *шырокі/вузкі* (*рака – сэнс, разуменне*), *глыбокі* (*вада – душа, дэпрэсія*), чеш. *hluboký* (*propast – podvědomí, myšlenka, filozofie, pochopení*). Реализуется также семантическая трансформация 'предмет' – 'событие', ср. *лёгкі* (*чамадан – перамога*), *кароткі* (*паліто – прысуд*), *вялікі* (*акно – падзея*), чеш. *nízky* (*stůl – čin, pomluva*), *těžký* (*zavazadlo – porod*). Регулярный характер носит перенос пространственных отношений во временную сферу: бел. *доўгі/кароткі* (*пакой – дзень*), *блізкі/далёкі* (*дом – дзяцінства*), *dlouhý/krátký* (*sukně – nos, doba*).

Сопоставительный анализ чешских и белорусских параметрических прилагательных показал, что оба языка пользуются относительно гомогенными ресурсами для выражения пространственных отношений посредством системы формально и семантически близких параметрических прилагательных. Тем не менее существуют различия в семантическом объеме лексем и их сочетаемостных возможностях.

Сочетаемость параметрических прилагательных в атрибутивных конструкциях ограничена рядом когнитивных факторов. Известно, что одним из важных критериев сочетаемости является топологический тип. Л. Талми предположил, что в языковой картине мира все объекты видятся как представители нескольких эталонных форм (поверхности, емкости и т.п.), которые он назвал топологическими типами. Каждый топологический тип характеризуется определенным, свойственным лишь данному типу набором измерений [Talmy 1983: 79-81]. Таким образом, параметрические прилагательные определяют объект целиком как представителя некоторого топологического класса (*высокі дом, шырокая рака, доўгі пакой*).

В обоих языках отмечается сходство механизма возникновения переносных значений. В каждой паре прилагательных одно из них, с большим значением размера, в переносных значениях получает положительные коннотации, с меньшим значением – отрицательные. Однако существуют и исключения. Так, бел. *тонкі* получает значение 'трудный для восприятия, т.е. требующий мастерства'.

Интересно, что меньший полюс шкал параметрических прилагательных всегда имеет предел. Параметрические прилагательные со значением большого полюса являются неопредельными, а прилагательные со значением малого

полюса оказываются семантически более сложными, поскольку обладают свойством предельности.

В обоих языках основное переносное значение, реализуемое парой *dlouhý – krátký/доўгі – кароткі*, временное. При этом в ряде случаев семантический объем лексемы *dlouhý/доўгі* расширяется за счет семы 'скудный, нудный' и 'излишний', если речь идет о каких-либо словах, произнесении речи и т.д. (например, бел. *канцэрт, гісторыя, пауза*, чеш. *mít dlouhou chvíli*). В лексеме *karotki/krátký*, наоборот, присутствует значение 'сжатый (содержательный), сухой': бел. *змест, апісанне, эсе*. Значение 'меньше нормы, т.е. плохо' реализуется в выражениях типа бел. *кароткая памяць*, чеш. *krátká paměť, je na koho, co krátký, na to je krátký, na to je můj rozum krátký*. Однако в некоторых устойчивых выражениях и прилагательное *доўгі* получает явно отрицательную коннотацию: бел. *доўгі язык, доўгі нос, паказаць доўгі нос*.

В антонимической паре *široký - úzký/шырокі – вузкі* когнитивным основанием количественной метафоры является шкалируемость признака. Параметризация связана прежде всего с интеллектуальной (бел. *разуменне, прадстаўленне, сэнс, паняцце*, чеш. *mysl, pojem, pochopení, představa*) и эмоциональной сферой (чеш. *duše*, бел. *душа, сэрца*). В чешском языке метафорический перенос в сочетаниях *úzké srdce, být v úzkých, je mi úzko* основан на семантической трансформации 'меньше нормы, т.е. недостаточно, некомфортно, неприятно'. Чешскому *úzký* в словосочетаниях, обозначающих отношения между людьми (*úzké vztahy, úzká spolupráce*), соответствует в белорусском языке прилагательное *цесны (цесныя адносiны)*. В чешском языке прилагательное *široký* может оценивать речевое поведение, ср. *široké řeči, výklady, vypravování, povídání, dlouhé a široké psaní, líčit širokými slovy*, в белорусском языке в подобных контекстах используется прилагательное *доўгі*.

Переносные значения прилагательных *hluboký* – *mělký/глубоки* – *мелкі* основаны на представлении сознания и психики человека как вместилища для событий интеллектуальной и эмоциональной жизни человека. Общей для них является идея большей интенсивности проявления признака по мере увеличения его глубины. Значения, связанные с интеллектуальной сферой (бел. *думка, філасофія, пытанне, сэнс, прычына, праблема, трактоўка, тлумачэнне*, чеш. *myslenka, filozofie, smysl, problém*), основаны на метафоре сознания как имеющего глубину, т.е. являющегося вместилищем. В белорусском языке данное значение реализует только лексема *глыбокі* (антоним *паверхневы*), в чешском – оба прилагательных: *hluboký/mělký* (*vědomí, mysl, analýza, religiozita, teorie*). Эмоции и состояния представляются как некая среда, в которую человек погружается, причем чем глубже он погружается, тем интенсивнее проявление ее действия (бел. *дэпрэсія, павага, перакананне, уражанне, разуменне, цішыня, маўчанне, сканцэнтраванасць*, чеш. *láska, deprese, pochopení, přesvědčení, poznání, dojem, mdloba, bolest, klid, ticho, odpočinek, ilegalita*). Е.В.Рахилина квалифицирует подобные употребления как результат действия дистантной метафоры [Рахилина 2000: 150-151].

Характеристика объектов природы отличается в обоих языках некоторыми особенностями. С лексемой *лес* сочетаются в белорусском языке слова *вялікі, дрымучы, глухі*, но не *глыбокі*. Чешский эквивалент допускает не только шкалу *široký, rozlehlý, širý*, но и *hluboký*. Чешский и белорусский языки концептуализируют лес как пространство, но лишь в чешском языке данное понятие оценивается еще и как вместилище - *hluboký les*, ср. также *hluboká obloha*.

В белорусском языке прилагательное *глыбокі* сочетается с темпоральной лексикой, ср. *глыбокая зіма, вечар, ноч, старасць, старажытнасць*, в то время как в

чешском языке подобная сочетаемость ограничена: *hluboká noc*, но *vysoký věk, dávná minulost*.

Прилагательное *hluboký/глубоки* сочетается также с некоторыми лексемами со значением цвета, света и звука. В этом случае прилагательное получает значение 'насыщенный, густой; низкий по звучанию': чеш. *stín, tma, smích, zvuk, tón, melodie, bzukot*, бел. *тон, цемра*.

Для антонимической пары *vysoký – nízký/высоки – нізкі* развитие переносных значений связано с реализацией количественной (бел. *цана, зарплата, даход, ураджай, эфэктыўнасць, прадуктыўнасць*, чеш. *sepa, zisk, plat, úroda, efektivita, produktivita*), иерархической (бел. *пост, званне, статус, чын, пасада, пазіцыя*, чеш. *úředník, instance, funkce, šlechta*) и стадияльной (бел. *культура, кваліфікацыя, майстэрства*, чеш. *režie, věda, politika, čin, povaha*) метафоры. В чешском языке прилагательное *vysoký* соотносится с некоторыми темпоральными величинами, ср. *věk, léto, nejvyšší čas*. Интересно, что в чешском языке и очень небольшие, с точки зрения вертикальной шкалы, объекты характеризуются как высокие. Связано это, по-видимому, с присутствием на их поверхности некоторого слоя, который и оценивается как высота: *vysoký koberec, trávnik*. В белорусском языке подобные словосочетания невозможны.

У антонимической пары *tlustý – tenký, моўсты/млусты – тонкі* наблюдается не только асимметрия в зависимости от языка, но и в составе самой пары (в частности, в белорусском языке). Прилагательные *tlustý, моўсты/млусты* не развивают ни одного из значений, типичных для положительного параметра 'больше нормы'. Вопреки общей тенденции, значительная часть переносных значений прилагательного *тонкі* связана с выражением положительной оценки, ср. *тонкі розум, гумар, густ*.

Прилагательное *тонкі* в белорусском языке получает метафорические значения для обозначения процесса

восприятия, объекта и субъекта восприятия (*адрозненне, адценне, віно, пах, густ, зрок, фарбы*). Чувственное восприятие тесно связано с ментальным, поэтому *тонкі* может характеризовать не только физические, но и идеальные объекты, ср. *пытанне, гумар*. Для восприятия тонких оттенков и различий требуется развитая способность, ср. *тонкі смак (тонкае віно); тонкае абаянне (тонкі пах, тонкія духі), тонкі зрок (тонкія адценні)*. Переход из чувственной сферы в интеллектуальную и эмоциональную позволяет использовать прилагательное *тонкі* для характеристики интеллектуальных и психических способностей (*розум, душа, псіхіка, натура*). Чешское прилагательное *tenký* не употребляется для характеристики человека. Подобные значения получает прилагательное *jemný*, ср. *odstínu, podrobnost, rozdíly, čich, sluch, smysl pro umění, rozbor, pozorování*.

Для обоих языков свойственно употребление данных прилагательных для обозначения характеристики голоса: в белорусском языке прилагательное *тоўсты* употребляется для обозначения 'густого, низкого звучания' (встречается в основном в сказках), *тонкі* – 'высокого звучания'.

Таким образом, параметрические имена проявляют высокую степень избирательности при сочетаемости с существительными различных семантических классов. При этом, взаимодействуя с единицами одного и того же класса, разные имена актуализируют разные смысловые составляющие, ср., например, *высокая душа* (благородство чувств); *широкая душа* (отзывчивость, щедрость) *глубокая душа* (способность к переживанию, к полноте чувств).

Значительные расхождения наблюдаются в семантической структуре и сочетаемости антонимов *ostrý – tврý/востры – тупы* в чешском и белорусском языках. Белорусская лексема *востры* не включает значения 'твердый, грубый' (*kartáč, tkanina*), 'строгий' (*učitel, kázeň*),

'выразительный, четкий' (*fotografie*), 'интенсивный' (*útok, start, tempo*). В обоих языках признак остроты переносится на человеческие органы чувств, ср. бел. *зрок, нюх*, чеш. *zrak, sluch, čich*. При этом прилагательное несет позитивную оценку и означает 'хороший, подходящий для выполнения предназначенной функции'. В обоих языках представлены сочетания с существительными, обозначающими вкус, запах, зрение, но только в чешском возможны сочетания со словами *zvuk, hvízd, smích, světlo, žlut', zeleň, vzduch, vítr, mráz*. Таким образом, речь идет о варьировании одного и того же значения 'резкий'. В сущности, семантический сдвиг отсутствует, но сочетаемость чешского прилагательного значительно шире. Далее, чешское прилагательное получает значение 'резкий, быстрый, энергичный', ср. *krok, klus, tempo, start*. В белорусском языке невозможны сочетания *ostrý vítr – рэзкі вецер, ostrý alkohol – моцны алкаголь, ostrá zatačka – круты наварот, ostrý náboj – баявы патрон*. В белорусском языке лексема *востры* имеет значение 'развивающийся очень быстро' (*апендыцыт, хвароба, боль*). В сочетании с названиями состояний, процессов, событий и т.п. (*сітуацыя, становішча, дыялог, барацьба, дыскусія, момант*) прилагательное *востры*, обозначая интенсивность проявления, актуализует некоторый небольшой отрезок времени, в который состояние или процесс протекает с особой силой. Примеры с существительными чеш. *výtka, kritika*, бел. *крытыка, спрэчка, гумар, пытанне* и т.п. объединены значением 'задевающий, раздражающий'. Чешское прилагательное получает и негативную коннотацию: *posudek, protestní nóta, soudce, představený, pes*.

Различия наблюдаются и в употреблении прилагательного *турý/тупы*. В чешском языке *турý* имеет значение 'не отличающийся тонкостью, чувствительностью, сообразительностью, сноровкой' и

сочетается с названиями органов чувств, ср. чеш. *šich, sluch*, а также *raměť, nohu*. В белорусском языке невозможны сочетания *turý hlas – прыглушаны, nízkí hlas, turý zvuk – прыглушаны звук, turé světlo – прыглушанае святло*.

В адъективных конструкциях с существительными чеш. *dav, žák*, бел. *пытанне, гумар, вучань, жарты, закон* и т. п. *turý/тупы* значит 'бесмысленный' или 'примитивный, неглубокий по содержанию'. Этот же компонент 'бесмысленный' проявляется и в сочетании с именами состояний и процессов: чеш. *pohled, poslušnost, rezignace, zoufalství, námitky*, бел. *злосць, страх, выказанне, паслушэнства, позірк, погляд*.

У антонимов *silný – slabý/моцны/дужы – слабы* обнаруживаются не только семантические, но и формальные отличия. Чешскому *silný* в белорусском языке соответствуют прилагательные *моцны* и *дужы* (о физической силе). При этом белорусские прилагательные не могут обозначать ширину предмета, ср. чеш. *silná/slabá kniha, koberec, plech silný 2 mm*. Чешское прилагательное *slabý* имеет более широкий семантический потенциал и возможности сочетаемости. Чеш. *slabý* обозначает 'малой толщины, тонкий' (*sešit, kniha, koberec*), 'малого объема' (*člověk, dívka*), 'с малым количеством частей' (*vojenské hlídky, úroda, většina*), ср. также *slabá zed' – тонкая сцяна, slabá úroda – малы ўраджай, slabá většina – неістотная большасць*, а также *slabá zima – мяккая зіма, slabé chvění – лёгкае дрыжанне*. В семантике белорусского прилагательного не представлено временное и пространственное значение 'нецелый', ср. чеш. *slabá hodina, slabý kilometr*.

Понятие об определенном вкусе формируется на основании сравнения. В словарях описание вкуса дается путем сравнения с «эталонным вкусом» (вкус сахара, полыни и т.п.). Интересно, что у разных народов

представление о том или ином вкусе связывается с разными эталонами. Так, например, горький вкус у белорусов ассоциируется со вкусом полыни, у чехов со вкусом полыни и несладкого чая. Кислый вкус у чехов связывается с уксусом, а у белорусов со вкусом лимона и клюквы. Анализ значений прилагательных вкуса показал, что сопутствующими признаками вкусовых ощущений являются вещества, вызывающие определенный вид ощущений (кислота, сахар), непригодность в пищу (*кіслы* 'испорченный'), а также другие виды ощущений, сопровождающие вкусовые (запах, осязание).

Метафоризация концептов вкусового восприятия проходила сходным образом в белорусском и чешском языках. Основное значение вкусового восприятия первоначально переходило на более близкую область восприятия органами обоняния, что наблюдается на примерах всех прилагательных со значением вкуса. Как известно, обонятельное и вкусовое восприятие нередко наслаиваются, ср. бел. *кіслы/салодкі/горкі пах*. Затем осуществлялся перенос на остальные области чувственного восприятия, например, восприятие с помощью органов слуха и зрения (чеш. *sladký hlas*, бел. *салодкі твар*), а затем на эмоциональную сферу: *kyselý/кіслы (chut'/смак – obličej, úsměv, усмешка, настрой)*, *hořký/горкі (chut'/смак – osud, nevděk, жыццё, вопыт)*, *sladký/салодкі (chut'/смак – touha, пацалунак, сон, манеры)*. Сенсорная оценка преобразуется в социально значимую: *салодкая цішыня, горкае жыццё*. Прилагательное *sladký/салодкі* в обоих языках получает значение 'приторный' и приобретает негативный оттенок (*slova, pohledy, словы, абяцанні*).

Температурные прилагательные в обоих языках образуют шкалу с холодным и горячим полюсами, между которыми находится промежуточное прилагательное *teplý/цёплы*. В основе определения нормы температуры лежит антропоцентризм человеческого восприятия.

Главной точкой отсчета для температурной шкалы является температура человеческого тела [Рахилина 2000: 218-219]. Все, что выше этой температуры – горячее, а все, что ниже – холодное. Таким образом, *teplý/цѣплы* соответствует температуре человеческого тела и вызывает у человека приятное ощущение. Прилагательное *teplý/цѣплы* сочетается с названиями объектов, которые воспринимаются человеком тактильно. Это различные предметы, еда, напитки, воздух и т.д. Только в сочетании с названиями объектов, которые в норме должны быть холодными, *цѣплы* имеет отрицательное значение, ср. чеш. *teplé pivo*, бел. *цѣплае піва*, *цѣплая мінеральная вада*. Благодаря метонимическому переносу *teplý/цѣплы* сочетается также с именами реалий, которые поддерживают и сохраняют температуру человеческого тела: климат, погода, времена года, дом, одежда и т.п. Метафорические значения прилагательного *teplý/цѣплы* сохраняют сему 'приятный' и характеризуют искренние человеческие отношения (чеш. *slova, pohled, setkáni*, бел. *словы, адносiны, сустрэча, погляд, сяброўства*), а также нечто приятное для зрения и слуха (чеш. *barvu*, бел. *фарбы, тон*). Фразеологические единицы с компонентом *teplý/цѣплы* (бел. *цѣплая кампанія, цѣплае месца*) также сохраняют значение 'приятный'. Промежуточное положение лексемы *teplý/цѣплы* подтверждают и температурные метафоры. Они образуют шкалу, по которой прилагательное *horký/гарачы* выражает страстность (бел. *прыхільнік, заступнік, характар*, фразеологизмы чеш. *horká krev, horká hlava*, бел. *гарачая галава, гарачая кроў*), *teplý/цѣплы* – добрые отношения, *studený, chladný/холодны* – равнодушие и неприязнь (чеш. *pohled*, бел. *погляд, прыём*). В переносном значении 'холодный' обычно указывает на отрицательное отношение и противопоставляется 'теплому' и 'горячему', которые несут положительную оценку, ср. бел. *цѣплы/гарачы*

прыём, халодны прыём. Прилагательные со значением низкой температуры обычно указывают на отрицательные эмоции, а слова со значением высокой температуры - на положительные, ср. бел. *гарачае каханне, спачуванне.*

В некоторых значениях в антонимические отношения вступают только прилагательные *teplý/цёплы – studený, chladný/халодны*: 'красно-коричневый спектр – синеголубой' (чеш. *barvu*, бел. *фарбы*), 'согревающий – не согревающий' (чеш. *kabát, boty*, бел. *паліто, боты*), ср. противопоставление *гарачы – халодны*: бел. *гарачая/халодная апрацоўка металу*, чеш. *lisování za studena.*

Таким образом, анализ сочетаемости наиболее частотных прилагательных в двух близкородственных языках еще раз подтвердил отсутствие у них свободной сочетаемости. Семантика имени накладывает достаточно жесткие ограничения на атрибутивные конструкции. Семантические переходы, которые демонстрируют значения прилагательных, антропоцентрически ориентированы и опираются на модель мира, имеющуюся в представлении каждого носителя языка. Специфика прилагательных зависит от того фрагмента языковой картины мира, который они отражают. При этом приписываемый имени признак никогда не является случайным. Сочетаемость слова несёт важную этнокультурную информацию, отражая различие культур, мировоззрения и менталитета народов.

Прагматическая составляющая кросс-культурных исследований наиболее очевидна при исследовании лексики. Лексика – самый прямой путь к сопоставлению культурно-коннотативных особенностей языков. В этой области немало сделано и уже выявлены, безусловно, значимые для межкультурного сопоставления аспекты. На примере именно таких аспектов – исследование различий в составе и структуре лексико-семантических полей,

лакунарность, межъязыковая омонимия, когнитивно-прагматический анализ сочетаемости – в предложенной статье показана специфика двух близкородственных языков: чешского и белорусского.

I. II. СТЕРЕОТИПЫ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Описание и анализ стереотипов позволяют выяснить их влияние на формирование убеждений, представлений и поведения людей, которые часто полагаются на стереотипы при вынесении суждений об окружающем мире. В основе подобного воздействия лежат бессознательные процессы, понимание которых даст возможность не только раскрыть причины социального напряжения и расовых отношений, но может предложить эффективные способы по снижению межгрупповых (религиозных, этнических, расовых) конфликтов.

В настоящей статье будет описан ряд этнических стереотипов, имеющих вербальную актуализацию.

1. Понятие стереотипа

Слово *стереотип* произошло от древнегреческих слов *στερεός* — «твёрдый» и *τύπος* — «отпечаток» и обозначало «монолитную печатную форму, копию с типографского набора или клише, используемую для ротационной печати многотиражных изданий».

Впервые в привычном для нас значении слово стереотип использовал американский исследователь **Уолтер Липпманн** (Walter Lippmann) в своей книге **«Общественное Мнение»** (Public Opinion) (1922г.) для описания способа формирования общественного мнения. По его мнению, общество пытается категорировать множественный мир и поведение людей, чтобы было легче ориентироваться в действительности. «Реальное окружение настолько обшир-

но, сложно и изменчиво, что его невозможно охватить непосредственно. Человек недостаточно вооружен, чтобы воспринимать такую точность, такое разнообразие, такие превращения и комбинации. И поскольку приходится действовать в этом мире, мы сначала реконструируем его в более упрощенной модели, прежде чем иметь с ним дело [Липпманн, цит. по Ноэль-Нойман: эл.ресурс].

Стереотип – это «схематичный стандартизированный образ или представление о социальном объекте, обычно эмоционально окрашенное и обладающее высокой устойчивостью» [ФЭС, 1983: 654], своеобразный образец восприятия, интерпретации информации, основанный на предшествующем социальном опыте. Это определенные убеждения и «привычные знания» людей относительно качеств и черт других людей, событий, явлений, предметов.

Существуют различные подходы к исследованию стереотипов.

В **социологии** стереотип рассматривается как «популярное понятие, обозначающее приблизительную группировку людей, с точки зрения какого-то легко различимого признака, поддерживаемое широко распространенными представлениями относительно свойств этих людей» [Шибутани 1999: 98]. Другими словами стереотип принимает форму обобщенного мнения о социальной группе или класса, о типологии индивидуумов. В этом смысле стереотипы экономят мышление, так как они основаны на априорных суждениях и штампах, на упрощенных и условных представлениях, возникающих не на фундаменте рассуждений и доказательств, а на выражении «говорят, что». Тот, кто опирается на стереотипы исходит из выражения «нет дыма без огня», т.е. предполагает наличие зерна истины в основе стереотипа. Например, утверждая, что функционеры все ленивые, легко сделать вывод, что они заслуживают подобную репутацию. Этот способ суждения позволяет, с одной стороны, экономить в аргументации речи,

с другой, дает возможность критиковать то, что неизвестно или известно крайне мало участникам коммуникации.

Некоторым людям стереотипы позволяют присваивать себе качества, присущие определенной социальной группе, к которой они принадлежат, не представляя доказательств о наличии этих качеств у них лично. Таким образом, стереотип позволяет придать себе больший вес, по сравнению с другой группой, которой стереотип присваивает негативные черты.

В **психологии** подчеркивается, что в основе стереотипа находится реальный психологический феномен, представляющий один из компонентов восприятия. Человеческое сознание аккумулирует предшествующий опыт индивида в своеобразный алгоритм отношения к соответствующему объекту. Многократное повторение сходных жизненных ситуаций приводит к их закреплению в виде стандартных схем и моделей мышления, которые впоследствии служат базой для оценки и классификации новых знаний и ситуаций. «По своему содержанию стереотипы представляют собой концентрированное выражение свойств и качеств явлений окружающего мира, наиболее схематично и понятно передающих их сущность» [Грушевицкая и др. 2003:218].

В **физиологии** исследование стереотипа началось в 20-е годы прошлого столетия в физиологической школе И.П.Павлова. В основу представления русской физиологической школы о стереотипе легла способность мозга фиксировать однотипные изменения среды и соответственно реагировать на эти изменения. И.П.Павлов вводит в научный обиход понятие динамического стереотипа, как слаженной уравновешенной системы внутренних процессов больших полушарий, соответствующей внешней системе условных раздражителей [Википедия: эл. ресурс]. опыты показали, что при выработке ряда рефлексов на разные раздражители, повторяющиеся в определенной последова-

тельности, со временем вся система ответных реакций воспроизводится при воздействии лишь одного первоначального раздражителя. Это устойчивое закрепление определенной последовательности реакций получило название динамического стереотипа. К.В.Судаков дополняет понятие стереотипа, рассматривая его как цепь нервных следов от прежних раздражителей, срабатывающих в отличие от условных и безусловных рефлексов, в отсутствие внешнего стимула [Судаков 2002: 5-6].

Организм приспосабливается к стереотипно повторяющимся внешним воздействиям выработкой системы реакций. Динамический стереотип – физиологическая основа многих явлений психической деятельности человека, например навыков, привычек, приобретенных потребностей и др. Комплекс динамических стереотипов представляет собой физиологическую основу устойчивых особенностей поведения личности. Динамический стереотип является выражением особого принципа работы мозга — системности. Этот принцип состоит в том, что на сложные комплексные воздействия среды мозг реагирует не как на ряд отдельных изолированных раздражителей, а как на целостную систему. Внешний стереотип – закрепленная последовательность воздействий отражается во внутреннем нервно-динамическом стереотипе. Внешними стереотипами могут быть все целостные предметы и явления (они всегда представляют определенную совокупность признаков): привычная обстановка, последовательность событий, уклада жизни и т.д. Ломка привычного стереотипа всегда является тяжелым нервным напряжением (субъективно это выражается в тоске, унынии, нервозности, раздражительности и т.п.). Как ни сложна ломка старого стереотипа, новые условия формируют новый стереотип (поэтому он и назван динамическим) [Общая психология: эл. ресурс].

Таким образом, стереотипы имеют психические и физиологические причины, играют важную роль, как при

восприятию действительности, так и при формировании социального поведения. Они являются составной частью массовой культуры и оказывают влияние на наше отношение к воспринимаемому объекту. Стереотипы в большинстве случаев носят нейтральный характер, однако при их переносе от конкретного человека на группу людей (социальную, этническую, религиозную, расовую и пр.) часто приобретают негативный оттенок. Именно на стереотипах основаны такие явления, как расизм, сексизм, исламофобия и пр. [Popular Culture, 1992]. В практике межкультурной коммуникации большое внимание уделяется этническим стереотипам.

2. Свойства стереотипов

Социологи и психологи отмечают, что стереотипы обладают определенными свойствами.

Во-первых, они *устойчивы*. Даже когда индивид сталкивается с фактами, опровергающими тот или иной стереотип, он склонен считать эти факты исключением.

Исследование П. Девайн и А. Эллиот (1995) показало, что люди по-прежнему сохраняют негативные стереотипы, связанные с различными этническими группами, но не хотят выражать их открыто, боясь быть обвиненными в расизме. Люди менее расположенные к предрассудкам, скорее всего, испытывают чувство вины при обсуждении расовых тем, поэтому избегают подобных разговоров [Devine, Elliot 1995].

Самыми сильными стереотипами являются те, которые распространяются средствами массовой информации, они касаются представителей определенных социальных, политических, этнических или национальных групп, отличных от той группы, к которой принадлежит данное средство массовой информации. Эти рудиментарные понятия, дремлющие глубоко в сознании, могут неожиданно всплыть на поверхность при росте социального напряжения и послужить катализатором волнения и возмущения среди населе-

ния. Структурированная неосознаваемая совокупность широко распространённых стереотипов называется «докса» (от древнегреческого *doxa* – «общепринятое мнение, представление», которое основывается не на научной истине, а на правдоподобии).

Во-вторых, стереотипы *изменчивы*, они эволюционируют вместе с изменением социальных представлений и норм, в зависимости от меняющихся условий. Грегори Тиллетт отмечает, что предубеждение по отношению к мигрантам и иммигрантам, как правило, базируется на двух разных стереотипах. В период экономического спада население воспринимает пришельцев как захватчиков, отбирающих у местных жителей рабочие места. В период экономического подъема, местные жители обращают внимание, прежде всего, на обычаи мигрантов, которые противоречат местным традициям [Tillet 2006: 23].

Исследования показывают, что изменения в стереотипе отражают социальные и политические сдвиги в межгрупповых отношениях, особенно между группами национальных меньшинств и большинства. Так, изучение азиатско-американских стереотипов США свидетельствует о том, что растущая конкуренция бело-американцев с выходцами из Китая и Японии привела к негативным стереотипам, которые изначально включали физические и расовые характеристики, такие как "желтые" (yellow) или "косоглазые" (slant-eyed). Эти стереотипы заменились на негативную оценку характера, поведения, интеллекта, например, "вероломные" (treacherous), "опасные" (dangerous) и "умные" (shrewd) [Sue, Kitano, 1973]. В то время как в ранних исследованиях китайцы характеризовались как "верные семейным узам" (loyal to family ties), "хранящие традиции" (tradition loving), "трудолюбивые" (industrious), "тихие" (quiet), "задумчивые" (meditative) и "вежливые" (courteous), а японцы были описаны как "трудолюбивые" (industrious), "амбициозные" (ambitious), «эффективные» (effi-

cient), «верные семейным узам» (loyal to family ties), «подражательные» (imitative), «вежливые» (courteous), и «умные» (intelligent) [Karlins, Coffman, Walters, 1969; Kurokawa, 1971].

Интересный пример, изменения стереотипов относительно русских приводит Ecommerce Journal, американская электронная газета об экономике. Водка, мороз, медведи, матрешки, шапки-ушанки – все это осталось в прошлом, теперь Россия ассоциируется с кардерами, фишерами, хакерами, дешевыми скриптами, теневыми схемами, валютчиками и WebMoney. За последние 20 лет стереотипы о русских в глазах жителей запада довольно ощутимо эволюционировали – во многом благодаря российским IT-специалистам, которые стали влиятельной и уважаемой частью сообщества людей, ведущих дела в Сети. Авторы Ecommerce Journal перечислили основные аспекты современных стереотипов о русских.

«Вам написали с адреса на Gmail? Это русский. В логе зафиксированы IP-адреса каких-то экзотических стран? Здесь побывали русские. Сайт работает на автоматических скриптах и приносит больше прибыли, чем нефтяная вышка в Техасе? Точно русские. Если вам дали номер ICQ, особенно пяти- или шестизначный, – можно не сомневаться, что это русский», – пишут авторы журнала [Ecommerce: эл. ресурс].

По их мнению, русские не любят ждать, предпочитают работать по-крупному, с большими и быстро приходящими объемами прибыли. Они выглядят людьми, не любящими документы, формальности, людьми, которые могут просто не понять предложений зафиксировать деловые отношения на бумаге, в России все пользуются ICQ и не признают другие мессенджеры MSN, Yahoo, QQ, Skype [Ecommerce: эл. ресурс].

Анализ изменения стереотипов за 400 лет в Западной Европе, проведенный Элен Дуксини, позволил определить

связь между существующими уничижительными стереотипами и установлением «исконного врага»: изменение политических сил, экономическая и политическая конкуренция между странами Западной Европы привели к изменению и образа «чужого». Так, в 17 в. и начале 18в. храбрые французы противопоставляются самодовольным, хвастливым испанцам. Затем превалирование англичан на политической сцене привело к появлению новой стереотипной оппозиции «англичане – французы», которая оставалась актуальной вплоть до конца столетия. Англичанин 18 в. представлял француза худым аристократом, а англичанин в глазах француза был толстяком буржуа. 19 в. характеризовался появлением новых сил на политической сцене: оскорбительная политика Бисмарка привела к появлению нового карикатурного образа немца: каска с острым верхом, прямая спина, широкие плечи и внушительная физиономия с усами закрученными вверх, который сохранится вплоть до начала 20 столетия [Duccini 2004: 69].

В-третьих, стереотипы *оценочны и эмоциональны*. Например, оценочными являются суждения о женской слабости или мужской отваге, женской чувствительности или мужском самообладании. При этом имеет место андроцентризм восприятия: качества, определяемые как мужские, оцениваются как более позитивные по сравнению с теми, которые определяются как женские. В то же время образ женщины амбивалентен: он содержит не только негативную, но и позитивную оценку. Так, отличия женских когнитивных способностей от мужских могут расцениваться и как недостаток (женская нелогичность), и как достоинство (женская интуиция).

Этнические стереотипы всегда оценочны и эмоциональны, представитель чужой группы чаще всего воспринимается как несущий угрозу, и поэтому почти всегда характеризуется негативно, даже уничижительно. Причины подобного отношения следует искать в истории: формиро-

вание наций, их самоидентификация устанавливались в ходе продолжительных кровавых междоусобиц, не только между представителями различных этнических групп, но и между отдельными группами одной народности. Нации, которые существуют сейчас, не сформировались в одночасье вокруг одной этнической группы, и региональные различия продолжают давать о себе знать, они не исчезли в один момент. Так, известный итальянский писатель Леонардо Шаша пишет в одном из своих романов: «Италия большая, но калабры твердолобы, сардинцы – двуличны, римляне – плохо воспитаны и высокомерны, неаполитанцы – нищие и воры, тосканцы – лгуны, генуэзцы – жадные, сицилийцы – насмешники, а ломбардинцы – трудолюбивы, но возможно, что последнее лестное определение распространяется самими ломбардинцами» [Sciascia, 1960: 123].

В-четвертых, стереотипы *схематичны*: фиксируются лишь важнейшие черты представителей группы. Например, высказывания *немецкая точность, восточная хитрость, еврейская жадность* подчеркивают только одну черту характера. Хорошим способом передачи стереотипов является карикатура. Она представляет жителей той или иной страны в упрощенной форме, что позволяет читателям легко их идентифицировать: так, испанец высокомерен и хвастлив, англичанин – коварен как Альбион, немец – неповоротлив и дисциплинирован, а француз – легкомыслен, неуправляем и сварлив. Еще Цезарь, описывая войну с галлами, характеризовал их как народ легкомысленный, любящий спорить по пустякам, но не лишенный отваги [Discini 2004: 70].

В-пятых, стереотипы *разделяемы* внутри стереотипизирующих групп. Какое-либо представление считается стереотипным тогда, когда его разделяют не менее 75 % членов группы [Ashmore, Del Boca, Wohlers 1986: 69-119; 71-74]. Реальным носителем стереотипа является группа.

Стереотипы, касающиеся одного и того же объекта, различаются в зависимости от социальной группы, например, стереотип «мачо» будет иметь разное содержание среди феминисток и рокеров. Таким образом, стереотип всегда зависит от системы референции, от общего эталона той или иной группы. Коммуникация внутри группы, члены которой разделяют общие референции, проста и непринуждена, риск непонимания или ошибок восприятия низок, так как все придерживаются сходной точки зрения. Распространение стереотипных образов внутри группы происходит очень быстро. Как только стереотип усвоен группой, он становится составной частью референционной системы, почти неизбежно распространяется через воспитание и, следовательно, глубоко укореняется в системе отношений [Duccini, 2004: 71]. Этот факт объединения вокруг определенной идеи на определенной территории широко эксплуатируется политиками.

В-шестых, часто стереотипы *полярны*, поскольку отражают взаимодействие лишь двух групп. Например, один из базовых принципов восприятия гендерных различий — это бинарность кодирования мужского и женского (эмоциональное и рациональное, интуиция и логика, личное и политическое, мягкость и твердость) [Deaux, Lewis 1984].

3. Функции стереотипов

По данным исследований стереотипы выполняют разные функции. Мы объединили их в три большие группы: познавательные, мотивационные и управленческие.

С точки зрения **познавательной** стереотипы — это своеобразные психические сокращения, обеспечивающие быстрый и без особых усилий доступ к информации. Можно выделить следующие виды функций: когнитивную, ориентирующую и функцию экономии умственных усилий.

Когнитивная функция связана с тем, что стереотипы передают относительно достоверную информацию, что позволяет индивиду легче адаптироваться к новой ситуации,

поскольку он уже имеет предварительные знания о ней. Благодаря своему когнитивному аспекту стереотипы оказываются полезными, они помогают упорядочить и выявить связи в нашем социальном мире, который в противном случае был бы хаотичным.

В процессе категоризации люди отбирают, фильтруют огромное количество информации, поступающей из окружающей среды, и упрощают обработку этой информации, игнорируя некоторые различия и преувеличивая сходство между объектами и явлениями [Fiske, Taylor, 1991]. Когда процесс категоризации касается людей, мы имеем дело с социальной категоризацией [Tajfel, 1982], которая всегда оказывает влияние на наше восприятие. Когнитивный аспект стереотипов проистекает непосредственно из процесса социальной категоризации.

Одним из последствий процесса социальной категоризации является то, что мы акцентируем различия между людьми, принадлежащими к разным социальным группам, и уменьшаем различия, существующие между членами нашей группы [Deschamps, Doise, Meyer, Sinclair, 1976]. Говоря другими словами, люди имеют тенденцию к минимизации различий внутри аутгруппы, чем внутри ингруппы. Этот феномен гомогенизации аутгруппы приводит к заключению, что «они» все похожи, а «мы» различны друг от друга. Это сглаживание различий аутгруппы, лежащее в основе стереотипов, служит средством экономии сложных суждений о каждом из множества индивидов, с которыми мы сталкиваемся каждый день.

Из когнитивной функции вытекает *ориентирующая функция*, которая «заключается в том, что с помощью стереотипизации удастся создать упрощенную матрицу окружающего мира, в ячейки которой, опираясь на стереотипы, «расставляются» определенные социальные группы. Такой прием позволяет быстро дифференцировать людей по

группам на основе стереотипных признаков, ожидая от них определенного поведения» [Грушевицкая и др., 2003:222].

Функция экономии умственных усилий: при восприятии окружающей действительности люди упрощают и систематизируют информацию, подводя ее под определенные категории. Человек не в состоянии реагировать по-новому на постоянно меняющуюся ситуацию, его мозг включает защитный механизм, позволяющий ему классифицировать поступающие сведения в наиболее удобные и привычные модели (так называемый, житейский опыт). Кроме того, стереотипы помогают предсказать дальнейшее поведение группы или члена этой группы.

С точки зрения **мотивационной** стереотипы (особенно негативные), направленные на формирование суждений о людях, не являющихся членами «нашей» группы, помогают нам сохранить или повысить самооценку. В данной подгруппе можно выделить следующие функции: ценностно-защитная, интеграционная и скрыто-мотивационная.

Ценностно-защитная функция позволяет консолидировать собственную культурную группу и защитить ценности индивида и группы [Allport 1954: 14, 41]. На макроуровне ценностно-защитная функция стереотипов связана с оправданием и поддержанием социальной системы: стереотипы оправдывают дискриминацию индивида, основанную на его принадлежности к группе (или же дискриминацию целой группы) [Bakanic 2009: 28-29]. Поддерживая идентичность и ценности, стереотипы способствуют проведению четких границ между Своими и Чужими, в результате чего формируется позитивный образ своей культуры (ингруппа) и негативный – чужой (аутгруппа) (ингрупповой фаворитизм, по Г. Тэджфелу) [Tajfil 1982: 150-154].

Интеграционная функция. Разделяемые представления способствуют созданию общего информационного пространства, позволяют почувствовать принадлежность к со-

циуму и, следовательно, поддерживают стабильность, устойчивость социальной системы. Консенсус достигается за счет дискриминационных взглядов в отношении одной из групп — женщин, представителей национальных меньшинств и т.п.

Как отмечает С.Хан, самоуважение, или чувство собственного достоинства, зависит от того, что мы думаем о себе как личности, о наших достижениях и талантах, и от группы, к которой мы принадлежим или с которой мы себя отождествляем. Самооценка часто предполагает наличие двух компонентов. Наша личная самооценка связана с нашим чувством собственного достоинства и основана на наших собственных индивидуальных достижениях и талантах. Коллективное чувство собственного достоинства связано с нашим чувством собственного достоинства и гордости на основе принадлежности к определенной группе. Когда индивид опирается на негативные стереотипы при оценке членов другой группы, он увеличивает собственную самооценку, утверждая, что его группа лучше. Таким образом, индивид вносит вклад в коллективное чувство собственного достоинства. Например, если индивид использует негативные стереотипы для описания этнической группы, отличной от его, то это также означает, что члены его этнической группы обладают более благоприятными качествами и могут рассматриваться как более социально приемлемые, чем члены других групп. Благоприятное мышление о своей группе позволяет индивиду чувствовать себя лучше. Следовательно, происходит толчок в его общей самооценке [Khan: электронный ресурс].

Скрыто-мотивационная функция связана с так называемым эффектом Пигмалиона (В.Дуаз называет эту функцию «пророчество, которое реализуется»). Он заключается в том, что объект стереотипа будет развивать в себе те компетенции или характеристики, которые отражены в стереотипе. Было выдвинуто множество объяснений этому

явлению. Наиболее правдоподобное основано на природе интеракции: при существовании устойчивого стереотипа человек будет вести себя так, как диктует этот стереотип, что в свою очередь приведет к приспособлению отдельной личности или целой группы к стереотипу, объектом которого они являются. Например, ожидание агрессии может привести к усилению недоверия или страха, что в свою очередь может вызвать агрессивные действия. И наоборот. Так, Р.Розенталь и Л.Якобсон показали в своем эксперименте, что преподаватель, верящий в хороший потенциал учеников, улучшил их успеваемость. Подобные эксперименты проводились также с группой студентов, у которых формировались положительные стереотипы по отношению к крысам: крысы, которые методом случайного выбора назывались способными, действительно ими становились благодаря более внимательному поведению студентов [Rosenthal, Jacobson 1968].

С точки зрения **управленческой** стереотипы используются для управления группой, объединенной общими идеями, для контроля над членами группы. Можно выделить следующие виды функций: функция социального контроля и функция установления и поддержания отношений власти и подчинения.

Функция социального контроля. Стереотипы не только объясняют существующие в обществе отношения, но и, неизбежно приобретая нормативность, поддерживают социально приемлемые образцы поведения.

Функция установления и поддержания отношений власти и подчинения. Стереотипные представления становятся эффективным ресурсом власти, осуществляемой, как известно, не только через физическое насилие, но и через ценности и нормы,.

Исследователи считают, что средства массовой информации играют огромную роль в навязывании и сохранении стереотипов. Американский социолог О'Хара пока-

зал, что стереотипы являются следствием воздействия на социальную среду, при этом формирование стереотипов проходит три этапа: «выравнивание», «усиление» и «ассимиляция». Вначале сложный дифференцированный объект сводится к нескольким готовым, хорошо известным формам (признакам), а затем выделенным характеристикам объекта придается особая значимость в сравнении с той, которую они имели, будучи составными элементами целого. Наконец, выбираются «выравненные» и «усиленные» черты объекта для построения образа, близкого и значимого для данного индивида. Человек, привыкший к ситуации, реагирует автоматически. Интенсивность реакции, — по мнению О'Хара, — будет зависеть от интенсивности эмоционального воздействия, от искусства манипулирования стереотипами [О'Нага, 1961]. Г.С.Мельник подчеркивает, что стереотипы поддерживаются сознательно, с помощью специально и исторически внедряемых в обыденное сознание априорных суждений, постепенно пронизывающих все области жизни, включая политику и искусство, и в конечном счете приобретающих силу нравственного закона или правила общежития, которые имеют историческое значение [Мельник, 1996: эл.ресурс].

4. Виды стереотипов

Стереотипы могут содержать как положительные, так и негативные убеждения о характеристиках различных социальных групп. В зависимости от объекта и его места в социальной жизни существуют различные виды стереотипов. Например, можно выделить следующие группы стереотипов:

- **Возрастные:** «вот в наше время...»; «старость – не радость, молодость – не жизнь».
- **Гендерные:** «женщина за рулем как звезда: все ее видят, она – никого», «мужик ты или не мужик».
- **Сексуальные:** «лысы мужчины более сексуальны», «гомосексуалисты – женоподобны».

- Религиозные: «ислам – религия террора».
- Этнические: «китайцы все на одно лицо», «все евреи — жадные».
- Физические: «смотреть бесконечно можно на три вещи: огонь, воду и как блондинка паркуется», «рыжая – ведьма».
- Профессиональные: «все адвокаты – жулики», «военные – все тупые».
- Географические: «жизнь в небольших городах безопасней, чем в мегаполисах».
- Вещевые: «германские машины — самые качественные».

Наиболее изученными являются гендерные и этнические стереотипы. Рассмотрим более подробно последние, поскольку они оказывают наибольшее влияние на процесс межкультурной коммуникации.

5. Этнические стереотипы

«Этнические стереотипы определяются как упрощенные, схематизированные, эмоционально окрашенные и чрезвычайно устойчивые образы каких-либо этнических групп или общностей, легко переносимые на всех представителей этих групп» [Куницына и др., 2001: 331]. Проще говоря, под этническим стереотипом понимается стандартное представление, имеющееся у большинства людей, составляющих тот или иной этнос, о людях, входящих в другой или собственный этнос [Крысин 2003: 458].

Г.В.Елизарова выделяет также национальные стереотипы, которые относятся к национальной группе или нации в целом и предполагают наличие определенных черт у всех ее представителей [Елизарова 2005: 151]. Однако такая таксономия нам представляется неправомерной, поскольку термины *нация* и *этнос* обозначают разные этапы развития этнической общности. Нация – это исторически сложившаяся устойчивая этническая общность людей, основанная на общности языка, территории, экономической жизни, а

также на основе специфической только для данного этноса добровольно и естественно принимаемой всеми национальной культуры и формируемого на её основе национального интереса [ТСРЯ].

Этнические стереотипы находят свое выражение в языке. Прежде всего, стереотипы отражаются в **этнонимах** – наименованиях различных видов этнических общностей: племени, народности, нации. «Употребление этнонима вызывает в сознании свернутые в единый образ воспоминаемые о предшествующих контекстах его употребления, оценки соответствующих референтов и отношение к ним. Он приписывает возможному собеседнику классификационные признаки еще до вступления в коммуникацию, и последствия этой антиципации прослеживаются на протяжении всего коммуникативного акта, события или ряда событий» [Кашкин, Пейхёнен, 2000: 62].

Часто названия национальностей приобретают дополнительные коннотативные значения, которые передают стереотипные представления о различных этносах.

Так по наблюдениям В.В. Панина, в американском варианте английского закрепились следующие коннотации за этнонимами: *Chinese* "сделанный шиворот-навыворот, неудачный", *to Jew* "торговаться, мошенничать", *Scotch* "скупой, прижимистый", *Turk* "жесткий, грубый человек, тиран" [Панин: эл. ресурс]. Сравните, в других языках: *Чукча* – наивный, ограниченный человек, *китайский* – плохого качества; *un bas Breton* – необтесанный, некультурный человек;

Мы выделили следующие ассоциации, которые проявляются в этнических прозвищах:

1) **Цвет кожи:** *brownskin, charcoal, crow, darky, shadow* – афроамериканец; *red, red-skin* – индеец; *yellow-belly, yellow man* – китаец, японец; *chalk, lily-white, pale* – белый американец; *желтолицый* – китаец, японец; *черный, черножопый* – жители Кавказа; *краснокожий* – индеец; *чер-*

номазый – негр; *bleekbek* – датчане о кавказцах (белоротый).

2) **Особенности анатомического строения** (форма губ, носа, разрез глаз): *bootlips, broad-nose, thicklips, wooly-head* – афроамериканец; *almond-eye, li'l eyes, slant-eye, squint-eyed* – китаец, кореец, японец или другой выходец из стран Восточной Азии; *hook-nose, eagle-beak* – еврей. Американцы в начале 20 века называли евреев «длинноносыми» (*big noses*). Однако впоследствии стало очевидным, что далеко не все евреи обладают выдающимися украшениями на лицах. Ныне этот эпитет периодически употребляют по отношению к арабам. В русском языке *узкоглазый, косоглазый* – китаец. *Schlitzauge* – китайцы (узкоглазый). Во французском: *pie'd noir* – француз, родившийся в африканской колонии; француз, один из родителей, которого африканец.

3) **Национальные костюмы** являются также отличительным знаком нации. Хотя их уже практически не носят, они по-прежнему остаются удобной системой характеристики. Так, шотландские болельщики футбола надевают киты, что их выделяет в толпе. Раньше различия в одежде были более значительными и позволяли даже определить регион проживания, а не только страну: чепчики носили в Бретани и Эльзасе, береты в провинции басков, бонне – в Нормандии. Выходец из другого региона был одет необычно, странно, следовательно угрожающе, для своих соседей его одежда казалась не соответствующей нормам. Отсюда следующие этнонимы: *blanket-indian* – индеец; *blue-bonnet, kiltie* – шотландец; *cloak-and-suiter* – еврей; *wooden-shoe* – голландец; *cloggy* – датчанин (деревянная обувь); *suippolakki* – финны о русских (буденовка – узковерхая шапка).

4) **Национальные символы**: *harp* – ирландец (арфа – символ Ирландии); *Mapleback* – груб. канадец (мексиканцы о канадцах);

5) **Гастрономические пристрастия** или названия традиционных **блюд**: *rice-belly* – китаец; *lime-juicer* – англичанин (сок лайма традиционно подавался к столу на английских кораблях); *frog, frog-eater* – француз; *hans-wurst, sauerkraut, sausage* – немец; *goulash* – венгр; *potato-eater* – ирландец; *macaroni, spaghetti* – итальянец; *motza* – еврей (по названию еврейского пасхального хлеба); *bean-eater, chili-eater, enchilada-eater, pepper, taco-eater* – мексиканец [Панин: эл. ресурс]. Сравните: в русском языке *макаронник* (об итальянцах), *урук* (об узбеках), *бульбаш* (о белорусах). Бельгийцы о французах: *mangeur de grenouille* – *лягушатник* (о французах). Поляки о жителях США – *гамбургер*. *Patatvreter* – датчане о бельгийцах («пожиратель картошки» *Patat* – картофель, *vreten* от датского «есть нецивилизованно»). *Кнедлик* – чех; *Rosbifs* – французы об англичанах.

6) **Имена собственные**, наиболее распространенные среди членов той или иной этнической группы, либо имена известных людей часто становятся этнонимами: *Bjork* – исландцы; *Ali* – арабы; *Хачик* – армяне; *Pekka* – финны; *Ivan* (англ.), *Iwan* (нем.), *Popov, Ruskoff* (фр.), *Russki*, *Москаль* (укр.), *Маскаль* (белор.), *Soviet* – русские; *Фриц* – немец; *Vanka* – эстонцы о русских; *Vankas* – литовцы о русских; *Janezi* – сербы и хорваты о словаках; *Bushmen* – поляки об американцах (люди Буша); *Mick* – ирландец (большинство ирландских фамилий начинается с "Mc" или "Mac", оно менее уничижительно, чем *Paddy* (*Пэдди* шутовое прозвище ирландца от имени *Padraig* 18 век).

7) **Манера говорить**. Чужая речь, непонятная и странная, часто становится предметом насмешок. *Book-book* – филиппинцы; *boong* – австралийские аборигены (издают звук при столкновении с передней решёткой из труб, защищающей при столкновении машины с крупными животными); *Guiri* – испанцы об англичанах (от искаженного

where is...?); *Пиук* – русские о поляках; *Bozgor* – об эмигрантах-венграх.

8) Традиции, обычаи

Cowboy – американец; *Camel Cowboy* – араб; *Cabdriver* – индеец (рикша); *Dyke-Jumper* – датчанин (от *dike* – сточная канава, плотина); *Grape-Stomper* – итальянцы и французы (*stomp* – топтать; давят виноград ногами при изготовлении вина); *Nikon* – японцы (постоянно фотографируют); *Pinko* (от *pinko* "розовый", умеренный либерал, сначала о русских, которые все считались коммунистами, позднее о русских, которые придерживаются левых взглядов); *Ruble head* (рубль), *Sputnik* – русские; *Tulip* – голландец; *Fajfoklok* – поляки об англичанах (искаженное *five o'clock*); *Poro* – эстонцы о финнах (от эстонского *Põder* – «северный олень»); *Mumintroll* – шведы о финнах (персонаж знаменитой финской детской сказки *Moomin*); *Portos* – французы о португальцах (от французского слова «портвейн»).

Эти устоявшиеся понятия принадлежат устной традиции и передаются от поколения поколению в виде пословиц и устойчивых выражений. Эти устные традиции незыблемы и содержательны как мудрость народа. Как отмечает В.А. Маслова, "фразеологические единицы, отражая в своей семантике длительный процесс развития культуры народа, фиксируют и передают от поколения к поколению культурные установки и стереотипы, эталоны и архетипы" [Маслова 2001: 82].

Рассмотрим английские фразеологизмы, главным компонентом которых является слово-этноним, выделенные нами путем сплошной выборки из "Большого англо-русского словаря" под редакцией Ю.Д.Апресяна и "Англо-русского фразеологического словаря" А.В.Кунина.

Как отмечает В.В. Панин значительное количество фразеологизмов английского языка с этнонимом в качестве главного компонента составляют фразеологизмы, содержащие слово *Dutch* "голландский, голландец". Вероятно,

данный факт обусловлен географической близостью, традиционными культурными контактами, политическим и экономическим соперничеством между Великобританией и Голландией. Практически во всех значениях данных устойчивых словосочетаний прослеживается негативно-оценочная характеристика. Чаще всего в таких фразеологизмах компонент *Dutch* символизирует нечто "плохое, ненастоящее, ненадежное", например, *Dutch comfort* «слабое утешение» – т.е. то, что не может утешить; *Dutch defence* «защита для видимости» – т.е. слабая, ненадежная защита; *Dutch gold* «медная фольга» – т.е. ложное, фальшивое золото; *Dutch treat* «угощение, когда каждый платит за себя сам» – т.е. ненастоящее угощение.

В отдельных фразеологизмах наблюдается стереотипное представление о голландцах как о любителях спиртных напитков: *Dutch bargain* «делка, заключенная за бутылкой вина», *Dutch courage* «пьяная удаль», *Dutch feast* «пирушка, на которой хозяин напивается первым». Представляется интересным проследить этимологию отдельных словосочетаний с компонентом *Dutch*. Так, в словаре *Dictionary of Phrase and Fable* поясняется, что фразеологизм *Dutch courage* восходит к периоду англо-голландской войны конца XVII века. По свидетельствам английских моряков, капитан голландского военного судна ставил открытую бочку вина на палубу и приказывал подчиненным пить его, чтобы набраться храбрости перед боем [Панин: эл. ресурс].

В устойчивых словосочетаниях английского языка присутствуют также этнонимы *French* "француз, французский", *Greek* "грек, греческий", *Indian* "индеец, индейский", *Spanish* "испанец, испанский". Для фразеологизмов, содержащих компонент *French*, стереотипной является ассоциация с раскрепощенностью, иногда распушенностью в интимных отношениях: *French kiss* (вид поцелуя), *French letter* «презерватив», *French*

postcard «порнографическая открытка», *French pox* сифилис.

Как отмечает М.Н. Лапшина, в древнеанглийском языке слово *Greek* имело нейтральное значение, но в результате последующего пейоративного сдвига появилось представление о греках как о веселых, легкомысленных, склонных к мошенничеству людях [Лапшина 1997: 59]. Данное устойчивое представление эксплицируется в выражениях *gay Greek* «весельчак, веселый собутыльник» и *Greek gift* «дары данайцев» (коварный, предательский дар).

Среди фразеологизмов, содержащих слово *Indian*, распространены выражения *Indian gift* подарок, в обмен за который нужно дать равноценный и *Indian summer* золотая осень, "бабье лето". Происхождение выражения *Indian gift* относится ко времени первых контактов английских поселенцев с коренными жителями Америки. В значении данного фразеологизма отражена традиция некоторых индейских племен, согласно которой принимающий дар обязан вернуть за него равноценный (что, естественно, не принято в европейской культуре).

В американском английском наблюдается ряд устойчивых словосочетаний, содержащих этноним *Mexican* "мексиканец", что связано с соседством США и Мексики. Любопытно отметить некоторую схожесть стереотипов, отражающихся во фразеологизмах с компонентами *Dutch* и *Mexican*, а именно, ассоциативный признак "плохой, ложный": *Mexican breakfast* «завтрак по-мексикански» – сигарета и стакан воды; *Mexican rank* воен. жарг. «временное звание»; *Mexican promotion* «получение новой должности без повышения жалования» [Панин: эл. ресурс].

Рассмотрим фразеологизмы французского языка. По данным французских словарей англичане предстают бесцеремонными, невоспитанными людьми: *s'en aller à l'anglaise* «уйти незаметно, не прощаясь»; *traiter à l'anglaise* «поступить бесцеремонно», которые любят много поесть:

soûl comme un Anglais «наевшийся до отвала»; у них своеобразные семейные отношения: *mariage à l'anglaise* «брак, при котором каждый из супругов живет на своей половине», *capote anglaise* «презерватив», *bonbon anglais* «сухой прыщик». Компонент *Anglais* содержит негативную коннотацию: *vedette anglaise* «артист, выступающий третьим номером». *semaine anglaise* «укороченный рабочий день в субботу (до 12 часов дня) или пятидневная рабочая неделя», что связано с исторической враждой двух наций.

Шотландцы, по мнению французов, отличаются гостеприимством, трудолюбием и транжирством: *hospitalité écossaise* «широкое гостеприимство»; *en écossier* 1) «вкалывать, надрываться, работая» 2) «заниматься проституцией» 3) «тратить всю, бросаться деньгами».

Немцы говорят на непонятном языке (*c'est du haut allemand pour moi* «я в этом ничего не понимаю, это для меня китайская грамота»), затевают ссору из-за пустяков (*querelle d'Allemand* «пустая ссора, ссора из-за пустяков, из-за выеденного яйца; умышленно затеянная ссора»).

Испанцы негостеприимны (*auberge espagnole* «место, ситуация, где человек видит только то, что он принес с собой (по свидетельству путешественников, в испанских гостиницах нужно было жить со своими продуктами, так как кормили там впроголодь)»), плохо говорят по-французски (*parler le français comme une vache espagnole* «очень плохо говорить по-французски»), отличаются шумным характером (*comme des vaches espagnoles* «как оглашенные, как дурные»).

Русские ассоциируются у французов с чем-то опасным, непредсказуемым, они шумные, неорганизованные: *montagnes russes* 1) американские горки 2) подъемы и спуски; *jouer à la roulette russe* играть в русскую рулетку, отчаянно рисковать; *salade russe* 1) винегрет, "сборная солянка", мешанина, всякая всячина; неразбериха 2) ссора, перебранка.

Взаимоотношения между Францией и Бельгией достаточно сложны, однако особой враждебности не наблюдается, соседи добродушно посмеиваются друг над другом: *histoire belge* – «анекдот». Некоторые фразеологизмы возникли в результате экономических различий в жизни двух стран, так, ряд товаров в Бельгии дешевле, в частности табак, отсюда выражение: *fume, c'est du belge* — «а этого не хочешь?; накося выкуси!»; *filer en Belgique* «скрыться, не уплатив кредиторам».

Компонент *suisse* во французских фразеологизмах имеет негативную коннотацию, швейцарцы кажутся эгоистичными, негостеприимными: *faire suisse, manger en suisse, boire en suisse* «пить, есть в одиночку»; бледными: *être bronzé comme un petit suisse* «иметь очень белую кожу; плохо загореть»; они много курят: *fumer comme un Suisse* «дымить как паровоз, как фабричная труба». Швейцарцы корыстны, неверны: *Pas d'argent, pas de Suisse* «нет денег – нет швейцарцев; нет денег – нет слуг; даром ничего не дают» (первоначально о наемных швейцарских войсках, бросивших службу из-за неуплаты жалования при короле Франциске I). Швейцарцы много выдумывают, говорят неправду: *cela est vrai comme les Suisses portent la hallebarde par-dessus l'épaule* «это вранье, дичь, чушь»; *c'est un amiral suisse* «он никогда и не нюхал моря, это сухопутный моряк». В то же время *suisse* ассоциируется с чем-то надежным, комфортным, эффективным: *À la suisse (Clubhôtel vous offre des stations de grande classe, la certitude d'un confort «à la suisse»)*.

Китай остается таинственной и непонятной страной: *c'est du chinois* «это китайская грамота, это тарабарщина, это абракадабра»; со своей особой культурой вести переговоры: *chinoiser* «спорить по пустякам; усложнять»; *chinoiseries administratives* «канцелярская волокита» (от *chinoiserie* 1) «китайская безделушка (из фарфора и т. п.); орнамент, произведение искусства в китайском стиле» 2)

«ненужное осложнение, мудрствование»); *faire une chinoiserie à qn* «сыграть с кем-либо плохую шутку, подложить свинью кому-либо».

Восприятие турков сходно с английской точкой зрения: турки ассоциируются с жестокостью, безжалостностью: *alla turca; traiter à la turque* «жестоко, безжалостно обходиться с...»; *traiter qn de Turc à Maure* «безжалостно обращаться с кем-либо»; *être turc dans ...* «быть жестким, безжалостным, неумолимым (по отношению к кому-либо); быть непреклонным, твердым (по отношению к чему-либо)»; *c'est un vrai Turc* «он сущий варвар»; *les amis ne sont pas des Turcs* «друзья снисходительны друг к другу». Турок отличается силой: *fort comme, comme un Turc* «сильный как бык, настоящий силач»; *costaud comme un Turc* «здоров как бык». *Servir de tête de Turc à qn* «быть предметом насмешек, травли» произошло от игры: силомер, с головой турка, по которому нужно было с силой ударять молотком. Больше всего отрицательных коннотаций, связанных с Ата-тюрком, турецким правителем: *ne pas compter plus que le Grand Turc* «не иметь никакого значения, веса; ≈ пустое место, ноль без палочки»; *ne faire pas plus cas que du Grand Turc* «не придавать никакого значения, не обращать ни малейшего внимания»; *penser à qn comme au Grand Turc* «даже и не думать о ком-либо, проявлять полное безразличие к кому-либо»; *travailler pour le Grand Turc* «работать "за так"; ≈ возить воду на воеводу»; *vouloir marier le Grand Turc avec la République de Venise* «желать невозможного, пытаться сочетать несовместимое».

Итальянцы больше ассоциируются с традицией питания: *western spaghetti (western spaghetti [или macaroni])* «итальянский вестерн»; *mangeur de macaroni, un macaroni* «макаронник». У них все непривычно, даже формат книг: *format à l'italienne* «итальянский формат книги (ширина больше высоты)».

Поляки много пьют (*boire comme un Polonais* «пить как сапожник, пить мертвую», *gris comme un Polonais* «пьян как сапожник, пьян в стельку», *se souler comme un Polonais* «напиться вдрызг, напиться как извозчик»), а баски не умеют говорить по-французски и быстро бегают (*parler le français comme un Basque espagnol* «коверкать французский язык», *aller comme un Basque* «идти, бежать очень быстро; бежать сломя голову»).

Не менее критично относятся французы и к жителям разных регионов Франции. Например, бретонцы отличаются коварством, могут подставить подножку, расстроить планы (*faire faire le saut de Breton*), нанести запрещенный удар под дых (*coup de tête de Breton*), а в целом они необтёсанные и некультурные (*de bas Breton*). Они, так же как и Нормандцы, высоки и крепки (*armoire à glace bretonne* или *normande*). Нормандцы известны как хитрецы и ловкачи (*c'est un fin Normand* «он большой хитрец, он большой ловкач», *faire un trait de Normand* «сделать ловкий ход, прибегнуть к обману»), которые всегда отвечают уклончиво (*réponse de Normand* «уклончивый ответ», *répondre en Normand*) и даже могут взять свое слово обратно (*un Normand a son dit et son dédit* «нормандцу ничего не стоит нарушить данное слово»). Поэтому не стоит доверять нормандцу, впрочем как и гасконцу: *garde d'un Gascon ou Normand, l'un hâble trop et l'autre ment* «берегись гасконца и нормандца, один хвастун, а другой враль». Гасконцы – хвастуны, любят давать пустые обещания: *agir en Gascon* «хвастаться, бахвалиться»; *faire des promesses de Gascon* «давать пустые обещания»; *hâbleur comme un Gascon* «хвастлив как гасконец»; *une offre de Gascon* «несерьезное предложение, обманчивое обещание»; *promesse de Gascon* «пустые обещания»; *faire la lessive de Gascon* «пускать пыль в глаза». Они умеют выпутаться, найти выход из любого положения: *se tirer en Gascon*.

Рассмотрим ряд фразеологизмов с этнонимными в русском языке. Некоторые из них позаимствованы из других языков, например, из французского *уйти по-английски* («уйти, не попрощавшись»). Фразеологизмы, в основном, отражают наше знание Англии через предметы, которые пришли из этой страны: *английская булавка* («с застежкой»); *английская соль* («слабительное»), *английский парк* («парк, который напоминает естественный лес»), *английский замок* («самозакрывающийся, врезаемый в дверь замок»). Тем не менее, англичане ассоциируются с чем-то строгим, солидным: *английский костюм* («строгий костюм прямого покроя с небольшим отложным воротником»).

Франция – страна, с которой установились давние дружеские связи, следы этой дружбы мы находим в многочисленных заимствованиях из французского языка, однако, фразеологизмов с компонентом «французский» не так много: *французская булка* («небольшая белая булка продолговатой формы»); *французская мода, французские духи* («не-что качественное, модное, предмет желаний многих русских женщин»). В русском сознании французы ассоциируются с чем-то легкомысленным: *французская болезнь* («сифилис»); *французский поцелуй, Французский насморк* (•разг. •устар.). («гонорея»). Взаимоотношение двух народов нашло отражение в ироничном выражении: *Смесь французского с нижегородским* (ирон.) «о неорганическом, внешнем сочетании того, что несоединимо по стилю, уровню».

Несмотря на долгое сотрудничество с Германией, в русском языке практически нет фразеологизмов с этнонимом *немец, немецкий*. Тем не менее, все немецкое в нашем национальном сознании связано с порядком, точностью: *Немецкая аккуратность, немецкая любовь к порядку, немецкая педантичность*.

Китай остается страной непознанной и непонятной, отсюда устойчивые сочетания с компонентом «странный,

сложный, запутанный, непонятный»: *китайская грамота*; *китайская стена между кем-чем* (о том, что совершенно недоступно пониманию или трудно разобрать; о полной изолированности от внешних влияний). *Китайские церемонии* (ирон. Излишняя, преувеличенная вежливость). *Китайский шпион* (шутл. Человек, пытающийся хитрить, но истинные намерения, которого очевидны). Китаец характеризуется как хитрый человек: *хитёр как сто китайцев*.

Образ коварных, жестоких турков, нарисованный романами 18-19 вв, не нашел отражение во фразеологизмах. Устойчивые словосочетания обозначают предметы, связанные с турецкой культурой: *турецкая сабля* («сабля с сильно изогнутым серпообразным лезвием»), *турецкий барабан* («барабан, от которого ведёт своё начало современный европейский большой барабан, используемый в оркестре»), *турецкий диван* («широкий, обитый ковром диван»), *турецкая шаль* («шаль с восточным орнаментом и узорами в виде огурцов»), *турецкий табак* («сорт табака для курения»), *сидеть по-турецки* («сидеть, поджав под себя скрещенные ноги»); *кофе по-турецки* («кофе, сваренный в раскалённом песке, а не на огне»). Однако турецкая культура и язык сильно отличаются от русской, поэтому воспринимается как нечто непонятное: *Говорить по-турецки* («говорить очень непонятно, на каком-л. чужом языке»).

6. Роль стереотипов в межкультурной коммуникации

При контакте с иной культурой восприятие другого этноса идет через призму своего этнического «я», через определенный стереотип мышления и поведения. При расширении контактов между разными народами этнические различия становятся наиболее явными, а при низком уровне межкультурной коммуникации происходит усиление негативных стереотипов, наблюдаются проявления агрессивности. Как отмечает Сара Хан, доверять стереотипам крайне

опасно. Стереотип выполняет познавательную и мотивационную функции. С познавательной точки зрения, стереотип дает информацию в легкой и удобоваримой форме. Однако эта информация весьма далека от реальности и способна дезориентировать человека. С мотивационной точки зрения, стереотипы еще более ненадежны. Человек, основывающий свои решения на массовых представлениях, а не на фактах, серьезно рискует [Khan: эл. ресурс].

В межкультурной коммуникации стереотип понимается как упрощенное представление о различных категориях людей, которые рассматриваются с позиций свои / чужие, как правило, либо очень положительно, либо очень отрицательно. Стереотипы являются результатом этноцентрической реакции – попытки судить обо всех группах людей только с позиции своей культуры [Леонтович 2005: 240].

Применительно к межкультурной коммуникации рассматривают два типа этностереотипов: автостереотипы и гетеростереотипы. Авто- и гетеростереотипы включают в себя противоречивые черты, что говорит о противоречивости воспринимаемого объекта.

Автостереотипы – мнения, суждения, оценки, относимые к собственной этнической общности; обычно содержат комплекс положительных оценок [СПП]. Например, во французском языке существует ряд фразеологизмов, выражающих мнение французов о себе: *la furie française* «французское неистовство»; *ce qui n'est pas clair n'est pas français* «что не ясно, то не по-французски» (слова А. Ривароля в его "Рассуждении о всемирном характере французского языка" о превосходстве французского языка над другими) и др.

Автостереотипы могут меняться со временем. Так, Комсомольская правда в Белоруссии от 22.12.2009 опубликовала данные социологического опроса среди белорусов в 1992г. и в 2009г. Десять лет назад они выделяли следующие черты: толерантность, терпимость, гибкость психики,

трудолюбие, исполнительность, добросовестные отношения к делу, доброта, гуманизм, чувство собственного достоинства, скромность, простота, талантливость, дисциплинированность, законопослушность, набожность, религиозность, высокая моральная оценка. Образ современного жителя Белоруссии коренным образом отличается, в нем преобладают следующие черты: рациональность, предприимчивость, европейскость, раскованность, свобода, интеллект, образованность, ощущение себя гражданином своей страны, выраженная белорусскость, креативность.

Гетеростереотипы – совокупность оценочных суждений о других народах; бывают как положительными, так в отрицательными – в зависимости от исторического опыта взаимодействия данных народов [СПП].

Паскаль Бодри (Pascal Baudry), профессор в области делового администрирования и глава консалтинговой фирмы WDNB Consulting Group, долгое время живущий в США, опубликовал книгу «Французы и Американцы. Другой Берег» (French and Americans, The Other Shore), в которой привел перечень качеств, которыми, по мнению французов, обладает типичный житель США. Американец — дружелюбный и общительный, шумный, грубый, интеллектуально недоразвитый, трудолюбивый, экстравагантный, самоуверенный, полный предубеждений, недооценивающий достижения иных культур, богатый, щедрый, неразборчивый и вечно куда-то спешащий.

В свою очередь, Хэрриет Рошфор (Harriet Welty Rochefort), американка, живущая во Франции, в книге «Французский Тост» (French Toast: An American in Paris Celebrates the Maddening Mysteries of the French) привела перечень типичных представлений американцев о французах. Французы пользуются репутацией лентяев, не говорящих по-английски по идеологическим соображениям. Они самодовольны, невежливы и непредупредительны, тем не менее, весьма предупредительны к дамам и артистичны. С

ними очень трудно сблизиться. Французы живут в бюрократическом социалистическом государстве и полностью зависят от чиновников. Они не умеют воевать и американцам дважды приходилось спасать Францию в 20 веке. Кроме того, французы нечистоплотны, едят улиток и лягушек.

Как отмечают Е. М. Загарина, О. А. Блохина, холодная война наложила большой отпечаток на формирование взаимных стереотипов у русских и американцев. В США русских часто изображали в виде жестоких шпионов. В СССР также создавались подобные стереотипы. Ярким примером является образ капиталиста Мистера Твистера. Несмотря на то, что холодная война осталась в прошлом, к сожалению, в американской прессе сохраняется тенденция отражать ограниченный (чаще всего негативный) круг проблем, связанных с Россией. Все это приводит к перекосам в восприятии, что наглядно видно из опроса русских и американских студентов. Американским студентам были заданы различные вопросы о нашей стране. Большинство ассоциаций, пришедших им на ум при слове «Россия», имели негативную окраску: холодный, коммунизм, холодная война, Сталин, Чернобыль, бедная. Однако необходимо отметить и нейтральные ассоциации: водка, шапка-ушанка, Москва, олимпиады, Сибирь. Ответы российских студентов менее идеологичны: независимость, свобода, Голливуд, Президент Буш, Макдоналдс. Среди отличительных черт характера, которые приписывают американские студенты россиянам, есть и позитивные, и негативные характеристики. Преобладают, к сожалению, последние. Русские недружелюбны, заносчивы, жестки, упрямы, бедны, примитивны. Среди положительных характеристик необходимо отметить следующие: ум, патриотизм, свободомыслие, сердечность, трудолюбие. Что касается внешности и телосложения, то русский темноволос, высок, спортивен, с бородой и с отличными от американцев чертами лица. Теперь посмотрим, как видят американцев русские. Что касается

внешнего вида, то здесь образ значительно беднее. Русские студенты представляют типичного американца с улыбкой на лице. Среди качеств, которые приписываются типичному американцу, также можно выделить позитивный и негативный образ. В числе отмечаемых негативных характеристик – высокомерие, эгоистичность, хитрость, неискренность, лень и легкомыслие. Однако такие ассоциации скорее нетипичны, но все же в ответах российских студентов преобладающими являются позитивные характеристики: американцы практичны, уверены в себе, общительны, дружелюбны, энергичны, активны [Загарина, Блохина: эл. ресурс].

Стереотип проявляет историческую изменчивость, это видно из противоречивых определений русских как бедных и как богатых. Если в советский период и в 90-е г.г. русские в Европе считались бедными, их жалели, то теперь русские воспринимаются богатыми. По данным статистики французской таможни в магазинах французской Ривьеры на россиян приходится 27% всех покупок, их средний чек на покупку по системе tax free составляет 1 тысячу 175 евро. Второе место по тратам в этом регионе занимают американцы, а на третьем месте идут китайцы.

Отношение к русским туристам поменялось и в Финляндии: *«Особенно в восточной Финляндии финны имеют положительные мнения о русских, потому что русские люди – туристы – приносят очень много денег в Финляндию / Но теперь финны уже не считают русских только ворами, а хорошими клиентами магазинов. Особенно в восточной Финляндии русские клиенты на самом деле спасли многие магазины своими деньгами. Так, русских любят, потому что у них деньги, но я не знаю, любят ли их иначе»* (выдержка из сочинения финских студентов) [Кашкин, Пейхёнен 2000: 65].

Следует отметить, что гетеростереотипы характеризуют в равной мере как объект стереотипизации, так и самого

носителя языка, субъекта стереотипизации. «Заявляя о том, что какой-то народ молчалив, мы признаем себя если не говорливыми, то уж во всяком случае, не такими молчаливыми. Можно почти утверждать: Скажи мне, что ты думаешь о своем соседе (о другом народе), и я тебе скажу, каков ты сам. Гетеростереотип говорит больше не столько о референте этнонима, связанного со стереотипом, сколько о создателе и пользователе стереотипа» [Кашкин, Пейхёнен 2000: 65].

Стереотипы характеризуются территориальной дифференциацией. Исследования В.Б.Кашкина, С. Пейхёнен показали, что гетеростереотипы в пограничных районах, т.е. регионах непосредственного контакта двух культур, отличаются большей негативностью, чем стереотипы районов, удаленных от границ. В центре этнокультурной среды образ другого народа менее эмоционален, более взвешен. Простой гетеростереотип в отношении финнов в ответах воронежских респондентов включал такие определения, как *трудолюбивые, работающие, 'качество' / серьезные, пунктуальные / внимательные, рассудительные / сдержанные, миролюбивые / общительные, галантные, и т.п.* Сочетание *финское качество* почти что приобрело статус фразеологизма, часто используется в рекламе (например, краски фирмы Тиккурила). Единичные ответы отмечали, что финны *себялюбивые, эгоистичные, скупые / жестокие, мстительные / холодные, апатичные, 'тормозные'*. В то время как в Петербурге же слово *чухна* возможно и как элемент бытового дискурса: *Это все их чухонские проблемы* (из уличного разговора; речь идет о деятельности общественной организации ингерманландцев) [Кашкин, Пейхёнен 2000: 65].

Мы провели опрос среди студентов Удмуртского государственного университета, целью которого было выявление авто- и гетеростереотипов русских и удмуртов, проживающих на одной территории в течение длительного времени.

Основным методом исследования стал метод анкетирования. Было опрошено 84 студента 3 курса разных специальностей, слушателей курсов дополнительной квалификации «Переводчик». Количественное соотношение различных национальностей в группе в принципе отражает количественное соотношение русских и удмуртов на территории Удмуртской республики: 60% русских и 20% удмуртов. При этом среди русских девушки составляют 58%, юноши – 34%, 4 человека обозначили национальность, но не указали пол. Среди удмуртов девушки – 52%, юноши 48%. 4 человека не указали своей национальности, 1 назвался джедаем, 1 человек отказался заполнять анкету, ссылаясь на то, он не разделяет людей по национальному признаку.

русские	Ж – 29 / 58%	М – 17 / 34%	4 / 8%	50 / 59,5%
удмурты	Ж – 9 / 52%	М – 8 / 48%		17 / 20,2%
татары	Ж = 6	М - 2		8 / 9,5%
неизвест			3+1	4 / 4,7%
разные	Ж - 1	М - 4		5 / 5,9%
				84

Русские при высказываниях о себе более критичны, указывают как на положительные, так и отрицательные черты. В характере русских сочетаются противоречивые черты, они *общительны* (33 опрошенных), *гостеприимны* (27), *ленивы* (26), *умны* (быстро схватывают информацию, смысленные, смекалистые) (24), *безответственны* (пофигисты, относятся наплевательски и надеются на авось) (22), *добры* (20), *веселы* (17). Они отличаются *щедростью* (14) и *наглостью* (13), в то же время *доброжелательны* и *отзывчивы* (13). *Любят выпить* (12), *весьма настойчивы* (12), *безалаберны* (12) и *доверчивы* (11). Следует отметить, что 8 респондентов выделяют *патриотизм* как важную черту характера русских.

Удмурты считают своей основной чертой характера *робость* (15). Они *гостеприимны* (14), *скромны* (12), *добры* (13), *трудолюбивы* (9), *скрытны* (7), *замкнуты* (7), *спокойны* (6), *простодушны* (6) и *пессимистичны* (5).

Русские в глазах удмуртов выглядят следующим образом: *русые, светловолосые, с голубыми или серыми глазами, широким лбом, пухлыми щеками, с вытянутым лицом; мужчины мускулистые, широкоплечие, коренастые; женщины косолапые и дородные. Выглядят ухоженно, одежда опрятная, яркая.*

Что касается черт характера, то, по мнению удмуртов, русские *общительные, открытые* (15), *ленивые* (15), *гостеприимные* (12), *агрессивные* (12), *трудолюбивые* (7), *веселые* (6), *пьющие* (6), *безответственные* (6), *доброжелательные* (6), *наглые* (5), *щедрые* (5).

Выглядят *доброжелательно* (7), *привлекательно* (7). Они *любят веселиться* (20), *выпить* (14), *отдыхать* (6), *общаться* (6). Всегда *веселятся* (5), *выпивают* (5). *Никогда не взвешивают ситуацию полностью, не могут остановиться вовремя, не делают все до конца, не соблюдают правила до конца, не учатся жизни, не учатся на своих ошибках, не задумываются о будущем.*

Особо следует отметить, как воспринимают удмурты отношение русских к себе, респонденты отметили, что русские *относятся высокомерно, презрительно к другим национальностям, показывают свое богатство, разговаривают на русском везде.*

Представители других национальностей отметили, что русские внешне *статные, косолапые, здоровые как быки, дородные, у них узкие плечи, неустойчивая походка, волосы русые, жидкие и светлые. Любят веселиться, устраивать гулянки* (12), *выпить* (11), *лениться* (6). Всегда *отмечают все праздники, умеют веселиться, поют песни на праздники, справляют свадьбу 2 дня* (8). По характеру русские до-

брые (11), безответственные (9), склонны к выпивке (8), общительные (5), ленивые (5).

Удмурты, по мнению русских, обладают яркой внешностью: *они рыжие, курносые, с веснушками, у них узкие глаза с низкими верхними веками, сильно вступающие широкие скулы. Они низкорослые, коренастые, жилистые, худощавые; бабушки в платочках толстые с золотыми зубами, старики худые, сутулые. В одежде предпочитают узоры и рисунки в удмуртском стиле, носят национальные костюмы. Выглядят скромно (18), спокойно (11), нелепо (11), неприветливо (10).*

Черты характера удмуртов: *скрытные, замкнутые (37), робкие, неуверенные в себе, стесняются своей национальности (24), скромные (23), трудолюбивые (21), добрые (18), закрытые (живущие своими обычаями, традициями, закрытые для чужих) (14), агрессивные, злые (16), хитрые (14), мелочные, расчетливые (13), тихие, спокойные (12), мстительные (11), завистливые (11), уважающие национальные традиции (11), упрямые (11), гостеприимные (10), эгоистичные (8). Они любят: есть (25) перепечи, выпечку, что-нибудь домашнее, табани, молоко, картошку, пельмени; работать (21), петь (17), веселиться (16), свою нацию (15), семью (15), выпить (12), природу (11). Всегда ценят свою семью и уважают свои традиции (11), помогут (9), все скрывают (9), стесняются (8), всегда чем-то заняты, работают (7), упрямы (7), гостеприимны (6), замкнуты (6), суеверны, используют колдовство (5). Никогда не бросят друг друга, не оставят свою семью (17), не доверяют другим, не раскроют душу малознакомому человеку, не говорят лишнего (14), не добьются успеха (не переедут в Европу, не купят бэнтли, не станут модельерами, не станут олигархами, не станут русскими, не напишут сильные книги, не полетят в космос, не образуют государство) (9), не говорят громко (5).*

Представители других этнических групп, говоря об удмуртах, подчеркнули, что они *робкие (12), скромные (8), злые, злопамятные (8), добрые (7) трудолюбивые (7), замкнутые (5)*. Они выглядят *незаинтересованно (3)*. *Любят веселиться (4), петь (4) Всегда робкие (5), готовы помочь (2). Никогда не начинают конфликт первыми (4), не создают отдельное государство (3), не остановят ассимиляцию (3), не станут говорить с незнакомцем на русском языке в своей деревне (3)*.

Как видим, основной проблемой при коммуникации между удмуртами и русскими становится общительность и веселая шумность русских, утомляющие и отталкивающие робких и замкнутых удмуртов. В то же время русских задевает, что удмурты не идут на контакт, не раскрывают свои мысли и души, не делятся своим мнением и не допускают чужих в свой мир. Поэтому русские считают, что удмурты не вольются, не интегрируются в современное общество полностью в связи со своей закрытостью и консерватизмом. Таким образом, существует скрытый конфликт, который сглаживается благодаря миролюбивости удмуртов, нежеланием открыто высказывать свое недовольство.

Следовательно, стереотипы могут создать определенную проблему при межкультурной коммуникации. При встрече с другой культурой стереотипы создают систему ожиданий относительно поведения «чужих». Люди склонны верить, что все носители «чужой» культуры будут вести себя в соответствии с этими ожиданиями, и ищут в их действиях подтверждения своих стереотипов. Например, как отмечает Г.В.Елизарова, «российский стереотип о невежественности американцев способствует тому, что в ходе разговора россияне обращают больше внимание на «глупые вопросы» американцев относительно наличия в России автомобилей или мобильных телефонов, упуская из виду многие более существенные вопросы. Американцы, приглашенные в гости в российскую семью, фиксируют коли-

чество и разновидность употребленных спиртных напитков, упуская из виду то обстоятельство, что российские хозяева не впадают в состояние опьянения и остаются интересными собеседниками» [Елизарова 2005: 156]. Иногда стереотипы приводят к разочарованию, поскольку ожидания не оправдываются. Например, стереотип об очаровательных француженках часто оказывается разрушенным при первой же поездке во Францию. Таким образом, неверные ожидания вступают в противоречие с реальностью и могут послужить основой для новых стереотипов: «русские девушки самые красивые в мире». Исследователи отмечают, что чем примитивнее стереотип, тем труднее он опровергается.

Кроме того, стереотипы способствуют преувеличению связи между теми или иными характеристиками и представителями чужой культуры, что также может создать помехи при восприятии чужой культуры.

Поскольку стереотипы базируются на естественных психологических реакциях человека, то их преодоление является достаточно сложной задачей.

Одним из приемов борьбы с негативным влиянием стереотипов, это признание их существования, их осознание. При этом, по мнению В.Ховела, существуют четыре ступени перехода от области бессознательного к области сознательного: 1) бессознательная некомпетентия, когда неверно интерпретируется поведение «чужих» и это не осознается; 2) сознательная компетенция, когда человек осознает, что он неверно интерпретирует поведение других, но ничего не делает по этому поводу; 3) сознательная компетенция, индивид думает о своем коммуникативном поведении и моделирует его с целью повышения его эффективности; 4) бессознательная компетенция, когда умение эффективного общения развито до такой степени, что нет необходимости постоянно его контролировать [Howell 1982].

Г.В.Елизарова считает, что недостатки стереотипов могут быть преодолены при преобразовании их в истинные обобщения, результатом которых должно стать осознание того факта, что некий признак, доминирующий в данной культуре, не распространяется абсолютно на всех носителей культуры, с ним надо считаться, но не принимать его за абсолютный факт, на основе которого следует действовать. Формирование обобщенных представлений на основе стереотипов может идти по следующим направлениям: 1) изменение отношения к «чужим» в целом; 2) формирование представления о сложности и многообразии категорий «чужих»; 3) осуществление декатегоризации, т.е. критическая оценка той или иной категории в основе стереотипа [Елизарова 2005: 162-164].

7. Заключение

Таким образом, стереотипы, являясь неотъемлемым элементом психической деятельности индивида, результатом категоризации воспринимаемой действительности, играют важную роль в процессе социализации и установления идентичности личности. Они позволяют человеку экономить усилия при восприятии окружающего мира, легче адаптироваться к быстро меняющейся ситуации, найти свое место в той или иной социальной группе. Однако при встрече с другой культурой стереотипы могут оказать негативное воздействие и помешать успешной коммуникации. Основным способом преодоления отрицательного влияния стереотипов при конфронтации с новой культурой является переориентация восприятия.

Во избежание проблемы неприятия этносов необходимо находить положительные черты своей культуры, тем самым, побуждая интерес к ее традициям. Затем попытаться обнаружить отдельные положительные черты и в других культурах и общие, объединяющие их моменты. Только так возможно развитие навыков межкультурного общения.

Для этого требуются особые усилия участников межкультурного общения с представителями других культур, целевые социальные программы (совместное обучение, отдых).

1. III. ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЗАПАДНО-И ВОСТОЧНО-СЛАВЯНСКИХ ПЕРЕВОДОВ БИБЛИИ XVI в.: К ВОПРОСУ О ДИАЛОГЕ КУЛЬТУР

Рассуждая о важной и непреходящей роли перевода в жизни человечества, необходимо вспомнить предложенное А.Д.Швейцером классическое определение, согласно которому перевод понимается как «однонаправленный и двухфазный процесс межъязыковой и межкультурной коммуникации, при котором на основе подвергнутого целенаправленному («переводческому») анализу первичного текста создается вторичный текст, заменяющий первичный в другой языковой и культурной среде» (Швейцер 1988, 75). Это определение предлагает рассматривать перевод как сам процесс диалога культур, однако очевидно, что перевод, помимо этого, и, быть может, в первую очередь, является инструментом, который обеспечивает этот процесс, включающий в себя множество других компонентов. Подобная функция перевода коррелирует, в частности, с функцией самого языка, который, будучи сам семиотической системой, обеспечивает функционирование других семиотических систем, созданных человеком.

Определяя прагматику перевода, то есть то, ради чего перевод создается, можно привести достаточно тривиальное утверждение о том, что для налаживания связей с культурой, отделенной от нас пространственными и временными границами, нужно приблизить тексты, созданные в пределах этой культуры, в том числе и вербальные, осуществив их перевод. Но чем ближе мы будем подходить к

рассмотрению конкретных переводческих произведений, тем больше это утверждение будет нуждаться в конкретизации, пока мы не дойдем до реальных побуждений, инициировавших работу каждого из переводчиков или переводческих коллективов.

Лавина библейских переводов на национальные языки в Западной Европе началась в XIV – XV в.в. и продолжилась в XVI в. У нее было несколько причин. Первую причину можно определить как духовную, и, как полагают исследователи, она связана, прежде всего, со стремлением к самовыражению. Гуманистический интерес к дохристианской и раннехристианской философии и культуре возбудил внимание к важнейшему произведению той эпохи, каковым являлась Библия. Формируется модель ренессансного ученого, владеющего тремя основными языками древности, в которых и распространялась Библия, что приводит к желанию представить свою версию великой книги (см., в частности, Garofalo 1946, 338-373). Безусловно, прагматическую интенцию гуманистов нельзя ограничить только удовлетворением интеллектуальных потребностей: «В возвращении к античным источникам, а, в особенности, к Священному Писанию, они видели способ исправить испорченный мир» (Pietkiewicz 2003, 17). А в связи с изобретением книгопечатания все это привело к последствиям чисто материального характера: Библия в переводе на национальные языки, как ни кощунственно это звучит, явилась своеобразным «бестселлером» в терминологии Нового времени, она прекрасно продавалась, о чем косвенным свидетельством является жалоба известного издателя из Нюрнберга Антония Кобергера на затоваривание рынка печатными немецкими Библиями: «Эта работа не продана. С торговлей книгами дело обстоит не так, как раньше. Не знаю, что можно было бы сделать. Я всюду высылаю экземпляры, но они там лежат, и никто ими не занимается» (Wittmann 1991, 43).

Под конец XV в. и в начале XVI в. в круг вещей, подлежащих исправлению, все чаще включается христианская теология и сама церковь. Приближается Реформация, в которой Библия становится для реформаторов единственным источником веры – соответственно, повышаются требования к качеству библейских текстов, как оригинальных, так и переводных. Интенции создателей переводов обращены и в прошлое, и в настоящее: они стараются, с одной стороны, как можно более точно представить смысл древней книги, а, с другой, приблизить ее в языковом и содержательном отношении к современному потребителю.

Все это стало определяющим практически для всех переводов, создаваемых в Центральной Европе в XVI в. Не будет преувеличением сказать, что центральное место среди библейских переводов на рассматриваемом культурном пространстве заняли переводы на чешский язык. Они, в частности, оказывали влияние на польские переводы Священного писания: «Сначала они могли тормозить возникновение польских переводов, поскольку чешский язык был понятен и, по крайней мере, на определенное время удовлетворяли голод по слову Божьему. Позже они, однако, становились фактором, мобилизующим создание своих переводов, и помощью, облегчающей перевод с латинского (Petkiewicz 2003, 94). В период XIV – XV вв. было создано четыре редакции старочешского перевода Библии. Из них последний был сделан в 80-х гг. XV в. и стал основой для первых печатных книг на чешском языке – Пражской Библии (1488) и Кутногорской Библии (1489). Последняя послужила основой первой Библии, изданной в XVI в. за границей – Венецианской Библии. Однако, несмотря на то, что в этом случае использовался достаточно «свежий» перевод, издатели этой версии ввели определенные инновации в области грамматики и орфографии. Безусловно, эти инновации преследовали прагматическую цель, уже определенную выше, – как можно точнее, понят-

нее и современнее передать смысл Священного писания, однако, следует сказать, во многих случаях достигали прямо противоположного результата; известно, например, что они вызывали неприятие у «чешских братьев». Аналогичное происходило со многими новаторскими библейскими переводами, которые не всегда одобрительно воспринимались современниками. Как представляется, именно этот фактор является определяющим для формирования прагматики текста перевода, поскольку прагматика любого знака, каковым является и текст, зависит от отношения к нему потребителя. Если в случае оригинального текста это отношение зависит, в первую очередь, от содержания текста, то в случае переводного текста этот параметр во многих случаях можно не учитывать, поскольку, как правило, переводимы бывают тексты, уже нашедшие поддержку у читателей оригинала. Тем более этот параметр не важен в данном случае, когда речь идет о библейских переводах. Говоря о библейских переводах XVI в., также можно специально не рассматривать и фактор автора создаваемого текста (переводчика), поскольку в это время переводы создавались высокообразованными людьми, владеющими нужными языками и прекрасно знающими оригинал. Поэтому, как представляется, основными параметрами, определяющими жизнеспособность библейского перевода в то время, были его язык и стиль, представляемая в нем идеология, ситуация возникновения и распространения.

Языковое новаторство, об осуждении которого говорилось выше, не так часто становилось преградой на пути распространения польских и чешских библейских переводов, поскольку в XVI в. происходит процесс формирования литературных норм обоих языков, процесс, не исключаящий языкового новаторства. Гораздо чаще в Европе, разрываемой религиозными противоречиями, причиной, осложняющей существование библейского перевода, являлась религиозная идеология.

Примером этого может служить Брестская Библия, вышедшая в 1563 г. на средства Миколая Радзивилла Черного, и потому называемая также Радзивилловской Библией. Работы над переводом были начаты в Пинчеве поляком Гжегожем Оршаком и французами Петром Статориусом и Жаном Тенаудом, присланными Кальвином. В этот коллектив в разное время входили поляки, французы, голландцы, итальянцы, до нескольких сотен человек по разным источникам (Pietkiewicz 2003, 235). В результате их работы должна была быть создана польская кальвинистская Библия. Однако уже в процессе работы (в конце 1559 г.) возникли идеологические разногласия, вызванные арианской доктриной Франтишка Станкара (также принимавшего участие в подготовке перевода) о «Христе как посреднике», что привело к конфликту между переводчиками и торможению работы над Библией, которая все же была закончена благодаря инициативе и деньгам Миколая Радзивилла (Kwilecka 2003, 114). Эта нарушение работы может показаться неважным, однако оно, как представляется, имело серьезные прагматические последствия, поскольку дало возможность католикам опередить протестантов и первыми издать польский перевод Священного писания.

Однако успех Радзивилловской Библии был обусловлен не ее идеологической направленностью, вызвавшей споры даже в среде ее переводчиков, а прекрасным языком и хорошим переводом. Об этом свидетельствует тот факт, что этим переводом пользовались даже католики, удаляя из книги титульный лист, посвящение Радзивиллу и предисловия (Kwilecka 2003, 119). Кстати, именно такой экземпляр хранится в Минске, в Библиотеке Национальной Академии наук Беларуси.

С Радзивилловской Библией связана также легенда, согласно которой сын Миколая Радзивилла Черного, Кшиштоф Радзивилл Сиротка, перейдя в католичество, выкупал экземпляры этого издания и сжигал на рынке в

Вильно (Niesiecki 1845, 71). Однако огромное количество сохранившихся экземпляров опровергает эту версию. Предполагается, что этот слух распустили иезуиты для того, чтобы помешать распространению книги (Szlagowski 1908, 273).

Религиозные метания Радзивиллов и отсутствие согласия в рядах сторонников повлияли и на судьбу перевода, который осуществил Сымон Будный, являвшийся одним их наиболее яростных противников перевода, представленного в Радзивилловской Библии. Будный начал работу над собственной библейской версией, поскольку ариан, к которым он принадлежал, не устраивал перевод многих мест Радзивилловской Библии как в идеологическом, так и в языковом отношении. Однако любопытно, что в предисловии к своему труду он, кроме этого, привел две причины, относящиеся, скорее, к области заботы о читателе: Брестская Библия была издана *in folio*, что затрудняло пользование ей, и она была очень дорога (Merczyng 1913, 48). С просьбой перевести Священное писание к Будному обратился Мацей Кавечиньски, управляющий Миколая Радзивилла Черного в Несвиже. Работа началась приблизительно в 1568 г., в 1570 г. были готовы апокрифические библейские книги и Новый Завет. Перевод получился до такой степени идеологически новаторским, что Кавечиньский и бывший соратник Будного Вавжинец Кшишковский отредактировали текст и издали готовую часть, не ожидая остального текста (Pietkiewicz 2003, 258). Будный публично отрекся от этого издания. Насколько его перевод отклонялся от традиционной версии, свидетельствует хотя бы тот факт, что он, даже после поправок, внесенных менее радикальными антитринитариями, был использован мусульманскими авторами в полемическом трактате, обращенном против христиан. Об этом свидетельствует, с одной стороны, цитаты в мусульманском трактате, а, с другой стороны, арабографические пометы на маргиналиях

в издании Библии Будного, которое хранится в библиотеке Варшавского университета (см., например, Тарэлка 2004).

Будный продолжал работу, и в 1570-1572 гг. в Несвиже началось издание его Библии, которое было прервано уже упоминавшимся обратившимся в католичество сыном Миколая Радзивилла Черного Кшиштофом Радзивиллом Сироткой. Несвижская типография была перенесена в Заславль (см., например, Лабынцаў 1990, 173), и Будный воспользовался этим, чтобы внести в Новый Завет удаленные отсюда места, что было замечено бывшими сторонниками, которые вновь постарались придать изданию надлежащий, по их мнению, вид (Pietkiewicz 2003, 258).

Религиозная идеология, безусловно, являлась стимулом, побуждающим к возникновению новые переводы Священного писания. Как видно из сказанного выше, протестантская книжность обогатилась за короткое время двумя полными переводами Библии, совершенными для того времени как с точки зрения языка (прежде всего, Радзивилловская Библия) и критического толкования текста (прежде всего, Библия Будного). Именно это вызвало к жизни перевод, осуществленный иезуитом Якубом Вуеком из Вонгровца, профессором риторики в иезуитских коллегиях и писателем, который, кроме латинского владел ивритом, греческим, итальянским, немецким и венгерским языками. В своей работе, он, естественно, использовал текст Вульгаты, обращаясь к Септуагинте в тех случаях, когда латинский вариант мог быть прочитан разными способами; древнееврейский же текст приводился им в комментариях (Bieńkowska 1998, 30-31). Любопытно, что и в этом случае не обошлось без осуждения сторонников – уже подготовленный к изданию в 1594 г. Новый Завет встретил резкую критику Станислава Гродзицкого, которая могла быть обусловлена как личной неприязнью к автору перевода (Poplatek 1950, 58), так и заботой о создании перевода не столько гладкого в

языковом отношении (а перевод Вуека был именно таким), сколько дословно соответствующего Вульгате, что могло пригодиться в дискуссиях с иноверцами (Pietkiewicz 2003, 282). Гродзицкому удалось реализовать свои интенции после смерти Я.Вуека (1587 г.) – по его требованию комиссия иезуитов внесла существенные правки в рукопись перевода Ветхого Завета, который вошел в состав Библии, вышедшей в 1599 г. Исследователи полагают, что эти правки нельзя оценивать однозначно негативно, и, хотя корректура нивелировала индивидуальный стиль переводчика, она же устранила многие авторские злоупотребления (Psalterz Dawidów 1993, 16-17). Возможно, именно это сочетание собственного авторского мнения и критичного стороннего взгляда позволило Библии Я.Вуека стать канонической версией, определившей на столетия развитие польской духовности и польского языка, для которого этот перевод стал образцом библейского стиля (Koziała 1998, 119).

Таким же единственным авторитетным выразителем основ вероучения для православного славянства в XVI в. стала Острожская Библия (Евсеев 1916, с. 105-106), «одновременно она получила значение языкового образца и носителя языковой нормы, она послужила источником нормативных парадигм в грамматике Мелетия Смотрицкого 1619 г., которая определила формы церковнославянского языка в XVII—XIX вв.» (Алексеев 1999, 215). Острожская Библия была издана в 1580 и 1581 г.г. в Остроге русским первопечатником Иваном Федоровым, находящимся в то время на службе у князя Василия-Константина Константиновича Острожского. Это была работа в большой степени разнородного коллектива, в состав которого входили ректор славяно-греко-латинского коллегиума Герасим Смотрицкий, Василий Андреевич Суражский (Малюшицкий), ученые греки Дионисий

Палеолог-Ралли, Евстафий Нафанаил и другие (см. Алексеев 1999, 204).

Острожская Библия также была подвергнута редакции, сначала при подготовке первой Московской печатной Библии (1663 г.), а потом для Елизаветинской Библии (1751 г.) (см., например, Hegedűs 2005, 34 и библиографию к статье). Елизаветинскую Библию почти без изменений до сих пор использует Русская православная церковь, что еще раз может служить подтверждением того, что авторская переводческая версия, прошедшая редакцию, имеет все возможности остаться образцом и эталоном для последующих поколений пользователей.

Иногда трудно точно определить прагматику перевода, а именно, для кого этот перевод был предназначен. Так обстоит дело с библейским трудом великого белорусского первопечатника Франциска Скорины, который в 1517-1519 г.г. в Праге издал избранные библейские книги (Псалтырь, Иова, Притчи, Сирахова, Екклесиаст, Песнь Песней, Премудрость, Царств, Навин, Иудифь, Судей, Бытие, Исход, Левит, Числа, Второзаконие, Руфь, Есфирь, Плач, Даниила) (см., например, Немировский 1978). Перевод Скорины был основан на венецианском издании (1506 г.) чешской Библии (Владимиров 1888, 171; Флоровский 1946, 172) при мощном влиянии церковнославянского текста. И хотя большинство исследователей не сомневается, что труд Франциска Скорины имеет православную основу (см., например, Алексеев 1999, 203), невозможно не принять во внимание единственно сохранившееся высказывание униатского архимандрита Анастасия Антония Селявы, обращенное к православным (1622 г): «Перед унией был Скорина, еретик-гусит, который для вас печатал в Праге книги по-русски» (см. Немировский 1990), в Великом княжестве Московском книги Скорины были сожжены как еретические и написанные на территории, подвластной

римской церкви, а сам Скорина изгнан именно как католик (Франциск Скорина 1990, 584-603).

Из сказанного выше видно, что в случае каждого перевода прагматика его создания была различна; обстоятельства, в которых существовали и творили переводчики или переводческие коллективы отличались и с точки зрения исторических условий, и с точки зрения религиозной идеологии, определявшей задачи каждого перевода. Однако в каждом случае творцам необходимо было учитывать эти обстоятельства и преодолевать сопротивление тех, кому непосредственно предназначался создаваемый продукт. Иногда, однако, сделать это не удавалось.

Примером того, как неудачно понятая историческая ситуация может ограничивать распространение библейского издания, служит первая изданная полностью польская Библия, называемая Библией Леополиты, или краковской, или Шарфенберговской (Шарфенбергеровской), которая была издана в 1561 г. Ее автор или из скромности пожелал остаться неизвестным (это мог быть Л. Незабитовски, исповедник короля Сигизмунда Августа (см. Świątchowski 1961, 195-197)), или издатель Миколай Шарфенберг сознательно скрыл его имя, взяв существующий рукописный текст из Библии XV в. (Brückner 1903, 84-89) и дав на редакцию Яну Ничу Леополите, университетскому преподавателю и ревностному католику, о чем написано в предисловии к Библии. Причиной этого была спешка – уже тогда было известно о подготовке Радзивилловской Библии, и Шарфенберг хотел опередить ее издателей, обеспечив тем самым идеологическое первенство и материальную выгоду (см. Pietkiewicz 2003, 219), хотя в предисловии также читаем: «...Писание Божье производит в людях такие перемены..., что тот, кто его людям читать дает языком таким, который все понимают, тот народу своему услугу оказывая, доброе имя себе заслуживает (Leop. k. *A2r-v).

С. Будны критически отзывался о Библии Леополиты, называя перевод «монашеским» (Bud. 1 к. с3г), однако, как представляется, не это послужило препятствием ее последующему распространению. Первое издание (1561 г.) было посвящено королю Сигизмунду Августу, что определенным образом защитило Библию от критиков, а вот второе, законченное в 1574 г. и изданное в 1575 г., издатель успел посвятить Генриху Валуа, который пробыл королем Польши всего 146 дней и бежал из Кракова назад во Францию, желая занять французский престол после смерти своего брата Карла IX. Мало того, в Библии приводилось также стихотворение, выражающее надежду на его долгое правление. Разумеется, все это не придало Библии популярности. Поэтому в 1577 г. издатель удалил начальные страницы с оставшихся экземпляров и посвятил Ветхий завет новому королю Стефану Баторию, а Новый – его жене Анне по случаю годовщины их коронации (Pietkiewicz 2003, 221).

В качестве противоположного примера удачного «маркетинга» можно привести Библию Иржи Мелантриха Рождьяловского из Авентина, крупнейшего издателя того времени, чью деятельность в значительной степени определяла политическая и издательская конъюнктура (см., например, Мельников 2002, 243-259). Его библейская версия базировалась на переработанной с учетом греческого оригинала Библии Павла Северина из Капи-Горы. Мелантрих был уtrakвистом, т. е. умеренным гусситом, поэтому он не мог сам издать этот труд и был вынужден воспользоваться помощью и типографией католика Бартоломея Нетолицкого. А само издание не придерживалось строго уtrakвистских позиций, Мелантрих сознательно приспособил его также к нуждам католиков и лютеран. В результате его Библия выдержала издания 1547, 1556/57, 1560/61, 1570 и 1577 гг. и успешно продавалась. Сам Иржи Мелантрих утверждал, что «человек рождается на свет не только для се-

бя, но затем, чтобы изо всех своих сил служить своей родине, своим друзьям и всем другим людям» (подобное определение своих трудов свойственно всем издателям, ср. выше высказывание Шарфенберга). Современные исследователи, приводя эти слова издателя, добавили от себя: «Лучшая же служба — это практическая польза» (История культуры стран Западной Европы 1999, 354). Как представляется, именно удачно найденное соответствие текста вкусам разнообразных потребителей объясняет успех этого издания.

Безусловно, прагматика текста перевода включает и другой аспект, предусматривающий отношение переводчика к своим будущим читателям.

На первом месте здесь, безусловно, находится понятность текста. Стремление сделать текст понятным даже читателям, неискушенным в реалиях тех мест, где создавались евангельские тексты (что не было редкостью в XVI в.) в некоторых случаях приводит к чрезмерному упрощению. Так, у С.Будного обнаруживаем фрагмент Лк. 10, 19 в следующей версии

Bud. – *daję wam moc deptać po węzoch / y szkorpiech* ‘дает вам силу наступать на змей и скорпионов’;

с глоссой на полях:

Co są szkorpy / a iáko złe niedźwiatkami ie przekładaia / czytay Serbarz polski ‘о том, что такое скорпионы, которые неправильно называются в переводах медведками, читай «Сербаж польский»’.

Действительно, в иных версиях на месте греч. *skorp...* обнаруживаем лексему *niedźwiatka*., например, у Я.Вуека в том же стихе Лк. 10, 19:

Wuj. – *dałem wam moc deptać po węzach y niedźwiatkách* (Wuj.).

Будный, безусловно, был прав: *niedźwiatka* – ‘медведка, хищное насекомое, которое живет в почве и портит овощи’ – неприятный для человека сосед, но не

такой опасный, как skorp...oj¹ ‘скорпион’ из евангельского текста.

Бывает, что один перевод внезапно «прозревает» на фоне остальных, однако не всегда это «прозрение» дает ожидаемый результат, поскольку не всегда такая инновация поддерживается другими переводными версиями.

Именно с последним мы имеем дело при рассмотрении стиха Кол. 3, 12. У Я.Вуека встречаем следующую трактовку:

Wuj. – *Przyobleczcież się tedy (iako wybrani Boży, święci, u umiłowani) we wnętrzości miłosierdzia.*

Лексема *wnętrzości* имеет значение ‘внутренности, кишки’, совершенно не подходящее для выражения общего смысла отрывка, в котором говорится про человеческие добродетели.

В первый раз мы встречаем аналогичный по смысловой структуре перевод в первом славянском Апостоле – Енинском апостоле-апракосе:

Еп. – облѣѣте с\ ѣко избрани б_оу... въ этробѣ гедротъ и благодсть.

Эту цитату также можно встретить у Григория Назианзина: затворихомъ щедроты твоа и чл_колюбие твое, и вѣтробѣ милости Б_а нашего (Гр. Наз. 314); позже – у Кирилла Туровского: не прогнѣвайся на мя много съгрѣшившаго, яко имѣя утробу щедрот (Kir. Tur. 302). Конечно, появление лексемы этроба и в этом контексте представляется достаточно странным. Дело в том, что фрагмент въ этробѣ гедротъ является переводом греческого *splŕgсна о,ктѣрмоа*, где *t| splŕgсна* (мн. ч.) в первом значении обозначает ‘внутренности (особенно сердце, печень, легкие)’, а в переносном значении – ‘сердце, душа,

¹ Здесь и в дальнейшем в главе (если не указано иначе) греческий текст приводится по изданию Septuaginta 1979. Значения лексем (если не указано иначе) приводятся по Вейсман 1899.

самое дорогое'. В этом случае переводчик выбрал прямое значение, возможно, не зная о существовании переносного.

В церковно-славянском переводе фрагмент в этробэ гедротъ просуществовал до XVI в. (см., например, Библия 1499, 300) и был изменен при издании Иваном Федоровым Апостола. В его львовском издании 1574 г., которое практически буквально повторяет первое, московское (Немировский 1964), читаем – о(б)лецѣтеса оубо акоже избраннуи б_гу, ст_и j възлюблении, въ мл(с)ть щедротъ, и бл_гость (Ап. И.Фед., Кол. 3, 12). Как известно, Иван Федоров, видимо, вместе с Петром Мстиславцем, внес в первопечатный Апостол много изменений смыслового и лексического порядка, скорее всего, по образцу реформаторской Библии, известной им в чешском или немецком варианте, удаляя ошибочные, на их взгляд, формы и архаизмы (Немировский 1964, 285-287). Однако не все нововведения закрепились в дальнейших изданиях – многие были ликвидированы иоакимовскими справщиками в 1678 г., и в дальнейшем устаревшие формы уже не вызывали сомнений.

И вот в XVI в., в то время, когда Иван Федоров правил текст своего Апостола, появляются польские переводы, авторы которых снова не замечают переносного значения оригинальной лексемы. При этом не обязательно было иметь перед глазами греческий оригинал: в латинской версии в этой позиции стоит слово *viscus (viscera misericordia)*², первым значением которого является 'мясо, внутренности', а переносным – 'самая сердцевина, нутро, глубина'.

Иногда случается так, что ошибочный вариант, возникший в результате редакторской правки, вписывается, тем не менее, в общий контекст переводимого текста. Так, при переводе фрагмента Sap. 16, 2 (*quod enim ab igni non*

² Здесь и в дальнейшем в главе (если не указано иначе) латинский текст приводится по изданию *Biblia sacra* 1994. Значения лексем (если не указано иначе) приводятся по Дворецкий 2000.

poterat exterminari statum ab exguo radio solis calefactum tabescebat) в Библии Леополиты встречаем:

Leop. – *bo co od ogniá niemogło być wytracono / wnet od málutkiego promienia słonecznego / zagrzáne / stháialo* ‘что огнем не могло быть уничтожено, пригретое маленьким солнечным лучом, растаяло’.

Все представляется логичным, однако в оригинале в состав предиката первого высказывания входит форма *exterminari* от *rmino* – ‘выслать, изгнать’. Для ее перевода мог быть использован глагол *wytrącić* с тем же значением. Но в Библии Леополиты, как обнаруживаем, стоит другая форма – *wytracono* от *wytracić* ‘погубить, уничтожить’, которая, по всей вероятности, представляет собой след работы Леополиты-редактора. Слово *wytracić* лучше вписывается в контекст, видимо, предшествующее (*wytrącić*) было воспринято как ошибка, описка и т.д.

Стремясь приблизить текст к читателю, большинство создателей рассматриваемых переводов снабжали библейские стихи комментариями. Как указывают исследователи, комментированный перевод был хорошо знаком создателям библейских текстов на чешском и польском языках в XV—XVI вв. (см. Kwilecka 1979), откуда попал в издания Франциска Скорины и через его посредство в Песню Песней Острожской библии (Алексеев 1999, 210). В других частях Острожской библии комментария нет. Мало его и в Библии Леополиты. Но зато чрезвычайно обильно представлены комментарии в Библии Сымона Будного и в Радзивилловской Библии. В последней заметки на полях объясняют реалии библейского мира, содержат аллегории и полемику, связанную с доказательством преимуществ своего вероисповедания. Однако иногда проскальзывают объяснительные ноты, вызванные к жизни переводческой ошибкой и имеющие своей целью исправление ставшего непонятным текста. Так, например, в Книге Екклесиаста

(1.7) в переводе Радзивилловской библии реки бегут оттуда же, куда возвращаются, чтобы идти снова:

Radz. – *Wfzythki rzeki ściekaiq się ku morzu / á wždy morze nie pelne / ztamhqd záfię bieża rzeki wracaiq się áby záfię támże szły* ‘все реки стекаются к морю, а море все не наполняется, а оттуда бегут реки, возвращаясь, чтобы туда же идти’.

Такая пространственная путаница смутила самого переводчика, который постарался оправдаться в маргинальных комментариях, обнаруживая познания, достойные птолемеевской космогонии:

Radz. – *Morze które zewfzqd otoczyło ziemię wypycha wodę swoje w źrodła / ktore pothym na wierzch ziemię wymkaiq / na tych mieyfcách / kthore my zowiemy źrodla z kthorych rzeki wychodzą á bieżą do morza* ‘море, которое со всех сторон окружило землю, выталкивает свою воду в источники, которые потом прорываются на поверхность земли, в тех местах, которые мы потом называем источники, из которых выходят реки и текут в море’.

А переводческая проблема была вызвана всего лишь синкретизмом семантики наречий древнееврейского языка, а также графическими особенностями древнееврейского текста. Наречие {פֹּה имеет значение ‘здесь, сюда’, а в некоторых контекстах, в том числе в рассматриваемом (см. Gesenius 1027), – ‘куда’. Его же форма {פֹּה־מֵ имеет значение ‘отсюда, откуда’. Именно так понимает это место Вульгата, из текста которой эта идея попала в часть польских переводов:

ad locum unde exeunt flumina revertuntur ut iterum fluant.

Считается (см. Дьяконов, Коган 1998, 189), что в этом случае переводчик усмотрел в масоретском тексте гаплографию – потерю буквы на стыке слов, решив, что текст {פֹּה־מֵ{י:κ:λοη должен выглядеть как {פֹּה־מֵ{י:κ:λοη, где מֵ□{ – варианты написания *mēm*).

Разъяснения, помогающие читателю, могли встретиться в самом переведенном тексте. При этом в Библии Леополиты мы снова встретим меньшее количество подобных текстовых расширений по сравнению с другими версиями. Так, в этом издании латинский стих Is. 44, 15 *pinus et facta est homini in focum* переведен практически буквально:

Леор. – *y stała się ludziom na ogień.*

Будный же в этом случае поясняет:

Bud. – *bywa człowiekowi (potrzebna) [sosna] na rozłożenie ognia.*

Возможно, такое стремление расширить текст оригинала объясняется тем, что его труд создавался не в академическом Кракове, а в провинции, где потенциальные читатели нуждались, скорее всего, в дополнительном истолковании текста.

Разночтение между следующими фрагментами также может быть вызвано желанием объяснить читателям (а, возможно, и себе самому) темное, не совсем понятное место текста. Такому истолкованию был подвергнут фрагмент стиха Job. 20, 26, который в Радзивилловской Библии читается следующим образом –

Radz. – *drudzy wykładają ogień nie skrzosany / a ktorego nie rozdymano / to iest z nieba spuszczony.*

Однако у Леополиты всей этой сложной конструкции соответствует одна лишь фраза –

Леор. – *pożrze go ogień ktorego nie podniecą.*

Дело здесь, по-видимому, обстоит следующим образом. Латинское *devoravit eum ignis qui non succenditur adfligetur relictus in tabernaculo suo* можно перевести как ‘пожрет его огонь, который не раздуют, будет уничтожаемо оставшееся в убежище своем’. Заключительная часть этого стиха представлена у Леополиты как

Леор. – *y będzie tresktan będąc zostawiony w przybytku swoim.*

Będzie trafkan соответствует латинскому *adfligetur* (ср. *fligo* ‘бить, ударять, разбиваться, разрушаться’); именно эта лексема нашла воплощение в *nie skrzosany* из Радзивилловской Библии, там ее поняли как подтверждение положения *ktorego nie rozdymano* и дополнили собственным выводом – *to iest z nieba spufzczony*.

Однако кроме стремления к исключительно языковой понятности, переводчикам библейских текстов было свойственно также стремление не нарушить языковые стереотипы, существовавшие в сознании потребителей текста. Всем, пожалуй, знакомо ощущение дискомфорта, которое возникает, когда берешь другой перевод знакомой с детства книги и не находишь привычных слов и оборотов. В данном случае дело обстояло серьезнее, поскольку нарушение устоявшихся постулатов могло в худшем случае рассматриваться как ересь. Особенно это заметно в случае переводов, за которыми стояла утвержденная веками традиция – переводов православных. Вот некоторые примеры.

Всем известен рефрен библейской Книги Екклесиаста – *суета сует, все суета*, в котором лексема *суета* передает греч. *mataiōthj*, которое соответствует древнееврейского $\lambda\Sigma\beta\Sigma\eta$ которое исследователи понимают как ‘дуновение ветра’ (*Gesenius 210*).

Соответствующую лексему мы встречаем и у Франциска Скорины:

Skog. – *суета надъ суетами и все суетно*.

Любопытно, что в грамматическом отношении этот фрагмент соответствует тексту Венецианской Библии, ср.:

Ven. – *marnoft nad marnofsti: a wffecz kny wieczy marnoft*,

а в лексическом – церковно-славянскому образцу, ср., например, в Острожской Библии:

Ostrog. – *суета суетствуи вс\ческа\ суета*

Казалось бы, Скорина, бравший за образец чешский текст, что, кстати, заметно и в данном случае, мог следо-

вать ему и в отношении лексики. Лексема *марность* является для славянских языков заимствованной (Этимологический словарь 17 1990, 221). Однако, по данным исторического словаря белорусского языка, она не была чужда жителям этих земель, поскольку встречалась в текстах с конца XV века. Памва Берында в своем лексиконе (Лексикон славеноросскій именъ толькованіе (Кутеин, 1653)) даже использует слово *марность* как более понятное в словарной статье **суета**: *Суета: Марность^s, нікчемност, порожность...* (Гістарычны слоўнік 17 1998, 263). Почему же Скорина не пошел по этому пути?

С переводом этого фрагмента изначально не все было понятно. О том, что уже греческое *mataiŏthj*, переводимое как 'суета', от *mŏth* 'напрасный или безумный труд, блуждание', не передает дословно значение древнееврейского слова, писал еще св. Иероним: «В древнееврейском языке *суета сует* выражается *abal abalim*, что, за исключением Септуагинты, все подобным образом перевели: *atmos atmidon* либо *atmon*, что можем определить как исчезающий пар и легкое дуновение» (Hieronim św. 1995, 26). В церковно-славянской традиции до появления полного перевода Библии *mataiŏthj* могло также переводиться при помощи существительного *поустошь* в другом переводе Екклесиаста – *пистошь* *пистошемъ* все *пистошь* (Срезневский 1902, 1731). Появление этого слова не является случайным связь между значениями лексем *суета* и *поустошь* безусловно существует. Рассматривая развитие значения псл. **sujь* как «цепь 'мечущийся, суетливый' → 'блуждающий, заблуждающийся, не достигающий цели' → 'тщетный, ложный'» (Варбот 1985, 38), ясно видим связь между хаотичным, бесполезным, а потому и не имеющим права на существование движением и пустотой, полным отсутствием чего бы то ни было. Лексема *суета* также появляется достаточно рано (ср. в притче Кирилла

Туровского (XII век) – и речи Соломоновскы: суетіе суетію буди (Кир. Тур.) и прочно занимает эту ячейку в переводе Екклесиаста, полностью вытесняя слово пистошь, пример чего мы наблюдаем также в Острожской библии.

Франциск Скорина не был пассивным переводчиком чешского текста, он знал древние языки и, самое главное, он хорошо знал вкусы своего читателя. Поэтому он не взял на себя ответственности за употребление иного слова во фрагменте, который уже давно существовал отдельно от своего контекста, о чем свидетельствует, в частности, его употребление в притчах и проповедях.

Более того, слово суета в соответствующем стихе так называемого Виленского кодекса (см. Altbauer 1992):

Vil. – суета суетнюю все сует'но.

Как предполагал В.Н. Перетц (1926) этот перевод был сделан на Беларуси непосредственно с масоретского древнееврейского текста; его принято рассматривать как «плод религиозной активности иудейской общины, представляющий собой синагогальные таргумы» (Алексеев 1999, 185). И мы видим, что даже переводчик древнееврейского текста, иудей по вероисповеданию, тщательно сохранявший даже грамматические формы оригинала и пользовавшийся в своем переводе восточно-славянской лексикой, даже он не посмел нарушить в этом фрагменте устоявшийся традиции.

И, безусловно, огромную роль при переводе играла верность религиозной идеологии, о чем уже говорилось выше. Приведем маленький пример этого. Так, в стихе 8.8 Книги Екклесиаст упоминавшегося уже Виленского кодекса существительное $\langle \xi \Upsilon \rho \text{ 'дыхание, ветер, дух'}$ в соответствии с иудейской экзегетической традицией (см. Altbauer 1992, 222) переведено как вѣтръ (володитель вѣтромь оун'ти вѣтръ). В христианских же версиях эта лексема последовательно переводится как 'дух', ср.:

Ostrog. – нѣсть чл_ка владугаго въ дисѣ възбранити съ
дхо(м);

Skor. – неестъ въ челоуѣчииеи моци забранити духу;

Bud. – *niemáŝz człowieká pánuiącego nád duchem ktoryby
utrzymał ducha;*

Wuj., Leop. – *nie jest w człowieczej mocy zabronić ducha;*

Radz. – *żadnego człowieka niemáŝz coby miał moc nád^A
duchem iżby go zátrzymać mógł;*

Ven. – *nenije czlowieczýe moczy zabraniti duchu;*

Melan. – *nenj w mocy člowěka zadržeti Ducha.*

Таким образом, весь фрагмент приобретает должное значение – в нем говорится не о неспособности человека управлять стихией, а об отсутствии его власти над божественным духом. Это особенно очевидно в тексте Пражской библии (Melan.), где последняя лексема написана с большой буквы.

Безусловно, большую свободу в корректировке текста переводчик получает при переводе служебных слов. На это обычно обращают меньше внимания, а иногда подобная замена бывает чрезвычайно существенной. Так, из перевода одного стиха Gen. 42. 15 исчезает частица {Γ}, употреблявшаяся после клятвы или присяги для обозначения уверенности говорящего в истинности своих слов, ср.:

$\eta \Sigma Z I \mu Y : \chi \forall T - \{ \Gamma \} \eta o (: \rho \alpha \tau \psi \forall \xi$ ‘жизнь фараона!
истинно не выйдете отсюда’;

Ostrog. – тако ми здраву\ фараона, не изыдите
w(т)сюду;

Wuj. – *iuż was teraz doświadczę przez Pharaonowe
zdrowie, nie wynidźcie ztąd;*

С.Будный, старавшийся соблюдать структуру древнееврейского текста, постарался сохранить и этот его формальный элемент, но перевел его первичное значение – значение условного союза (‘если’), нарушив при этом синтаксическую структуру высказывания:

Bud. – *żywie faraoh iesli wynidźiecie stąd / przydźie brat wasz młodszy tu.*

Подобным образом поступили переводчики Радзивилловской Библии, также обращавшиеся к древнееврейскому оригиналу, ср. *iż* ‘если’:

Radz. – *niech tak faraao żywie / iż z tąd nie wynidźiecie.*

Однако эти приемы не помогают сохранить тот культурный компонент, который присутствовал в древнем тексте, и из текста перевода вместе со служебным словом исчезает важный элемент – исчезает культура клятвы, характерная для древнего общества

Подводя итог всему сказанному выше можно сделать достаточно тривиальный вывод о том, что отношения между переводчиком и потребителями переведенного текста были сложны и противоречивы. Однако представлять прагматику библейских переводов просто на уровне отношений, возникающих между этими субъектами коммуникации, все же было бы слишком упрощенным. Как известно, «язык модулирует мир. Но одновременно он модулирует и самого пользователя этим языком, т.е. самого говорящего. В этих условиях именно язык оказывается первичной феноменологической данностью» (Успенский 1994, 7). В простейшем случае переведенный текст оказывается между двумя кодами, двумя языковыми системами. Но в отношении рассматриваемых текстов такое представление кажется слишком упрощенным. В формировании текстовой ткани большинства рассмотренных библейских текстов, непосредственно и опосредованно, последовательно и параллельно, участие принимало гораздо большее количество версий на других языках. Например, цепочка, ведущая к изданию Франциска Скорины, выглядит приблизительно следующим образом: масоретский древнееврейский текст – Вульгата – чешский перевод (видимо, Венецианская Библия, также имеющая сложную историю), с одной стороны, а также церковно-

славянский текст, созданный на основе Септуагинты, которая, в свою очередь, могла опираться на первоисточник, отличный от масоретского текста.

В связи с вышесказанным можно предположить, что текст перевода и язык перевода моделируют если не мир, то, по крайней мере, культуру, в которой он существует в течение нескольких столетий. Рассмотренные в работе тексты также оказали определенное влияние на формирование наших культурных представлений, на создание островков культуры. Кто знает, как бы формировалось наше сознание, если бы на месте лексемы *суета* находилась какая-либо иная, более соответствующая оригинальному тексту? Тем не менее, эти тексты дошли до нас в таком, а не ином виде и именно так влияют на наше сознание. Поэтому в прагматическую цепочку, начатую в глубокой древности создателями Священного писания, продолженную переводчиками эпохи Ренессанса и их читателями, включаемся и мы, живущие в начале XXI века, даже в том случае, если оригиналы и переводы, о которых шла речь, никогда не попадали нам в руки.

Источники и сокращения

Ап. И.Фед. – Апостол. Львов, 1574.

Библ. 1499 – Библия 1499 года и Библия в синодальном переводе. Т. 8. Москва, 1992.

Гр. Наз. – Будилович А. XIII слов Григория Богослова в древнеславянском переводе по рукописям Императорской публичной библиотеки. Санкт-Петербург, 1857.

Кир. Тур. – Кирилл Туровский / Публ. И.П. Еремина // Труды Отдела древнерусской литературы. 1956. Т. 12. С. 340 – 361.

Bud. – Biblia, to iest księgi Starego i Nowego przymierza z nowu z ięzyka ebrejskiego, greckiego, łacińskiego przełożona

z przedmową S. Budnego, jako tłumacza. Nieśwież, 1570; Zasław, 1570-72.

Bud 1. – Nowy testament z nowu przełożony, a na wielu miejscach za pewnymi dowodami od przysad przez S. Budnego oczyszczony i krótkimi przypiskami po kraiach objaśniony. Łosk, 1574.

En. – Енински апостол. Факсимилно издание. Софія, 1983.

Leop. – Leopolda. Faksimile der Ausgabe Krakau 1561. Paderborn etc., 1988.

Melan. – Bibli Czeska. Ed. 2. Praha, 1557.

Ostrog. – Библия. Острог, 1581.

Radz. – Biblia Święta, to iest księgi Starego y Nowego Zakonu własnie z żydowskiego, greckiego i łacińskiego na polski język z pilnością i wiernie wyłożone. Brześć Litewski, 1563.

Skor. – Факсімільнае ўзнаўленне Бібліі, выдадзенай Францыскам Скарынаю ў 1517–1519 г.г. Т. 3. Мінск, 1991.

Ven. – Biblij Czeska w Benatkach tissenae. Venezia, 1506.

Vil. – The Five Biblical Scrolls in a Sixteenth-Century Jewish Translation into Belorussian (Vilnius Codex 262) with Introduction and Notes by Moshe Altbauer. Concordance compiled by Moshe Taube. Jerusalem, 1992.

Wuj. – Biblia w przekładzie J. Wujka z 1599 r. Transkrypcja typu B. Warszawa, 2000.

РАЗДЕЛ II

II.1. ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА МОЛОДЕЖИ БЕЛАРУСИ В УСЛОВИЯХ ДВУЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Настоящая статья представляет результат обработки экспериментальных данных, полученных молодыми исследователями Е. Колесниковой и П. Масленковой в рамках совместного российско-белорусского проекта «Этнокультурное самосознание белорусов и русских в контексте мировых культурных процессов: динамика и сопоставление» (договор с БРФФИ № Г10Р-002 от 1 мая 2010 г.). Общее руководство проведенным исследованием осуществляла руководитель названного проекта с белорусской стороны, один из авторов данной статьи Е. Н. Руденко.

Цель исследования – выявить прагматические особенности языковой картины мира молодежи Беларуси в условиях двуязычной коммуникации. Основным исследовательским методом был избран ассоциативный эксперимент, направленный на изучение реакций к следующим стимулам: 1) ключевым концептам, 2) опорным словам прецедентных текстов, 3) наименованиям новых реалий.

1. Ключевые концепты языковой картины мира современной белорусской молодежи. Ключевые концепты исследовались путем свободного ассоциативного эксперимента, участниками которого стали более 500 школьников и студентов г. Витебска: им был предложен список из более чем 50 слов-стимулов, включавший: а) обозначения ключевых понятий культуры: *Беларусь, вера, дзяўчына, дом, жыццё, злосьць, зямля, кахаць, лёс, мова, памяць, праца, радасць, святло, слова, справядлівасць,*

сэнс, сябар, чалавек, хлопец, шчасце, час; б) обозначения некоторых понятий из списка Кента-Розанова: *белы, блакітны, зялёны, песня, прыгожы, салодкі, халодны, чорны, чырвоны, вясна, дзень, зіма, месяц*; в) наименования культурно специфичных понятий или ассоциативно связанных с культурно специфичными понятиями: *бульба, вада, кветка, соль, хата, хлеб*; г) номинации важных для данной социальной группы концептов: *вучыцца, грошы, студэнт, спаць, хвароба* и др. Эксперимент проводился на белорусском языке, и его результаты позволили наблюдать некоторые проявления интерференции в условиях двуязычия на территории Беларуси.

В структуре языковой личности выделяются вербально-грамматический, когнитивный и прагматический уровни. К прагматическому уровню, который отражает интенции и цели носителя языка, динамику его картины мира, относятся пресуппозиция, дейксис, элементы рефлексии, оценка, “ключевые слова”, прецедентные тексты, способы аргументации, “сценарии”, планы и программа поведения [Русский язык 1998: 672].

Прагматические реакции характеризуются яркой эмоционально-оценочной окраской: *Беларусь – Радзіма 103, любімы край, мая любая!, мая родная, мая родная маці, родная краіна, родны кут, самая лепшая; вучыцца – не хочацца 5, не жадаем, не люблю, хачу; грошы – шчасце 13, добра 5, гэта ўсё!, не самае галоўнае ў жыцці; спаць – люблю 11, хачу 4, хутчэй бы 3, зараз жа!, клёва!, ура!, Ура!*

Среди эмоционально-оценочных реакций есть ответы, которые весьма выразительно демонстрируют отношение информанта к явлению, обозначаемому словом. Это реакция не на слово, а на денотат: *бульба – ежа!, хутчэй бы!; вучыцца – о-о-о!; грошы – гэта ўсё!; жыццё – ЭТО ВСЁ, СУПЕР; зіма – бе!, крута!; радасць – ура, “ура”, ух ты, хутчэй бы!; рэлігія – бе-е-е; спаць – зараз жа!, клёва!, ура!, Ура!; справядлівасць – няма!!!; хлеб – наша ўсё!;*

студэнт – крута!, о-морэ!!!, ичасце!!!, эээ..., *раздолбай*, *УЖАС* (здесь и ниже русизмы подчеркиваются), *хвост-т-т*, *дом* – свой, *тепло*.

К прагматическому уровню следует отнести также фразеологизированные реакции в самом широком понимании: фразеологизмы, пословицы, поговорки, перифразы, афоризмы, крылатые выражения и общеизвестные фразы, которые по причине частой употребляемости приобретают характер своеобразных штампов и приближаются к устойчивым сочетаниям. Такие реакции довольно распространены, однако выражения, как правило, приводятся не целиком, а в кратком, трансформированном виде: *бульба* – другі хлеб 28; *вучыцца* – Вучэнне – свет..., граніт, жаніцца, і яшчэ раз..., не вучыцца (біць лынды), свет; *жыццё* – поле перайсці; *слова* – не верабей 7, верабей 3, не верабей!!!..., птушка (верабей); *хата* – з краю 8, хата з краю 2; *хлеб* – усяму галава 11, галава 6, хлеб – усяму галава; *чалавек* – гучыць горда; *дзяўчына* – яна і ёсць дзяўчына!; *Беларусь* – Радзіма, намерці не страшна, цэнтр Еўропы.

В ответах школьников встречается больше контаминаций и искажений, чем у студентов: *хлеб* – галава 3; *соль* – усяму галава; *чалавек* – і ў Афрыцы чалавек.

К прагматическому уровню следует отнести культурно маркированные реакции, например антропонимы. Как правило, это имена, фамилии, клички известных или важных для информанта людей: *Беларусь* – Лукашэнка 8, Лукашэнка А.Р.; *сябар* – Аксана, Боча, Віка, Вітка, Дёня, Жэня, Кузя, Лёша, Лідуся, Мірашнічэнка, Тёма, Усцінаў, Фіма, - и др. Значительно реже среди ответов информантов встречаются другие онимы, например топонимы: *Беларусь* – Ірак, цэнтр Еўропы; *блакітны* – Беларусь 3, Італія; *вада* – Нарач; *дом* – Полацк 2, Гомель; *бульба* – Беларусь 10, Амерыка 2; *жыццё* – Прыдзвіння; *зямля* – Беларусі, Марс

2, родная Францыя, Юпітэр; мова – Беларусь 8; чырвоны – СССР 2, Марс; соль – Мазыр, Беларусь; чорны – Афрыка.

Среди реакций встречаются аббревиатуры, причем здесь очень часты русизмы: **вучыцца** – ВГУ, ВДУ, ВУЗ (бел. *вну* – вышэйшая навучальная ўстанова); **блакітны** – ВДВ (бел. ПДВ – *паветрана-дэсантныя войскі*); **хвароба** – СНІД 2, - особенно распространены явления интерференции в речи школьников: **хвароба** – *спід*, СПІД (бел. СНІД – *сіндром набытага імунадэфіцыту*).

К прагматическим следует отнести несловесные или неполностью словесные реакции: **вада** – 4я *абшчага*; **вучыцца** – на “10”, 6 *этаж*; **вясна** – 8 *сакавіка*; **дзень** – з 12.00 да 19.00 (*час*); **дом** – Дом-2 2; **жыццё** – Дом-2, 1-0; **злосць** – на 5 *хвілін*; **кветкі** – 8 *сакавіка* 3; **месяц** – 1/12 года, 12; **памяць** – 9 мая; **радасць** – адзнака “9” і “10”; **спаць** – да 11-ці, *інтэрнат №3*; **справядлівасць** – 10; **студэнт** – 5 курс; **час** – *60 хвілін* 4 (семантическая интерферентная ошибка: бел. *час* ‘время’), *ноч* 23.00, 1/24 *ад сутак*, 3.00, 16.22, 17:20, 60.

Многие из таких реакций, как мы видим, культурно и социально обусловлены. Помимо них часты формулы, символы и другие специальные обозначения (**вада** – Н:О 4; **бульба** – *вясна* =), *ежа* =), *дранікі* => *ежа*; **Беларусь** – <...>; **грошы** – \$; **лёс** – *вучоба* + *праца*, *шчаслівы/ не-//*; **праца** – з/п), а также адаптированные и неадаптированные заимствования: **песня** - *Argentum, Elvis, J:морс, J-mors, Maksim, Sharlotta Pirelli – Hero, RU.TV*; **памяць** – *DDR II*; **вера** – *Cristian Vieri*; **чалавек** – *homo sapiens* 6; **чырвоны** – *Life*); **памяць** – *memory* (англ.), *la memoire* (фр.); **праца** – *love*; **чалавек** – *хomo sapiens* 2, *тап* (англ.). Характерная особенность и студенческих, и школьных реакций – употребление так называемых смайликов: **бульба** – *дранікі* :); **чырвоны** – *Life* :); **дзяўчына** – *падруга* :); **дзень** – *ноч* :-р; **жыццё** – *Тема* :-0; **кахаць** – *дзяўчыну* :-0; **хвароба** – *цэ крута* :). Появление таких реакций (их число, по-видимому,

будет расти) свидетельствует о возрастающей роли телекоммуникаций в современной жизни, в частности Интернета (см. 1.3).

Часто предложенные стимулы воспринимаются информантами как вопрос или реплика в диалоге – в таких случаях реакция выступает как ответная реплика: *грошы* – *дзе ўзяць?!*; *дзяўчына* – *красівая?*; *дружыць* – *з кім?*; *кахаць* – *каго? 3, за што?*; *лёс* – *які ён?*; *справядлівасць* – *дзе?, Нет. А дзе яна?*; *сэнс* – *навошта? 2, у чым?*; *шчасце* – *дзе яно? 2.*

Особое место занимают так называемые алогизмы, свидетельствующие о незнании предмета, факта или языковых характеристик отдельных лексем: *сабака* – *злая 7, верная 4, вялікая 2, белая, бешаная, галодная, ласкавая, мая, прыгожая, харошая* (бел. *сабака* мужского рода). Особенно часто это встречается в ответах школьников: *зямля* – *сёмая планета ад сонца; кахаць* – *маці 3, радзіму 2, бацькоў, бацьку, родных, чыстату* (бел. *кахаць* ‘_мець сардэчнае пачуццё да асобы другога полу’).

Неразрывная связь прагматического уровня языковой личности и национально-культурного компонента языковой картины мира уже неоднократно продемонстрирована выше на исследованном материале. Приводимые ниже данные направлены именно на национально-культурную специфику вербального мышления молодежи Беларуси.

Так, например, самой частотной ассоциацией на стимул *праца* стали слова *цяжкая 61, цяжка 20, цяжкасць 10, цяжкасці 6*. Кроме того, показательными, на наш взгляд, являются ответы *руплівая 10, стомленасць 5, лапата 4, добрасумленнасць 3, добрасумленная 3, зямля 2, намаганне 2, пот 2, рыдлёўка 2, саха 2, стома 2, адскій труд, ахвяра, горб, жатва, карпець, мазалі, мазоль, на зямлі, няшчасная праца на полі, поле, рыдлёўка і зямля, сялянская, у полі, хлеб, хлебароба, цяжкая справа* и под. В

ряду этих ассоциаций выделяются два семантических центра: *праца цяжкая* и *праца звязана з зямлёй*, т.е. проявляется культурно-исторический стереотип, закрепленный в художественной литературе, *адвечнай прывязанасці беларуса-сяляніна да зямлі*. Неслучайно одной из частотных реакций на слово **ЗЯМЛЯ** стала зеркальная ассоциация *праца*.

Художественной литературой и публицистикой закреплены стереотипы **ЗЯМЛЯ** (*родная 33, маці 11, вялікая 10, мая 6, карміцелька 3, прыгожая 3, урадлівая 2, шчасце 2, шчодрая 2, багатая, беларуская, дарагая, добрая, родны край* и т.д.); **СЛОВА** (*роднае 23, беларускае 3, бел. мова, беларускі*); **ХАТА** (*родная 21, радзіма 4, Радзіма 3, родныя 3, Беларусь, роднае месца, Родная, родная краіна, родны край, родны куток*); **ДОМ** (*родны 40, Радзіма 5, радзіма 4, роднае, родная хата, родны кут*); **БЕЛАРУСЬ** (*Радзіма 103, радзіма 53, родная 7, мая краіна 5, мая Радзіма 5, Бацькаўшчына 4, маці 4, мая 4, айчына 3, бацькаўшчына 3, мая радзіма 3, любімая 2, родны край 2, квітнее, квітнеючая Радзіма, краіна мая!, край родны, красуе, любімы край, Мая, Мая краіна, мая любая!, мая родная, мая родная маці, наш край, Радзіма!, Радзіма!, РАДЗІМА, Радзіма (любімая), Радзіма – памерці не страшна, родная краіна, Родны край, родны кут, самая лепшая, спадчына*); **МОВА** (*беларуская 67, родная 66, Беларусь 8, беларуская мова 6, Радзіма 3, радзіма 2, Беларуская, лепш беларуская, Родная, язык родны*).

Реакции, обусловленные событиями современной культуры и масс-культуры, распространены как среди студентов (*зьялены – Шрэк; прыгожы – Джэсіка Альба; дом – Дом-2 2; жыццё – Дом-2; песня – Бутырка, Д. Білан, евровидение, ідёт солдат домой, Кіркораў Ф., “Ласкавы май”, “Песняры”, “ПММЛ” (абрэвіатура назвы песні Земфіры “Прости меня, моя любовь”), старыя песні аб галоўным*), так и среди школьников (*жыццё – Лігалайз*

“Жыццё”; **прыгожы** – Брытні Спірс; **справядлівасць** – Робін Гуд 2, Рэмбо; **чорны** – бумер).

Наряду с обозначенными выше реакциями встречаются реминисценции на библейские сюжеты (**чалавек** – Адам; **слова** – а слова Бог, было ад Бога, “спачатку было слова...”; **час** – збіраць камяні; **вера** – Вялікдзень; преимущественно в речи студентов), а также на белорусский фольклор и мифологию (**вясна** – русалка; **дзяўчына** – русалка; **зіма** – каляды 2, калядаваць; **злосць** – чорт 4; **кветкі** – заручыны; **месяц** – купалле; **чорны** – чорт 5, нячысік).

Некоторые реакции информантов отмечены явным этнографическим колоритом: **бульба** – дранікі 21, дранік, драчанне, драчонне, звараная картошка, камы, картопля (украинизм), картошка, смажанка, смарная, тёрнікі. Тут же встречаются и заимствования *фры*, *чыпсы*. Одной из самых частотных ассоциаций на слово **бульба** стала перифраза *другі хлеб* 24.

На возникновение некоторых ассоциаций определенно повлияли устойчивые знания об исторических событиях: **праца** – серп і молат 2, камсамольцаў; **святло** – Ленін; **чырвоны** – СССР 2, вайна, камунізм, камуніст, камуністы, кастрычнік; **памяць** – вайна 9, аб воінах, аб загінуўшых, абеліск, воін, воіны, Вял. Айчын. вайна, дзень Перамогі, загінуўшыя, пра ахвяры ВАв, пра вайну, Хатынь, 9 мая; **чорны** – Хатынь.

Таким образом, на основании собранного материала можно судить о наличии определенных культурных стереотипов в сознании современной белорусской молодежи. Соотнесем полученные данные с данными Асацыятыўнага слоўніка беларускай мовы (АСБМ) А.И.Титовой [Цітова 1981] для выявления: а) динамики ассоциативных реакций за истекшие 30 лет, б) специфики языковой картины мира, присущей учащейся молодежи Беларуси.

Представим сопоставляемые данные в таблице, отражая первые три по частотности реакции на каждый стимул (курсивом выделены совпадающие реакции).

Таблица. Ассоциативные реакции информантов по данным эксперимента и АСБМ.

Стимул	Ассоциации		
	Школьные	Студенческие	АСБМ
абяцаць	<u>выпалняць</u> <i>выконваць</i> <u>доўг</u> , мама, слова	<i>выконваць</i> <i>выканаць</i> адказнасць <i>зрабіць</i>	<i>выканаць</i> прыйсці <i>зрабіць</i>
белы	<i>чорны</i> <i>снег</i> <i>колер</i>	<i>снег</i> <i>чорны</i> <i>колер</i>	<i>снег</i> хлеб <i>чорны</i>
блакітны	<i>неба</i> <i>вочы</i> Лагійка	<i>неба</i> колер <i>вочы</i>	<i>неба</i> экран небасхіл
вада	мора рака <i>чыстая</i>	<i>чыстая</i> празрыстая жыццё	<i>чыстая</i> халодная піць
вясна	любоў <i>каханне</i> красна	<i>каханне</i> <i>кветкі</i> <i>ранняя</i>	<i>ранняя</i> цёплая <i>кветкі</i>
дзень	<i>ноч</i> <i>святло</i> школа	<i>ноч</i> <i>святло</i> светлы	сонечны цёплы <i>ноч</i>
дзяўчына	каханне, сяброўка, <i>хлопец</i> <u>секс</u> <i>прыгожая</i>	<i>прыгожая</i> <i>прыгажосць</i> <i>хлопец</i>	<i>прыгожая</i> маладая <i>прыгажосць</i>
дом	сям'я хата кватэра	родны <i>вялікі</i> сям'я	высокі новы <i>вялікі</i>
жыццё	<i>радасць</i> <i>смерць</i> <i>доўгае</i>	<i>доўгае</i> <i>смерць</i> <i>радасць</i>	<i>доўгае</i> цяжкае шчаслівае
зіма	<i>снег</i> <i>холад</i>	<i>снег</i> <i>халодная</i>	<i>халодная</i> <i>снег</i>

	<i>халодная</i>	<i>холад</i>	<i>холад</i>
злосць	<i>нянавісьць драка гнеў, нервы</i>	<i>дрэнна нянавісьць чорная</i>	<i>вялікая чалавек прайшла</i>
зялёны	<i>трава ліст траўка</i>	<i>трава колер луг</i>	<i>луг ліст лес</i>
зямля	<i>планета неба, Радзіма, трава жыццё, круглая</i>	<i>круглая родная планета</i>	<i>круглая родная чорная</i>
кахаць	<i>дзяўчына дзяўчыну <u>секс</u></i>	<i>хлопец моцна сэрца</i>	<i>дзяўчыну моцна чалавека</i>
кветкі	<i>падарунак дарыць, <u>роза</u>, <u>розы</u> букет, свята</i>	<i>прыгажосць прыгожыя ружы</i>	<i>прыгожыя пахучыя ружы</i>
месяц	<i>ноч <u>луна</u>, май сонца</i>	<i>ноч май ясны</i>	<i>май ясны ноч</i>
памяць	<i>мозг <u>прошае</u> верш, могількі, <u>памятнік</u></i>	<i>добрая вечная доўгая</i>	<i>добрая сэрца кароткая</i>
праца	<i>труд <u>грошы</u> школа</i>	<i>цяжкая грошы цяжка</i>	<i>цяжкая добрая завод</i>
прыгожы	<i>кветка чалавек дзяўчына</i>	<i>хлопец чалавек дзяўчына</i>	<i>хлопец чалавек дзень</i>
радасць	<i><u>пабеда</u>, <u>шчасце</u> <u>смех</u> вяселле, падарунак</i>	<i>усмешка <u>шчасце</u> <u>смех</u></i>	<i>вялікая мая жыцця</i>
салодкі	<i>сахар горкі канфета</i>	<i>цукар чай пацалунак</i>	<i>цукар мёд чай</i>
святло	<i>сонца дзень</i>	<i>дзень сонца</i>	<i>яркае лямпа</i>

	сонейка	яркае	электрычнае
справядл і васць	суд чэснасць закон	праўда, суд закон, няма адзнака, дабро	праўда чалавек чалавечая
студэнт	вучоба інстытут вучань	вучоба універсітэт сесія	вучоба інстытут завочнік
сэнс	жыцця жыццё смысл жыцця	жыцця жыццё мэта	жыцця слова кіно
сябар	лепшы дружба верны, чалавек	лепшы верны надзейны	добры лепшы мой
халодны	лёд зіма, снег вецер	лёд зіма снег	вецер дзень лёд
хата	дзярэўня дом сям'я	сям'я дом вялікая	старая новая вялікая
хвароба	боль бальніца, грып, лякарства дрэнна, плоха	боль цяжкая дрэнна	цяжкая здароўе грып
хлеб	ежа яда зерне	ежа смачны свежы	смачны чорны свежы
хлопец	дзяўчынка, друг, сябар дзяўчына вучань, мужык, прыгожы, я	прыгожы каханне дзяўчына	прыгожы добры малады
чалавек	жыццё существе, сябар добры	добры жыццё істота	добры высокі ідзе
час	время, часы гадзіннік врэмя	гадзіннік хуткі доўгі	ідзе доўгі гадзіна
чорны	ноч кот	кот ноч	дзень белы

	<i>колер</i>	<i>колер</i>	воран
чырвоны	<i>кроў</i> <i>роза</i> , сэрца <u><i>флаг</i></u>	<i>колер, кроў</i> <i>сцяг</i> <i>ружжа</i>	<i>сцяг</i> гальштук <i>колер</i>

Наиболее частотные реакции совпадают во всех трех случаях. Однако есть и хронологические изменения. Например, по данным современного эксперимента, увеличилось число антропонимов (как правило, это имена, фамилии или прозвища людей). Отмечается также большее количество реакций, демонстрирующих субъективное отношение информантов к явлению, обозначенному словом-стимулом: *радасць* – *ух-ты*; *студэнт* – *крута!!!*, *шчасце!!!*; *сцэна* – *клас!* В ответах и студентов, и школьников появились названия новых реалий (*прыгожы* – *джынсы, мабільнік, мадэль*; *праца* – *офіс 2, бізнесмен*; *грошы* – *еўра 3, банкамаст*; *дом* – *катэдж 3, еўра-рамонт, у кредыт*; *хата* – *катэдж*), значительная часть которых – следствие глобальной компьютеризации: *памяць* – *дыск, жорсткі дыск, флешка, флэш, флэшка, флешкарта*; *радасць* – *кампутар*. Разумеется, не отмечены в Асацыятыўным слоўніку беларускай мовы (АСБМ) А.И.Титовой такие реакции, как: *белы* – *гераін*; *зялёны* – *канапля 2*; *іголка* – *наркатыкі*; *капустя* – *грошы 7, дзеньгі, долары*; *хлопец* – *качок (сілач), круты чэл*; *чалавек* – *кілер*, а также результаты воздействия рекламы: *вада* – *Дарыда*; *салодкі* – *чупа-чупс 2*; *соль* – *Галіна-бланка*; *сябар* – *бабёр* (из рекламы зубной пасты); *чырвоны* – *Life*; *хвароба* – *фервекс*.

Полученные в ходе эксперимента реакции-ответы позволяют сделать некоторые выводы о приоритетах современной учащейся и студенческой молодежи.

Для обеих групп испытуемых ведущей концептосферой является вид деятельности – учеба, реалии школьной и студенческой жизни, при этом в реакциях школьников отражается поверхностное знакомство со

студенческой жизнью: *студэнт* – вучань, толькі стары; вучоны чалавек; вядзе ўрокі; добры вучань; наш настаўнік; пасля школы; разумны чалавек, які змог паступіць у інстытут.

Принадлежащее к центральным понятиям в менталитете информантов слово **вучыцца** вызвало у студентов следующие наиболее частотные ассоциации: добра 47, веды 20, цяжка 18, студэнт 16, універсітэт 14, старанна 10, трэба 9, мучыцца 7, праца 7. Для части информантов **вучыцца** значит працаваць 6, жыць 5, цікава 5, ведаць 4, пазнаваць 4, разумець 3. Учеба также связана с определенными трудностями: цяжка 18, цяжкасць 5, не спаць, не шкадаваць часу, пэўныя цяжкасці, рыхтавацца, стамляцца але верыць, труд, трудна. И менее частотные реакции: цікава 5, набываць веды 4, будучыня 2, жыццё 2, радасць 2, цікавасць 2, ічасце 2, будучае, весела, гонар, дасягаць большага, з захапленнем, здабываць веды, ісці да мэты, любіць, пазнанне новага, прыемна, спасцігаць навуку, спасцігаць новае, узрастаць, хачу, а с другой стороны – лягота 6, не хочацца 5, лень 3, гора 2, мучэнне 2, надаела 2, дарма, злосць, надакучыла, не вучыцца (біць лынды), не жадаем, не люблю, не трэба, не хачу, не хочацца ўжо, нічога не рабіць, нудна, нудота, няшчасце, прыкрасць, таміцца, цяжкі лёс. Если следовать трем самым частотным ассоциациям, **вучыцца** для современного студента – это одновременно и добра (47), и цяжка (18), и связано в первую очередь с понятием веды (20).

Неоднозначные ассоциации вызвал у студентов стимул **студэнт**: добры 15, вясёлы 14, разумны 11, адказны 6, весялосць 5, весела 4, цікава 3, вясёлы чалавек 2, працавіты 2, прыгожы 2, старанны 2, цікавы 2, адукаваны, атлічнік, выдатнік, выдатны, вынаходнік, вясёлае жыццё, вясёлыя гады, добра, добрасумленны, крута!, радасць, сумленны, СУПЕР!, сур'ёзны, харошы, шчасліўчык, ічасце, ічасце!!! И вместе с тем лянівы 4, лайдак 3, дрэнны 2, дурак 2,

дурань 2, жывёла 2, невуч 2, абы-які, алкаголік, бяспраўны чалавек, бядняк, дурны, жах, лень, лянівец, мукі навукі, неахайны, непрыемнасці, нечалавек, нуль, прагульшчык, раздолбай, сачкун, УЖАС, хвасты, цяжка, цяжкае жыццё, цяжкасці і др.

Значительное место в языковой картине мира современной молодежи занимает семья. Семья, с одной стороны, это отец, мать, брат, сестра, дом, в котором родился и в котором прошло детство, а с другой – собственная семья, перспективная или новая, недавно созданная пара – муж и жена. Разнообразие ролей, которые выполняет или к которым готовится информант, отражается в ассоциациях: **шчасце** – сям'я 23, дзеці 7, дзіця 3, маці 3, у сям'і 3, бацькі 2, дачка, калі ў сям'і лад і дзіця здаровае, мацярынскае, мае родныя, муж, родныя, у жыцці сямейнае, шлюб; **дом** – сям'я 21, маці 19, бацькі 14, мама 5, бацькоўскі 4, родныя 4, бацька, бацькоў, бацькоўскі кут, блізкія людзі, матчын, маці і бацька, маці і тата; там, дзе жыве матуля; хата бацькоў; **жыццё** – сям'я 3, дзіця 2, маці 2, дзеці і бацькі; **кахаць** – маці 3, муж 3, сям'я 2, бацькі, бацькоў, дзеці, дзяцей, жонку, мама, маму, мужа, сын; **лёс** – сын, сям'я; **радасць** – маці 7, сям'я 4, дзіця 3, дзіцё, мама, усёй сям'і; **сэнс** – сям'я; **дзяўчына** – маці; **хлопец** – муж 3, сын, сям'я; **чалавек** – муж 2, маці; **хата** – сям'я 26, маці 13, мама 6, бацькі 4, бабуля 3, родныя 3, бацькоўскі дом 2, матчына 2, родзічы 2, бацька і маці, бацькава, мама і тата.

В списке же школьных ассоциаций очевидным образом проявляется только роль сына или дочери, а ассоциации муж и жонка среди реакций отсутствуют: **дом** – сям'я 11, бацькі 4, жыць з сям'ёй, маці, радзіцелі, родныя людзі, сямейны ачаг; **жыццё** – сям'я 5; **хата** – сям'я 6, бацькі 4, бабуля, маці, радзіцелі.

Немалое место занимают в жизни и школьников, и студентов любовь и дружба: **кахаць** – моцна 25, шчыра 11,

назаўсёды 8, давяраць 6, вельмі 5, вернасць 4, аддана 3, быць шчаслівым 3, вечна 3, усім сэрцам 3, на ўсё жыццё 2, быць разам, быць самаадданым, быць чэсным, верна, даражыць, доўга і вечна, назаўжды, самааддана, самааддача і т.д.; **друзыць** – моцна 19, назаўсёды 8, вернасць 6, доўга 6, давяраць 5, заўсёды 4, крэпка 4, вечна 3, назаўжды 2, верна, всегда, да гроба, ісці на ахвяры, наўсёгда, размаўляць на блізкія тэмы, усё рабіць разам і др.

Определенную информацию дают реакции на слова **хлопец** и **дзяўчына**. Самые частотные реакции на эти стимулы имеют определенные совпадения: **дзяўчына** – прыгожая 90, прыгажосць 50, хлопец 23, сяброўка 17, прыгажуня 15, маладая 13, каханне 12, маладосць 7, я 6, вясёлая 5; **хлопец** – прыгожы 76, каханне 51, дзяўчына 30, каханы 17, высокі 14, сябар 14, мой 13, чалавек 10, добры 7, любоў 7, малады 7.

Большая часть и частотных, и единичных реакций связана с внешним видом: **дзяўчына** – прыгожая 90, прыгажосць 50, прыгажуня 15, каса 5, высокая 3, косы 3, красата 3, красуня 3, красівая 2, бландзінка 2, касічкі 2, банцікі, доўгія валасы, нафарбаваны твар, расквітнелая, рыжая, светлавокая, статная, стройная, фігурная, шэравокая и др.; **хлопец** – прыгожы 76, высокі 14, моцны 6, белабрысы, бландын, красівы, прыгажосць, прыгажун, рослы, рост, сільны, статны, цемнавалосы, чарнавокі, чарнявы и др.

В свою очередь зеркальные ассоциации **хлопец** и **дзяўчына** стали частотными реакциями на стимул **прыгожы**: хлопец 84, чалавек 49, дзяўчына 38, кветка 36, дзень 26, твар 17 и т.д.

Значительно меньшее число реакций на эти стимулы связано с чертами характера, качествами личности: **дзяўчына** – вясёлая 5, разумная 4, добрая 2, смелая 2, весялуха, гонар, дабрыня, злая, кемлівасць, кемлівая,

легкадумная, нявернасць, пачуццё ўласнай годнасці, працавітая, прыветлівая, сароміцца, таленавітая, цнатлівасць и др.; **хлопец** – добры 7, мужнасць 4, разумны 3, вясёлы 2, мужны 2, падтрымка 2, ветлівы, добразычлівасць, розум, смелы, умны, упэўненасць, шчыры и др.

Грошы студент связываает с такими понятиями, как *багацце* 23, *шчасце* 13, *неабходнасць* 6, *дабрабыт* 3, *дастатак* 3, *магчымасці* 3, *багацтва* 2, *жыццё* 2, *задавальненне* 2, *радасць* 2, *гэта ўсё!*, *сродак, сродак на жыццё, сэнс, сэнс жыцця*. Их количество студент определяет по-разному: *шмат* 22, *вялікія* 17, *мала* 13, *многа* 9, *няма* 9, *не хапае* 6, *вечна не хапае, дзе ўзяць?!*, *многа не бывае, мноства, недастаткова, недахоп, трэба шмат, шмат не бывае*.

Ассоциации *грошы* и *шчасце* являются зеркальными. Интересен тот факт, что в ответах на стимул **грошы** слово *шчасце* занимает четвертую по частотности позицию (13 реакций), а в ответах на стимул **шчасце** слово *грошы* занимает только десятую позицию (4 ответа). Для студентов **шчасце** в первую очередь – это *радасць* 34, *каханне* 26, *сям'я* 23, *любоў* 16, *жыццё* 14, *дабро* 7, *дзеці* 7, *усмешка* 7, *здараўе* 4.

Жыццё воспринимается и оценивается информантами с позиций своего возраста. Поэтому неслучайно самой частотной реакцией на этот стимул в студенческих ответах является слово *доўгае* 48. Показательны также реакции *вечнае* 15, *вечнасць* 12, *бясконцае* 2, *бяскончасць*, *бяскрайнасць*, *дліннае*, *доўгае і неклапотнае*, *доўгае і шчаслівае*. Антонимичные реакции гораздо менее распространены: *кароткае* 8, *імгненне* 3, *міг* 2, *маленькае*, *не вечнае*, *не назаўсёды*, *хутка*, *хуткацечнае*.

Существенное место в списке ассоциативных реакций принадлежит прецедентным текстам и антропонимам (см.

выше о прагматической составляющей языковой личности, а также раздел 2).

В процессе обработки полученной информации отмечались многочисленные случаи нарушения правописания, большое количество русских слов (они отмечены в приводимых примерах подчеркиванием), особенно в ответах школьников. Это свидетельствует о тесном взаимодействии и взаимовлиянии двух языков, приводящем к белорусско-русской интерференции.

2. Прецедентные феномены как фрагмент языковой картины мира современной белорусской молодежи.

Нельзя не согласиться с мнением Г.Г.Слышкина о том, что “языковой состав национального корпуса прецедентных текстов зависит от характерной для данного социума языковой ситуации” [Слышкин 2000: 33].

Поскольку функционирование белорусского языка сегодня ограничено сферами литературы, искусства, независимой прессы и СМИ, то язык и соответствующие культурные знаки становятся прерогативой ограниченного круга интеллектуалов, своего рода субкультурой.

Сегодня школа является основным транслятором культурной информации. Школьная программа задает минимальный багаж знаний, необходимый для успешной коммуникации в рамках данного культурного сообщества. Именно школа, в частности обязательная программа по литературе, является доминантой в интерпретации тех или иных текстов как прецедентных. В школах Беларуси в условиях неравной конкуренции изучаются белорусская и русская литературы, поэтому на сегодняшний день исследование когнитивной базы белорусов, специфики функционирования белорусских прецедентных единиц в коммуникации и разных видах дискурса – нетривиальная задача.

Цель проведенного исследования – определение степени актуальности того или иного прецедентного феномена для белорусской когнитивной базы (картины мира), а также изучение переключения лингво-культурного кода в процессе эксперимента.

Для эксперимента было отобрано 44 стимула, являющихся компонентами белорусских этноспецифических прецедентных феноменов (*Новая... зямля, Людзі...на балоце*), которые входят в школьную программу. В эксперименте, который проводился на белорусском языке, приняли участие 100 человек: подростки, студенты-гуманитарии, студенты негуманитарных специальностей, молодые инженеры-программисты.

В результате эксперимента были получены самые разные ассоциации, которые можно классифицировать по характеру связи между словом-стимулом и словом ассоциацией на синтагматические (*Родны... край, След...на снезе, Сонца... грэе*) и парадигматические (*Сонца... зямля, Тарас... Іван, Шчасце... каханне*). К синтагматическим в данном случае относятся и фразеологические (*Пан... або прапаў, Паміж... двух агнёў, Крык... душы*), а к парадигматическим – гипонимические и гиперонимические ассоциации (*Радзіма... Крывія, Пан... Радзівіл, Сонца... планета*).

В результате эксперимента были восстановлены прецедентные имена (*Каласы... Я. Колас, Шляхта... Пане Каханку, Магутны... Вітаўт, Дзед... Талаш*), прецедентные высказывания (*Паміж... пустак, балот, Я... мужык-беларус, пан сахі і касы*), прецедентные тексты из литературы (*Тарас... на Парнасе, Знак... бяды*), живописи (*Чорны... квадрат, Крык... Мунк*), музыки (*Песня... падземных жыхароў, Я... нарадзіўся тут*), тэатра (*Каханне... ў стылі барока, Балада... пра каханне*), кино (*Балада... пра салдата, Сэрца... Банівура*),

мифологические и религиозные представления белорусов (*Птушкі... души, тры... Тройца, Слова... Хрыстос, Родны... Бог, Слова... Божае, Сын...Божы*), фоновые знания и реалии общественной и культурной жизни (*Шлях... чарнобыльскі, Дзве... мовы, Песня... года, Паміж... часопіс*).

Особый интерес представляют реакции, основанные на глубоком знании концептуального содержания прецедентного текста (*Каласы... валошкі, "Апокрыф"... Багдановіча, Паміж... "Адвечным шляхам" Абдзіраловіча*). Такие ассоциации единичны и принадлежат гуманитариям.

Встречались случаи ошибочного распознавания прецедентного феномена (*Хроніка... Смятрыцкага, Сымон... Гарэцкі, Запіскі... з-пад эшафота*).

Согласно данным эксперимента, школьники 14-15-летнего возраста владеют прецедентными феноменами слабо, среди этой группы чаще всего наблюдалась стратегия игнорирования стимула и списывание реакции у соседа (!). Результаты эксперимента подтвердили, что в 14-15 лет человек еще не владеет необходимым культурным минимумом. Именно в группе школьников чаще всего встречалась стратегия отказа от ассоциации. Но следует отметить, что в эксперименте были задействованы белорусские прецедентные феномены, которыми население Беларуси в целом владеет достаточно слабо: коммуникация ведется преимущественно по-русски, следовательно, информанты достаточно часто прибегают к русским прецедентным феноменам.

Программисты чаще других прибегали к ссылкам на средства массовой информации (*Праўда... газета, ... СМІ*), в то время как гуманитарии – на прецедентные тексты из литературы и искусства (*Сонца... маладзіковае, Пошукі... імя, Крык... што жыве Беларусь, Крык... Мунк, Хроніка... Даліміла*).

Поскольку эксперимент проводился на белорусском языке, то он преимущественно вызывал ассоциации с белорусской культурой: язык стимула детерминировал обращение к белорусской когнитивной базе. Тем более интересными представляются случаи, когда информанты обращались к иноязычным и инокультурным ассоциациям. Например, стимул *Тарас* ассоциируется скорее с украинской культурой (*Тарас Бульба 47, Тарас Шаўчэнка 5*), чем с белорусской (*Тарас на Парнасе 44*). А прецедентное имя *Сымон* целиком принадлежит белорусской когнитивной базе (*Сымон-музыка 62, Сымон Будны 31*).

Наибольшее количество прецедентных ассоциаций были вызваны так называемыми жанровыми существительными, когда жанровая характеристика включена в название произведения: *Хроніка Літоўская і Жамойцкая, Слова пра паход Ігаравы, Песня пра зубра, Балада пра салдата* и т.д.

Практически все прецедентные ассоциации, данные на стимул *Песня*, принадлежат к разным сферам белорусского этнокультурного поля: *Песня... пра зубра 26, жалоба 2, Адвечная* (литература), *народная 7* (фольклор), *песняў 2* (религия), *года 6, свабоды 3, пра каханне 3, падземных жыхароў, Уліса* (музыка).

Среди ассоциаций на стимул *Хроніка*, кроме белорусских (*Хроніка Быхаўца 28, Палеская хроніка 3, Магілёўская хроніка*), встречаются и инокультурные прецедентные ассоциации (*Хроніка Нарніі 7, Амбера, Даліміла, Рыдына, Крымінальная хроніка*).

Наибольший интерес представляют реакции на стимул *Запіскі*. Самая популярная ассоциация – *Запіскі сумасшедшего*, причем интересно, что были и очевидные кальки: *звар'яцелага, вар'ята*. Тут представлена только одна белорусская ассоциация (*Запіскі Самсона Самасуя 16*)

и много инокультурных (*охотника 10, покойника, Штирлица, Холмса*).

Стимул *Лісты* примечателен тем, что в ассоциациях конкурировали только белорусские культурные ассоциации (*з-пад шыбеніцы 13, з-пад коўдры 9, з Хельсінкі*). Остальные реакции показывают, что только 45 % информантов понимают *Лісты* как *письма*, 28 % – как *листья*, и 28 % – как *листы* бумаги. Таким образом, эксперимент дал основание утверждать, что большинство опрошенных, знакомых с белорусским языком через русский, с трудом осознают отличия близкородственных языков.

Наибольшее число национально маркированных ассоциаций вызвал стимул *Паміж* ‘между’. Во-первых, это фразеологизмы со значением колебания: *паміж двух агнёў, паміж молатам і накавальнай, паміж Сцэлай і Харыбдай*; во-вторых, это устойчивые выражения со значением локализации в пространстве и времени: *паміж небам і зямлёй, паміж Польшчай і Расіяй, паміж былым і будучым, паміж радкоў*; в-третьих, это компонент прецедентного высказывания: *Паміж пустака, балот беларускай зямлі, Паміж пясчоў егіпецкай зямлі*; в-четвертых, философский концепт: “*Адвечным шляхам*” *Абдзіраловіча, Часопіс, Акудовіч*. Следовательно, пространственный концепт *Паміж* является ключевым концептом белорусской культуры, поскольку осмысливается в культурных ассоциациях разного уровня: фольклорное осмысление, литературное, философское.

Анализ ассоциаций, данных на стимулы, показал частое переключение культурных кодов. Обращение информантов к инокультурным прецедентным феноменам позволяет нам отнести их к разряду если не универсально прецедентных, то регионально прецедентных (см. реакции на стимул *Тарас* и под.).

Остановимся на интерпретации ассоциаций, вызванных группой стимулов *Шляхта, Шляхціц, Пан, Мужык* с целью выявить стереотипные характеристики, которые приписываются этим исчезнувшим культурно-историческим типам.

Эксперимент выявил разнотипность в национальной идентификации *шляхты*: польская 14, литовская (*лицвіны, ВКЛ*) 10, белорусская 8, Рэч Паспалітая, апалчаная, мясцовая, беларуса-паляк, жыд. *Шляхта* понимается как “текущее” сословие, которое перетекает в ту или иную национальную форму под влиянием политических настроений – это подтверждают такие реакции, как *вольнасці, апалчаная, беларуса-паляк, жыд*.

Шляхта, шляхціц, пан неизменно ассоциируются с богатством. Однако у *шляхты* превалирует компонент образованности, интеллигентности, элитности, достоинства, даже молодости и красоты. *Пан* же характеризуется как *злосны, дрэнны, грубы, дурны, нахабны*; актуализируется компонент власти.

Эксперимент позволил эксплицировать оценочные коннотации: на стимул *Шляхта* были даны ассоциации *сабака* и *свіння*. Атрибутами *шляхтича* были названы *жупан* и *капялюш*. *Пан* получил более развернутый портрет: *лысы, тоўсты, дужы, вусы, барада, скураныя боты*.

Таким образом, на основании результатов эксперимента можно утверждать, что стереотипы *шляхціца і пана* в белорусской картине мира нетождественны: шляхтич, как правило, богатый, образованный, молодой и красивый представитель элиты, носитель “шляхетного” достоинства. *Пан* – тот, кто властвует (ассоциации *цар, кароль*), угнетает и хозяйничает (*прыгнятальнік, тыран, ланцуг, хазяин*). Он богат, но при этом, в отличие от шляхты, невоспитан, зол, груб, глуп и нахален.

Мужык обособлен от рассмотренных выше стереотипов. Весьма характерно, что это слово не является историзмом, в отличие от предыдущих обозначений, оно развило несколько иное значение и устойчиво функционирует в современном языке. Но в эксперименте превалирует первичное значение *мужык – селянін*. Это, на наш взгляд, обусловлено оппозицией *пан — мужык*. На стимул *мужык* были получены такие ассоциации: *прыгонны, прыгнечаны, бедны, гаротны, раб, рабочы, селянін, батрак*. Трудлюбие и любовь к земле обозначены посредством следующих атрибутов: *працавіты, зямля, з плугам, вілы, рукі*. Остальные характеристики могут быть отнесены и к мужику-крестьянину, и к представителю мужского пола: *просты ІЗ, шчыры, добры, разумны, дасціпны, цёмны, грубы, магутны б, тоўсты, п'яны; вусы, барада, лапаць, ва ўзросце*. Таким образом, мужик – человек с открытым характером, чувством юмора, практической сметкой, сильный и работающий.

Нельзя не отметить тот факт, что эта группа стимулов вызвала наибольшие трудности и, как следствие, максимальное количество прочерков, особенно среди школьников. Эти культурно-исторические стереотипы развиваются в процессе социализации, знакомства с историей, а также произведениями белорусской литературы (“Полацкая шляхта”, “Пінская шляхта”, “Шляхціц Завальня...”, “Пан Тадэвуш” и т.д.). Эта группа прецедентных феноменов образует периферию когнитивной базы.

Результаты эксперимента были сопоставлены с материалом “Асацыятыўнага слоўніка беларускай мовы” [Цітова 1981: 109-110]. Основой сравнения стал стимул *Чорны*, отраженный как в словаре, так и в эксперименте.

Синтагматические ассоциации позволяют выявить эталоны черного: *вугаль, сажка, попел, дым, ноч, негр, хмара, бездань, кава*. Черный цвет – символ скорби,

смерти: *крыж, хустка, труна, жалобны, канец, крумкач, няшчасце, смерць, хворы, шаль, шлях* (в словаре) и *крумкач, жалоба, смерць, анёл, шлях* (в эксперименте). В словаре многочисленны ассоциации, связанные с печальным настроением, угнетенным состоянием духа, в то время как в эксперименте такие ассоциации практически отсутствуют.

Похожую степень распространенности имеет ассоциация *ворон, крумкач*. Это связано с общеизвестной песней (прецедентный текст), а также с разработанностью этого образа в белорусском фольклоре. Интересно, что лидер эксперимента *Чорны...бусел* (21) в словаре имеет индекс 4 (при отличии количества информантов в 10 раз). Это можно объяснить появлением в школьной программе произведения Виктора Казько “*Выратуй і памілуй нас, Чорны бусел!*”, посвященного выживанию в чернобыльской зоне, а также активным ростом интереса общества к экологической проблематике. В целом топонимы *Няміга* и *Чарнобыль*, являющиеся символами прецедентных ситуаций, стали для Беларуси национальными концептами.

Наиболее частая ассоциация в словаре – *Чорны дзень* (97) встречается и в эксперименте (только 6 раз). Изменение фоновых знаний наглядно демонстрируется реакциями *Чорны лімузін* (сл.) і *Чорны бумер* (эксп.), *Чорны корпус мабільніка* (эксп.).

В связи с избранным нами стимулом *Чорны* очевидно также и то, что опрошенные информанты (*Чорны бусел 21, Чорны Кузьма 11, Чорны крумкач 8, Чорны кот 4, Чорны квадрат 3, Чорны замак Альшанскі 3, Бумер 2, Бім 2*) в большей степени живут в белорусском культурном поле, чем информанты, ассоциации которых помещены в словаре 1981 года (*Чорны ворон 62, Чорны кот 48, Чорны чалавек 10, Чорны Кузьма 23*). Обратим внимание на то, что прецедентное имя *Кузьма Чорны* представлено как в

словаре (23), так и в эксперименте (11). *Чорны квадрат* – реже: в эксперименте – 3, в словаре – 1. А ассоциация *Чорны замак Альшанскі* в словаре вообще отсутствует. Как видим, одни культурные ассоциации изменяются, другие остаются неизменными, что и определяет ядро когнитивной базы белоруса.

Таким образом, направленный ассоциативный эксперимент дал представление о системе прецедентных феноменов и других культурных знаков в когнитивной базе информантов, а также позволил выявить степень актуальности тех или иных прецедентных единиц в языковой картине мира информантов – молодых белорусов.

Проведенное исследование позволило выявить ядро прецедентных феноменов белорусской когнитивной базы: *Роднае слова* 67, *Бывайце здаровы* 67, *Родны край* 66, *Сымон-музыка* 62, *Выбачайце, калі ласка* 55, *Родная мова* 52, *Простыя словы* 48, *Тарас Бульба* 47, *Каласы пад сярпом тваім* 46, *Тарас на Парнасе* 43, *Людзі на балоце* 40, *Зорка Венера* 40.

Стимулы группы *родны, родная, роднае* дали много концептуальных и прецедентных ассоциаций: *Родны кут* 39, *Родны край* 18, *Родны горад*, *Родная мова* 52, *Роднае слова* 67, *Роднае карэнне* 5. В число наиболее актуальных для белорусской лингво-культурной картины мира вошли словосочетания *роднае слова, родны край, родная мова*, которые трудно отнести к прецедентным, невзирая на то, что существует немало произведений с такими названиями. По-видимому, их следует трактовать как ключевые концепты белорусской культуры.

Парадигматические ассоциации на группу стимулов *родны, родная, роднае* позволяет выявить круг семантически близких понятий: *блізкі, цёплы, мілы, дарагі, любімы, белы, мяккі, мой*. Стимул *Родны* чаще всего вызывает ассоциацию с малой родиной (*край* 18, *кут* 39,

горад, Ваўкавыск, хата, дом 11, хутар, пад'езд), в то время как *Родная* ассоциируется в большей степени с большой Родиной (*мова 52, зямля 8, краіна 5*).

Обращение к прецедентным текстам требует раскрытия творческого потенциала личности. Как правило, они известны собеседникам и не требуют полного возобновления в процессе коммуникации, в отличие от разнообразных клише. В структуре языковой личности прецедентные тексты занимают особое место, выполняя роль типовых, стандартных средств (знаков, символов, ярлыков и под.) для оценки фактов, отношений и ситуаций, а любая оценка и самооценка является модальной реакцией и относится к прагматическому уровню организации языковой личности.

3. Новые концепты языковой картины мира современной белорусской молодежи.

Метод ассоциативного эксперимента использовался нами наряду с другими психолингвистическими методиками при описании концепта "Интернет" в картине мира современного студенчества. Информантами психолингвистического эксперимента стали студенты-гуманитарии. Эксперимент проводился на белорусском и русском языках (150 информантов, половина белорусскоязычных, половина русскоязычных) в 2 этапа:

- 1) написать краткое эссе на тему "Интернет – это ...";
- 2) представить ассоциативную карту памяти концепта "Интернет".

Анализ представленных эссе показал следующее.

Интернет позиционируется молодыми людьми, студентами-гуманитариями, как замечательное изобретение в сфере информационных технологий, необходимое, но неоднозначное. Неоднозначность Интернета проявляется в его оценке по параметру "польза/ вред", а также в его соотношении со временем. Интернет, безусловно, позволяет

экономить время, но, с другой стороны, это "паутина", которая "затягивает" и "отнимает много времени".

Помимо того, что Интернет представлен в полученных эссе как открытие, он подается совершенно иным образом – как живое существо. В рамках современной компьютерной метафоры антропоморфизируется не только компьютер, но и Интернет: Интернет – "друг, с ним можно беседовать, спорить" и т.д. Об антропоморфизации Интернета свидетельствуют и, казалось бы, противоположные по смыслу фразы: бел. *З Інтэрнэтам не пажартуеш, ён цябе проста не зразумее* 'С Интернетом не пошутишь, он тебя просто не поймет', - это значит, что в принципе такая постановка вопроса возможна.

И, в-третьих, Интернет позиционируется в эссе информантов как "виртуальное пространство", некий "возможный мир" со своим – отличными от реального мира – измерением, временем и законами.

Что дает Интернет пользователям? Какова его основная функция? Роль Интернета, по данным эссе, практически поровну распределяется между информацией и коммуникацией. Информация, в частности, представлена новостями или рефератами, а коммуникация – чатом или почтой, причем обе составляющие характеризуются полной свободой слова. В значительно меньшей степени (в шесть раз) Интернет – это развлечение, а кроме того, он еще и деньги, поскольку за пользование им нужно платить.

Что касается языковых аспектов существования Интернета, то степень его влияния на естественный язык оценивается невысоко (10-15%). Интернет практически никак не связан с лингвистическими наблюдениями (метаязыковой рефлексией); усиливает, но не слишком активно гипертекстовые характеристики речи; безусловным образом усиливает естественный язык; однако при этом усиливает его (языка) интернационализацию и оказывает на него демократическое воздействие.

Представленные студентами ассоциативные карты памяти "Интернет" в целом подтверждают выводы, сделанные выше. Интернет – это в первую очередь общение, почти в такой же степени – информация и в значительно меньшей – развлечение, а также реклама и торговля.

Русскоязычные и белорусскоязычные концептуальные карты принципиально не отличаются. Однако некоторые отличия все же есть. Для белорусскоязычных информантов Интернет – такой же ресурс, как *зямля, праца, нафта*; он в большей степени связан с аппаратной и программной составляющими информационных технологий (*камп'ютар 20, мадэм 10, вірус 5, мышка 4, сістэмны блок 2, мазгі 2, машына 2, клавіятура, дыск 2, флэшка, манітор, тэхніка, блог, ноутбук, гіпертэкст, IPTEL, трафік, пароль*), а также с *інтэлектуальнай дзейнасцю, напружаннем мозга и разумовай працай*.

Анализ приведенных ассоциативных карт дал некоторые неожиданные результаты. Для русскоязычных информантов Интернет-информация никак не связана с книгой и чтением, это скорее скачивание файлов, а книги и чтение однозначно принадлежат к области развлечений. Для белорусскоязычных *інфармацыя и кніга, навука, веды* – явления одного порядка, как, однако, и *плёткі*.

Для белорусскоязычных Интернет-общение более обширно и захватывающе: это *Сусвет 3, свет 5, краіна 5, народ 4*, а еще *хлопцы, мужчыны, флірт, каханне и перспектыва*.

Интересны единичные и несистематизируемые русскоязычные реакции на концепт-стимул "Интернет": *сеть (компьютер, локальная), информационные технологии, ресурс, время, авангард, глобализация, язык, игра, помойка, психические расстройства*. Белорусскоязычные: *грошы, час, мова, Інтэрнэт-кавярня, бяссонныя ночы, жах, парнасайт*. На белорусскоязычных картах на порядок больше атрибутов-характеристик, и

самые частотные среди них: *хутка, аператыўна, цікава, займальна, зручна, умоўна, віртуальна, суб'ектыўна, даступна, някасна, мала.*

* * *

Исследование, проведенное «в несколько рук», картины мира молодого белоруса, его знание прецедентных текстов, отношение к новым реалиям современного мира, выявило некоторые специфические черты сознания билингва в условиях двуязычной коммуникации.

Структура картины мира молодежи отличается от других групповых концептосфер не принципиально, но в частности. Для учащейся молодежи ключевой составляющей картины мира является фрагмент, связанный с их сферой деятельности – учебой. Учеба для молодого жителя Беларуси – нелегкий, но желанный, творческий труд. Специфика концептосферы “семья” связана с возрастными характеристиками и отличается для школьников и студентов. Жизнь представляется длинной, любовь важна и занимает ведущую позицию в межличностных отношениях, а представители противоположного пола оцениваются преимущественно по внешним данным.

Коммуникация в условиях двуязычия зачастую приводит к интерференции, причем степень интерференции снижается по мере “взросления” и социализации. Об этом свидетельствует исследование и ключевых концептов, и знания прецедентных феноменов. В ходе ассоциативного эксперимента, посвященного прецедентным феноменам, были выявлены тексты, относящиеся к ядру белорусской когнитивной базы и к периферии, причем ядро формирует не только школьная программа по литературе (хотя она, несомненно,

лидирует), но и прецедентные ситуации (см. Чернобыль, Немига и под.).

Новые концепты легко интегрируются в картину мира молодых людей, и в таких областях языковые различия (носители двух языков: русского и белорусского) очень незначительны. Пожалуй, некоторые из таких концептов, например Интернет, могут быть отнесены к ключевым концептам молодежной картины мира.

II.2. ЭТНИЧЕСКИЙ КОНЦЕПТ «FROMAGE» (СЫР) ВО ФРАНЦУЗСКОЙ НАИВНОЙ КАРТИНЕ МИРА: ПРАГМАТИКО-КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ

Исследование этнического концепта «fromage» как самостоятельной культурной области бытия представляется актуальным в связи с его безусловной включенностью в сам процесс существования человека. В то же время, этнический компонент является ядром человеческой личности, поскольку он есть заключенная в человеке этническая культура с ее традициями, ценностями, представлениями, нормами и правилами поведения и т.п. Этнический компонент ответствен за речевое поведение личности, т. к. определяет выбор речевых тактик и стратегий, принятых в той или иной культуре в процессе коммуникации [Савельева: эл.рес.].

Концепт «fromage» представляет собой сложное многослойное образование, имеющее высокую значимость для французской лингвокультуры, актуализирующее национально-маркированные аспекты, отражающие культурно-историческую детерминированность формирования соответствующей когнитивно-прагматической области бытия и языковой фонд французской наивной картины мира. Подтверждения аксиологической значимости искомого концепта не сложно

обнаружить даже при поверхностном анализе фактов внеязыковой действительности Франции. Сыр наряду с вином является неотъемлемой частью французской гастрономии. Согласно статистике 92% французов ежедневно употребляют этот продукт. Франция является одним из крупнейших мировых экспортеров сыра в более чем 150 стран [Culture fromage, 2009:13]. Сколько мудрых изречений посвящено этому продукту, например *Un dessert sans fromage est une belle à qui il manque un oeil* (Anthelme Brillat-Savarin), *Le camembert, ce fromage qui fleure les pieds du bon Dieu* (Léon-Paul Fargue), *Comment voulez-vous gouverner un pays où il existe 258 variétés de fromage ?* (Charles de Gaulle). В современной Франции сыр остается предметом обсуждений и в прессе, и в интернет-сети. В качестве примера подобных дискуссий хотелось бы привести отрывки из переписки участников одного из форумов, тема которого «Qui a la culture du fromage?»: *Moi je pose toujours du fromage à table!! j'en mange avec tout/Je suis française et j'ai la culture du fromage. Nous en dégustons en fin de repas et nous composons des repas rapides avec, comme salade, chèvre ou tomate, feta, olives noires/ lalala je suis une folle du fromage : st paulin, de chèvre, boursin etc tien j'ver aller prendre un pti morceau d'ailleurs lol.*

Обратимся к предмету нашего исследования – этническому концепту «fromage». Прежде всего, стоит ознакомиться с экстралингвистической информацией. Существует большое количество самых разнообразных мнений по поводу хронологической отнесенности изобретения такого продукта как сыр. Исследователи этого вопроса, ученые-историки сходятся в одном – сыр является очень древним видом пищи и его появление неразрывно связано с племенами кочевников и развитием скотоводства. Самые ранние упоминания этого продукта датируются примерно 10 000 лет д.н.э. Сыр изготавливали и в Древней Греции и в Древнем Риме. В средние века

появляются первые сведения о сыре во французских источниках. Впоследствии сыр становится частью истории французского социума и культуры, эмблемой страны, национальной гордостью, ассоциируется наряду с такими продуктами как хлеб и вино с хорошей жизнью. Изначально сыр является продуктом, производившимся в определенной ограниченной местности по специфическим технологиям. Основными натуральными ингредиентами сыра в различных комбинациях остаются молоко, сычужная закваска, ферменты, соль.

Слово «fromage» имеет интересную этимологию. Оно происходит от латинского слова *forma*, которое обозначало прессовочную форму для створаживания молока. С 13 века в источниках регистрируется слово «*formage*», «*fourmage*» или «*fourtaigne*» в старофранцузском языке. С 15 века слово получает свое современное орфографическое оформление.

Научным интересом характеризуется и проблема номинации сортов сыра, так как такое имя представляет собой знаковое образование, фиксирующее концепт не только как когнитивную структуру, но и как культурное образование.

Современная лингвистической наука оперирует непреложной идеей о том, что полноценное понимание языковых явлений, в том числе описание лексических единиц языка, невозможно без обращения к функциональной стороне языка и деятельностному подходу в теории номинации.

Задачей теории номинации является понимание общих закономерностей образования языковых номинативных единиц. Поскольку данные процессы теснейшим образом связаны с формами деятельности человека, то предметом теории номинации является и изучение результатов взаимодействия человеческого мышления, языка и действительности в процессах номинации. В центре

внимания теории номинации, как замечает Е.С. Кубрякова, оказывается не только анализ результатов номинации, но и анализ самого процесса номинации деятельность человека создаёт контекст, в котором языковые средства вступают в отношения друг с другом и отражают действительность; полноценно речевые произведения и их составляющие можно изучать, только обращаясь к знаниям о мире, определённым социальным нормам, в которых протекает человеческая деятельность [Е.С. Кубрякова, 1986].

Перейдем к рассмотрению прагматической составляющей этнического концепта «fromage» на материале номинаций сортов сыра.

В различных гастрономических энциклопедиях, справочниках, на специализированных сайтах указывается разные количества сортов сыра. Так в брошюре, изданной при *Appellation d'Origine fromagère (сертификат бюро Национального Института Наименований (ИНАО) при министерстве сельского хозяйства Франции)* представлено 46 сортов, *L'encyclopédie d'Univers Fromages* предлагает перечень из 213 наименований, свободная интернет-энциклопедия QuestMachine информирует о более чем 300 сортах сыра. Разумеется, подобные разночтения связаны со структурообразующими критериями таких списков. Принципиально важным остается осознание множественности существующих типов продукта.

Особенностями лексических единиц, именующих сорта французских сыров, являются разнообразие и многочисленность типов номинации.

Представляется возможным выделить следующие типы номинации сортов сыра:

- **Вид сыра по способу производства.** Во французской гастрономии принято выделять восемь «семей сыров», которые представляют большие группы, объединяющие сорта с идентичными производственными техноло-

гиями. Например, сыры с плесенью очень распространены во Франции. В следующих названиях указание на способ производства сочетается с признаком места происхождения: **Bleu d'Auvergne**, **Bleu des Basques**, **Bleu de Bresse**, **Bleu de Corse**, **Bleu de Gex**, **Bleu de Termignon** и т.д.

Название сорта **Mimolette** происходит от французского «mimou» – полумягкий.

- **Географическая принадлежность к месту производства.** Как уже было сказано ранее, традиционно сыры производились практически в каждом крупном хозяйстве. В средние века таковыми являлись многочисленные монастыри и аббатства, а также зажиточные крестьянские фермы. Именно монахам принадлежит честь создания немалого количества сортов сыра. Данная культурная информация закреплена в названиях, например: **Abbaye de Bellocq**, **Abbaye de Timadeuc**, **Abbaye de Citeaux** (ou **Trappe de Citeaux**), **Abbaye de la Pierre-qui-vire** (сыр производится не в самом аббатстве, но тем не менее носит его имя), **Camembert** (по названию фермы в Нормандии), **Livarot** (по названию поселения на юге Lisieux), **Chimay Grand Classique**, **Bournon** (название представляет искаженное название фермы производителя la Ferme des Bournets). Другие сорта сыров содержат в своих номинациях указания на различные топонимы. Так сорт **Charolais** именуется по названию холмов в Бургундии, название сыров **Mont d'Or** и **Mont-d'Or** происходит от топонима горы Центрального массива Франции. Местом производства сыра **Ile d'Yeu** является небольшой одноименный остров.

- **Форма.** По своей форме французские сыры отличаются от общепринятых, например в России. Наряду с традиционными круглой и квадратной формами (**Carré de l'Est**), существуют и более оригинальные виды. Например, **Bouton de culotte** (примерный перевод «пуговка») – является самым маленьким сортом сыра, имеет округлую приплюснутую форму, порционный вес продукта 10 грамм.

Очень напоминает его округлый маленький сыр **Caillou du Rhône**, название которого происходит от фр. «галька, камешек». Сыры **Boulette d'Avesnes** и **Boulette de Cambrai** (от фр. «пуля») обладают более округлой пирамидальной формой, напоминающую пулю.

Сорт сыра **Brique du Forez** (от фр. «кирпич») представляет собой приплюснутый прямоугольник. Названия других сортов сыра, имеющих прямоугольную форму, содержат указания на различные схожие по внешнему виду предметы, например **La Baguette lionnaise** (от фр. «палка»), **Bûche du Poitou** (от фр. «полено»).

Сорт **Bonde de Gâtine** (от фр. «затычка, бочоночная втулка») весом около 240 граммов имеет форму усечённого цилиндра (7 см. в высоту и 7 см. в диаметре). Сыр **Trappe d'Échourgnac**, круглой и приплюснутой формы, напоминает крышку (фр. *trappe* – «люк, крышка, дверца»). **Feuille de Dreux**, форма этого типа сыра – галета (плоская лепешка), покрытая листком каштана усиливающего его вкус.

Форма сыра **Dauphin** (от фр. «дельфин») представляется весьма оригинальной и в полной мере отражает его название. Однако существует легенда, предполагающая другое происхождение номинации сорта. Она сообщает о дворянине, родом из региона Dauphiné, который во время поездки по стране вместе с Людовиком XIV, стал покровителем производства этого сорта. Название сыра **Truffe de Valensole** сочетает в себе признаки формы и цвета. Формуемый вручную, он имитирует трюфель и выглядит как небольшой шар неправильной формы темного цвета. **Pierre dorée** – сыр, производимый в регионе **Beaujolais** по своему внешнему виду напоминает речные камни, которые в изобилии встречаются по берегам реки Роны.

- **Диалектизмы.** Название сорта **Gaperon** связано с тем, что после производства этого сыра остается маслянистая масса, называемая на местном наречии "Gaspe".

Интересна этимология названия сыра **Chabichou du Poitou**. Оно происходит от арабского «chebli», означающего «коза». И связано с распространением разведения коз, привезенных Сарацинами в VIII веке в регион Poitou-Charentes (юго-восток Франции). Сыр **Ardi-Gasna** или **Ardi gazta** производится в регионе Béarn, являющимся частью Страны Басков. Его название в переводе с языка басков означает «овечий сыр». Очень популярный сорт сыра **Reblochon** появляется в 13 веке и имеет интересную историю. Название продукта происходит от местного слова «rebloche» – обман. Связано это со следующим историческим фактом. Землевладельцы, чаще всего ими были монахи и дворяне, обладали правом раз в год взимать плату с крестьян за пользование пастбищами. Плата представляла собой общий надой молока со стада за один день. Хитрые крестьяне доили коров не до конца, а так чтобы после ухода контролера, который уносил молоко землевладельцам, можно было произвести вторую дойку или «re-blocher» что означало «pincer les pis de la vache une deuxième fois». Этот второй надой богатый сливками и использовали для производства сыра.

- **Зоонимы.** Номинация сыра **Salers** происходит от названия породы коров, из молока которых он производится. Сходную мотивировку названий имеет сорт **Abondance** (от названия молочной породы коров).

- **Фитонимы.** Наименование сорта мягкого сыра **Poivre d'âne** происходит от местного названия одной из пряных прованских трав, используемых при его приготовлении – *poivre d'âne*.

В данную типологию вошли преимущественно сыры, имеющие многолетнюю историю. Современные сорта, представляющие конкретные торговые марки, обладают более изощренными названиями. Их производители стремятся назвать свой продукт как можно более оригинально и интереснее, чтобы привлечь внимание

потенциального покупателя на столь широком рынке кисломолочной продукции. Например, коммерческая марка сыра **Belle des champs** производит свой продукт с 1973, его название можно перевести как «Красавица полей». Очень популярен во Франции плавленый сыр **La vache qui rit** (примерный перевод «Веселая Буренка»). Также в качестве примера можно привести марки **Caprice des dieux** (с фр. «Каприз богов»), **Chaussée aux Moines** (примерный перевод «Дорога к монахам»). На упаковке последнего изображен монах, держащий блюдо с сыром и поднесший палец к губам. Потенциальный покупатель может это интерпретировать как намек на некую секретную технологию, в прошлом известную только монахам и воспроизведенную в современном продукте.

Фольклорный дискурс является уникальнейшим источником языкового материала для когнитивных исследований. В нашей статье в качестве фактического материала привлекаются пословицы.

Лингвокультурную составляющую анализируемого концепта можно рассмотреть на примере французских паремий.

Пословицы относятся к уникальным объектам языка и культуры, так как в них фиксируется и сохраняется историческая, социально-значимая, житейская информация, к которой на бессознательном уровне вольно или невольно обращаются носители языка [Маркелова, эл. ресурс]. Паремические единицы выступают, таким образом, в роли языковых формул, отражающих этнокультурные стереотипы и воплощающих народное коллективное миропонимание, в которых актуализируется образная составляющая концепта «fromage». Итак, приступим к анализу пословичных единиц, вербализующих концепт «fromage» во французском языке. Пословицы, извлеченные из электронных словарей и баз паремий французского языка, представлены в оригинальной орфографии, отражающей этапы исторического развития языка.

В корпусе иллюстративного материала можно выделить следующие терминалы и слоты:

1. Терминал «Сыр – доступный и полезный продукт питания»:

1.1. Сыр – здоровая еда. К данному слоту относятся паремии, актуализирующие пищевую ценность сыра как продукта питания, который способствует хорошему самочувствию человека. Например: *Contre la mort la vraie targe, est le pain et le fromage; Pain et beurre et bon fromage contre la mort est la vraie targe; Fromage et pain est médecine au sain.* В данных пословицах наряду с сыром упоминаются хлеб и сливочное масло. Возможен следующий примерный перевод – *Хлеб (и масло) и сыр от смерти уберегут/ Хлеб и сыр – здоровье дадут.* Еще одна паремия перечисляет полезные эффекты продукта: *Le fromage frais a trois vertus, il ôte la faim et la soif et lave les dents (Свежий сыр имеет три целебных свойства, он утоляет голод и жажду и очищает зубы).*

1.2. Сыр – традиционный продукт для простых людей. Например: *Fromage, poire et pain, repas de villain (Сыр, груши и хлеб – еда простолюдина).*

Дальнейшие терминалы строятся на метафорических сравнениях свойств продукта, технологий его производства и ситуаций употребления с бытовыми стереотипными моментами повседневной жизни человека.

2. Терминал «Совместная трапеза». В данном случае речь идет о ситуациях бытового общения, в которых люди могут познакомиться, узнать друг друга лучше. Сыр как продукт питания является метафорическим образом совместной трапезы. Например: *Au fromage et jambon, cognoit-on voisin et compaignon; En fromage, lit, argent, jambon connaît l'homme son compaignon.*

3. Терминал «Женская измена». Например: *Fille qui laissa une fois aller chat au fromage l'y laisse aller deux et trois fois sans s'en priver en mariage; La chatte va tant de fois*

au fromage blanc qu'elle s'y fait prendre; Laisser aller le chat au fromage. В данных паремиях кошка, повадившаяся таскать сыр у своих хозяев, образно обозначает молодую девушку или супругу, которая не прочь весело провести свое время.

4. Терминал «Экономное ведение хозяйства». В следующих паремиях сыр противопоставляется другому традиционному продукту – хлебу. Эти два продукта, так или иначе, присутствовали всегда в крестьянском меню. Хлеб составлял его основу, его могли себе позволить даже самые бедные люди. Сыр, имея бóльшую себестоимость (для производства одного килограмма сыра требуется до 10 литров молока), был повседневным продуктом только у зажиточных крестьян. Поэтому в данных пословицах хлеб символизирует – бережливость, а сыр – расточительность. В целом же смысл паремийных установок можно сформулировать как «вести хозяйство следует экономно», например: *Il faut manger moins de fromage que de pain* (Нужно есть меньше сыра, чем хлеба); *Fromage ni savon n'ont jamais remonté maison* (Сыр и мыло никогда не укрепляли хозяйство); «вести расточительную жизнь», например: *Manger plus de fromage que de pain* (Есть сыра больше, чем хлеба); *Il voudroit autant de fromage que de pain* (Он хотел бы есть сыра столько же как и хлеба), *Jamais homme sage ne mangera de fromage* (Никогда мудрый человек не будет есть сыра).

5. Терминал «Сыр как символ меры в различных ситуациях». Например, *Mieux vaut fromage maintenant, que roti dans une heure* (русский эквивалент данной паремии – Лучшее синица в руках, чем журавль в небе); *Du fromage gras, prends le bord* (возможный аналог – Куй железо пока горячо); *Fromage et melon au poids les prend on* (примерный перевод – Дыню и сыр бери по весу).

Таким образом, этнический концепт «fromage» обладает высоким прагматическим потенциалом,

образностью и является одним из аксиологических культурных эталонов во французской наивной картине мира.

II. III. КОНЦЕПТ «ДОМ» В РАЗНЫХ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Концепт *ДОМ* является одним из базовых концептов для любой культуры, поэтому его исследование позволяет осознать особенности краеугольных понятий в мировоззрении того или иного народа. В настоящей статье мы приведем некоторые результаты сопоставительного анализа данного концепта во французском и английском языках. На значимость концепта для двух лингвокультур указывают многозначность основных лексем, вербализующих концепт, а также развитая синонимия. Во французском языке семантическое поле *ДОМ* включает 93 лексемы, которые выступают синонимами слова *maison*, являющимся именем концепта. В английском языке Smart Thesaurus указывает 108 синонимов для передачи концепта *ДОМ*, ядро которого лексикализуется двумя словами *house* и *home*. Следует отметить, что в английском языке легко образуются сложные слова с компонентами *house / home*, поэтому реальное количество лексем, вербализующих концепт *ДОМ* значительно больше.

Анализ лексических значений слов в обоих языках позволил выделить четыре основных фрейма в структуре концепта: фрейм 1 «здание, предназначенное для жилья людей», фрейм 2 «люди, живущие или работающие в доме», фрейм 3 «домашний очаг», фрейм 4 «учреждение». Во **фрейме 1** *ДОМ* предстает как материальный объект, основной функцией которого является служить местом проживания для людей, служить укрытием от непогоды, средством защиты. Поэтому в данном фрейме актуализируются

такие признаки как: материал, из которого построен дом (*maison de bois, cabane de neige, igloo/ brownstone, log cabin, brick house*), архитектурные особенности (*maison arabe, basque, logis antique / bungalow, chateau, garden apartment*), расположение (*maison isolée, maison de campagne / country house, town house*), размер (*grande, petite maison / a small house, mansion*), предназначение (*maison mobile / mobile home*) и др. Глаголы, которые сочетаются с лексемами в данном значении, указывают на действия, которые могут выполняться с материальным объектом *ДОМ*: его можно купить, продать, найти, построить, разрушить, в нем можно жить и т.д. Следует отметить некоторые особенности, связанные с реализацией данного фрейма анализируемого концепта в конкретных языках. Так, во французском языке слово *maison* обозначает отдельно стоящий индивидуальный дом, в отличие от слова *immeuble* «многоэтажный городской дом». В английском языке данный фрейм актуализируется в основном лексемой *house* (хотя можно встретить выражение *buy or sell home*). Еще одно важное отличие английского концепта: *ДОМ* рассматривается также как жилье для животных, что совершенно не характерно для французского языка: *the monkey/lion house at the zoo; a hen house; cowhouse*.

Фрейм 2 «люди, живущие или работающие в доме» имеет свои структурные различия в сопоставляемых языках. Во французском языке мы выделили следующие слоты:

1) Члены семьи, родители: *maisonnée, le fils, la fille de la maison, jeune foyer* — молодая семья; *foyer fiscal* — очаг, семья (как единица налогообложения).

2) Люди, работающие или живущие в доме: *domestique, domesticité, avoir une maison* «иметь прислугу», *faire maison nette* «уволить прислугу», *faire maison neuve* «нанять новую прислугу», *le gouverneur du château*.

3) Штат служащих при государственном чине: *La maison de l'empereur, du prince, du souverain* «прислуга императорского двора». *Maison civile* «гражданская свита (главы государства)»; *maison militaire* – «штат офицеров для поручений при главе государства, военная свита». *Château* – «королевский двор». *Le palais* – двор. *Officier du palais* – «придворный».

4) Династия: *race, lignée, descendance, dynastie, nom, branche, couronne, trône. Être issu d'une maison; grande, illustre maison; maison souveraine; maison d'Autriche, de France, de Lorraine.*

В английском языке фрейм 2 представлен слотами:

1) Члены семьи, родители: *We had a happy home. Children from a broken home* «дети, родители которых развелись»; *household* – «семейство».

2) Люди, живущие в доме: *Try not to wake the whole house when you come in!*

3) Штат служащих при государственном чине: *household troops* – «гвардейские части, части дворцового караула».

4) Династия, происхождение: *log cabin* – «простонародное происхождение»; *The British Royal Family belong to the House of Windsor; the Household* – «Двор Ее Величества; придворные»; *the house of Tudor* – «династия Тюдоров».

5) Группа людей, работающих в здании: *The House began sitting at 3 p.m./rose at 2 a.m.; The motion for tonight's debate is, "This house believes that capital punishment should be abolished."*

6) Группа людей, смотрящих спектакль, спортивное состязание: *The opera played to a full/packed house.*

Фрейм 3 «домашний очаг» также различается в сравниваемых языках. Во французском языке он представлен слотами:

1) Место рождения, родительский дом: *pénates, lares, foyer. Abandonner ses lares (abandonner ses lares [или les*

lares paternels]) «покинуть отчий дом, свои лары»; *regagner ses lares* (*regagner* [или *revoir*] *ses lares*) «вернуться к своим ларам и пенатам»; *regagner ses pénates* «вернуться к своим пенатам, вернуться в родной дом»; *revenir* [*rentrer*] *au bercail* «вернуться с повинной; вернуться в лоно семьи»; *foyer des ancêtres*; *quitter, regagner son foyer. Regagner son domicile. Revenir au gîte* — «вернуться домой, к своим».

2) Атмосфера в доме: *Une maison accueillante, amie, charitable. Tenir maison ouverte* «быть гостеприимным». *Quand, à la tombée de la nuit, je rentrai au logis, je trouvai la maison consternée, ma mère agitée et fiévreuse, la vieille Mélanie en larmes, mon père gardant un calme affecté* (A. France, *Pt Pierre*, 1918, p.172). *La douceur du foyer* «доброта, тепло дома», *les joies du foyer* «домашние / семейные радости»

В английском языке этот фрейм представлен следующими слотами:

1) Место рождения, родительский дом: *I live in London, but my home* («где я родился») *is in Yorkshire; hearth; hearth and home* – «домашний, семейный очаг».

2) Родина, родной край: *I wonder what they're doing back home.*

3) Атмосфера в доме: *house and home* — «дом, домашний уют»; *feel at home* – «чувствовать как дома»; *home from home* – «как дома».

Данный фрейм актуализируется в основном лексемой *home*.

Фрейм 4 «учреждение» – здание, предназначенное для других целей, а не для жилья. В данном случае *ДОМ* рассматривается не столько как жилье, сколько как место, где люди работают, выполняют какие-либо действие, находятся в течение длительного времени, но не живут постоянно. Таким образом, основным различительным признаком становится предназначение здания. Данный фрейм

представлен одинаковыми слотами, наполнение которых неравнозначно в обоих языках. Так, можно выделить следующие слоты: религиозные, административные, медицинские, пенитенциарные учреждения, дом терпимости, дом престарелых, учреждения для детей и молодежи, учреждения культуры и спорта, гостиницы, коммерческие учреждения, технические сооружения.

Во французском языке больше всего наименований различных пенитенциарных учреждений, в состав которых входит лексема *maison* и ряд его синонимов: *maison d'arrêt* — следственный изолятор, дом предварительного заключения; тюрьма для лиц, приговорённых к краткосрочному заключению; *maison cellulaire* — тюрьма; *maison centrale* — центральная тюрьма; *maison de correction* — исправительный дом; *maison départementale* — департаментская тюрьма; *maison de justice* — дом правосудия (при судах для содержания подсудимых); *maison d'éducation surveillée* — исправительно-воспитательное учреждение для несовершеннолетних правонарушителей; *maison de dépôt арестное помещение (при жандармских участках, при мэриях); maison de détention* - тюрьма; *maison de force* - смирительный дом, тюрьма; *maison de réclusion* – тюрьма для отбывания длительного срока лишения свободы; *maison de redressement* – исправительно-воспитательное учреждение для молодых правонарушителей; *maison de sûreté* – тюрьма; *maison de travail* – исправительная тюрьма; *maison pénitentiaire* – пенитенциарное учреждение. *La cabane bambou* –военная тюрьма (в колониях), *cabane* (арго), *villa* (арго).

В английском наиболее разнообразным оказывается слот «коммерческие учреждения», поскольку лексема *house* легко формирует различные сочетания, становясь базовой единицей для реализации данного фрейма: *tied house* – «фирменный паб (получающий пиво от одной компании)»; *hole in the wall* – «магазинчик (часто о магазине,

торгующем оружием), бар, ресторанчик (маленькое заведение с сомнительной репутацией»); *a hostel for the homeless*; *a fashion house*; *a curry house* (= South Asian restaurant); *bakehouse* – «пекарня»; *slaughterhouse* – «бойня, скотобойня»; *greenhouse*, *hothouse* – «оранжерея, теплица»; *warehouse*; *banking house* – «банковское учреждение, банк»; *discount house* – «магазин, торгующий со скидкой»; *mail-order house* – «посылочная торговая фирма»; *pharmaceutical house* – «фармацевтическая фирма»; *bakehouse* – «пекарня»; *storehouse*; *warehouse*; *the House* – «(лондонская) биржа»; *mail-order house* – «посылочная торговая фирма»; *pharmaceutical house* – «фармацевтическая фирма»; *a public house* – «бар, паб; пивная, закусочная, трактир».

Следует особо отметить различия в заимствованной лексике. Французский язык взял из английского языка два существительных *home* и *building*, которые в языке приемнике приобрели несколько иные значения, чем в оригинале. *Home* кроме значения «домашний очаг, место проживания семьи» (*La seconde force de la radio, complémentaire de la précédente, est d'entrer dans l'intimité du home, de saisir l'auditeur au moment de sa plus grande détente et de sa moindre défense, quand il habite son univers familier, celui de ses pensées et de ses sentiments les plus personnels. Weinand, Qq. public. radioph., 1964, p. 2*) имеет также значение «дом для приема определенной категории людей»: *home d'enfants*, *home d'accueil pour les personnes âgées*, *home de neige. Je m'occupe d'un home pour enfants de déportés (Beauvoir, Mandarins, 1954, p. 250)*. *Home* также имеет фразеологически связанное значение «учреждение для несовершеннолетних правонарушителей, вышедших из закрытого интерната реадaptации, для совместного проживания»: *home de semi-liberté*. Слово *building* пришло во французский язык из американского варианта английского и приобрело значение «высокое современное здание, чаще

всего предназначенное под офисы» (синонимы: *gratte-ciel, tour*): *On entrevoit (...) le clocher délicat de Trinity Church qui résiste de son mieux à l'écrasement des buildings dont les masses se referment sur lui* (Morand, *New York, 1930, p. 53*).

Таким образом, анализ семантики многозначных слов *maison / home* и *house* и их синонимов позволяет нам выделить основные составляющие концепта *ДОМ* во французской и английской лингвокультуре: дом – это, прежде всего, здание, которое служит местом жительства человека, это люди, живущие в нем, и отношения между ними, эмоциональная атмосфера, царящая в доме. С другой стороны – это здание, служащее для реализации других целей, временное место пребывания, либо место работы.

Анализ метафорических употреблений репрезентантов концепта *ДОМ* и паремий позволяет раскрыть новые грани исследуемого концепта, выявить культурно-обусловленные ассоциации.

Обратимся сначала к данным французского языка. Во французской культуре *ДОМ*, ассоциируется, прежде всего, с защитой. Если дом построен из стекла, то он не скрывает никаких секретов: *Maison de verre, maison, entreprise où il n'y a rien de secret* (фирма, которая ведет свои дела открыто, ее деятельность прозрачна). *ДОМ* - место моральной поддержки, защиты: *Quand on revient triste, où seraient, sans mariage, le toit, l'abri, le feu qui flambe, la main amie qui vous serre la main ?* (A. De Musset).

ДОМ – это жилище души, чувств: *Elle est ma maison et tout mon foyer; partout où elle est, je suis chez moi. Mon habitation désormais, c'est une âme aimée* (Michelet). *Dans le palais secret de son âme* (Barrès). *L'esprit de « démoralisation » a élu domicile dans la château* (Breton). *Ces passions nommées amour, amitié, haine, etc., ont leur siège et leur résidence en nous, existent subjectivement en nous, à tel point que si elles n'étaient pas en nous, bien qu'invisibles, nous ne serions pas* (P. Leroux, *Humanité, 1840, p. 254*).

ДОМ – жилище мысли: *La connaissance n'est ni une mosaïque de résultats empiriques ni un palais de pures idées* (Lacroix). *Villa des illusions. „Prison de la Santé”* (Sandry-Carr. 1963).

ДОМ – последнее пристанище, могила: *La dernière demeure. Case des macchabées кладбище.*

Метафорические значения могут формироваться на основе противопоставления двух признаков, характерных для слов, обозначающих ДОМ (фрейм 1): бедные и богатые.

Бедные дома ассоциируется с **теснотой**: *cabane à lapins* – квартирная теснота, скученность, квартиры-“клетушки”; *faire [tenir] gourbi* – жить вместе с кем-либо; жить общиной, общим котлом.

Гостеприимностью: *offrir le gîte et le couvert à qn* – предложить кому-либо стол и дом, ночлег и еду. Однако если кормить всех можно и разориться: *bouffer la baraque* – разориться (дословно кормить весь барак).

Беспорядком, отсутствием уюта, шумом: *Quel taudis! Je lui ai fait sa vaisselle, mis en ordre le taudis habituel de sa cuisine* (Léautaud, *Journal littér.*, 4, 1924, p. 367). *Casser [défoncer, faire sauter] la baraque* – 1) всё разнести, уничтожить существующий порядок; поднять скандал

Неуспехом: *casser la cabane (la baraque) à qn* – сорвать чьи-либо планы; *faire baraque* 1) провалиться 2) запнуться (в разговоре).

Преувеличением, обманом: *attiger la cabane* – преувеличивать; *attiger la baraque* – заходить слишком далеко, перегибать палку; преувеличивать, загибать; *monter une cabane à qn* – разыграть кого-либо

Плохой репутацией: *les bouges* – кафе, кабаре с плохой репутацией

Принадлежностью простым людям: *dans les chaumières* – среди простого народа, которые чувствительны (*faire pleurer (dans) les chaumières* – расстрогать

читателя слащавыми историями) и мечтают о счастье (*une chaumière et un cœur* – идеальное счастье простых и чувствительных людей; это выражение иногда переводя как «с милым рай и в шалаше», что неверно).

Богатые дома, ассоциируется с успехом, хорошей жизнью. *Château* (замок) – символ **безопасности и защиты**, нечто прочное и надежное. Однако если замок построен не из того материала, он может быть хрупким, неустойчивым, отсюда такие выражения как: *château de cartes* — карточный домик; *château branlant* 1) шаткое здание 2) человек, не твердо держащийся на ногах; *château de sable* – песочный замок. **Жизнь** в замке видится **сказочной, богатой**, о которой все мечтают: *tener une vie de château* — вести праздный образ жизни; *жить в роскоши*; *c'est la vie de château, pourvue que ça dure!* — райская жизнь! век бы так жить! *Bâtir [faire] des châteaux en Espagne* — строить воздушные замки. *Château* также является символом таинственного, мистического и враждебного мира. *Le palais* чаще всего ассоциируется с чем-то сказочным: *le palais de la Belle au bois dormant* – *palais enchanté* – зачарованный дворец; *la palais d'Armide* – дворец Армиды (Волшебный дворец, разрушенный ее хозяйкой волшебницей Армидой).

Рассмотрим фразеологизмы и пословицы, содержащие компонент *maison*. Устойчивые выражения уточняют и дополняют, прежде всего, третий фрейм. **ДОМ** – это место, где человек является хозяином и устанавливает свои правила (*chacun est roi dans sa maison* – каждый король в своем доме; *charbonnier est maître en sa maison* - всяк хозяин в своем доме; *femme veut en toute saison être dame en sa maison* - всякая женщина хочет быть госпожой в своем доме). Он приглашает гостей и выступает в роли радушно-го хозяина (*faire les honneurs de la maison* – «радушно принимать гостя, показывать ему свой дом»; *c'est la maison du bon Dieu* «гостеприимная семья»; *tenir maison ouverte* «принимать гостей»), либо отказывает кому-либо в госте-

приимстве (*Interdire sa porte, sa maison à quelqu'un*). ДОМ – это люди, которые в нем живут, либо работают (*employé de maison, gens de maison, train de maison*), либо друзья дома (*ami de la maison*). Очень важно поддерживать хорошие отношения с соседями (*que celui qui n'est pas content de son voisin recule sa maison; bien en sa maison qui de ses voisins est aimé*). В ДОМЕ должно быть уютно, а для этого нужен камин (*maison sans flamme est comme corps sans âme*), дрова должны быть всегда сухими (*pain tendre et bois vert mettent la maison au désert*). Для сохранения уюта в ДОМЕ должна быть доброжелательная атмосфера, при этом многое зависит от женщины (*fumée, pluie et femme sans raison chassent l'homme de sa maison ; qui veut tenir nette sa maison n'y mette femme, prêtre ni pigeon ; en la maison de ton ennemi, tiens sa femme pour ton amie*), которая должна быть прекрасной хозяйкой (*la fée du logis*).

В конечном итоге, каков хозяин, таков и ДОМ (*tant vaut le seigneur tant vaut la maison;*), поэтому все изменения надо начинать с себя и своего ДОМА (*pour réformer ce qui va mal, il faut commencer par sa maison*). ДОМ, таким образом, ассоциируется с самим человеком, его внутренним миром, его делами (*affaires les bonnes maisons font, affaires aussi les défont – о человеке судят по его делам*), его умом (*quand la maison est trop haute il n'y a rien au grenier – высок, да глуп; велика фигура, да дура*).

ДОМ – это очень важный элемент в жизни человека, это центр, вокруг которого формируется вся деятельность индивида. ДОМ свой любят (*aimer son foyer – любить свой домашний очаг*), туда возвращаются (*rentrer dans ses foyers – вернуться домой, к родным пенатам*), его не хотят покидать (*homme de foyer – домосед*), поэтому порой приходится вытаскивать из дома (*aller prendre qn au gîte – займи за кем-либо и вытащить его из дому*). ДОМА можно и работать (*ouvrier à domicile – надомник*). ДОМ объединяет

семью, но с другой стороны и разъединяет людей: *s'en vont chacun à sa chascunière* – все разошлись по домам.

Человек без ДОМА вызывает жалость и презрение, он отторгнут от общества, он бродяга, который живет на улице: *sans-logis, sans-abri, sans gîte, gens sans domicile fixe, personne sans domicile, nomade, vagabond, errant, à la rue, sur le pavé*. Всегда лучше у себя ДОМА, каков бы ни был этот дом: *On est bien chez le roi, mais on est mieux chez soi* (хорошо у короля, но лучше у себя). *Ma maison est mon Louvre et mon Fontainebleau* (мой дом – это мой дворец).

В английском языке ДОМ ассоциируется с безопасностью: *as safe as houses* (как за каменной стеной; совершенно надёжный). *One's house, one's castle. My house is my castle* (мой дом – моя крепость). Поэтому он должен быть построен на прочном фундаменте: *Build one's house upon a rock* (строить свой дом на скале, т. е. создавать что-л. на прочном фундаменте). *Build one's house upon the sand* (строить свой дом на песке, т. е. создавать, основывать что-л., не имея прочного фундамента). *House of cards* – (карточный домик, нечто эфемерное, неустойчивое). Но если в доме нет согласия, то ДОМ может рухнуть, перестать выполнять свою функцию защиты: *A house divided cannot stand* (группа или организация, ослабленная внутренними разногласиями, не сможет устоять против внешнего давления).

ДОМ – это место, куда приглашают друзей, проявляют гостеприимство: *We are always at home to her. To keep open household* — держать двери открытыми для гостей. *Keep a good house* – хорошо принимать гостей. *Keep open house* – держать двери дома открытыми (для гостей), жить на широкую ногу, устраивать приёмы; отличаться, славиться гостеприимством. *Make smb. free of one's house* – радушно принять кого-л., предоставить свой дом в чьё-л. распоряжение, сделать так, чтобы гости чувствовали себя как дома. Хозяин дома может и отказать в гостепри-

имстве: *Tell him I'm not at home. Turn smb. out of house and home* – выгнать, выставить кого-л. из дома. Гостеприимство может распространяться и на какое-нибудь учреждение: *on the house* – за счёт заведения (о подаваемой выпивке, еде); *drink on the house* — бесплатная выпивка. При этом чрезмерное гостеприимство может привести к разорению: *eat smb. out of house and home* – разорить кого-л. [шекспировское выражение]. Однако в гостях хорошо – дома лучше: *East or West home is best*.

ДОМ ассоциируется с успехом, достижением цели: *home and dry* (British Informal) / *to bring home the bacon* – добиться своего; добиться успеха; оказаться в выигрыше; *to bring home the bacon /bring home the groceries* – зарабатывать достаточно; *home free* – добиться успеха, достичь цели. *Write home about* – похвастаться; *nothing to write home about* – ничего особенного, ничего интересного, так себе, средне, нечем похвастаться, не ахти какой; *something to write home about* – нечто замечательное, восхижительное, о чем можно похвастаться. *Like a house on fire (get on like a house on fire)* – быстро и легко продвигаться вперед; быстро распространяться; делать огромные успехи. *Go (all) round the houses* ≈ ходить вокруг да около; идти окольными путями; долго что-л. делать. *To bring down the house* быть принятым (о пьесе), иметь успех (о представлении). *Better one's house too little one day, then too big all the year after* – лучше иметь маленький дом сейчас, чем большой через год (лучше синица в руках, чем журавль в небе). Лучше построить дом самому, достичь всего своими силами: *He that buys a house ready wrought, hath many a pin and nail for naught. Come home* – достичь цели. Если человек домосед *stay-at-home*, то он может стать пассивным, бездеятельным: *sit at home*.

В ДОМЕ все должно быть в порядке: *Clean house, do housework* – избавиться от нежелательных элементов, от коррупции. *Put one's house in order put (or set)* – "навести

порядок в собственном доме", устроить свои дела, привести свои дела в порядок. Однако при этом не следует переусердствовать: *Burn one's house to get rid of the mice* "сжечь свой дом, чтобы избавиться от мышей", т. е. пожертвовать многим для того, чтобы избавиться от незначительной неприятности. *Throw the house out of the windows* – перевернуть всё вверх дном.

ДОМ – это место нахождения души, внутренний мир человека: *close to home* – задеть чьи-либо чувства. *Vow down in the house of Rimmon* – поступать вопреки своим принципам; поступиться своими убеждениями, принести свои убеждения в жертву необходимости [2 Kings V, 18; Риммон – ассирийское божество]. *Look at home* – обратиться к своей совести, заглянуть к себе в душу. *Come home to smb.* – расстрогать до глубины души, найти отклик в душе. ДОМ – обиталище разума: *to be at home in a subject* – быть знатоком (букв. быть дома); *bring home to* – пояснять, подчеркивать. *The head of man is the habitation of the reason.* — Голова человека это обиталище разума. *Nobody home* – не все дома.

Люди, живущие в ДОМЕ, должны ладить между собой: *get on like a house on fire* – ладить друг с другом, жить душа в душу. *A half-way house* – компромисс [гостиница на полпути между городами]. *A house divided against itself* – раздор между своими, междоусобица. *People who live in glass houses should not throw stones* – "живущий в стеклянном доме не должен бросать в других камни", т. е. не следует осуждать других тому, кто сам небезупречен. *He gave me a lot of house* — Он проявил живой интерес к моим проблемам. Но взаимоотношения среди домочадцев могут быть не всегда хорошими: *Bring the house about one's ears* – восстановить против себя всю семью. *Cry from the house-top* – раззвонить во все колокола. *Lay home to smb.* – проучить кого-л.

ДОМ – это центр чего-либо: *Medicine had been long domiciled at Athens.* — *Афины долгое время были центром медицины.* Это конечный пункт человеческой жизни: *the abode of the spirits* — *загробный мир*; *one's last home / the dark house* – *могила.*

ДОМ – таков, каков его хозяин: *The house shows the owner.* Вообще *ДОМ* там, где человеку хорошо: *Home is where the heart is.*

Подведем итоги. Концепт *ДОМ* состоит из четырех фреймов, при этом центральным является фрейм 1 «жилище», с которым тесно связаны три других фрейма по семантическим признакам *внутренний* – фрейм 2 «люди», фрейм 3 «домашний очаг» и *внешний* – фрейм 4 «учреждение». Каждый из фреймов в свою очередь включает несколько слотов, которые уточняют содержание концепта. Во французском языке основным актуализатором концепта выступает слово *maison*, в английском языке слова *house* и *home* формируют два центра, между которыми распределяются основные содержательные элементы концепта. Анализ фразеологизмов и пословиц показал, что во французской культуре *ДОМ* ассоциируется, прежде всего, с семьей, с человеком, с его внутренним миром. Для французов оказываются важными отношения в семье и в окружающем социуме. В то время как в англоязычной культуре *ДОМ* больше связан с успехом, достижением цели, хотя и взаимоотношения между людьми также оказываются важными. В обеих лингвокультурах данный концепт символизирует весь жизненный путь человека от начала – рождения – и до конца. Таким образом, концепт *ДОМ*, являясь одним из базовых концептов для обеих культур, передает как общечеловеческие знания о доме, так и этноспецифические представления и ассоциации, отражающие особенности культуры.

ЛИТЕРАТУРА:

- Алексеев А. А. Текстология славянской Библии. Санкт-Петербург, 1999. – 256с.
- Апресян Ю.Д. Избранные труды. Т. 1. Лексическая семантика. Синонимические средства языка. - М.: Языки русской культуры, 1995. - 472 с.
- Апресян Ю.Д. Лингвистическая терминология словаря // Новый объяснительный словарь синонимов русского языка. Первый выпуск. - М.: Языки русской культуры, 1997. - 552 с..
- Арутюнова Н.Д. К проблеме функциональных типов лексического значения // Аспекты семантических исследований. - М.: Наука, 1980. - С. 156-250.
- Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. - М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
- Бабушкин А.П. «Возможные миры» в семантическом пространстве языка. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2001. – 86 с.
- Варбот Ж.Ж. К реконструкции и этимологии некоторых праславянских глагольных основ и отглагольных имен // Этимология 1982. Москва, 1985. – с. 643–647.
- Васильева В. Ф. О межъязыковой эквивалентности номинативной единицы (на материале современного русского и чешского языков) // Проблемы изучения отношений эквивалентности в славянских языках. – М.: МГУ, 1997. – С. 104-130.
- Вежбицкая А. Сопоставление культуры через посредство лексики и прагматики. Пер. с англ. - М.: Языки славянской культуры, 2001. – 272 с.
- Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М. : Рус. словари, 1997. – 411 с.
- Владимиров П. В. Доктор Франциск Скорина, его переводы, печатные издания и язык. Санкт-Петербург, 1888. – 396с.
- Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – М. : Наука, 1985. – 228 с.
- Гістарычны слоўнік беларускай мовы. Вып. 18. Мінск, 1998. – 125с.
- Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. – М. : Наука, 1980. – 104 с.
- Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 352 с.
- Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Уч.пособ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 352с.
- Дьяконов И.М., Коган Л.Е. Ветхий Завет. Плач Иеремии. Экклесиаст. Песнь песней. Москва, 1998. – 348с.

Дьячкова И. Г. Высказывания – похвалы и высказывания – порицания как речевые жанры в современном русском языке : дис. ... канд. филол. наук. – Омск, 2000. – 127с.

Дьячкова И.Г. Похвала и порицание как речевые жанры (прагматический анализ) // Вестник Омского ун-та. – 1998.– Вып. 3. – С. 55–58.

Евсеев И.Е. Очерки по истории славянского перевода Библии. Петроград, 1916. - 166с.

Елизарова Г.В. Культура и обучение иностранным языкам. – СПб.: КАРО, 2005. – 352с.

Жельвис В.И. Слово и дело: юридический аспект сквернословия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics2/zhelvis-00.htm>. (дата обращения: 15.05.2010).

Загарина Е. М., Блохина О. А. Стереотипы взаимовосприятия русских и американцев в процессе межкультурной коммуникации: эл. ресурс. Код доступа <http://study-english.info/article004.php> Дата обращения: 12.04.2011.

Земская Е.А. Категория вежливости в контексте речевых действий // Логический анализ языка. Язык речевых действий. – М. : Наука, 1994. – С. 131–136.

История культуры стран Западной Европы в эпоху Возрождения / Л.М. Брагина, О.И. Варьяш, В.М. Володарский и др. - Москва, 1999. – 479с.

Карасик В.И., Прохвачева О.Г., Зубкова Я.В., Грабарова Э.В. Иная ментальность. – М.: Гнозис, 2005. – 352с.

Карасик, В.И. Язык социального статуса. – М. : ИТДГК Гнозис, 2002. – 330 с.

Кашкин В.Б., Пейхёнен С. Этнонимы и территория национальной души // Русское и финское коммуникативное поведение. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – с. 62-70.

Кирилина А. Гендерные стереотипы по данным языка: эл. Ресурс. Код доступа: http://www.a-z.ru/women_cd1/html/kirilina_b.htm Дата обращения: 08.04.2011

Киселева Л.А. Вопросы теории речевого воздействия. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1978. – 160 с.

Кобозева И.М. Лингво-прагматический аспект анализа языка СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text12/08.htm>. (дата обращения: 10.10.2009).

Коростенский Иржи. Параметрические характеристики предметных имен (чешско-русское сопоставление) // Съпоставително езикознание/Contrastive Linguistics. 2006. XXXII. Кн. 3. - С. 1-14.

Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. – М.: ПЕРО, 2003. – 349с.

Крысин Л.П. Социальный аспект владения языком [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://destructionen.narod.ru/krysyn_cozialnyje_rolj.htm. (дата обращения: 20.10.2009).

Крысин Л.П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантно-сти. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2003.

Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение. – СПб., М., Харьков, Минск: Питер, 2001.- 544с.

Кубрякова Е.С. Номинативный аспект речевой деятельности. – М.: Наука, 1986. -156с.

Кубрякова Е.С. Когнитивная лингвистика и проблемы композиционной семантики в сфере словообразования. // Известия РАН. Сер. лит. и яз. 2002. Т.61. № 1. - С. 13 -24..

Кубрякова Е.С. О нетривиальной семантике в сочетаемости прилагательных с существительными // Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура / Отв. ред. Ю.Д. Апресян. - М.: Языки славянской культуры, 2004. - С. 148-154.

Кустова Г. И. Когнитивные модели в семантической деривации и система производных значений // Вопросы языкознания. 2000. № 4. - С. 85-109.

Кустова Г.И. Типы производных значений и механизмы языкового расширения. - М.: Языки славянской культуры, 2004. – 472 с.

Лабынцаў Ю. Пачатае Скарынам. Мінск, 1990.

Лапшина М.Н. Ксенофобия в языке (на материале семантических сдвигов в значении английских слов) // Вестник СпбГУ. - 1997. - Серия 2. Выпуск 2. – С. 59-64.

Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.fictionbook.ru/author/tatyana_viktorovna_larina/kategoriya_vejlivosti_i_stil_kommunikacii/read_online.html?page=3. (дата обращения: 19.05.2010).

Леонтович О.А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения. – М.: Генезис, 2005. – 352с.

Маркелова Е.В. Процессы категоризации в глубинных пословичных пропозициях. – Режим доступа: http://www.russofile.ru/article_156/phh/.

Маслова В.А. Лингвокультурология. - М.:Академия, 2001. – 208с.

Мельник Г.С. Mass-Media: Психологические процессы и эффекты. — СПб, 1996 г. Код доступа: <http://psyfactor.org/>. Дата обращения: 27.07.2011.

Мельников Г.П. Мелантрих и Велеславин - крупнейшие пражские издатели XVI в. // Книга в культуре Возрождения. Москва, 2002. С. 243-259.

Мерзлякова А.Х. Типы семантического варьирования прилагательных поля «Восприятие» (на материале английского, русского и французского языков). Едиториал УРСС, 2003. – 352 с.

Мерзлякова А.Х. Семантическая структура многозначных прилагательных // Вестник Удмуртского университета. Филологические науки. 2007. №5 (2). - С. 115-122.

Мерзлякова А.Х. Концепт: подходы, структура, вербализация // Культурные концепты: сопоставительный анализ: коллективная монография. / Под ред. А.Х.Мерзляковой. – Ижевск: УдГУ, 2010. – 302с.

Милютинская Н.Ю. Фонетическая культура речи как стилеобразующий фактор речевой коммуникации // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». – 2010. – Вып. 2. – С. 129–134.

Немировский Е. Л. Франциск Скорина. Минск, 1990. – 411с.

Немировский Е.Л. Начало книгопечатания в Белоруссии и Литве. Жизнь и деятельность Франциска Скорины. Описание изданий и указатель литературы 1517-1977. Москва, 1978.

Николаева Т.М. Лингвистическая демагогия // Прагматика и проблемы интенциональности : сб. науч. тр. – М., 1988. – С. 161–178.

Ноэль-Нойман Э. Спираль молчания. – М, 1996. Код доступа: <http://psyfactor.org/lib/stereotype3.htm> Дата обращения: 08.04.2011

Общая психология. Код доступа: <http://azps.ru/articles/cmmn/cmmn60.html>. Дата обращения: 22.07.2011

Падучева Е.В. О семантической деривации: слово как парадигма лексем // Русский язык сегодня. Вып. 1. - М.: Азбуковник, 2000. - С. 395-417.

Падучева Е.В. Динамические модели в семантике лексики. - М.: Языки славянских культур, 2004. – 608 с.

Панин В.В. Этнические стереотипы в английском языке: эл. ресурс. Код доступа: <http://frgf.utmn.ru/mag/22/47> Дата обращения: 08.04.2011

Перетц В. Н., 1926: К вопросу о еврейско-русском литературном общении // Slavia. 1926. Т. 5. S. 267—276.

Поселенова А.В. Прагмалингвистическая типология вариантов речевого поведения [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.igro.ru/library/articles/poselenova/>. (дата обращения: 19.10.2008).

Поселенова А.В. Речевой портрет агрессивной коммуникативной личности // Язык. Культура. Коммуникация : материалы науч.-практ. конф. – Ижевск, 2009. – Ч. 2. – С. 200–205.

Рахилина Е.В. Когнитивная семантика: история, персоналии, идеи, результаты // Семиотика и информатика: Сб. науч. ст. - М.: Русские словари, 1998. - С.274-323.

Рахилина Е.В. Когнитивный анализ предметных имен: семантика и сочетаемость. - М.: Русские словари, 2000. – 416 с.

Рахилина Е.В., Плуныян В.А. О лексико-семантической типологии // Глаголы движения в воде: лексическая типология. - М.: Индрик, 2007. - С. 9-26.

Савельева О.Г. Концепт "еда" как фрагмент языковой картины мира: лексико-семантический и когнитивно-прагматический аспекты (На материале русского и английского языков): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 Краснодар, 2006. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/kontsept-eda-kak-fragment-yazykovoikartiny-mira-leksiko-semanticheskii-i-kognitivno-pragmat>.

Серль, Дж.Р. Косвенные речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1986. – Вып. 17. Теория речевых актов. – С. 195–283.

Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. – М.: Academia, 2000. – 128 с.

Спиридонова Н.Ф. Язык и восприятие: семантика качественных прилагательных. Автореф. дис. канд. филол. н. М., 2000. – 24 с.

Срезневский И.И. Материалы для словаря древнерусского языка по письменным памятникам. Т 2. Санкт-Петербург, 1902. – 919с.

Судаков К. В. Динамические стереотипы, или Информационные отпечатки действительности. М.: ПЕР СЭ, 2002. – 128с.

Тарэлка М.В. Структура арабаграфічнага тэксту на польскай мове (на матэрыяле рэлігійна-палемічных твораў з рукапісу Р97 ЦНБ НАН). Мінск, 2004.

Ташлыкова М.Б. О широте души, глубине чувств и высоте помыслов (к проблеме полисемии параметрических имен) // Вестник НГУ. Серия: История, филология. Т. 3. Вып. 1: Филология / Новосиб. гос. ун-т. Новосибирск, 2004. - С. 26-35.

Урысон Е.В. Проблемы исследования языковой картины мира: Аналогия в семантике. - М.: Языки русской культуры, 2003. – 224 с.

Урысон, Е.В. Большой и маленький: шкала размера в русском языке // Логический анализ языка. Квантификативный аспект языка / Отв. ред. Н.Д. Арутюнова. - М.: Индрик, 2005. - С. 477-494.

Успенский Б.А. Филологические разыскания в области славянских древностей. Москва, 1982. – 245с.

Флоровский А. В. Чешская Библия в истории русской культуры и письменности: Франциск Скорина и продолжатели его дела // *Sborník filologický*. XII. 1946. S. 153—258.

Франциск Скорина и его время. Энциклопедический справочник. Минск, 1990. – 252с.

Шаронов И.А. О допустимой резкости в русских стратегиях ведения диалога // *Фразеология в контексте культуры* : сб. научн. тр. – М., 1999. – С. 58–62.

Швейцер А.Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты. Москва, 1988. -216с.

Шибутани Т. Социальная психология.- Ростов-на-Дону: Фегикс, 1999.— 539 с.

Цітова А.І. Асацыятыўны слоўнік беларускай мовы. – Мн.: Выд-ва БДУ, 1981. – 144 с.

Юдина Н.В. Еще раз о нетривиальной семантике в сочетаемости прилагательных с существительными (По следам работ Е.С.Кубряковой) // *Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство: Сб. в честь Е. С. Кубряковой.* - М.: Языки славянских культур, 2009. - С. 515-529.

Allport G. W. *The Nature of Prejudice.* - Cambridge, Mass., Addison-Wesley Pub. Co., 1954. – 537 p.

Altbauer M. *The Five Biblical Scrolls in a Sixteenth-Century Jewish Translation into Belorussian (Vilnius Codex 262) with Introduction and Notes by Moshe Altbauer. Concordance compiled by Moshe Taube.* Jerusalem, 1992. -262p.

Ashmore R. D.; Del Boca, F. K.; Wohlers A. J. *The Social Psychology of Female-Male Relations: A Critical Analysis of Central Concepts* / ed. by R. D. Ashmore, F. K. Del Boca. – Orlando: Academic Press, 1986.

Bakanic von. *Prejudice: Attitudes about Race, Class, and Gender.* - Upper Saddle River, N.J.: Pearson/Prentice Hall, 2009. – 256 P.

Biblia sacra, iuxta vulgatum versionem. Stuttgart, 1994.

Brückner A. *Literatura religijna w Polsce średniowiecznej, t. II: Pismo święte i apokryfy. Szkice literackie i obyczajowe,* Warszawa 1903.

Bieńkowska D. *Jak Jakub Wujek Pismo święte na język polski przekładał* // *Bobolanum.* 1998. R. 9. S. 26-32.

Culture fromage, 2009 – Режим
доступа:<http://www.franceagrimer.fr/Projet-02/index0.htm>

Čermák F. *Kolokace v lingvistice.* // *Kolokace. Studie z korpusové lingvistiky.* Sv. 2. / Eds. F. Čermák, M. Šulc. - Praha: Lidové noviny, 2006. S. 9-16.

Deaux, K.; Lewis, L.L. Structure of Gender Stereotypes: Interrelations among Components and Gender Label // Journal of Personality and Social Psychology. – 1984. – № 46. – P. 991–1004.

Deschamps J.C., Doise W., Meyer G., Sinclair A. Le sociocentrisme selon Piaget et la différenciation catégorielle // Archives de Psychologie, № 44, 1976. - pp. 31-44.

Devine P. G., Elliot A. J. (). Are racial stereotypes really fading? The Princeton trilogy revisited. Personality and Social Psychology Bulletin, 21, 1995. – P. 1139-1150.

Duccini H. Stéréotypes nationaux en Europe : connaissance ou méconnaissance de l'autre ? // Médiamorphoses, 2004, № 12 – P.67-71.

Fiske S. T., Taylor S. E. Social cognition (2nd edn.). New York: McGraw Hill. 1991– 717p.

Garofalo S. Gli umanisti italiani del secolo XV e la Bibbia, „Biblica“, r. XXVII, 1946. S. 338-373.

Gesenius W. Hebrew and English Lexicon of the Old Testament with an Appendix Containing the Biblical Aramaic. Oxford w.y.

Hegedűs I. Корректурные экземпляры московских богослужебных книг: орфография Studia Russica XXII. (Budapest, 2005). P. 29–54.

Hieronim św. Komentarz do księgi Eklezjastesa. Kraków, 1995.

Howell W. The emphatic communicator. – Belmont: Wadsworth, 1982. – 255p.

How is it to run a business on the Internet with Russians? // Ecommerce Journal: 24.02.2009. Код доступа: http://m.ecommerce-journal.com/articles/13437_how_is_it_to_run_a_business_on_the_internet_with_russians

Khan, S. R. Stereotyping from the Perspective of Perceivers and Targets. Online Readings in Psychology and Culture, Unit 5. Код доступа: <http://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol5/iss1/1>

Korostenski J. Spojitelnost rozměrových adjektiv se substantivy v atributivní pozici (česko-ruské srovnání) Příspěvky k aktuálním otázkám jazykovědné rusistiky (3). - Brno: Tribun EU, 2009. - S. 71-78.

Kwilecka I. Biblia brzeska, jej dzieje i znaczenie // Nauka, 3, 2006. S. 111-121.

Kwilecka I. Średnowieczna Biblia francuska a najstarsze zachodniosłowiańskie przekłady biblijne // Studia z filologii polskiej i słowiańskiej. Warszawa, t. 18, 1979. S. 209-231.

Langacker R. W. Foundations of cognitive grammar: Theoretical Prerequisites. Vol. I. - Stanford, CA: Stanford University Press., 1987. – 516 c.

Leech G.N. Principles of pragmatics. – London and New York : Longman, 1983. – 257 p.

Linde–Usiekiewicz J. Określenia wymiarów w języku polskim. - Warszawa, 2000. – 267 s.

- Lippmann W. Public opinion. New York: Harcourt, Brace, 1922.
- Merczyng H. Szymon Budny jako krytyk tekstów biblijnych, Kraków 1913.
- Niesiecki S. Herbarz polski Kaspra Niesieckiego S. J. powiększony dodatkami z późniejszych autorów, dowodów urzędowych, t. VIII, Lipsk 1845 (reprint: Warszawa 1979).
- O'Hara Media for the millions. – New York, 1961. – 206 p.
- Pietkiewicz R. Pismo Święte w języku polskim w latach 1518-1638. Sytuacja wyznaniowa w Polsce a rozwój edytorstwa biblijnego. Wrocław, 2003.
- Poplatek J. Obecny stan badań nad życiem Jakuba Wujka T. J. i program dalszej pracy, „Polonia sacra”, r. III, 1950, z. 1-2. S. 27-46
- Popular Culture: An Introductory text/ ed. Jack Nachbar, Kevin Lause. - Bowling Green State University Popular Press Bowling Green, 1992, 504pp.
- Psalterz Dawidów w przekładzie ks. Jakuba Wujka z 1594 roku, transkrypcja, słowo wstępne i komentarze: J.Frankowski, Warszawa 1993 (transkrypcja B).
- Rosenthal R. et Jacobson L. L'effet Pygmalion : je pense, donc tu es. – 1968. Код доступа : <http://www.psychoweb.fr/articles/psychologie-sociale/223-rosenthal-et-jacobson-1968-l-effet-pygmalion-je-pense-donc.html>
- Septuaginta. Id est Vetus Testamentum graece iuxta LXX interpretes. Stuttgart, 1979.
- Saera R. Khan Stereotyping from the perspective of perceivers and targets // Online Readings in Psychology and Culture, 2002. - Unit 15, Chapter 3: эл. ресурс: <http://www.wvu.edu/~culture> Дата обращения: 17.04.2010
- Sciascia L. Les Oncles de Sicile, Turin, 1960, Paris Denoël, 1967, Gallimard, « L'Imaginaire », p. 206.
- Sue S., Kitano H. H. L. Stereotypes as a measure of success. Journal of Social Issues, 29(2), 83-98.
- Świętochowski R. Leonard Niezabitowski tłumaczem Biblii Leopoldy, RBL, r. XIV, 1961, nr 5. S. 195-197.
- Szlagowski A. Wstęp ogólny historyczno-krytyczny do Pisma Świętego (Introductio generalis in Scripturam Sacram), t. II: Przekłady Ksiąg św. Starego i Nowego Testamentu, Warszawa 1908.
- Tajfel, H. Social Identity and Intergroup Relations / H.Tajfel. — Cambridge; N.Y.: Cambr. Univ. Press; Paris: Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1982. – 532p.
- Tillet G., Resolving conflict: a practical approach. – Oxford University Press, 2006. – 260pp.

Talmy L. How language structures space. Universals of human language. Spatial orientation: theory, research, and application. - New York: Plenum Press, 1983. – P. 225-282.

Vaňková I., Nebeská I., Saicová-Římalová L., Šlédrová J. Co na srdci, to na jazyku. - Praha: Karolinum, 2005. – 343 s.

Wittmann R. Geschichte des deutschen Buchhandels, Munich – Beck 1991.

СЛОВАРИ:

Вейсман А.Д. Греческо-русский словарь. Санкт-Петербург, 1899. – 1370с.

ИС – Баранов О.С. Идеографический словарь русского языка 2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.thesaurus1.narod.ru/>. (дата обращения: 27.04.2010).

БТСРЯ – Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб. : Норинт, 1998 – 1536 с.

Григорьева С.А. Словарь языка русских жестов / С. А. Григорьева, Н. В. Григорьев, Г. Е. Крейдлин. – М. : Языки рус. культуры; Вена : Вен. славист. альм., 2001. – 256 с.

Дворецкий И.Х. Латинско-русский словарь. Москва, 2000

Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь - М.: Русский язык, 1984.

Новый Большой англо-русский словарь: в 3-х т. / под ред. Ю.Д. Апресяна и др. - М.: Русский язык, 2000.

Русский язык. Энциклопедия / Гл. ред. Ю.Н. Караулов. – 2-е изд. – М.: Большая Российская энциклопедия; Дрофа, 1998. – 703 с.

Словарь русских синонимов [Электронный ресурс] / разработ. Jeck labs. – Режим доступа: <http://jeck.ru/tools/SynonymsDictionary/>. (дата обращения: 07.06. 2009).

СПП – Словарь практического психолога / Сост. С.Ю. Головин.: Харвест; Минск, 1998. – 455с.

ТСОж – Толковый словарь Ожегова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ozhegova-slovar.ru/search/>. (дата обращения: 27.04.2010).

ТСОиШ – Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка : 41089 словар. ст. [Электронный ресурс] / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – Режим доступа: <http://ozhegov.info/>. (дата обращения: 27.04.2010).

ТСРЯ – Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – Издательство "Азъ", 1992.

ТСУ – Толковый словарь Дмитрия Ушакова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ushakova-slovar.ru/>. (дата обращения: 27.04.2010).

ФЭС – Философский энциклопедический словарь. Гл. ред. Ильичев Л.Ф., Федосеев П.Н. и др. М.: Советская энциклопедия, 1983. — 836 с.

Этимологический словарь славянских языков. Вып.17. Москва, 1998.

LAROUSSE – Dictionnaire encyclopédique Larousse [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/blame>. (дата обращения: 27.04.2010).

CNRTL – Dictionnaire du centre national de ressources textuelles et lexicales [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cnrtl.fr/definition/blame>. (дата обращения: 15.01.2010).

CRISCO – Dictionnaire des synonymes du Centre de Recherche Interlangues sur la Signification en COntexte [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.crisco.unicaen.fr>. (дата обращения: 15.01.2010).

ENCARTA – Dictionnaire MSN Encarta en français [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://fr.encarta.msn.com/dictionary_/blame.html.

Le dictionnaire des proverbes. Режим доступа: <http://www.dico-proverbes.com/proverbes.php?mot=fromage>

Questmachine. Свободная энциклопедия. Режим доступа: http://www.questmachine.org/article/Liste_de_fromages_fran%C3%A7ais

Univers-fromages. Энциклопедия. Режим доступа: <http://www.univers-fromages.com/encyclopedia-fromage-liste.php>

РАЗДЕЛ III.

III.1. К ОЦЕНКЕ НАУЧНОГО СОЦИОЦЕНТРИЗМА В АМЕРИКАНСКОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

Настоящая статья посвящена критическому анализу развития интерпретативной парадигмы в языкознании США – от имманентного синтаксиса к прагматике. Обращение к этому периоду в истории развития американского языкознания диктуется не ностальгией по «делам давно минувших дней», а вещами существенно более прозаичными.

В ряду гуманитарных наук лингвистика, по свидетельству проф. З.А. Харитончик, остается, пожалуй, единственной дисциплиной, в которой разработаны, апробированы и успешно используются достаточно строгие научные методы. Это весьма примечательно, поскольку в нашей науке в последние несколько десятилетий комфортно существуют направления, связанные не столько с применением строгих методов научного анализа, сколько с интуицией. Поэтому строгие методы, к которым прибегают, например, специалисты по математической и прикладной лингвистике (говоря о последней, я имею в виду не лингводидактику, а ряд очень интересных исследований школы теоретической и прикладной лингвистики МГУ), чаще всего не вызывают сочувствия у языковедческой общественности – как в силу незнания самих этих методов, так и по причине обыкновенного нежелания овладеть последними. Подобное мы уже «проходили» – достаточно вспомнить обусловленную пещерным анти-американизмом травлю В.А. Звегинцева (который всего лишь предпринял попытку донести до научной общественности сущность идей «хомскианской революции» в американском языкозна-

нии – [Звегинцев 1973]), предпринятую в середине 1970-хх гг. группой Ф.П. Филина и иже с ним, людьми, которые в прикладной лингвистике просто ничего не понимали, а пределом точности исследования полагали основы компонентного анализа.

Вместе с тем, принятие на вооружение точных методов иногда приводит к явлению во многом парадоксальному – пренебрежительному (вместо просветительского) отношению к «непосвященным». Такое отношение, впрочем, не обязательно является осознаваемым – оно бывает задано одним из, например, руководителей того или иного направления и всуе не вербализуется. Получается то, что я здесь именую *научным социоцентризмом*, подразумевая под этим термином фанатическую приверженность своей научной парадигме, оценку ее как самодостаточной и даже не требующей новых сторонников – как своего рода кастовость. Наблюдается такое в разной степени в разных странах; у нас оно в свое время довольно выпукло проявлялось в московской школе речевой деятельности с ее полубрежнебрежительным отношением к традиционной лингвистике. Было это и в лингвистике США, особенно в период так называемых лингвистических войн, которые вели два крыла учеников Н. Хомского – интерпретивисты и генеративисты.

Социоцентризм в науке, однако, имеет одну, безусловно, положительную сторону: он понуждает своих адептов постоянно совершенствовать свои построения, давая новые, сложные – и подчас чрезвычайно любопытные – процедуры анализа. Такие процедуры по определению должны быть строгими – иначе их легко опровергнуть. Одновременно степень кастовости может тоже быть разной: наиболее дальновидные ученые стремятся брать на вооружение методы смежных дисциплин, если они не противоречат общему духу отстаиваемой парадигмы.

Для адекватной оценки развития интерпретивизма уместно сначала напомнить, в чем состояли важнейшие положения концепции, получившей в рамках этого направления название стандартной теории (The Standard Theory – основные работы [Хомский 1972; Katz, Fodor 1963; Katz, Postal 1964]).

Первым предвестником семантического бума в лингвистике США, последовавшего за периодом полного отрицания семантических исследований в дескриптивизме и ранней трансформационной грамматике, явилась стандартная теория порождающей грамматики. Обращение к исследованию значения предложения явилось реакцией на неспособность трансформационной грамматики конца 1950-х гг. адекватно объяснить семантическую многозначность, синонимичность и аномалию [Katz, Fodor 1963: 173]. Основная цель стандартной теории – порождение семантически правильного (однозначного и не-аномального) предложения; эта цель осуществляется при помощи введения в теорию интерпретирующего семантического компонента, образованного по иным законам, чем порождающий (основной) синтаксический компонент. Семантический компонент оперирует на синтаксически однозначных глубинных синтаксических структурах – сентоидах [Katz, Postal 1964]. Такой подход к значению предложения является аддитивным, так как в нем отсутствует интеграция синтаксиса и семантики (о неправомерности разделения последних см.: [Сусов 1971]). Примечательно, что становление стандартной теории в общем повторяет путь развития логических систем начала-середины XX века: от логического асемантического синтаксиса к выходу за его пределы и обращению к семантике в системе А. Тарского и к разработке семантики как интерпретирующей «пристройки» к формально-логическому исчислению в теории Р. Карнапа.

Семантический компонент включает словарь и проекционные правила, В теории Дж. Катца и П. Посталя

[Katz, Postal 1964] словарь отделяется от лексикона, в котором определяется фонемный состав морфем.

В словарь входят: (а) синтаксические маркеры, указывающие на соответствующие узлы «фразовой» (словосочетательной) структуры типа NP, VP и т.д.; (б) семантические маркеры – смысловые дифференциальные признаки типа [+ конкретность], [+ одушевленность], [+ человек] и т.п.; эти признаки являются семантическими множителями для классов слов; (в) семантические «дистинкторы» (различители), не встречающиеся более одного раза в словаре и имеющие сугубо денотативные характеристики. На основе словаря устанавливаются «селекционные» (сочетаемые) ограничения – разновидность указателей на обязательные общие семантические маркеры для соединения разных слов, обеспечивающие правильное прочтение.

Проекционные правила определяют способы комбинаций значений слов и дают семантическую интерпретацию предложения, соединяя («амальгамируя») семантические маркеры терминальных узлов. Действие этих правил основано на строгом соблюдении принципа бинарности вплоть до интерпретации именной и глагольной составляющих как непосредственных компонентов узла *S* (предложение), поэтому конstituенты этих составляющих не приводятся в непосредственный контакт.

В стандартной теории значение предложения предстает как простая совокупность значений его компонентов, что, вообще говоря, нарушает представление о предложении как о системе. Такое понимание значения восходит к традиции, идущей от Дж.С. Милля. Термин значение в стандартной теории расплывчат: не различается значение предложения и высказывания, семантическое отношение между утвердительным и вопросительным или императивным предложениями, с одной стороны, и семантическое отношение между утвердительными предложениями, с другой [Lyons 1977: 415]. Представители всех моделей ин-

терпретативной семантики говорят о значении, стараясь избежать его определения, что неудивительно, если принять, что понятие значения опирается обычно (и, видимо, неизбежно) на понятие отражения объективного мира (впрочем, совершенно необязательно в ленинском смысле термина *отражение* – см. идеи семиозиса: [Васильев 1999]), а семантика предложения в интерпретивистских теориях имманентна и в стандартной теории сводится к семантике составляющих предложение слов.

Согласно базовой для стандартной теории гипотезе Дж. Катца – П. Постала глубинная синтаксическая структура содержит *всю* необходимую для семантической интерпретации предложения информацию, а трансформации не меняют значения. Отметим, что трансформациями в интерпретативной семантике считаются лишь преобразования, имеющие синтаксическое родство, и вне поля зрения остаются преобразования, соответствующие трансформациям З. Харриса [Harris 1951] и использующиеся, скажем, при синтезе предикатов в генеративной семантике.

В стандартной теории ввод лексических единиц происходит одновременно с прочтениями. В связи с этим основной представитель идей стандартной теории Дж. Катц указывает, что тезис об одноместности лексического ввода, отстаиваемый некоторыми интерпретивистами, не вполне верен, так как исходные фразовые маркеры (показатели синтаксических функций словосочетания) стандартной теории имеют символы-пустышки, которые заполняются лексически только после применения некоторых нелексических трансформаций [Katz 1971: 322].

В стандартной теории имеется два типа результатов семантической деривации – семантизированные фразовые маркеры и амальгамированные прочтения, которые по-разному объясняют синонимию и многозначность – соответственно, при помощи одного прочтения, но нескольких семантизированных фразовых маркеров, и при помощи од-

ного семантизированного фразового маркера, но нескольких прочтений.

Семантизированные фразовые маркеры являются результатом функционирования локальных и глобальных семантических правил, так как для прочтения верхних узлов в них используется семантическая информация из нижних узлов (но не обязательно смежных). Однако единственный тип применяемых семантических правил в стандартной теории – это локальные проекционные правила. Поэтому существование семантизированных фразовых маркеров не подкрепляется имеющимся теоретическим аппаратом концепции.

Семантизированные фразовые маркеры не могут содержать прочтений для трансформационно-производных конstituентов, поэтому Дж. Катц часто обращается к дефинициям, относящимся только к прочтениям. Следовательно, семантизированные фразовые маркеры – это искусственное средство для избавления от бесструктурности прочтений (см.: [Fodor 1980: 168-170]). Семантические прочтения строятся на основе гипонимии и представимы в виде деревьев с синтаксически непомеченными узлами или в виде цепочек. Прочтения используются для определения аналитичности предложения: оно аналитично, если значение предиката включено в значение субъекта. Искусственность семантизированного фразового маркера подтверждает раздельность синтаксиса и семантики в стандартной теории и не дает объяснения предложений с восстановленной правильностью, т.е. с нефактивными предикатами (в терминологии Дж. Моргана [Morgan 1969]), например: *It is nonsense to talk of her smelling itchy*. Поэтому необходимо расширение аппарата проекционных правил, что повлекло бы существенное изменение стандартной теории.

Критика стандартной теории с позиций собственно интерпретивизма была дана У. Вейнрейхом [1981]; эта критика касается семантического компонента стандартной тео-

рии, она многоаспектна и затрагивает практически все ее пункты – по крайней мере, относительно наиболее раннего ее варианта – работы [Katz, Fodor 1963].

У. Вейнрейх указывает, что имманентная стандартная теория не может обладать объяснительной силой. Провозглашенные авторами этой теории цели (например, установление отношений синонимии) остаются невыполненными. Эта теория не может объяснить намеренной многозначности и метафоричности [1981: 53-56], Семантические маркеры неотличимы от дистинкторов, которые не могут, вопреки утверждениям авторов, соответствовать признакам денотатов, так как последние исключаются из рассмотрения [1981: 68]. Различение семантических путей и селекционных ограничений признается несостоятельным, а фиксированного порядка семантических маркеров не существует. Невосстановимо происхождение каждого маркера на результирующем семантическом пути из-за неупорядоченности элементов в дорожках, которая проистекает из принятия за основу булевой логики. Не эксплицируется, как различие в грамматическом строении выражений соотносится с различием в их значении [1981: 71-76]. Определение грамматического статуса цепочек в проекционных правилах эклектично; процедура их определения требует количества проекционных правил, равнозначного имеющимся в грамматике бинарным построениям, а в стандартной теории функции всех проекционных правил идентичны [1981: 79-80]. Однако, на наш взгляд, неверны замечания У. Вейнрейха [1981: 62, 85], что грамматическое и семантическое в стандартной теории неотлично – ведь синтаксическое порождение и семантическая интерпретация задаются в ней разными правилами (ср. дерево и цепочки прочтений при неадекватности семантизированных фразовых маркеров).

Обратимся теперь к анализу «развитого» интерпретивизма в американском языкознании – к семантическому

подходу Дж. Катца, разрабатывавшего стандартную теорию в русле смены логической системы, а также к расширенной и пересмотренной расширенной стандартной теориям, где в объект рассмотрения включается не только семантика, но и прагматика.

Концепция Дж. Катца, который остается основным пропагандистом принципов стандартной теории, построена на воззрениях Г. Фреге, восходящих к платоновскому реализму и предполагающих рассмотрение Идей, с которыми отождествляются подлинно реальные объекты познания как независимые от нашего их познания (см.: [Козлова 1972: 73]). Исходя из этого, Дж. Катц отстаивает объективное универсальное существование элементарных концептов. Понимание концептов у Дж. Катца сходно с доктриной множеств Г. Фреге: концепт может быть как элементарным, так и сложным, состоящим из более простых концептов, которые в свою очередь редуцируются до элементарных. Такая трактовка множеств восходит к учению Г. Кантора, согласно которому элементом множества может быть все что угодно, в том числе и само это множество. Самореференцию такого рода, ведущую к отождествлению разных уровней абстракции, подверг критике Б. Рассел в своей теории логических типов (см.: [Козлова 1972: 37-40]).

Вслед за Г. Фреге Дж. Катц стремится построить формальную репрезентацию логической структуры мышления. Обе концепции опираются на общие положения о языке – о его выразительности (effability), различии между смыслом и референцией, о составной структуре сложных конструкций; логически совершенным языком по Г. Фреге Дж. Катц считает естественный язык, понимаемый в терминах эмпирически оптимальной лингвистической теории [Katz 1972: 143]. В качестве альтернативы философской теории логической формы Дж. Катц выдвигает лингвистиче-

скую концепцию логической формы, идентичной значению предложения.

Развитие идей стандартной теории Дж. Катц проводит в русле теории "чистой компетенции" и интенционалистского понимания языка, согласно которому в языке существует отдельный уровень семантической структуры, а основным эксликандумом является понятие значения, а не референции. Глубинная синтаксическая структура трактуется как первичная, без которой невозможно применение семантических правил; тем самым признается первичность формы и вторичность содержания. В отличие от стандартной теории, глубинная структура понимается как результат взаимодействия базового и трансформационного компонентов [Katz 1970: 230]. В стандартной же теории понятие трансформационного компонента отсутствует, и трансформации действуют на выходе глубинной структуры, а не на ее входе. Автор понимает глубинную структуру и как уровень соотнесения универсальных семантических и идиоэтнических фонетических репрезентаций [Katz 1970: 258].

В теории Дж. Катца семантическая репрезентация призвана объяснять не только денотативные аспекты значения, но и аналитичность и отношения следования между предложениями; именно это дает основание приравнивать ее к логической форме [Katz 1980: 1], т.е. к структуре, определяющей логические импликации предложения. Следование понимается как зависимость между значениями истинности и устанавливается правилами логического вывода, которые производят семантическую репрезентацию одного предложения из семантической репрезентации другого, если первое является следствием второго. Однако, как указывает Дж.Д. Фодор, логическая форма не в силах отразить все семантические оттенки, поскольку в логике вообще не исследуются отношения аналитического следования, а изучается только материальная импликация. Интенциональная

логика тоже неадекватна в качестве лингвистической репрезентации, поскольку не учитывает установленные универсальные ограничения на типы языковых формальных структур [Fodor 1980: 60-61].

Дж. Катц выступает против приравнивания значения денотату. Значение также не равно ментальному образу: по отношению к нему значение есть внешний знак (ср. во многом сходную позицию в [Васильев 1999]). Значение понимается как совокупность смыслов, которые, в свою очередь, представляют собой объединение концептов – абстрактных и ахроничных единиц, являющихся объективным содержанием мыслительных процессов [Katz 1972: 36-38]. Однако взаимоотношения понятий смысла и значения не до конца проработано, и они фактически образуют у Дж. Катца замкнутый круг: смысл определяется как одно из значений, которые может иметь морфема или выражение, а значение – как совокупность смыслов или как сумма пропозиций [Katz 1972: 36, 120]. Тем самым значение становится близким понятию. Концепт (понятие), судя по определению автора, является элементарным. Однако авторское представление глагола *CHASE* свидетельствует о том, что концепт движения *MOVEMENT* состоит из концепта скорости и концепта направления [Katz 1972: 101].

Смысл предложения у Дж. Катца представлен как пропозиция, которая понимается как результат соединения смыслов слов в предложении [Katz 1977: 1]. Лингвистическая пропозиция Дж. Катца, в отличие от логической, относится к любому коммуникативному типу высказывания и не имеет функции истинности [Katz 1972: 120]. Пропозициональное содержание сводится к совокупности условия (ср. предикат в математической логике) и последовательности термов (ср. аргументы) [Katz 1977: 59]. Предикатно-аргументный подход принимается для представления пропозиционального содержания, а внутренняя семантика слова исследуется на основе бинарного принципа амаль-

гамации прочтений. Для полного представления значения предложения эти подходы объединяются: семантические маркеры аргументов присоединяются к различным семантическим маркерам предиката как дочерние к матричным [Katz 1977: 67-68]. По Дж. Катцу, семантические роли являются одноплановыми содержательными единицами, принадлежащими семантическому компоненту; автор придерживается не падежного, а реляционного подхода к определению семантических ролей и говорит не об Агенте, Реципиенте, Инструменте и т.п., а об относящихся к ним как внеязыковым сущностям лингвистических выражениях [Katz 1977: 81-82]. При этом, однако, не приводится конечного списка и дефиниций ролей, что затрудняет их распознавание.

С понятием пропозиции тесно связана пресуппозиция, которая выполняет коммуникативную функцию образования типа высказывания на основе задания для него условий истинности. Для пресуппозиции необходимо, чтобы в пропозиции присутствовал хотя бы один референтный терм; терм признается референтным, если предикат, соотносящийся с позицией, которую занимает терм, "делает утверждение" о его референте [Katz 1977: 88-97].

В теории Дж. Катца переосмысливаются семантические маркеры и дистинкторы. Их трактовка связывается с интенциональностью и экстенциональностью (в терминологии Р. Карнапа): маркеры представляют концептуальные компоненты смысла, а дистинкторы – денотативные различия между референтами концептуально одинаковых слов [Katz 1972: 38, 84 ff.]. Следовательно, в отличие от стандартной трактовки, дистинкторы получают теоретический статус: они могут употребляться более чем в одной лексической единице (не считая синонимов), и для них необходимы селекционные ограничения, так что дистинкторы считаются специальными случаями семантических маркеров [Katz 1972: 37].

Однако разграничение интенционального и экстенционального зачастую затруднено. Так, по Дж. Катцу, *краснота* имеет экстенциональное, а *округлость* – интенциональное определение, поскольку определяется более чем одним органом чувств [Fodor 1980: 152]. Тем самым экстенциональное низводится до перцептуального, единичного. Выделение дистинкторов не всегда возможно, и анализ может остановиться на полпути, не приведя к выявлению конечных составляющих. Так, не поддаются разложению на маркер и дистинктор названия цвета, хотя цвет по своей физической и понятийной природе не является элементарным, ср.: *желтый* → *цветность* + ... Дж. Катц пытается решить такого рода проблему при помощи не дистинкторов, а правил категориального включения (*redundancy rules*). Как указывает Дж.Д. Фодор, при помощи этих правил достаточно установить, что часть "значения" цвета – это [цветность], не определяя другой, в принципе выделимый компонент. Правила категориального включения функционируют как постулаты значения и выражают отношения следствия между семантическими единицами, не требуя полного разложения; разложение же есть частный случай постулатов значения, когда постулаты исчерпывают значение слова [Fodor 1980: 152-153].

В силу признания предиката центральным для семантики предложения, на долю проекционных правил выпадает лишь функция вставления прочтений для других конститuentов в позиции переменных, заданных предикатом. Автор выводит проекционные правила из семантического компонента и переводит их в "семантическую теорию" [Katz 1972: 115-116]. Однако в чем состоит отличие семантического компонента от "семантической теории" автор не поясняет; если под последней понимается грамматика в целом, то необходимо уточнить, в какой ее компонент помещаются проекционные правила.

Свою теорию пропозиции автор пытается соединить с доктриной об иллюкутивной силе высказывания, причем пропозиции отводится ведущая роль [Katz 1977]. Однако эта попытка – лишь дань времени, поскольку впоследствии он продолжает отстаивать свою теорию "чистой компетенции" [Katz 1980].

Расширенная стандартная теория (The Extended Standard Theory) возникла на рубеже 1960-х – 1970-х гг. в результате осознания неадекватности стандартной теории и как новое оружие в борьбе против интегративного понимания взаимоотношений синтаксиса и семантики. Основными авторами этого направления являются Н. Хомский “Deep Structure, Surface Structure, and Semantic Interpretation” [Semantics 1971] и Р. Джекендофф “Semantic Interpretation in Generative Grammar” [Jackendoff 1972].

Основная идея расширенной стандартной теории состоит в признании недостаточности для адекватного представления семантики предложения лишь его пропозиционального значения, определяемого глубинной синтаксической структурой. Необходимым считается учет непропозициональных значений – фокуса и пресуппозиции, кванторов, модальных и темпорально-видовых операторов, а также отношений кореференции, – которые определяются в поверхностной структуре. Заметим, что термин *пропозициональное значение* не является производным от понятия *пропозиции* как предикатно-аргументной структуры, которое в расширенной стандартной теории не используется, а понимается как семантическая интерпретация в стандартной теории.

В отличие от теории Дж. Катца, единственным типом семантических репрезентаций, оперирующих на выходе глубинной структуры, у Н. Хомского признаются семантизированные фразовые маркеры [Semantics 1971: 108].

Семантическая интерпретация предложения становится генетически разнородной, так как глубинная и поверхностная структура образованы по разным законам.

Различение пропозиционального и иных видов значения, не полученных на лексико-центрической основе и не определенных на базе грамматических отношений (что, кстати, противоречит определению грамматики как системы правил, выражающих отношения между звуком и значением), потребовало отказа от гипотезы Дж. Катца – П. Постала. Любопытно, что для опровержения последней в расширенной стандартной теории приводятся примеры типа *Everyone in the room knows two languages; Two languages are known by everyone ...* (с неоднозначностью актива), в которых залоговые отношения, как правило, осложнены отношениями кванторности. Поэтому, если в залоговых преобразованиях происходит изменение значения (ср.: *Everybody loves somebody; Somebody is loved by everybody*), оно во многом обусловлено спецификой семантики кванторов. Представляется, что залоговое изменение на самом деле влечет изменение модифицирующей функции сигнификативного значения при неизменности референтной (связанной с прямым отображением объективной ситуации), поскольку происходит изменение актантных функций, обусловленное волевым актом утверждения бытия в какой-либо ситуации, что в свою очередь связано с коммуникативными задачами (см.: [Сусов 1973: 9-10; Богданов 1977: 122]).

В расширенной стандартной теории значение, по сути дела, изменяют как трансформации (ср. залоговые преобразования), так и явления собственно поверхностной структуры (фокус и пресуппозиция, модальные операторы и порядок кванторов). Н. Хомский считает, что влияние поверхностной структуры на семантику предложения проявляется при интерпретации анафорических выражений, которая осуществляется после размещения ударения [Se-

mantics 1971: 211]. Но тогда кореференция должна определяться после введения интонационного контура, т.е. в фонологической структуре, а не в поверхностной, являющейся вводом для нее.

Поверхностная структура считается местом, где определяются семантические понятия фокус и пресуппозиция. Основанием для этого служит, видимо, соображение, что разделение на фокус и пресуппозицию есть бинарное расчленение предложения, и если оно производится в глубинной структуре, то должно соответствовать наиболее крупному бинарному синтаксическому расчленению – на именную и глагольную составляющие (наиболее крупному потому, что фокус и пресуппозиция далее нечленимы). Такое соответствие имеет место далеко не всегда, и зачастую фокусу не соответствует вообще никакой узел в глубинной структуре, не говоря уже о глагольной и именной составляющих. Основанием для вывода фокуса из глубинной структуры служит, следовательно, то, что фокусу заведомо отказано в праве быть компонентом бинарного расчленения второго и третьего порядков. Поверхностная природа фокуса подтверждается и тем, что в фокус включается всегда часть предложения, выделенная ударением, и фокус определяется именно на основе ударения [Semantics 1971: 206 fn.]. Одной из семантических функций фокуса считается установление кореферентных отношений.

Пресуппозиция в расширенной стандартной теории трактуется двойко: как противопоставленная фокусу эксплицитная часть поверхностной структуры и как имплицитная презумпция для установления условий истинности предложения. В первом случае пресуппозиция связана с логико-референциальным содержанием, во втором это семантическая импликация пропозиционального содержания. Многие имплицитные экзистенциальные пресуппозиции предиката могут определяться, исходя из поверхностной структуры, поскольку предполагается, что они всегда име-

ют место в настоящем глагольном времени изъявительного наклонения, а в будущем времени или в сослагательном наклонении исчезают.

В трактовке экзистенциальных пресуппозиций расширенная стандартная теория порой допускает серьезные ошибки. Так, для предложения *John is tall for a Watusi* выделяются две пресуппозиции: *Джон – ватуси* и *Ватуси обычно невысокого роста* [Semantics 1971: 213]. Однако совершенно не обязательно, что обе пресуппозиции верны. Так, первая оказывается недействительной, если говорящий судит о возможной этнической принадлежности Джона, но не уверен, действительно ли он принадлежит к ватуси или вообще является туземцем. Вторая пресуппозиция также неверна, так как ватуси могут быть и высокого роста, а Джон – просто очень высокий человек, выше любого представителя ватуси. По-видимому, единственно верная пресуппозиция здесь – *Джон выше среднего представителя ватуси*.

По мнению авторов расширенной стандартной теории, введение ин-тенсификатора *even* в предложение меняет семантику пресуппозиции. Так, введение его после *tall* дает пресуппозицию *Ватуси высокого роста, а Джон еще выше*. Представляется, однако, что здесь сохраняются и пресуппозиции *Ватуси низкого роста, Джон низкого роста* и *Джон выше ватуси*. Это легко видеть, если представить себе такое предложение в контексте следующего вида: *Есть много национальностей низкого роста. Среди них пигмеи, ватуси и другие. А Джон высок даже для ватуси, не говоря уже о пигмеях, хотя его рост – всего 160 сантиметров и он по национальности пигмей*.

Так же недостаточно число пресуппозиций, выделяемых для предложения *Even John is tall for a Watusi*, а именно: *Джон низкого роста* и *Ватуси низкого роста*. Так, в контексте *У меня есть несколько знакомых высокого роста, из которых самый низкий – Джон. Они выше, чем*

даже ватуси - туземцы, которые славятся отменным телосложением и ростом. Но даже Джон высок для ватуси, не говоря уже о Билле очевидно, что в добавление к названным пресуппозициям следует выделить следующие: *Джон выше среднего представителя ватуси, Ватуси высокого роста и Джон высок*. Эти же пресуппозиции действительны и для исходного предложения *John is tall for a Watusi*. Кроме того, для обоих случаев верны пресуппозиции *Джон – не ватуси*. Следовательно, введение интенсификаторов не обязательно влияет на количество пресуппозиций.

В теории Р. Джекендоффа семантика предложения представлена не в виде отдельного уровня, а как совокупность структур: 1) функциональной; 2) модальной; 3) таблицы кореференции и 4) фокуса и пресуппозиции [Jackendoff 1972]. Каждая из них образуется в результате интерпретации определенных частей синтаксического компонента. Дихотомия семантики и синтаксиса служит у Р. Джекендоффа основой для определения функциональных отношений, а также фокуса и пресуппозиции. С другой стороны, на семантические правила накладываются сильные ограничения, которые могли бы быть изначально заданными, если бы признавалось существование единой семантико-синтаксической структуры.

Функциональная структура образована на основе глубинной структуры и лексических словарных единиц при помощи правил интерпретации. Иного вида интерпретативные правила устанавливаются для отношений кореференции между именными составляющими в предложении; они применяются к производным структурам и трансформациям конечного цикла. Входом для модальной структуры служат, по мнению автора, глубинная структура и трансформации. В поверхностной структуре устанавливаются фокус и пресуппозиция.

Функциональная и модальная структуры являются иерархически организованными. В модальной структуре и таблице кореференции предполагаются процедуры для сложения семантической информации, произведенной из нескольких синтаксических структур в единую семантическую, а они, в свою очередь, предполагают наличие глобальных правил. Все четыре семантические структуры совместно с аппаратом селекционных ограничений должны, по мысли автора, давать полную семантическую репрезентацию предложения.

Разделение функциональной и модальной структур не является чем-то новым в лингвистике – ср. ранний вариант падежной грамматики Ч. Филлмора [1981]. Теоретическим истоком этого разделения является у Р. Джекендоффа неприятие кванторной логики, в которой одна формула одновременно представляет и предикатно-аргументную структуру, и относительную сферу действия модальных операторов, и отношения кореференции [Fodor 1980: 180]. Функциональная структура, модальная структура и таблица кореференции в совокупности выполняют роль исходных фразовых маркеров и прочтений предложений в стандартной теории.

В функциональной структуре, которую автор приравнивает к проекционным правилам стандартной теории [Jackendoff 1972: 378], устанавливаются предикатно-аргументные отношения в терминах падежных ролей. Основой в этом плане считается определение тематических отношений (см.: [Gruber 1976]). Эти отношения определяются на основе семантики предиката. Наиболее общими признаковыми категориями считаются движение и Местоположение. На основе этих признаков выделяется Тема – именная составляющая, рассматриваемая как движущаяся или локализуемая, а также Источник, Цель и Агент [Jackendoff 1972: 29–30].

Изложение тематических отношений в таком виде свидетельствует о некритическом принятии Р. Джекендоффом идей Дж. Грубера.

Во-первых, неясно, считаются ли Движение и Местоположение наиболее общими понятиями, имеющими статус постулатов. Если да, то непонятно, почему именно они выбраны в качестве элементарных – ведь каждое из них подводится под более общую категорию, например, отношение, состояние, свойство. Если же обобщенность их семантики объясняется опорой на категории пространства и времени, то Движение и Местоположение оказываются сводимыми друг к другу: движение может быть осмыслено как смена Местоположений, а Местоположение – как мгновенный "снимок" движения в пространстве.

Во-вторых, определение Темы явно неадекватно, поскольку локализоваться или рассматриваться в движении может не именная составляющая, а внеязыковая сущность. Любопытно было бы посмотреть, как трактуется Тема, выраженная непредметным именем; таких примеров, однако, автор не приводит. Прилагательное понимается как абстрактная локация, например: *The grass is green* [Jackendoff 1972: 31]. Однако автор рассматривает прилагательное только в предикативной позиции. Последовательность же анализа требует трактовки атрибутивного прилагательного тоже как абстрактной локации, и тогда в предложении могут содержаться две абстрактные локации, одна из которых входит в Тему, ср.: *The brown table is large*. Но тогда возникает противоречие: Тема как локализуемое содержит локацию, по отношению к которой ничто не локализуется. Тем самым приходится разграничивать разные виды локации, но не на основе их семантики, а на основе синтаксической функции!

Выход из этого противоречия (определения семантического феномена на основе возможного его функционирования в тех или иных условиях), восходящего к лингвисти-

ческой философии, состоит либо в признании Темой не всей именной составляющей, а лишь ее вершины, либо в отказе от трактовки прилагательного как абстрактной локации.

Не вполне верно ставить Агент в один ряд с другими тематическими отношениями – ведь он может встречаться в совокупности и с Темой, и с Источником, и с Целью, хотя и не одновременно со всеми, так как в предложении может быть только один Агент (однородные Агенты в расчет не принимаются). Кроме того, Агент употребляется только в предложениях действия, а остальные тематические отношения – и в других типах.

Правильность принятия за основу системы Дж. Грубера вызывает сомнение и по другим причинам. Полифункциональность именных составляющих ставится во главу угла, поскольку считается, что она отражает семантику глубинной структуры лучше, чем монофункциональные именные составляющие Ч. Филлмора. Но это не аргумент, так как монофункциональность защищалась Ч. Филлмором лишь в ранних работах – до 1969 г. То, что система Дж. Грубера дает лексические обобщения [Jackendoff 1972: 33-34], не есть довод в ее пользу, поскольку этим свойством обладает любая теория падежно-ролевой семантики, принимающая идею полифункциональности.

В рассуждениях о совмещении тематических отношений Р. Джекендофф порой допускает ошибки. Так, разбирая предложения *Bill strikes Harry as pompous; Harry regards Bill as pompous; Harry is striking to Bill*, автор пишет, что в последнем предложении объект *strike* является Целью. Поскольку под субъектом и объектом в теории понимаются только грамматические функции, здесь явно имеется в виду косвенный объект *Bill*. Но тогда неверен вывод, что в семантически параллельном предложении Целью является субъект, т.е. *Harry* [Jackendoff 1972: 45]. Следовательно, Тема может совпадать с Целью, а не противопос-

тавляться ей; противопоставленным оказывается Источник (который почему-то при распределении тематических отношений не упоминается вовсе). Автор трактует тематические отношения как "семантические подфункции", основой для определения которых служат семантически элементарные функции типа *cause, change* со своими аргументами типа Индивид, Событие и Состояние [Jackendoff 1972: 31]. Однако трактовка *CAUSE* как функции, имеющей аргументы Индивид и Событие, а *CHANGE* – Индивид, Начальное состояние и Конечное состояние, является неполной, поскольку не учитывается, что в обоих случаях вместо Индивида может стоять признаковая лексема. Элементарность указанных функций не доказывается. Признаки в качестве аргументов автором подробно не исследуются, не упоминается их пропозициональный характер.

Недостаточная разработанность у Р. Джеккендоффа тематических отношений приводит к тому, что его основополагающий тезис о тематической иерархии во многих случаях оказывается недействительным. Согласно этому тезису агентивная составляющая 1) в пассиве должна быть выше по иерархии, чем производный субъект, 2) возвратное местоимение всегда ниже по тематической иерархии, чем его антецедент [Jackendoff 1972: 43, 46, 48]. Первый пункт этого тезиса предполагает, что Тема должна совпадать с производным субъектом. Это предположение было убедительно раскритиковано Дж. Андерсоном [Anderson 1977: 33-37]. Второй пункт также неверен, и есть множество предложений, в которых рефлексивная составляющая стоит выше по тематической иерархии, чем ее антецедент. Это наблюдается в примерах с неодушевленным (и, следовательно, по Р. Джеккендоффу, неагентивным) субъектом и семантически приемлемым рефлексивным объектом, в которых глагол маркирует субъект как Тему (см. об этом условии: [Jackendoff 1972: 149], ср.: *Аргументы исчерпали себя; Концепция не оправдывает себя*). Впрочем, говоря о

невозможности существования рефлексивных предложений, предикатами которых являются глаголы типа *touch* автор мог иметь в виду глаголы воздействия, и в этом случае найти контр-примеры действительно нелегко. Однако в условиях для тематической иерархии семантические типы предикатов не оговорены, следовательно, приведенные примеры можно считать контраргументами.

Трактовка Агента как содержащего компонент "намеренность" зачастую противоречит условию тематической иерархии, ср.: *Берег был размыт волной. Волна*, по определению, не является Агентом, хотя берег представляет собой Тему. Для таких случаев автор вводит понятия Инструмента или Суррогатного Агента, но не определяет их места в тематической иерархии (очевидно потому, что это условия *ad hoc*). Представляется неверным любую составляющую с предлогом *by* в пассиве считать маркером предиката действия и, следовательно, Агента (Инструмента, Суррогатного Агента); ср.: *The island is washed by three seas*.

По Р. Джекендоффу, на выходе трансформаций действует модальная структура, представляющая предложение в терминах модальной логики: в этой структуре указывается кванторная информация, модальные операторы и т.п.

Основанием для отделения модальной структуры от пропозициональной у Р. Джекендоффа служит соображение, по которому использование единственного фразового маркера затемняет природу значения предложений, поскольку последние могут иметь одинаковую функциональную структуру, но различаться модальной [Jackendoff 1972: 385]. С другой стороны, в модальной структуре повторяются почти все элементы функциональной, только в иных конфигурациях. Поэтому модальная структура также использует информацию из глубинной структуры, действуя по типу глобальных правил.

Характеристики составляющих модальной структуры – кванторов и связанного с фокусом отрицания [Jackendoff 1972: 255] – определяется в поверхностной структуре. Тем самым поверхностная структура также фактически служит входом для модальной семантической репрезентации. Автор считает неправомерным приравнивание кванторов и отрицаний к предикатам, так как их семантическое и синтаксическое поведение очень отличается от поведения глаголов [Jackendoff 1972: 16].

Известное влияние на трактовку Р. Джекендоффом кванторных отношений оказала кванторная логика, по которой многозначность квантора определяется наличием в предложении других кванторов, модальных элементов или глаголов непрозрачной (opaque) семантики. Кванторы признаются, следовательно, внутренне относительными в том смысле, что неоднозначность не является их ингерентным признаком, а устанавливается только благодаря отношениям с другими конституентами. В этом отношении многозначность квантора и других предикатов – разнопорядковые явления, что подтверждает их различия.

Р. Джекендофф вводит отдельные формулы для функциональной и модальной структур и на основе этого разделения объясняет многозначность типа [определенность] в предложениях с непрозрачной референцией; ср.: *I want to catch a fish*. Многозначность объясняется помещением объектной составляющей в разные позиции формулы модальной структуры – перед глагольной группой или после нее. В отличие от кванторной логики, автор не пользуется понятием экзистенциального квантора, и интерпретация выражений типа *He is trying to find a pretty girl* происходит независимо от утверждений о референции [Jackendoff 1972: 290]. Тем самым разделяется пропозициональное значение, устанавливаемое в функциональной структуре, и референция, определяемая на основе отношений в модальной структуре. Представляется, однако, что элиминирова-

ние экзистенциальных кванторов может лишить модальную структуру возможности трактовать чисто экзистенциальные конструкции типа *There is a house in New Orleans*.

Таблица кореференции представляет собой список, в котором указываются кореферентные именные составляющие и местоимения. Выделение таблицы кореференции в один из компонентов семантической репрезентации, видимо, преследует цель приблизить уровень глубинной структуры к уровню поверхностной ж тем самым ослабить силу трансформационного аппарата, которому придается решающая роль в генеративной семантике. Этим объясняются подчас противоречивые высказывания Р. Джекендоффа о том, влияет или нет функциональная структура на отношения в таблице кореференции (ср. отрицание такого влияния: [Jackendoff 1972: 15, 17, 226–227] и утверждение о том, что оно существует: [Jackendoff 1972: 215, 217]).

Представляется, что функциональная структура оказывает влияние на установление кореференции, хотя семантическая информация о ней есть информация иного рода, чем тематические отношения, и устанавливается на основе иных интерпретативных правил. Одна из функций правил кореференции – это идентификация репрезентаций именных составляющих в функциональной структуре и установление помет для кодирования информации о кореферентных отношениях.

Наличие таблицы кореференции свидетельствует о диалектическом понимании автором отношений взаимозависимости разных уровней семантической репрезентации и о двунаправленности связи между ними. Так, в производной структуре устанавливаются кореферентные отношения, а в функциональной эта информация о кореферентности используется. Тем самым производная структура воздействует на функциональную, причем это воздействие является обязательным для уточнения ингерентных отноше-

ний в функциональной структуре. С другой стороны, производная структура надстраивается над тематическими отношениями, и здесь определяющей является уже функциональная структура.

Поскольку идентификационные индексы таблицы кореференции кодируют во фразовый маркер определенную информацию о его отношениях к более ранним по деривации маркерам, а также служат для "кросс-индексации" всех четырех семантических репрезентаций, они выполняют (функцию глобальных правил, наличие которых позволяет не выделять в теории дополнительный уровень интегрирования четырех семантических репрезентаций в одну.

Идентификационные индексы отличаются от референционных индексов в нескольких отношениях.

Во-первых, референционные индексы не функционируют как глобальные, межуровневые правила.

Во-вторых, следствием установления референционных индексов является устранение именной составляющей и замена ее местоимением [Ross 1969]. В теории Р. Джеккендоффа такого вычеркивания нет, так как считается, что местоимения порождаются непосредственно в глубинной структуре, а их кореференция устанавливается посредством правил семантической интерпретации идентификационных индексов, относящихся к узлам-пустышкам, что, по мнению автора, дает возможность избежать парадокса Э. Баха – С. Питерса о пересекающейся кореференции. Этим Р. Джеккендофф последовательно показывает, что глубинные структуры не являются семантизированными. Трансформационный подход к установлению кореференции признается неадекватным и сменяется интерпретационным.

В-третьих, как указывает Дж.Д. Фодор, две именные составляющие в предложении должны получать разные идентификационные индексы, даже если интерпретируются как кореферентные [Fodor 1980: 85, 183]. По-видимому, здесь имеются в виду предложения типа *Joe is broke but I*

wouldn't lend the bum a cent [Jackendoff 1972: 110-111]. В этом предложении содержится эпитет, который, хотя и ко-референтен с *Joe*, имеет самостоятельное значение и должен получать отдельный идентификационный индекс. Если это предположение верно, то налицо еще одна функция идентификационных индексов – маркирование смысловых различий.

В трактовке фокуса и пресуппозиции Р.Джеккендофф опирается на концепцию М. Хэллидея [Hailiday 1967], согласно которой фокус – это различная, а пресуппозиция – общая информация для говорящего и слушающего. По Р. Джеккендоффу, фокус и пресуппозиция определяют семантику поверхностной структуры и не имеют отношения к глубинной, структуре; фокус не имеет синтаксической мотивации и обладает только семантической, связанной с коммуникативным заданием. Р. Джеккендофф утверждает, что фокус – это фраза, содержащая главное ударение [Jackendoff 1972: 233]; фокус шире, чем ударный конституент, поскольку последний является слогом; с другой стороны фокус уже, если ударный конституент осмысливается как целая составляющая [Jackendoff 1972: 243 fn.].

Автор выделяет три этапа в механизме образования семантической репрезентации на основе поверхностной структуры: 1) разделение поверхностной структуры на фокус и пресуппозицию, которая представлена как одноместный предикат; 2) образование пресуппозиционного множества; 3) построения на его основе пресуппозиции и утверждения (*assertion*), определяющего, что фокус есть член пресуппозиционного множества. Условия истинности определяются независимо от утверждения и пресуппозиции и утверждением не изменяются [Jackendoff 1972: 245 ff.]. Первый этап соответствует выделению эмпирических фокуса и пресуппозиции. Второй этап представляет синтез эмпирических пресуппозиций в абстрактную. На третьем этапе происходит операция идентификации фокуса, кото-

рый тем самым приобретает новое содержание, соотносясь с абстрактной пресуппозицией. Однако типизации абстрактных пресуппозиций и фокусов автор не проводит, останавливаясь тем самым на полпути к обобщениям.

Фокус может быть представлен в двух разновидностях: топика и комментария. Это происходит в предложениях, содержащих два фокуса – субъект и предикат, – и субъект является тоником, а предикат – комментарием [Jackendoff 1972: 262]. Следовательно, топик и комментарий не параллельны фокусу и пресуппозиции, но соотносятся с темой и ремой, если последние определяются в поверхностной структуре. В отличие от фокуса и пресуппозиции, топик и комментарий соотносятся с производными грамматическими отношениями. Для определения топика и комментария необходимо наличие двух типов интонации – с понижением и с повышением тона; первый характерен для комментария, второй – для топика. Выбор типа интонации важен для установления форм утверждения и определения многозначности; так, выбор тоновой интонации для предложения *Both John and Bill didn't go* изымает отрицание из пресуппозиции (с интонацией комментария это предложение означает, что ни Джон, ни Билл не ушли) и дает прочтение *Ушел либо Билл, либо Джон, но не оба* [Jackendoff 1981: 426-427]. Следовательно, выбор типа интонации оказывает влияние на отрицание и пресуппозицию. Отрицание, интенсификаторы и модальные слова типа *merely*, *truly* причисляются к явлениям поверхностной структура, тесно связанным с фокусом, который входит в сферу их действия (*range*).

Автор не пользуется понятием экзистенциальной пресуппозиции и упоминает о существовании ингерентных пресуппозиций, которые являются пресуппозициями лексических единиц (ср. трактовку селекционных ограничений как пресуппозиций у Дж. МакКоли [McCawley 1968]) – фактивных глаголов и определенных артиклей – и зада-

ют условия истинности предложения [Jackendoff 1972: 276-278].

Следует заметить, что поверхностная структура в концепции Р. Джеккендоффа включает, видимо, фонетическую репрезентацию (автор вообще не упоминает о месте последней в грамматической системе), поскольку установление большинства семантических явлений в поверхностной структуре непосредственно связано с применением просодических средств. Этим система Р. Джеккендоффа выгодно отличается от расширенной стандартной теории Н. Хомского: последняя может быть оспорена на том основании, что в ее поверхностной структуре просодическими средствами устанавливаются фокус и пресуппозиция, но фонетическая структура отделена от поверхностной.

В середине 1970-х гг. под влиянием идеи о глобальных правилах (ср.: [Lakoff 1970]) расширенная стандартная теория подвергается изменениям. Трансформации в пересмотренной расширенной стандартной теории (revised extended standard theory – термин Р. Фиенго [Fiengo 1977: 53]) сведены к минимуму и в позднем ее варианте включают лишь Передвижение составляющей с wh- (Wh-movement) и Передвижение именной составляющей, охватывающие все множество трансформационных правил. В процессе копирования и вычеркивания остаются пустые узлы, снабженные индексами – "следы", выполняющие глобальную функцию хранения информации об элементах, занимавших соответствующую позицию на каждой стадии деривации. По-видимому, теоретическим истоком идеи о "следах" явилась теория идентификационных индексов Р. Джеккендоффа [Jackendoff 1972].

Взгляды Р. Фиенго, Э. Баха, Дж. Бреснан, Г. Ласника и других приверженцев пересмотренной расширенной стандартной теории на взаимоотношение синтаксиса и семантики сформулированы в общем виде в Тезисе абсолютной автономности, по которому формальная грамматика орга-

низуется на основе предварительного анализа в терминах "формальных примитивов", исключающих семантические мотивации и построения (см.: [Newmeyer 1980: 236-237]).

Таким образом, значение исключается из грамматики и понимается в терминах семантической интерпретации. По мнению Дж. Катца, данная теория отказывается от объяснения многозначности: ведь синтаксическая интерпретация не всегда может определять неоднозначность предложений, поскольку не все предложения с двумя или несколькими синтаксическими структурами являются многозначными; так, предложение *It was done with an automated processing device* имеет две синтаксические деривации, но является однозначным [Katz 1980: 16-18]).

Входом для правил семантической интерпретации является поверхностная структура, образующаяся на выходе обязательных трансформаций. Эта структура отличается от поверхностной структуры стандартной и расширенной стандартной теорий тем, что она 1) обогащена «следами», оставленными трансформационными правилами, и 2) является более «глубинной», поскольку после нее применяются факультативные синтаксические трансформации (правила устранения, поверхностные фильтры) и стилистические правила.

С логической формой – первым компонентом семантической интерпретации – поверхностная структура связана правилами толкования, которые включают установление анафоричности в различных структурах; это правила взаимности (*reciprocal rules*), связанной анафоры и отдельной референции. Согласно последнему в предложениях типа *The students admire him* местоимение не должно быть кореферентно именной составляющей; тогда это предложение, как указывает Т. Лангендун, может быть перефразировано как *The one whom the students admire is not one of the students*. Однако такая структура показывает ложность вывода при истинности самого предложения: этот человек может

оказаться и одним из студентов [Langendoen 1978: 276-277].

Логическая форма считается компонентом семантической интерпретации, определяемым непосредственно правилами грамматики; в позднем варианте рассматриваемой теории в логическую форму даже включаются некоторые тектонико-синтаксические правила – Номинативного острова и Специфицированного субъекта. Отсюда утверждается, что логическая форма обладает синтаксическим строением и включает любые признаки структуры предложения, непосредственно входящие в грамматику. К таким признакам, видимо, следует отнести понятие сферы действия кванторов и фокуса. Не вполне ясен статус тематических, по Р. Джекендоффу [Jackendoff 1972], отношений. Представители рассматриваемой теории включают их в базу, но считают, что информация о них присутствует в поверхностной структуре в виде следов.

Тем самым ингерентно семантические тематические отношения Р. Джекендоффа становятся чисто синтаксическими, "формальными примитивами". Поэтому их неправомерно причислять к элементам логической формы, как это делает Т. Лангендун [Langendoen 1978: 273]; правда, они могут входить в нее в результате деривации, но таким же свойством обладают, по определению, любые другие признаки структуры предложения. Информация, заложенная в логической форме, близка к репрезентации смысла предложения по Г. Фреге, однако в ней отсутствуют некоторые необходимые для смысла компоненты, например, имена «естественных родов».

С другой стороны, в логическую форму включаются элементы, характеризующие коммуникативный аспект высказывания, например, фокус, которые в теориях «чистой компетенции» не имеют отношения к логической форме, т.е. семантике предложения. Так, по мнению Дж. Катца,

предложения *Amy gave BILL a car* и *Amy gave Bill a CAR* имеют одинаковую логическую форму [Katz 1980: 21].

Авторы пересмотренной расширенной стандартной теории, по мысли Дж. Катца, для придания своей концепции объяснительной силы должны доказать различие в логических формах таких предложений; однако они этого не делают, так как это означало бы обоснование и принятие иной, отличной от используемой, логической системы. Альтернативой этому может, очевидно, служить перенесение фокуса как коммуникативной категории в прагматический компонент, что вполне согласуется со статусом последнего, обусловленным общеметодологическими положениями для данной теории.

Прагматический компонент («семантическая репрезентация») представляет собой второй компонент семантической интерпретации и включает экстралингвистическое видение мира, интенции и умонастроения говорящего, совокупность которых представляется достаточной для правильного употребления предложения. Прагматический компонент является образованием надстроечного типа, существование которого необходимо для придания концепции характера теории употребления, возможно, для того, чтобы отдать дань времени и указать на неразрывную связь семантики с прагматикой. Семантическая репрезентация, в отличие от логической формы, не соотносится прямо с правилами грамматики; авторы не поясняют, какие именно правила соотносят и логическую форму с прагматическим компонентом. Это свидетельствует о неразработанности последнего. Как пишет Т. Лангендун, отмечая неэксплицитные, отрывочные формулировки даже логической формы, основное внимание в пересмотренной расширенной стандартной теории уделяется тектонико-синтаксическим правилам, а разработка семантики находится пока еще на начальном этапе и требует дальнейшей интенсивной разработки [Langendoen 1978: 275, fn.].

Такова в общем парадигмальная картина американского интерпретивизма в его развитии в минувшем веке. Социоцентризм этого направления можно оценивать по-разному, однако, на мой взгляд, он парадоксально перспективен – в том отношении, что дает возможность оценки путей развития лингвистической теории, а также возможность использования его как своеобразного кросс-культурного исследовательского инструмента – взятия на вооружение целого ряда интересных идей (из во многом иной для нас научной культуры) и точных методов лингвистического анализа.

III. II. СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ НЕОДОБРЕНИЯ ВО ФРАНЦУЗСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Изучение и анализ языковых фактов с точки зрения антропоцентричности языка является одной из наиболее значимых тенденций современного языкознания. Язык изучается как феномен, ориентированный, прежде всего, на человека. Человек с помощью вербального и невербального поведения постоянно стремится изменить окружающий мир согласно своим субъективным убеждениям, потребностям, интересам. Ориентируясь в окружающем мире, человек определяет для себя жизненную важность его составных частей. Природные объекты, включенные в жизнедеятельность людей, всегда приобретают в ней то или иное ценностное содержание, наделяются определенным достоинством и благодаря этому занимают свое место в системе ценностей социального или индивидуального субъекта.

Особую значимость приобретают исследования, посвященные межличностному общению, вербальному и невербальному поведению. Межличностное общение складывается из взаимного влияния людей друг на друга. Одним из основных механизмов регулирования взаимоотношений в обществе выступают высказывания, содержащие

отрицательную оценку поведения, действий собеседника, то есть неодобрительные высказывания. На наш взгляд, наибольший интерес представляют эмоционально-оценочные высказывания с неодобрением.

Целью данного исследования является сравнительно-сопоставительный анализ неодобрительных высказываний на материале неофициального диалогического дискурса русского и французского языков. В ходе работы решаются следующие задачи: на основе семантического анализа лексем было определено место неодобрения в группе смежных понятий; были раскрыты стилистические и прагматические особенности высказываний с неодобрением; проанализированы факторы, детерминирующие вариативность данных высказываний; дано сравнение вербальных и невербальных способов реализации неодобрительных высказываний в двух языках.

Л.А. Киселева говорит о том, что «эмоционально-оценочная языковая информация может приобретать разную прагматическую ориентацию» [Киселева 1978: 19].

В первую очередь, эмоционально-оценочная информация является одним из средств осуществления социальных санкций в группах для поддержания принятых в них социальных установлений. Подобного рода информация оказывает влияние на поведение посредством воздействия на оценочные установки личности (адресата), посредством указания адресату на опасность оказаться объектом общественного осуждения, социального неодобрения, насмешки.

Во-вторых, эмоционально-оценочная языковая информация осуществляет регулятивное влияние посредством одновременной двойной апелляции: непосредственного обращения к оппоненту и опосредованного, косвенного обращения к третьим лицам, присутствующим при диалоге, с расчетом на их поддержку, сочувствие, что может усилить действенность эмоционально-оценочной языковой

информации, и, наоборот, непосредственного обращения к третьим лицам как к адресатам речи и одновременно косвенного обращения к своему оппоненту.

В-третьих, данная информация влияет на поведение путем механизма психического заражения (на основе рефлекса подражания). Значительную роль при этом играет авторитетность источника информации, ее автора, в противном случае возможен и прямо противоположный ожидаемому эффект воздействия.

Отрицательная эмоционально-оценочная языковая информация может быть использована в целях нанесения собеседнику нравственной пощечины или психической травмы в виде психической мести (или возмездия) за моральный или физический ущерб, что непосредственно или опосредованно может повлиять на поведение адресата [Киселева 1978: 19].

Все неодобрительные высказывания будут являться прагматическими, так как их цель не только сообщение о чем-либо, но и оказание определенного воздействия на адресата.

В толковых словарях лексема «неодобрение» представлена следующим образом:

Неодобрение – *отрицательная оценка, порицание.* (ТСОж);

Неодобрение – *порицание, отрицательная оценка чего-н.* (ТСУ);

Неодобрение – *неудовлетворённость чьими-либо действиями, поступками и т.п.; порицание, осуждение.* (БТСРЯ).

На наш взгляд «неодобрение» выступает в качестве гиперонима для обозначения всего диапазона отрицательной эмотивно-оценочной модальности и является родовым понятием. Структура значения «неодобрение» может быть представлена следующими компонентами: **Р + Оц. (-)**, где Р – высказывание, а Оц. (-) – отрицательная оценка. Выра-

жение неодобрения будет являться наиболее общим случаем, к которому при условии нейтрализации релевантных черт могут сводиться такие выражения, как порицание, осуждение и т.п.

Значение неодобрения – это реализуемое языковыми средствами негативное, ироническое, осуждающее, критическое отношение говорящего к действительности в многообразных ее проявлениях.

Рассмотрим и проанализируем синонимы лексемы «неодобрение», предложенные электронным словарем синонимов:

Замечание – *указание на ошибку, выговор (СШ);*

Брань – *осуждение и обидные слова (СШ);*

Выговор – *строгое словесное внушение, замечание за проступок (СШ);*

Упрек – *выражение недовольства, неодобрения, обвинения (ТСОЖ);*

Укор, Укоризна – *неодобрение, высказанное кому-л. (ИС);*

Ворчание – *сердитое бормотание, выражение недовольства (ТСОиШ); Брюзжание – ворчание (ТСОиШ);*

Внушение – *наставление, выговор (ТСОЖ);*

Нагоняй – *строгое внушение, наказание (ТСОЖ);*

Строгач – *устар. разг. строгий выговор как мера наказания (ТСОиШ); Проборка – разг. выговор, внушение кому-н. (ТСОЖ);*

Нахлобучка – *нагоняй (ТСОЖ);*

Взбучка – *грубый выговор, нагоняй или побои (ТСОЖ);*

Встрепка – *строгое наказание, с руганью, битьем, нагоняй (ТСОЖ); Головомойка – строгий выговор с нравоучениями (ТСОЖ);*

Осуждение – *неодобрительное мнение, порицание (СШ);*

Разгон – *разг. выговор, взбучка (ТСОЖ);*

Хула – устар., книж. *осуждение, порицание* (ТСД);

Поношение – устар., книж. *оскорбительные, порочащие слова* (ТСУ);

Бичевание – книж. *суровая критика* (ТСОж);

Распекание – разг. *выговор* (ТСОж);

Охаивание – разг. *ругань, порочащие слова* (ТСОж);

Хуленье – книж., устар. *порочащие слова, брань* (ТСОж);

Журьба – разг. *ворчливые наставления* (СШ);

Хаянье – прост. *брань, порочащие слова* (СШ).

Все синонимы объединены общим значением «открыто выносить отрицательную оценку кому-либо или чему-либо». Несомненно, можно говорить о том, что данные синонимы будут различаться резкостью и интенсивностью выражения отрицательного отношения, оценки адресанта. С одной стороны, лексемы более «мягкого» отношения – *ворчание, журьба, упрек*, – с другой стороны – более резкие и грубые – *распекание, бичевание, брань и т.д.* Шкала перехода представлена такими лексемами, как *брюзжание, ругань* и другие.

Синонимический ряд характеризуется также наличием в словах определенного количества скрытых сем, особенно оценочных.

В некоторых лексемах актуализирована сема необоснованности: *охаивание, хуленье, хаяние*. Другие синонимы объединены семей критического высказывания, имеющего целью предупреждение или исправление ошибки: *замечание, выговор, внушение, упрек*. Неодобрение часто звучит в оскорбительном тоне и задевает достоинство собеседника: *брань, поношение*. По способу выражения неодобрение может быть как моральным, так и физическим, в подобном случае, можно говорить о семе причинения боли: *встреп-*

ка, *взбучка* (см. аналогичный анализ на материале англ. яз.) [Карасик 2002]).

Представленные лексемы можно также дифференцировать по использованию в том или ином виде дискурса, так, например, к официальному дискурсу будут относиться *взбучка, головомойка, разгон, внушение, выговор* и другие. Можно привести несколько примеров с глаголами, которые относятся к разговорному стилю и реализуют значение выражения отрицательной оценки в ситуации профессиональной коммуникации: *пробирать, вызвать на ковер, распекать, распушить, шерстить, честить, чихвостить, снимать стружку, отчитать, пробрать, устроить разнос, задать взбучку, чистить, песочить, намылить голову, снять голову, вправлять мозги, выбить дурь из головы, склонять на все лады* (ИС).

Кроме того, синонимы лексемы «неодобрение» можно систематизировать по стилистической принадлежности, например: *журьба, распекание, проборка* и другие – слова разговорного стиля; *хуление, бичевание, поношение, порицание* – слова книжного стиля.

Теперь обратимся к анализу французской лексемы *désapprobation* – «action de désaprouver, résultat de cette action», которая, как и русская лексема «неодобрение», является видовым понятием и имеет вид: **Р + Оц. (-)**.

Электронный словарь CRISCO предлагает 9 синонимов к лексеме «*désapprobation*», расположенных в алфавитном порядке: *blâme, censure, improbation, objurgation, opposition, protestation, réprobation, reproche, réquisitoire* [CRISCO: эл. ресурс].

Наиболее употребительные синонимы к лексеме «*désapprobation*» (приведены по степени частотности по данным электронного словаря) следующие:

Blâme – jugement défavorable porté sur quelqu'un ou quelque chose (CNRTL) (порицание, неодобрение);

Reproche – *incitation verbale à corriger le comportement, jugement défavorable* (ENCARTA) (упрек, укор);

Réprobation – *condamnation sévère (de quelque chose ou de quelqu'un), jugement ou critique défavorable* (ENCARTA) (осуждение, неодобрение);

Censure – *action de critiquer, de façon le plus souvent sévère en émettant un blâme, la conduite ou les œuvres de quelqu'un* (CNRTL) (цензура, критика, осуждение);

Protestation – *manifestation verbale, gestuelle, etc. par laquelle on désapprouve, on refuse ou on s'oppose à quelque chose* (CNRTL) (возражение, протест);

Réquisitoire – *accumulation de reproches (contre quelque chose ou quelqu'un)* (ENCARTA) (обвинение);

Objurgation – *vifs reproches prononcés par un orateur ou un avocat au cours d'un discours, d'une plaidoirie* (CNRTL) (порицание, укор, выговор).

Синонимический ряд к лексеме «*désapprobation*» объединяет слова с общим значением «выражение отрицательной оценки кому-либо или чему-либо». Отличительной чертой французских синонимов становится то, что практически все они имеют сему интенсивности выражения отрицательного отношения, в словарных дефинициях она представлена лексемой «*sévère*». В большинстве слов указывается строгость неодобрения (*réprobation, censure*), также делается акцент на наложении ответственности за допущенную ошибку, актуализируется значение побуждения к исправлению поведения, ситуации (*blâme, reproche*). Предложенные лексемы можно дифференцировать по принадлежности к определенному дискурсу, например: *objurgation, réquisitoire* – относятся и находят применение в области права и юриспруденции.

Таким образом, можно говорить, что лексемы *neodobrene* и *désapprobation* имеют одинаковое значение в двух языках, в них отсутствуют сема интенсивности и коннота-

тивная сема, указывающая на стилистическую маркированность лексем. Однако анализ синонимических рядов данных лексем позволил выявить следующие различия:

1) большое количество синонимов к русской лексеме *неодобрение*;

2) синонимы в русском языке характеризуются достаточно четкой градацией выражения отрицательного отношения, оценки адресанта (имеются лексемы более «мягкого», нейтрального, «грубого» отношения), в некоторых французских синонимах подчеркивается лишь строгость в выражении неодобрения;

3) в отличие от французских синонимов лексемы *désapprobation*, в русских могут быть актуализированы семы необоснованности и причинения боли;

4) неодобрение в русском языке часто звучит в оскорбительном тоне и задевает достоинство собеседника;

5) среди французских синонимов существуют специальные лексемы, которые находят применение в области права и юриспруденции.

В настоящем исследовании мы проанализировали неодобрительные высказывания в неофициальном дискурсе, в диалогах, в непринужденной обстановке. Учитывая все вышеизложенное, мы предлагаем понимать под **неодобрением** – отрицательную морально-этическую оценку поведения, поступка, слов адресата (или лица, не участвующего в диалоге), высказанного с целью вызвать самокритичную реакцию адресата и побудить его к исправлению поведения или ситуации.

Вариативность неодобрительных высказываний определяется их структурными компонентами. Исследователи выделяют следующие элементы дискурса: 1) адресант, 2) адресат речи, 3) исходный материал высказывания (пресуппозиции говорящих), 4) цель сообщения, 5) развитие, внутренняя организация речевого акта, 6) контекст и ситуация общения.

Мы проанализируем адресанта и адресата неодобрительного высказывания.

Адресант

Проведенный анализ фактологического материала позволил выделить следующие группы адресантов:

- I)** по социальной роли;
- II)** по социально-психологическому типу;
- III)** по количественному параметру.

Рассмотрим подробнее каждую из этих групп.

I) Важнейшим параметром адресанта, влияющими на выбор оценочных средств, является социальная роль. Социальная роль понимается как нормативный образ поведения, который одобряется обществом и ожидается от каждого, занимающего данную социальную.

Мы согласны с Л.П. Крысиным в том, что роли могут быть обусловлены как постоянными или долговременными характеристиками человека: его полом, возрастом, положением в семье и социальным положением, профессией (таковы, например, роли мужа, отца, начальника, сослуживца и другие), – так и переменными, которые определяются свойствами ситуации: таковы, например, роли пассажира, покупателя, пациента и другие. Пары социальных ролей – наиболее типичная форма ролевого взаимодействия людей. Соотношение ролей в таких парах может быть тройким:

A) роль первого участника ситуации (x) выше роли второго участника ситуации (y): $R_x > R_y$;

B) роли обоих участников ситуации равны: $R_x = R_y$;

C) роль первого участника ситуации ниже роли второго участника:

$R_x < R_y$ [Крысин: эл. ресурс].

A) В неодобрительных высказываниях наиболее распространен первый случай, когда у адресанта (первого участника ситуации) роль выше, это человек с более высоким статусом, положением и старше по возрасту

адресата. Отметим следующие ролевые отношения между коммуникантами, которые встретились нам в отобранных примерах: начальник, руководитель → подчиненный, секретарь; полицейский → нарушитель, свидетель; капитан → матрос, боцман, команда; доктор → ассистент, больной; медперсонал → посетитель, больной; хозяин → слуга; клиент → официант и т.п.. Проиллюстрируем двумя примерами, где роли адресантов (врач скорой помощи, боцман на корабле) выше ролей адресатов (сын больной, юнга).

– Вот что, – сурово заявил Федор, – вижу, вы решили известить мать! Как вам не стыдно! Чистый садизм, имейте в виду, сейчас мы заберем ее с собой в больницу, и не вздумайте предлагать нам деньги за молчание, обязательно сообщим в милицию о вопиющем факте жестокости. Приклепать старуху к батарее! Заставить выпить дикую смесь! Вы преступник! (Донцова ТБ, 159).

Le bosco qui se tient en retrait près de la table des cartes dit durement:

– Ta gueule! Tu dois parler anglais ou français.

– Le bateau est italien, fait le garçon qui semble mal réveillé.

– L'armateur est suisse, le commandant est français, on bat pavillon cyprïote. Comme tu sais pas un mot de leur baragouin... (Clavel, 31).

Данные примеры показывают степень социального неравенства, разделяющего собеседников, вызванного тем, что один партнер по коммуникации обладает большей властью, чем другой. Дистанция между собеседниками зависит от их социальных ролей и места в иерархии.

В) Ситуации неодобрения, в которых роли обоих участников равны, также находят отражение в литературе. Наиболее распространенными ролевыми отношениями будут следующие: жена ↔ муж; друг ↔ подруга; коллега ↔ коллега. Взаимобратные стрелки появляются тогда,

когда отношения между адресантом и адресатом можно охарактеризовать как родственные, дружественные или профессионально равноправные.

Приведем несколько примеров. В первом случае девушка недовольна поведением своей подруги, потому что, говоря о любви, она отказывает себе в романтическом ужине с привлекательным мужчиной:

– *Tu es désolante! Trois ans que je t’entends me parler de l’amour, et blablabla. Ils servent à quoi tes contes de fées si tu refuses le rôle de la princesse dès le premier jour de tournage!* (Levy SJ, 243).

Во втором случае женщина упрекает подругу за ее плохое настроение, вызванное приближающимся юбилеем:

– *Кто в сорок лет итоги подводит? Что такое сорок лет? Это даже не юбилейная дата! Ее нормальные люди не отмечают, а тебе вздумалось подводить какие-то итоги! Дура ненормальная!* (Вильмонт, 4).

С) Изучение высказываний показало, что имеются такие пары социальных ролей, как ребенок → родитель; младший брат, сестра → старший брат, сестра, где роль первого участника ситуации может быть ниже роли второго участника. Следующие случаи подтверждают это:

– *Tu m’as fait que mon père s’est cassé parce que tu es moche et chiante et qu’il est hors de question que je me mette à te ressembler. Et que pour ça, je suis prête à tout y compris à faire la belle et la soumise devant Henriette pour qu’elle nous file de l’argent.*

– *Ah! Parce que c’est ce que tu comptes faire: ramper devant elle?*

– *Je refuse d’être pauvre, j’ai horreur des pauvres, ça pue, la pauvreté! T’es moche que t’en peux plus* (Pancol, 84).

В приведенном примере дочь порицает мать за то, что отец оставил их, и они живут в бедности. Как видно, роль адресата выше роли адресанта, это возможно лишь в

неофициальном дискурсе, при близких или родственных отношениях между коммуникантами.

Yvonne avait considéré la mère avec ressentiment.

– Et tu l'as laissé partir tout bonnement, un dimanche, comme ça, sans m'appeler, sans essayer, toi, de le retenir? (Arriba, 146).

Дочь осуждает мать за то, что та не остановила ее младшего брата, не отговорила его от мысли оставить дом, родную деревню и уйти в город.

Подобные высказывания являются скорее исключением, чем правилом, поскольку у адресанта вряд ли имеется моральное право осуждать старшего по возрасту и положению в семье. Когда роль адресата выше роли адресанта, последний может либо просить, либо требовать, чтобы адресат совершил действие, но не может приказывать или скомандовать, чтобы он сделал это. Интересен факт, что высказывания неодобрения с данными социальными ролями встречаются лишь во французском языке, это связано, прежде всего, с тем, французская культура по своему типу является индивидуалистической. В данной культуре преобладают интересы индивида, «я» стоит выше, чем «мы», индивидуальные цели важнее групповых. Семья состоит из родителей и их детей (малая семья). Цель воспитания ребенка в семье – сделать его самостоятельным, независимым, в том числе и от родителей, потому взаимоотношения строятся на основе независимости и равенства [Ларина: эл. ресурс], именно поэтому младшие считают себя вправе осуждать старших.

Отметим также, что социальные роли (адресанта и адресата) и степень близости отношений между участниками коммуникативного акта регулируют выбор той или иной степени вежливости, которая проявляет себя в выборе формы обращения, в степени категоричности формулировок, в тоне голоса (при устном общении), в использовании специальных маркеров вежливости. А

правильный выбор уровня вежливости в свою очередь является необходимым условием достижения запланированного перлокутивного эффекта.

II) В целом, говоря об адресанте, можно утверждать, что выбор средств и способов выражения неодобрения во многом обуславливается социально-психологическим типом говорящего. Воспользуемся типологией предложенной А.В. Поселеновой, где в основе находится не социальный вариант языка, не преобладание в речи языковых средств с положительной или отрицательной эмоциональной окраской, а общая коммуникативная направленность речи говорящего / пишущего и обусловленные этой направленностью особенности использования языковых средств. Исследователь выделяет пять основных вариантов речевого поведения говорящего: безразличный, агрессивный, манипулятивный, романтический, гуманный [Поселенова: эл. ресурс].

Поскольку данный тип высказываний произносится адресантом с целью изменить поведение слушающего, чтобы в дальнейшем он не поступал плохо, а избегал подобных ошибок и промахов, то мы можем предположить, что будут наблюдаться три соответствующих типа речевого поведения говорящего:

- A)** манипулятор;
- B)** агрессор;
- C)** гуманист.

Два других типа – безразличный и романтический не представлены в высказываниях, цель которых выразить неодобрение.

A) Как указывает А.В. Поселенова речь манипулятора либо небрежна, либо дружески проникновенна, потому что манипулятор стремится доминировать над собеседником, но в скрытой форме [Поселенова: эл. ресурс]. Цель манипулятора – добиться чего-либо, не раскрывая собственных намерений. Неодобрение высказывается

имплицитно, оценка выражается косвенно, хотя объект оценки и ясен из контекста; преобладает литературно-нормированная лексика. Адресант апеллирует к интеллекту и эмоциям адресата.

Приведем пример:

– Нора никогда бы не выставила меня, – горестно завела маменька. – Да, дети не благодарны. О, бедный король Лир, как я понимаю его терзания! (Донцова ТБ, 59).

Мать манипулирует сыном, апеллируя к его сыновним чувствам, при этом она, чтобы воздействовать на сына, приводит пример другого человека «Нора никогда бы не выставила меня» и сравнивает себя с королем Лиром. Манипулятор всегда учитывает личность адресата, знает его «болевы́е точки», воздействуя на которые можно добиться желаемого. В данном случае сын – человек мягкий, хорошо воспитанный, побаивается своей начальницы Нору, начитанный (отсюда образ короля Лира).

В) Для агрессора характерен провокационный тип дискурса, ему свойственны или слишком «мягкие» оценки, потому что они имеют задачу скрыть истинные намерения говорящего, или наоборот – крайне резкие, ранящие и дезориентирующие собеседника [Поселенова 2009: 200]. Неодобрение высказывается эксплицитно, оценка резко отрицательна, объект оценки явно выражен, преобладает лексика с отрицательной оценкой, могут использоваться инвективы. Речь агрессора эмоциональна и апеллирует к эмоциям адресата.

– Ты, Боренька, мальчик умный, добрый и невинный, как ангел, – голос ее сделался вкрадчивым, даже ласковым, – но ты плохой врач. Ты ошибся в выборе профессии. Врач не должен быть истериком. Думаю, мы не сумеем больше работать вместе (Дашкова КН, 22).

В данном примере заведующая отделением больницы осуждает неисполнительность и «мягкость» молодого

врача, она высказывает ему неодобрение в завуалированной форме, под которой скрыта агрессия. Достигается это за счет использования противопоставления прилагательных и существительных положительной оценки (умный, добрый, невинный, ангел) и отрицательной оценки (плохой, истерик).

– *Ты наш позор! – загремел Федор. – Немедленно вытащи из ушей собачью мерзопакость! Где брюлики, а? (Донцова МХС, 19).*

– *Нет, вы только полюбуйтесь на нее! Подобрали на помойке, отмывали, отчистили, допинали, несмотря на сопротивление объекта, почти до звезды, и вытурить? Подарить другим уже почти огранный бриллиант? Нет, лапа, теперь ты станешь обрабатывать мои старания (Донцова МХС, 20).*

В этих двух случаях адресант не пытается скрыть свое недовольство, раздражительность и агрессию. Он дает оценку личности адресата, не заботясь о чувствах последнего (преобладает лексика с отрицательной коннотацией).

Blaise frappe trois coups, il essuya ses mains moites sur son pantalon et entra.

– *Vous avez demandé à me voir, Président?*

– *Tu as toujours besoin de poser des questions idiots dont tu connais la réponse? Reste debout!*

– *À ton avis, imbécile, je t'ai fait venir ici pour te regarder tourner autour de mon bureau? Ouvre la pochette, crétin! (Levy SJ, 213).*

Как мы видим, речь начальника эмоционально насыщена и весьма агрессивна, он постоянно подчеркивает свое высокое положение, превосходство над подчиненным. Все это достигается за счет использования повелительного наклонения, восклицательных конструкций, обращения на «ты», риторических вопросов, а также стилистически

маркированной лексики с отрицательным оценочным значением.

С) Совсем иначе ведет себя гуманист, он ищет взаимопонимания, а потому речь его диалогична и основной речевой тактикой является не описание, а выяснение [Поселенова: эл. ресурс]. При неодобрении оценка выражается эксплицитно, однако используется литературно-нормированная лексика, характерно перечисление, могут встречаться дизъюктивные типы вопросов («не так ли?», «n'est-ce pas?»). Поведение гуманиста напоминает поведение психолога или психоаналитика, апелляция происходит к разуму, а не к эмоциям. Например:

– *D'ailleurs, personne n'a jamais pu se confier à personne, dans cette famille. Surtout pas à toi, Benjamin. Toujours occupé ou toujours ailleurs, même quand tu étais là. On se débrouillait comme on pouvait: Clara avait son appareil photo, Thérèse avait ses étoiles, maman ses amours, le Petit ses cauchemars, Jérémy ses colères et moi...* (Pennac AF, 160).

Сестра дает понять брату, что в их семье нельзя никому довериться, особенно ему, она это не только высказывает, но и объясняет, почему так случилось, и как все выходят из сложившейся ситуации.

В следующем примере жена тактично дает понять мужу, что его неопрятный внешний вид может испугать ребенка:

– *Tu ne veux pas qu'elle te voie comme ça, n'est-ce pas?* (Musso PJT, 57–58).

Используя дизъюктивный вопрос, адресант ненавязчиво предлагает совершить действие адресату (в данном случае привести себя в порядок) и невольно признать правоту говорящего, согласиться с его мнением, отражающим общие нормы поведения.

– *Вы расстраиваете меня, – сказал Кузьма, – очень неприятно видеть ваши драки* (Морозова, эл. ресурс).

Отец семейства порицает дочерей за их безобразное поведение, адресант ведет себя тактически абсолютно верно, он делает упор на чувства, которые он испытывает и переживает, а не дает оценок адресату.

Итак, можно говорить о том, что адресант-гуманист в подобных высказываниях стремится объяснить ошибку адресата, для предотвращения повторения ситуации в дальнейшем, упор делается на мнение и чувства, переживаемые адресантом.

Сравнивая неодобрительные высказывания во французском и русском языках, мы выяснили, что преобладающими социально-психологическими типами адресанта в русском языке будут являться типы адресант-агрессор и адресант-манипулятор, для французского языка в большей мере свойственен тип адресанта-гуманиста.

III) В неодобрительных высказываниях адресант может быть:

A) единичным;

B) коллективным.

A) В ситуации неодобрения адресант чаще всего представлен одним человеком. Проиллюстрируем это следующими примерами:

– *Comment osez-vous prétendre que vous l'aimiez? Elle souffrait le martyre par votre faute, sous vos yeux; vous auriez pu la libérer en quelques phrases et vous ne le faisiez pas!*(Nothomb, *электр. ресурс*).

– *Увечить чужое имущество – дело нехитрое, – с упреком сказал Гуров. – А за вас расхлебывай? Ты хоть знаешь, на какого серьезного человека наехал? Не сносить тебе головы* (Леонов, 247).

B) Анализ практического материала показал, что адресант может быть коллективным: в этом случае неодобрение выносится адресату двумя адресантами по очереди, каждая реплика первого адресанта подкрепляется аргументами второго адресанта.

- *Ишь, развратничать задумала!*
- *Сначала распишись!*
- *Нарожаешь потом невесть от кого...*
- *Чего мать-покойница скажет?*
- *Нет нашего согласия на разврат!*
- *Пусть мужик убирается! (Донцова МХС, 47).*

Две пожилые соседки по коммунальной квартире резко осуждают поведение и действия молодой девушки, которая попыталась привести к себе в комнату друга. Такие высказывания обнаружались лишь в русском языке, что можно объяснить коллективистской культурой русского народа. Как справедливо замечает Т.В. Ларина, в коллективистских культурах важнейшими ценностями являются взаимозависимость и взаимопомощь, самопожертвование, привязанность к дому, к родным местам, скромность, уважение к старшим и даже их почитание, соблюдение иерархии. В коллективистской культуре преобладают интересы группы (семьи, рода, коллектива), «мы» стоит выше, чем «я», цели группы важнее индивидуальных, поэтому ценность отдельной человеческой жизни низкая и часто приносится в жертву интересам группы [Ларина: эл. ресурс]. Именно поэтому осуждается неуважение к старшим и непристойное поведение.

Подводя итог, можно отметить следующее: в данном типе высказываний представляется целесообразным выделять следующие группы адресантов: по социальной роли, по типу речевого поведения, по количеству. В исследуемых языках наиболее распространены следующие ситуации неодобрения, когда у адресанта роль выше, чем у адресата или же роли обоих участников равны. Высказывания, где роль адресанта ниже роли адресата встречаются редко, поскольку неодобрение обычно высказывается адресантом, занимающим более высокое социальное положение или старшим по возрасту. По

социально-психологическому типу во французской культуре наиболее распространен тип адресанта – гуманиста, который встречается и в русской культуре, но гораздо реже; манипулятивный и агрессивный тип поведения адресанта более характерны для русской культуры. Во французском и русском языках широко представлен единичный тип адресанта. Коллективный тип адресанта является отличительной чертой русской культуры.

Адресат

Для анализа неодобренных высказываний также значим фактор адресата. Как известно, одним из важнейших признаков высказывания является его обращенность, адресованность к кому-либо. Цель коммуникативного акта определяется адресантом (говорящим), а его уместность и успешность во многом зависят от адресата (слушающего), который должен быть лицом, «подходящим» для решения поставленной коммуникативной задачи в заданных условиях общения.

Адресат в ситуации непосредственного диалогического общения – это присутствующий в ситуации коммуникативного акта реальный индивидуум.

В дискурсе общая оценка связана практически с любым типом адресата: единичным, коллективным, неопределенным, неизвестным, а также квазиадресатом (грудные дети, животные, сам говорящий).

В неодобренных высказываниях представляется целесообразным выделить следующие виды адресатов:

- I) единичный:**
 - A) известный / неизвестный;**
 - B) «ты-адресат», «вы-адресат»;**
 - C) «я-адресат»;**
 - D) «он-адресат», «она-адресат»;**
- II) коллективный:**
 - A) известный / неизвестный;**

В) «вы-адресат»;

С) «мы-адресат»;

Рассмотрим каждый вид более подробно.

I. Единичный адресат.

А) В условиях непосредственного общения наиболее обычен единичный адресат, который может быть известен или неизвестен адресанту. В двух первых примерах адресат хорошо известен адресанту, поскольку они находятся в дружеских отношениях:

– *Что ж ты мне пыль в глаза пускал? – с упреком сказал он Гриценко. – Нам специалистам, это раз плюнуть!* (Леонов, 231).

– *Inutile de mentir, Françoise! Je ne suis pas dupe de votre gentillesse d'infirmière* (Nothomb, *электр. ресурс*).

В двух других случаях мы наблюдаем неодобрение, обращенное к неизвестному адресату. Неизвестным адресатом являются случайные люди, ранее не встречавшиеся друг с другом.

В первом отрывке действие происходит на дороге (коммуниканты – случайные участники дорожного движения, водители), а во втором – местом действия является самолет (коммуниканты – посторонние друг другу пассажиры):

– *Таким, как ты, надо руки поотшибать и головы пооторвать, – заорал водила и поднял монтировку. – Накупили тачек, рабочему человеку не проехать* (Донцова НГ, 144).

– *VOUS POUVIEZ PAS FAIRE ATTENTION! Cria celui-ci en constatant l'étendue des dégâts.*

– *Je suis vraiment désolé, s'excusa Mark platement* (Musso PJT, 198).

В) «Ты-адресат», «вы-адресат» представлены широко в высказываниях исследуемого типа. «Ты-адресат» характеризуется тем, что он хорошо знаком адресанту,

социальные роли адресанта и адресата в данных случаях равны.

– *Tu as fait ça? Tu t'es servie des relations de Chef alors que tu ne le connais pas? Alors que si ça se trouve, il te déteste (Pancol, 495).*

– *Tu n'es pas capable d'interpréter cette anomalie? Reprit-elle en criant.*

– *Ce n'est qu'un défaut sur le cliché, l'appareil portable est de mauvaise qualité! Répondit Brisson avec la voix d'un petit garçon surpris la main dans un pot de confiture (Levy VR, 125).*

– *А меня раздражает, что ты как ни включишь телевизор, смотришь только новости, по всем каналам, от этого можно спянуть, тем более, что новости в основном плохие или просто ужасные (Вильмонт, эл. ресурс).*

«Ты-адресат» часто используется в исследуемых языках, тем не менее, в русской культуре можно говорить о частой подмене «вы-адресата» «ты-адресатом», как например, в следующем случае:

– *Я воспитатель твоей дочери, пьянь. – Виктор Сергеевич понял, что вежливость в этих стенах неуместна. – У нас сегодня родительский день, а ты бухаешь, как корова (Кивинов, эл. ресурс).*

«Вы-адресат» предполагает большую дистанцию между коммуникантами.

– *Savez-vous ce qu'il y a de plus déplaisant en vous? C'est votre côté donneur de leçons. Attendez d'être amoureuse pour de bon et vous verrez si vous vous conduisez d'une manière si exemplaire (Nothomb, эл. ресурс).*

– *Maurice, vous avez un Spontex à la place du cerveau! S'écria-t-elle en risquant une métaphore qui passa au-dessus des implants de Maurice (Jardin, 52).*

Несмотря на то, что в первом случае адресат высказывания гораздо моложе адресанта, а во втором

адресат и адресант являются мужем и женой, общение происходит в условиях нарочитой вежливости, данное явление типично для французской культуры.

В следующем примере можно увидеть, как изменяется степень вежливости, при этом происходит снижение социальной роли адресата:

– А вы, Иван Павлович, где вы были? На другой планете? Почему не вмешались? Ведь вы отец. Вы сказали, ваша жена попала в секту и привела туда детей. Что за секта? Как она называется? Кто ею руководит? Не знаете? Правильно. Вы и не пытались узнать. Вам безразлично. Нет, мы понимаем, что по работе вы должны часто отлучаться из дома на несколько дней. Но нельзя же настолько равнодушно относиться к собственным детям! Где ваш старший сын? Правильно, не знаете. Послушайте. Егоров, почему вы молчите? Не желаете с нами разговаривать? Нет, товарищи, я продолжаю настаивать на лишении гражданина Егорова Ивана Павловича родительских прав. Ребенок в ужасном состоянии. Считаю, что дело необходимо передать в прокуратуру (Дашкова ЗП, 165).

Адресантом данного отрывка является инспектор роно, а адресатом – отец, которого хотят лишить родительских прав. С одной стороны, представительница роно, обращается к мужчине на «вы», по имени отчеству, но постепенно, когда ее терпение кончается, а вопросы остаются без ответа, она меняет тональность общения, обращаясь к нему лишь по фамилии, что звучит сухо и официально.

С) В отдельный вид можно выделить «я-адресат», где адресатом речи является сам говорящий, данная разновидность весьма интересна, так как она широко представлена в выражении неодобрения:

– Arrête, Jo. Tu es en train de t'attendrir. Bientôt, ça va être de ta faute!

– *En tous les cas, c'est moi qui l'ai mis à la porte. Je m'en veux, Shirley. J'aurais dû avoir plus de compréhension, plus de tolérance...* (Pancol, 47).

Выгнав мужа, женщина вскоре начинает раскаиваться в этом, она начинает себя считать виновной, обвиняет себя в нехватке терпимости, понимания. Конструкция в Conditionnel Passé подчеркивает и выражает сожаление по поводу нереализованного действия.

Приведем еще несколько примеров:

– *Bon, ben c'est raté mon truc... J'aurais mieux fait de me taire... Oh! Je suis con... Je suis trop con... En plus, d'habitude je ne suis pas comme ça. Pas du tout... Je suis plutôt du genre à faire le gros dos et à partir sur la pointe des pieds quand ça sent le roussi...* (Gavalda, 285).

– *Oui, oui, je suis un lâche* (Werber, эл. ресурс).

– *Глупая комедия! Зря я ее затеял. Все, труса праздновать, настала пора объяснить, кто в доме хозяин. Всю жизнь тряся, не пойми чего и кого боялся, из-за этого Машу потерял, с тобой не общался. Дурак! Дурак! Дурак! Превратился в подкаблучника. Все! Закончено!* (Донцова СМС, 79).

В данных высказываниях сам говорящий оценивает свое поведение или поступок, и сам является объектом неодобрения. Когда адресант и адресат оценки совпадают, то мы имеем дело с разновидностью самооценки, которая является нравственной оценкой собственных поступков, моральных убеждений, мотивов. Моральная самооценка зависит от потребностей, интересов личности, в самооценке проявляются положение человека, его образ жизни, знания.

Благодаря способности к самооценке человек имеет возможность в значительной мере самостоятельно направлять и контролировать свои действия.

Следующие случаи являются ярким примером «я-адресата», примечателен тот факт, что женщина

обращается к себе во втором лице единственного числа, а мужчина – во втором лице множественного, в более уважительной форме, по имени и отчеству. Это во многом говорит о разном уровне образованности данных персонажей.

– *Hu ты, Лампа, просто идиотка! Впустила в дом абсолютно незнакомую женщину, проявила милосердие и получила по заслугам (Донцова СМС, 14).*

Я повернулся на правый бок и попытался заснуть. Да вы, Иван Павлович, оказывается, истерик. Эк вас занесло: предчувствие беды, скорого несчастья. Как бы не начать по-бабски визжать (Донцова НГ, 55).

Во французском языке подобные примеры отсутствуют.

Вообще неодобрение самого себя как один из видов самооценки характеризуется тем, что человек чаще всего относится с сожалением к своим неверным и плохим действиям или поведению. С одной стороны, говорящий предъявляет к себе более высокие требования, выносит себе суровый приговор, переживает чувство вины, а с другой – желает получить моральную поддержку со стороны окружающих (при их наличии).

D) Единичный «он-адресат», «она-адресат». Примечателен тот факт, что нередко встречаются конструкции, когда к непосредственно присутствующему адресату обращаются в третьем лице:

– *Tu peux sourire! Marmonna-t-elle en le piquant du regard. Je dois te paraître bien terre à terre à parler de gros sous! **Monsieur** veut un tas d'or, **monsieur** ne veut pas se fatiguer pour rien, **monsieur** veut de l'estime et de la considération! Et pour le moment, **monsieur** n'a qu'un seul moyen d'exister: aller rejoindre sa manucure! (Pancol, 17).*

В данном примере жена порицает мужа за безделье и с иронией называет его «господином», говоря о нем в третьем лице «господин хочет золотые горы, господин не

хочет себя ничем обременять, господин хочет уважения и признательности, у господина есть лишь один способ существования: сходить сделать себе маникюр».

В следующем высказывании мать осуждает сына за легкомыслие, забывчивость при постороннем слушателе. В высказывании употреблена форма третьего лица единственного числа при референтной отнесенности к говорящему, а также использовано указательное местоимение *этот*, что дополняет оценочное высказывание компонентом пренебрежения:

– Вот раззява! – в сердцах крикнула тетка. – Просто слов нет! На тренировку он собрался! А сумку с формой забыл! И чего с ним делать? Головы вообще никакой! Я в его возрасте ответственной была. А этот! «Мама, сделай, мама, помоги». Или они все сейчас такие? (Донцова ТБ, 256).

Еще один показательный пример, когда к адресату обращаются и говорят о нем в третьем лице, к тому же адресант противопоставляет творчество одного и того же человека (адресата):

– А я вот говорю, не читая. Не собираюсь я читать Виктора Годунова. Мне этот господин безразличен. Он занят низким ремеслом. Но Никиту Ракитина (адресат) я люблю всей душой, читаю и перечитываю с большим удовольствием до сих пор, хотя он, сукин сын, исчез на пять лет, забыл дорогую подругу детства Зинулю (Дашкова ЗП, 105).

II. Коллективный адресат.

А) В диалогическом общении возможен и коллективный адресат, который может быть известен или неизвестен адресанту. Например, в следующем высказывании порицание адресуется механиком корабля группе матросов, которые хотят уклониться от работы и покинуть самовольно корабль:

A la fin, exaspéré, Auguste Poilard leur lance:

– *Bande de sauteurs! Vous avez tous des tronches de larbins. J’crois la race des marins plus fière que ça. Vous boufferiez la merde des riches pour avoir le droit de renifler le slip de leurs morues! Vous m’écoutez! (Clavel, 187).*

Неодобрение звучит жестко, достаточно в грубой форме, используется коннотативно-сниженная лексика.

В следующем контексте коллективный адресат (группа медсестер) не знаком адресанту, который как высказывает порицание всем присутствующим (оценивая отрицательно работу персонала), так и выделяет одного члена коллектива (неодобрительно высказывается о его внешнем виде):

Mamie-Rose arrive pour mettre fin au concert.

– *Est-ce que vous allez foutre la paix à ces enfants? Qui devez-vous satisfaire, les patients ou le règlement? J’en ai rien à cirer de votre règlement, je m’assois dessus. Maintenant, silence. Allez vous crêper le chignon ailleurs. On n’est pas dans un vestiaire, ici (Schmitt, 59).*

В другом отрывке пожилая женщина обращает свое негодование на работу милиционеров. Высказывание обращено к двум видам адресата: единичному – известному и коллективному – неизвестному:

– *Ведь ничего делать не хотят, ироды проклятые, – говорила одна. – По улицам бандиты ходят, – а им хоть бы хны! Сейчас вон развернулись да пошли! Это же произвол! Вон в наше время бывало – хоть в три часа ночи по улице иди – никто к тебе не пристанет! (Никольская, 170).*

В данном контексте единичный адресат – это знакомая адресанта, а само порицание обращено к коллективному адресату, представленному несколькими работниками милиции, которые слышат подобные высказывания, но не принимают их на свой счет.

В) Коллективный «вы-адресат». В следующем примере коллективным адресатом является группа

школьников, пришедшая на встречу с популярным писателем. Отвечая на вопросы учеников, он убеждается в том, что современные дети жестоки и прагматичны, он порицает их в этом и пытается объяснить, в чем их заблуждение:

– Ребята, – сказал Виктор. – Вы, наверное, этого не замечаете, но вы жестоки. Вы жестоки из самых лучших побуждений, но жестокость – это всегда жестокость. И ничего она не может принести кроме нового горя, новых слез и новых подлостей. Вот что вы имейте в виду. И не воображайте, что вы говорите что-то особенно новое. Разрушить старый мир, на его костях построить новый – это очень старая идея. Ни разу пока она не привела к желаемым результатам. То самое, что в старом мире вызывает особенно желание беспощадно разрушать, особенно легко приспособляется к процессу разрушения, к жестокости, и беспощадности, становится необходимым в этом процессе и непременно сохраняется, становится хозяином в новом мире и, в конечном счете, убивает смелых разрушителей. Ворон ворону глаз не выклюет, жестокостью жестокость не уничтожить. Ирония и жалость, ребята! Ирония и жалость! (Стругацкий, 33).

Мы можем отметить, что данный тип адресата не столь распространен в исследуемых высказываниях.

С) «Мы-адресат», когда говорящий выражает неодобрение коллективному адресату, признавая себя членом данной группы или коллектива. Например:

– Господи, сколько дряни в этом шкафу! Зачем мы ее храним? (Донцова ФЛЭ, 171).

Говорящий высказывает свое недовольство всем членам своей семьи из-за наличия в шкафу большого количества ненужных вещей. В вопросе звучит местоимение «мы», тем самым адресант не отделяет себя от адресата и не снимает с себя ответственности.

Подобные примеры не характерны для французского языка и в нашем практическом материале не нашли отражения.

Итак, подведем итог, адресат в неодобрительных высказываниях может быть представлен двумя основными разновидностями: единичный и коллективный. Среди единичного адресата во французском и русском языках наибольшее распространение получил известный адресат по сравнению с неизвестным. «Ты-адресат» и «вы-адресат» представлены одинаково широко в двух языках; «я-адресат» находит свое отражение в высказываниях с самопорицанием, но в русском языке способы выражения самопорицания более разнообразны; «он-адресат» и «она-адресат» имеют место как в русском, так и во французском языке. Коллективного адресата можно также описать исходя из степени известности / неизвестности. Коллективный «вы-адресат» не достаточно широко представлен в высказываниях с неодобрением в двух языках, а наличие «мы-адресата», по данным нашего исследования, является характерной чертой русской культуры.

Косвенный способ выражения неодобрения

Неодобрительные высказывания могут различаться по способу реализации интенции. Выделяются прямые и косвенные высказывания с неодобрением.

Прямой способ реализации высказывания неодобрения заключается в намерении адресанта оказать определенное влияние, воздействие на адресата, при этом используются языковые средства, которые легко узнаются адресатом. Отметим, что прямой способ выражения наиболее полно передает коммуникативный смысл неодобрения, тем не менее, он не может считаться единственной формой выражения.

Косвенные высказывания неодобрения весьма активны в диалоге, составляя его важную характерную

черту. Учет фоновых знаний говорящих при коммуникации позволяет использовать косвенное выражение смысла.

Дж.Р. Серль сформулировал (в виде гипотезы) следующее общее определение понятия косвенного речевого акта: «...В косвенных речевых актах говорящий передает слушающему большее содержание, чем то, которое он реально сообщает, и он делает это, опираясь на общие фоновые знания, как языковые, так и неязыковые, а также на общие особенности разумного рассуждения, подразумеваемые им у слушающего» [Серль 1986: 197].

При косвенных речевых актах может выражаться неодобрение с побуждением к какому-либо действию, вызванное неудовольствием адресанта [Земская 1994], что наглядно демонстрирует следующий пример:

Brisson ordonna à l'infirmière de ramener l'appareil en salle de radiologie, mais Paul s'interposa.

– L'hôpital n'est peut-être pas le dernier refuge de la galanterie, mais on va faire un essai quand même! Dit-il

Dissimulant mal sa rage, Brisson s'exécuta et reprit le chariot des mains de Cybille (Levy VR, 111).

В данном отрывке адресант (друг больного), не обращаясь непосредственно к адресату (врачу), дает понять, то, как он поступает, является неприемлемым и такое поведение недостойно мужчины (врач заставляет медсестру принести очень тяжелый аппарат). Высказывание выражено косвенно, поскольку это обусловлено ситуацией, роль врача выше роли друга пациента. Тем не менее, адресант добился нужного эффекта подобным высказыванием, поскольку адресат изменил свое поведение.

В нижеприведенном примере адресант имеет право на прямое высказывание своего недовольства, так как его статусная роль (командир корабля) выше роли адресата (кок), однако он прибегает к косвенному выражению

неодобрения, давая собеседнику возможность исправить свое поведение.

Aujourd'hui, Prince Eric leur a préparé des spaghettis bolognaise. Bernier remarque:

– Splendide! Mais depuis seize jours qu'on a quitté l'Italie, j'ai compté, on a bouffé quatorze fois des pâtes.

Il goûte puis, levant sa face carré vers le cuisinier, il cligne de l'oeil en lançant:

– Très bon. Mais tout de même, n'oubliez pas qu'on a embarqué des légumes frais (Clavel, 37).

По мнению И.М. Кобозевой, косвенность «развязывает руки» автору высказывания, а также повышает этикетность коммуникативного акта, потому что один из главных принципов вежливости состоит в предоставлении адресату большей степени свободы реагирования [Кобозева: эл. ресурс].

Lucas avait attendu cette table dix minutes et avait un peu tancé le garçon.

– Croyez-moi, vu le tarifs, on peut être exigeant!

– Vous avez certainement une carte de crédit dorée? répondit Zofia du tac au tac.

– Absolument! Comment le savez-vous? Demanda Lucas, l'air étonné que ravi.

– Elles rendent souvent arrogant... Croyez-moi, les additions sont sans commune mesure avec la solde des employés de la salle.

– C'est un point de vue, accusa Lucas en mâchouillant une énième olive (Levy SJ, 122–123).

В данном примере девушка осуждает поведение молодого человека в ресторане, его манеру обращаться с людьми. Напрямую она это не высказывает, так как они знакомы недавно, и она боится показаться бестактной. Говоря о том, что золотые кредитки делают людей высокомерными, она косвенно дает понять, что это относится и к нему. Однако адресат не воспринял это

высказывание как осуждение, в связи с чем, можно говорить о том, что перлокутивный эффект не был достигнут.

Рассматривая косвенное выражение неодобрения нельзя не отметить, тот факт, что оно может быть обращено и к лицу, не присутствующему при разговоре, как например, в подобном случае:

– *Enfin, ma chérie, où as-tu la tête?*

– *Reviens dans ce siècle, lâche tes troubadours! Tu es trop distraite. Tu viens avec ton mari ou il a encore trouvé le moyen de s'éclipser?* (Pancol, 29).

Как мы видим, здесь комбинируется прямое выражение неодобрения, адресованное присутствующему человеку, и косвенное – адресованное к отсутствующему при разговоре человеку.

В целом можно говорить о том, что во французском языке предпочтение отдается косвенному выражению неодобрения, что связано с желанием адресанта, не рана чувства адресата, произвести желаемый эффект, повлиять на ситуацию. Во французской культуре адресант избегает категоричности, прямолинейности при выражении своего мнения. Для русской же культуры характерен прямой способ выражения неодобрения.

Вербальные способы реализации неодобрительных высказываний

Для успешной реализации иллокутивной цели в языке существуют разные способы выражения неодобрения: вербальные и невербальные. Говорящий должен выбрать наиболее оптимальное средство для конкретной ситуации общения, чтобы осуществить свое намерение наиболее эффективным способом.

В рамках нашего исследования мы считаем необходимым проанализировать и сравнить, как выражается неодобрение в русском и французском языках, выявить в каком из них оно представлено шире и

многообразнее и с помощью каких средств. Представляется возможным также определить место и значимость данного типа высказываний для рассматриваемых языков.

Грамматические средства

Восклицательные предложения

Одним из наиболее частотных средств выражения неодобрения является восклицательное предложение. Восклицательные предложения придают высказыванию оттенок эмоциональности и выражают отрицательные эмоции: негодование, раздражение, недовольство, агрессию. Такие виды высказываний типичны как для русского языка, так и французского языка.

– *Да, у меня есть все! – перебила его Светка, зазвеневшим от обиды голосом. – Все, кроме мужа! Вместо мужа у меня... У меня... – она чуть запнулась, подыскивая нужное слово, – банковская карточка!* (Морозова, эл. ресурс).

В данном примере восклицательные предложения передают чувства женщины, недовольной и обиженной отношением мужа, который постоянно занят своей работой. Речь женщины очень эмоциональна, употребление восклицательных предложений нацелено на то, чтобы усилить ее недовольство.

Во французском языке восклицательные конструкции используются также часто.

– *Fanfan, tout le monde sait que tu as une liason avec cette couratière!*(Arriba, 123).

Мать порицает сына за то, что он вступил в связь с замужней женщиной, у которой нет серьезных намерений по отношению к нему, к тому же об этом знает вся деревня. Для достижения необходимого эффекта используется восклицательное предложение, а существительное «couratière» (femme qui n'est pas serieuse) имеет негативную коннотацию.

– *Que vous êtes dure et cynique! Cet homme était mon bienfaiteur! (Nothomb, эл. ресурс).*

Девушка упрекает свою подругу в резких и жестоких словах, сказанных об ее умершем благодетеле, который многое для нее сделал. Ее недовольство и раздражение настолько сильно, что это передается интонационно, а на письме оформляется пунктуационно.

Восклицательные конструкции в комбинации с лексическими средствами являются самым распространенным способом передачи отрицательной оценки поведения или деятельности кого-либо.

Вопросительные предложения

Неодобрительные высказывания могут быть также представлены вопросительными предложениями. Отметим, что неодобрения в форме вопросов используются значительно реже, чем восклицательные конструкции.

Можно выделить две подгруппы вопросов: во-первых, высказывания, которые совмещают в себе и вопрос, и порицание, а во-вторых, высказывания, которые лишь по форме напоминают вопрос, но, по сути, являются неодобрениями [Дьячкова 1998].

Первую группу объединяет то, что они могут функционировать и как полноценные вопросы с оттенком неодобрения, и как собственно неодобрения в зависимости от контекста.

– *Опять у тебя дебои, Куренной? – сурово спросил он.*

– *Почему у меня? Я-то тут при чем? – возразил Алик.*

– *А кто весь этот бардак организовал? Пушкин? Сам-то, небось, стоишь в сторонке, девушек клеишь. Призвал бы своих охламонов к порядку (Иванов, эл. ресурс).*

В данном контексте вопросы нацелены как на получение информации, так и на осуждение адресата.

– *Слушай, Горностаева, – услышала я голос Скрипки. – Что ты себе позволяешь? Когда ты наконец прине-*

сешь мне материалы про отравления и яды? Ты что, не понимаешь, что из-за твоей безответственности мое расследование оказывается под угрозой срыва? (Константинов, эл. ресурс).

Вопросы, заданные редактором молодой журналистке, с одной стороны, являются вопросами, построенными по всем грамматическим правилам, несущими в себе запрос необходимой информации, но, с другой стороны – это явное осуждение непрофессионализма сотрудницы и ее безответственности. Вопросы должны послужить сильным средством для того, чтобы адресат почувствовал себя виноватым и исправил ситуацию.

Во французском языке употребление данного типа вопросов также находит отражение.

– *Et toi, avais-tu le droit de mettre ma voiture en gage? rétorqua-t-il. Elle m'a coûté cent cinquante mille francs. Et avec quel argent veux-tu que je paie ces travaux? Merde, redescends sur terre (Jardin, 176).*

Отец прицает сына за проявление безответственности. В вопросе (*avais-tu le droit de mettre ma voiture en gage*) выражено негодование, непонимание того, как можно допустить подобное (сын заложил отцовскую машину). Цель данного вопроса – донести до адресата то, что он допустил серьезную ошибку, и подобное всегда будет прицаться, независимо от ситуации.

Вторую группу вопросов нельзя рассматривать в качестве полноценных вопросов, они имеют только формальные признаки вопросов, но на самом деле не содержат в себе запроса информации: либо потому что ответ всем известен, либо потому что его дать невозможно:

– *Et toi, ça fait combien de temps que tu ne m'as pas offert des fleurs? Fit observer une voix de fille (Jardin, 70).*

Девушка, спрашивая своего парня, как давно он не дарил ей цветы, не ждет на самом деле ответа на этот

вопрос, она лишь хочет, чтобы он почувствовал свою вину, осознал, что он к ней невнимателен и исправил данную ситуацию.

Следующий пример демонстрирует типичный для русского языка вопрос, с применением конструкции с соматизмами:

– *Так я других песен и не знаю, – развел руками Виктор Сергеевич.*

– *Спросил бы! Языка, что ли, нет? Как чувствовал, нельзя тебе ничего поручать!*

– *Поучи жену щи варить! – огрызнулся Виктор Сергеевич. – Песня ему не нравится... Нормальная песня. Подумаешь, не про войну. Зато за душу берет! (Кивинов, эл. ресурс).*

Необходимо отдельно отметить случаи комбинированного употребления восклицательных и вопросительных предложений. Подобные высказывания заключают в себе особую экспрессию, усиливают напряженность речи. Часто в неодобрительное высказывание (которое выражено через восклицательное предложение) включается компонент выяснения отношений (который выражен через вопросительное предложение).

– *Экая ты Алка, злая! Ну, ладно, маленькими вы вечно дрались, кукол делили, хоть они у вас одинаковые были. Но сейчас-то... замуж скоро, пора и прекратить дурость! Чем тебе Вера помешала? Ее и не видно: утром ушла на работу, вечером вернулась. Объяснила же девочка ситуацию – ее сводная сестра идиотка. Тяжело с такой, поняла? (Донцова МСХ, 160).*

Повествовательные предложения

Как в русском, так и во французском языке распространены неодобрительные высказывания, которые оформлены повествовательным предложением. Все высказывания, построенные по типу повествовательных

предложений, можно разделить на два типа: 1) высказывания с оценочной денотативной ситуацией, «препозитивная часть которых отражает определенную ситуацию действительности, вызывающую отрицательную реакцию говорящего» [Дьячкова 2000: 12]. Сама реакция не находит никакого выражения в высказывании, то есть модусная часть опущена; 2) высказывания с модально-оценочным элементом.

– *Курить вредно, – укоризненно покачал я головой (Донцова ТБ, 326).*

– *Vous avez dix minutes de retard (Nothomb, электр. ресурс).*

– *Vous savez que les clients ne sont pas censés faire des descentes dans la cuisine (Jardin, 25).*

Как видно из приведенных примеров, модальный компонент был бы здесь лишним, поскольку сама ситуация имеет совершенно определенную оценку на шкале ценностей (курить, опаздывать плохо).

Излагая определенную информацию, адресант тем самым подчеркивает и напоминает адресату, что так вести себя нехорошо. Подобные высказывания представляют на первый взгляд констатацию факта, сложившейся ситуации, но в тоже время они являются очень емкими неодобрениями, цель которых донести до адресата его ошибку и побудить исправить ее.

Ядро высказываний с модально-оценочным компонентом составляют обще- и частнооценочные слова и предикаты. Например:

...Но самое неприятное, местная молодежь тоже в лагерь шастала. И не самая лучшая молодежь. Хулиганье поганое. А от них чего угодно ожидать можно. Не то что вина, но и наркотиков. Не знаю, как в Питере, а у нас наркотики бич. Это так страшно, товарищи... (Кивинов, эл. ресурс).

Во французском языке такие высказывания строятся иначе, например: *Quelle honte! C'est terrible. Que vous êtes dure et cynique. Que je suis con.*

Положительная черта неодобрения, выраженного с помощью повествовательного предложения, заключается в том, что возможна корректировка поведения в момент его произнесения, в чем и заключается суть самого неодобрения – заставить провинившегося признать свою вину и попытаться в будущем не допускать подобного. Необходимо отметить тот факт, что такие высказывания не носят грубый, жесткий характер, а цель неодобрения достигается достаточно успешно.

Параллелизм

Основной целью параллелизма синтаксического строения является закрепление в памяти адресата настойчиво подчеркиваемой, выделяемой через повтор оценки.

Слова «вы, цыгане» Лаура с тех пор слышала очень часто. Например, от педагогов, упрекавших ее в лени.

– **Вы, цыгане**, с пеленок поете, **а ты** не желаешь разрабатывать голос...

– **Вы, цыгане**, танцуете в животе у матери, **а ты** не хочешь работать у балетного станка...

– **Вы, цыгане**, способны одновременно на трех гитарах играть, **а ты** два аккорда никак не освоишь... (Донцова СМС, 22).

В данном контексте наблюдается параллелизм синтаксического строения. Конструкция «Вы, цыгане... а ты» направлена на достижение перлокутивного эффекта – дать понять, что адресат не оправдал ожиданий адресанта, поэтому заслуживает неодобрения и должен исправить неблагоприятно сложившуюся ситуацию. Помимо параллелизма конструкции в этом примере используется противопоставление «вы – ты», а также обобщение, что

придает высказыванию значимость и аргументированность.

– *Que t'importe le débit de ce fleuve? Que t'importe la vie des riverains? Tu es dans la vallée pour y apprendre l'agriculture selon les méthodes nouvelles, dans un bon collège. Mais n'oublie jamais: tu es un fils des collines avant tout!* (Arriba, 86).

Мать выражает свое резкое недовольство и возмущение, по поводу того, что сын ослушался ее запрета приближаться к реке и принимать участие в водных соревнованиях. Повтор конструкции «Que t'importe» усиливает недовольство субъекта, повтор определяет тональность речевого отрезка – раздражение, сильное недовольство и разочарование.

Выделительные конструкции

Во французском языке достаточно часто используются выделительные конструкции с целью выражения неодобрения, например: *c'est ...qui, c'est ...que*.

Они позволяют поставить акцент на адресата высказывания и подчеркнуть именно его неправильные действия.

Furieuse, Yvonne avait riposté:

– *C'est trop fort! C'est toi qui me dis cela, toi qui a été si sévère avec Fanfan, à tel point qu'il a filé d'ici!* (Arriba, 146).

В данном примере дочь упрекает мать в том, что её строгость вынудила младшего брата покинуть дом. Выделительный оборот подчеркивает, что именно мать повинна в этом.

– *C'est pas moi qui t'ai demandé de partir. C'est toi qui es parti tout seul... Toi qui m'as embarquée dans cette aventure!* (Pancol, 495).

Ожидая возможного осуждения со стороны общества, адресант с помощью выделительных конструкций возлагает ответственность на адресата за совершенные действия.

– *N'avez-vous jamais pensé que c'est cette horrible machination qui l'a poussée au suicide? Comment osez-vous dire que c'est un détail? (Nothomb, эл. ресурс).*

Выделительная конструкция может также служить для усиления акцента на объекте оценки, как в приведенном примере.

В русском языке использование подобных конструкций исключить невозможно, хотя в нашем практическом материале они не нашли отображения. Отметим, что синтаксическое выделение адресата и его неправильных действий выражается другими средствами.

Модальные конструкции

В сферу модальности включаются слова – глаголы, краткие прилагательные и предикативы, – своими лексическими значениями выражающие возможность, желание, долженствование, необходимость или вынужденность; это такие слова, как **можно, нельзя, надо, нужно, необходимо, должен, обязан, может, хочет, желает, следует** (в знач. надо), **(не) годится** (в знач. не следует), **надлежит, подобает**.

В лексической семантике перечисленных слов в большинстве случаев заключено значение личного, субъективного отношения к чему-либо.

– *Я же предупреждал: не трогай лекарства! – возмутился Кирилл. – Ясное дело, у тебя парадоксальная реакция на медикаменты. Как можно быть такой неосторожной! (Донцова МХС, 57).*

– *Доченька, – принялась читать нотацию мать, – надо уметь себя вести, потом станет стыдно за некоторые поступки!.. (Морозова, эл. ресурс).*

При использовании модальных конструкций адресант эксплицирует нормы и правила поведения, старается объяснить неправильные действия адресата.

Во французском языке для выражения неодобрения используются следующие модальные глаголы: ***devoir, vouloir, pouvoir, falloir (il faut que)***.

– *Cela crève les yeux, cher monsieur! Evidemment, vous ne devez avoir aucune idée de ce que pourrait être une femme heureuse (Nothomb, эл. ресурс).*

– *Non, voyons. Et il ne faut pas vouloir mourir (Nothomb, эл. ресурс).*

Использование модальных конструкций во многом снижает категоричность и делает высказывание с неодобрением сходным с выражением совета.

Условное наклонение

Одним из способов выражения неодобрения является употребление условного наклонения. Вообще, условное наклонение увеличивает степень вежливости высказывания, поскольку выражает предположительность, возможность, гипотетичность со стороны адресанта. Адресату предоставляется большая возможность выбора, а адресант выражает долю сомнения в возможности или желании адресата совершить действие. А.П. Бабушкин называет высказывания с условным наклонением «Миром упущенных возможностей» [Бабушкин 2001: 39], поскольку его использование при порицании также определено намерением адресанта подчеркнуть неиспользованную возможность реализации какого-либо действия адресатом.

Адресат должен почувствовать сожаление, испытать чувство раскаяния, с целью не повторения подобного в будущем.

– *Если бы твоя сестрица-миллионерша не задирала нос, Нобелевская уже лежала бы в моем кармане. Ну что ей стоит дать мне жалких сто тысяч долларов на исследования? А все твоя гордыня! Могла бы иметь кучу денег! (Донцова НГ, 110).*

Иногда акцент делается не на реальном отрицательном факте, а на нереализованном положительном.

Nous aurions fait plus vite à pied, ne put s'empêcher de remarquer Goodrich avec un plaisir évident, alors que véhicule était coincé dans les embouteillages (Musso EA, 34).

С другой стороны, условное наклонение может передавать значение совета, который может звучать как порицание и предупреждение.

– *Если хочешь удержаться на месте, никогда не критикуй вслух хозяев, – ледяным тоном отчеканила Лариса (Донцова НГ, 39).*

В следующем примере условное наклонение используется не только для выражения неодобрения, но и в качестве угрозы. Порицание в данном контексте адресовано отсутствующему лицу, бесчестному бизнесмену, который не только обманул команду корабля, но и подверг их жизнь опасности.

– *Vérole de bordel de merde! Hurle-t-il. Vous l'avez entendu, ce pourri! On croirait un malheureux plombier de quartier à qui on a confisqué sa lampe à souder! Des mecs qui s'enrichissent à faire pareil trafic, on devrait les fusiller. C'est à vous rendre facho, des salopards pareils. Je serais ministre, je te condamnerais ces gaziers-là à les bouffer, leurs ordures. C'est tous des potes à ceux qui nous ont foutus dans la mélasse (Clavel, 198).*

В процитированной реплике глагол **croire** в условном наклонении с местоимением **on** употребляется для выражения сравнения, предположения о внешнем сходстве. Бизнесмен иронично сравнивается с несчастным сантехником.

Отметим, что во французском языке условное наклонение для выражения неодобрения используется чаще в независимых предложениях.

Le garçon s'avança à nouveau, au courroux de Lucas. Il déposa devant eux deux cuillères et un fondant au chocolat. Il fit tourner l'assiette pour la leur présenter, se dressa adroit comme un piquet et annonça fièrement son contenu.

– Vous avez bien fait de le préciser, dit Lucas agacé, on aurait pu confondre avec un soufflé aux carottes! (Levy SJ, 170).

Клиент ресторана крайне недоволен назойливостью официанта, поэтому он резко прерывает описание блюда, высказывая предположение о том, что вряд ли можно спутать шоколадный десерт с морковным суфле.

Повелительное наклонение

Неодобрение зачастую выражается повелительным наклонением, при этом высказывания совмещают в себе не только порицание, но и запрет. Адресант имеет возможность при нарушении норм и правил скорректировать неблагоприятную ситуацию, запретив делать то, что противоречит нормам общества или его интересам. Подобные неодобрения имеют место как в русском, так и во французском языке.

– Не ври, – буркнула Нора, – у тебя это плохо получается... (Донцова ТБ, 30).

– Не пори чушь, – вскипел Петр Фадеевич, – несчастная давно истлела! (Донцова НГ, 45).

– Прекратите немедленно! – кричал он. – Вы сумасшедшая! (Никольская, 195).

– А ну прекратите безобразничать, на занятия опоздаете! (Донцова НГ, 22).

– Ne restez pas là-dessous, vous êtes dans une zone d'aplomb: quand ça se décroche, ça ne pardonne pas! (Levy SJ, 18).

– Ne jouez pas au con, cria Goodrich... (Musso EA, 32).

В следующем примере комбинируется косвенный и прямой способ выражения неодобрения, однако и в первом, и во втором случае используется императив:

– *Jérémy, rappelle-moi quand je t'ai foutu ta dernière raclée.*

Pendant qu'il fouillait sa mémoire, je me suis fait explicite:

– *Interviens une fois encore dans cette affaire et je t'en file une qui te laissera sur le carreau. C'est claire? Ah! Tant que j'y suis, arrête de faire con avec l'affiche de Martin Lejoli, ou les gros bras qui la recollent toutes les nuits t'acheveront à coups de talons (Pennac FP, 50).*

Старший брат выражает недовольство поведением младшего, предупреждает его и угрожает наказанием при повторении ошибки.

Используя императивы, адресант не стремится скрыть или завуалировать свою власть и более высокую социальную роль. Как показывают результаты нашего исследования, в русской культуре адресант реализует свое статусно-ролевое преимущество и оказывает более сильное воздействие на собеседника, что проявляется в большом количестве повелительных конструкций. Во французском языке неодобрение, представленное императивом, чаще всего не выражает превосходства адресанта над адресатом, подобных конструкций пытаются избегать и отдать предпочтение косвенному способу выражения неодобрения.

Стилистические средства

Повтор

Использование такого приема, как повтор, при выражении неодобрения позволяет выделить основную мысль, подчеркнуть тональность речевого отрезка. Повторы создают эффект эмоционального усиления. Повтор с целью выражения оценки может быть восклицанием, переспросом, а также повествовательным высказыванием.

– *Глупая комедия! Зря я ее затеял. Все, хватит труса праздновать, настала пора объяснить, кто в доме хозяин.*

Всю жизнь тряся, не пойми чего и кого боялся, из-за этого Машу потерял, с тобой не общался. Дурак! Дурак! Дурак! Превратился в подкаблучника. Все! Закончено! (Донцова СМС, 79).

В данном примере неодобрение адресанта обращено на самого себя, осознавая всю нелепость своего положения в доме, говорящий признает свой страх перед семьей и решает покончить с существующим положением дел. Повтор слова «дурак» выражает крайнее недовольство и злость на самого себя.

– *Pourquoi ne m'avez-vous pas laissée crever, Capitaine? Pourquoi m'avez-vous sauvée?* (Nothomb, эл. респ.)

Девушка обращает порицание на своего спасителя, спрашивая его зачем он не оставил ее умирать, зачем он ее спас. Повтор слова «pourquoi» направлено на усиление недовольства субъектом, его действиями.

Авторы высказываний используют повторы эмоционально-оценочной лексики или лексики, несущей смысловую нагрузку для выражения неодобрения, чтобы оказать воздействие на собеседника, сделать порицание более эффективным.

Неодобрение через сравнение

Сравнение – образное выражение, в котором одно явление, предмет, лицо уподобляется другому.

Предметами сравнений чаще всего становятся адресаты либо их поведение. Тот факт, что адресанты используют подобные конструкции при неодобрении, объясняется необходимостью подчеркнуть то, как не следует поступать, и тем самым ускорить достижение эффекта, на который рассчитывает адресант. Замысел состоит в том, чтобы адресат представил наглядно то, как он выглядит со стороны.

В русском языке для выражения неодобрения характерно использование таких сравнений: *как, словно, как будто, вроде, подобно*. Для неодобрения во

французском языке характерны следующие сравнительные конструкции: **comme, aussi...que**.

Сравнения можно описать следующими схемами, где N1 – это тот, кого порицают, N2 – тот, с кем сравнивают, при этом N1 всегда со знаком минус, именно его действия, поступки или качества признаются неверными, недопустимыми, отступающими от общепринятой нормы и требующими исправления. N2 может быть как положительным, так и отрицательным, в зависимости от ситуации.

1. N2 (+) comme N1(-) N2 (+) лучше, чем N1 (-)

В очень интересной форме женщина высказывает неодобрение своей подруге, которая грязно выругалась на улице.

Une mobylette vint couper la route de Shirley qui lâcha une salve d'injures en anglais.

– *Heureusement qu'Audrey Hepburn ne parlais pas comme toi! J'aurais du mal à la traduire (Pancol, 119).*

Упор в данном сравнении делается на то, что другой человек (для автора высказывания он является примером) никогда так не говорил.

В следующем примере, муж не оказывает должной поддержки жене в воспитании дочери, чем вызывает ее осуждение. Стараясь сильнее задеть его самолюбие, она сознательно ставит его ниже других мужчин.

...Да любой мужик понимает в людях больше, чем ты! Ну что ты делаешь? От тебя же никакого проку... (Стругацкий, эл. ресурс).

2. N1(-) comme (aussi...que) N2(-) N1 (-), как N2 (-)

– *Я все ждала, когда же в Иване Павловиче вылезут гены Николетты. А ты, мой друг, любопытен, как и маменька (Донцова ТБ, 38).*

Начальница упрекает своего подчиненного в излишнем любопытстве, сравнивая его с матерью, чье любопытство переходит все границы.

*Tu es **comme** ces gens qui regardent la télévision en changeant sans arrêt de chaîne pour n'assister qu'aux séquences les plus intenses. C'est une sottise... Tu es **aussi** infantile **que** tes parents... Pardonne ma véhémence, mais te voir faire l'imbécile me rappelle mes erreurs. Et puis pense à Fanfan, bon sang! Tu n'as pas le droit de démolir ses espérances. Tu as agi avec elle **comme** un voyou (Jardin, 228).*

В данном контексте адресат сравнивается с телезрителями, которые в поиске наиболее интересного сюжета постоянно переключают каналы. Сравнение дается для того, чтобы адресат (молодой человек) осознал нелепость своих действий. Одновременно он сравнивается со своими родителями, которые, даже достигнув зрелого возраста, ведут себя как дети. И, наконец, приводится еще одно сравнение с хулиганом: то, как поступил молодой человек по отношению к девушке.

Этот вид сравнительной конструкции наиболее частотен в неодобрительных высказываниях в обоих языках.

3. N2(–) **comme** (aussi que) N1(–)

– *Des cons **comme** toi, grogne le bosco qui dissimule mal son émotion, faut sûrement aller en Toscane pour en trouve (Clavel, 49).*

– *En tout cas, les industriels qui veulent se délester de leur déchets sont **aussi** pourris **que** les mecs qui nous les font transporter. Y savent que c'est toxique (Clavel, 129).*

– *Чего же еще от ментов ждать? – пробормотал Тюменев. – Они же тупые, как бревно! (Иванов, эл. ресурс).*

В вышеприведенных примерах отрицательно оценивается адресат или люди, не присутствующие при

разговоре, но и объект сравнения также оценивается отрицательно.

Кроме перечисленных типов неодобрений с использованием сравнений встречаются высказывания, которые имеют в своей основе совершенно иную структуру сравнения.

4. Ant, как N2(-)

В предложенной схеме **Ant** обозначает адресанта, N2 – того, с кем сравнивают.

– ...*Ведь воспитывала их, растила, а они вон как отблагодарили! Бросили **словно** собаку! Сколько лет прошло, пока вспомнили!* (Донцова НГ, 334).

Женщина обращает свое порицание на детей, которых она воспитала, и которые оставили ее на старости лет одну. Она сравнивает себя с брошенной собакой, в данном случае предметом сравнения является сам адресант, а осуждается поведение лиц, отсутствующих при разговоре.

В особый тип мы выделяем **зооморфные сравнения** в русском языке, когда адресат или не присутствующее лицо сравнивается с каким-либо животным. Можно привести следующие примеры:

– *У нас сегодня родительский день, а ты бухаешь, как корова* (Кивинов, эл. ресурс).

– *Черта с два бы ты додумалась до этого, если бы не услышала наш разговор! – произнесла она. – У тебя мозгов как у курицы!* (Никольская, 294).

– *Но с клипом тоже нужно работать профессионально, а это опять-таки к продюсеру. Ваша девушка талантлива?*

– *По-моему бездарна, как мертвый осел* (Вильмонт, эл. ресурс).

Подобные сравнения используются в качестве экспрессивно-оценочной характеристики.

Сравнивая употребление зооморфных сравнений в русском и французском языках, отметим, что в последнем,

они не получают такого широко употребления, поскольку адресант старается остаться тактичным, предельно вежливым и выразить свое недовольство и неодобрение в более «мягкой» форме.

Антитеза

При выражении неодобрения может использоваться такой стилистический прием, как антитеза. Благодаря своей резкости и сопоставлению контрастных или противоположных образов, которые придают большую убедительность, усиливается впечатление и влияние на адресата высказывания. Например:

– *Вот видишь!* – *назидательно заявила маменька. – Тоша уже в который раз разводится, просто молодец, а ты еще ни разу не женился* (Донцова НГ, 259).

Мать ставит в пример сыну своего племянника, причем для нее ситуация развода племянника, как не абсурдно это звучит, является огромным достижением и примером для подражания. Она хвалит племянника и порицает своего сына.

В другом контексте девушка недовольна поведением своей подруги, ее скучным и монотонным образом жизни, она противопоставляет ей себя, свою активную жизненную позицию:

– *Совсем ты старая стала,* – *вздохнула Рита.*

– *Кто?* – *возмутилась я.*

– *Ты!*

– *Я?*

– *Ясное дело, ты!* – *распахнула огромные темно-карие глаза Рита. – Мне вот все любопытно, охота новое узнать. А ты стухла, в старушку превратилась* (Донцова ФЛЭ, 14).

Во французском языке для выражения неодобрения антитеза не столь распространена и в нашем практическом материале не нашла отражения.

Метафоризация

Одним из способов выражения неодобрения является метафоризация. Метафора возникает как результат подразумеваемого сравнения, в котором один компонент остается потенциальным.

В следующем примере покупатель направляет свое негодование на продавщицу, которая пытается обратить на себя внимание другого покупателя. Он разговаривает с ней весьма грубо, обращается на «ты» и называет ее Барби. Как известно, под Барби в русской культуре подразумевается красивая девушка, но недалекая, легкомысленная и глупая.

– *Слышь, ты, **Барби** недоделанная, – рвякнул стоящий сзади меня парень, – если где увидишь живую колбасу, свистни, прибегу посмотреть. А сейчас заканчивай к мужику клеиться, работай, блин, скорей. У него своего бабья без тебя хватает! Небошь уже заучили до отключки (Донцова НГ, 91).*

M. de Chantebise offrit à sa femme le même cadeau que deux ans auparavant, une pelle à tarte en argent. Il bredouilla quelque excuse sous les sarcasmes de son épouse, qui bientôt ne se convint plus:

– *Maurice, vous avez **un Spontex** à la place du cerveau! S'écria-t-elle en risquant une métaphore qui passa au-dessus des implants de Maurice (Jardin, 52).*

В приведенном выше примере жена крайне недовольна подарком, который муж ей преподнес на юбилей свадьбы, поскольку он дарил такой же подарок двумя годами раньше. Она возмущена и выговаривает мужу, что у того вместо мозгов «un Spontex» (губка).

Elle était absolument hors d'elle. J'ai vu le moment où elle allait casser du matériel.

– *Mais qu'est-ce que je fous avec ce curé à sauce laicarde, conne que je suis! Avec ce maniaque de compassion, ce mégalo de l'empathie, maso jusqu'au sang, bon qu'à se tresser des couronnes d'épines et à prendre des mines de saint*

suivre dès que la réalité ne correspond pas à ses idéaux rose bonbon! (Pennac AF, 83).

В данном контексте используется целый ряд образных метафор с целью выделить и подчеркнуть негативные стороны характера человека, то, что он лишь прикидывается и хочет казаться хорошим, а на самом деле таковым не является. Муж задумывается об убийстве одного человека, а жена резко осуждает его поведение. Она называет его кюре, который хочет отделиться от церкви, маньяком сострадания, мегаломаном сопереживания, мазохистом.

Таким образом, создается яркий образ, на столкновении противоположных друг другу определений, на своеобразном контрасте. Подобное сопоставление является весьма неожиданным и дает пищу для размышлений.

...C'est pas une femme, c'est un gangster. Et tu prétends qu'elle t'aime, pauvre imbécile? Elle te cisaille les couilles avec des ciseaux à ongles. Ma parole, t'as l'intelligence au ras de la moquette?(Pancol, 218).

В приведенном примере мужчина, узнав об условиях брачного контракта своего друга, говорит, что будущая жена – не женщина, а гангстер, он ясно дает понять, что для нее важнее всего материальные ценности и блага, а не избранник. Подобная метафора очень ярко передает чувства автора высказывания, его искренние переживания за друга и его неразумное поведение.

На наш взгляд, необходимо подчеркнуть факт широкого функционирования при выражении неодобрения зооморфных метафор.

Когда неодобрение обращено на человека, не присутствующего при разговоре, или на его действия, то нередко применительно к нему говорящий использует названия животных или их действий, такая лексика, безусловно, унижает человеческое достоинство:

– Не пори чушь, – оборвал меня хозяин, – я совершенно не собираюсь сажать за решетку родственников, сам накажу того, кто **крысятничает** (Абдуллаев, 82).

...Я-то знаю! Эх, чаво порассказать могу! Только язык на замке держу. Ни разу покойному хозяину ни о ком не проговорилась! Только он на дачу, а сюда... **И козел, и баран, и свинья**... (Донцова НГ, 280).

При обращении непосредственно к адресату, используются существительные «козел» или «свинья», которые в русском языке имеют инвективное значение.

– Ты чего же творишь, **козел**, – зашипел один из них, с удовольствием пиная Дрюню ногой. – Генерал ехал на совещание, торопился, а ты его обгоняешь, падла? Он нам по рации передал, чтоб тебя задержали! Теперь никуда не денешься, пока он не подъедет. Теперь он лично убедится, что у тебя в машине чисто! (Никольская, 105).

Во французском языке употребление названия животных для характеристики человека встречается гораздо реже, а предложенные метафоры не столь резки и грубы, как в русском языке.

...*Elle est le serpent qui parle à mon Eve. Pourquoi une chose aussi bête que le langage a-t-elle le pouvoir d'anéantir l'Eden?* (Nothomb, эл. песура).

– **Petite dinde provinciale**, vous n'avez donc rien compris? (Nothomb, эл. песура).

Лексемы «serpent», «dinde» употреблены в переносном значении, подобные слова служат индикаторами иллюкутивной силы неодобрения, так как происходит переосмысление буквального значения этих слов под влиянием прагматических факторов.

Переосмысление по типу животное – человек создает яркие оценочные эмотивно-экспрессивные коннотации, которые способствуют достижению запланированного прагматического эффекта.

Гиперболизация

Гипербола – стилистический прием, заключающийся в чрезмерном преувеличении каких-либо качеств или свойств изображаемого предмета, явления и т.п. с целью усиления впечатления.

Дж. Лич рассматривает гиперболу как естественную тенденцию человеческой речи [Лич 1983: 147]. Степень гиперболизации в разных культурах различна.

При выражении неодобрения широко используются качественные прилагательные в сравнительной и превосходной степени, числительные, в оценочных репликах используется лексическая гиперболизация.

– *Mais pourquoi es-tu sortie? La gronda-t-il. On t'avait répété mille fois de ne jamais t'éloigner dans les magasins. Il pleuvait, c'était dangereux...* (Musso PJT, 275).

– *Клэр, – снова перебила мать, – будь добра, придержи язык. Я миллион раз тебе говорила, что нельзя вести себя подобным образом* (Абдуллаев, 182).

– *Снова подсунул Антоше вместо сахара соль, – она затопала ногами, – ты сто раз проделывал с ним такие штуки!* (Донцова НГ, 271).

Обобщение

Достаточно часто в неодобрительных высказываниях встречается стилистический прием обобщения. Простейшие обобщения заключаются в объединении, группировании объектов на основе какого-то отдельного, порой случайного признака. Все обобщения, которые оказались представленными в порицании, можно разделить на следующие группы:

- 1) обобщение по половому признаку;
- 2) обобщение по профессиональной группе (все служащие, рабочие и т.д.);
- 3) обобщение по национальному признаку;
- 4) обобщение по месту жительства.

Приведем примеры, которые иллюстрируют каждую группу.

1. Обобщение по половому признаку.

– *Vous êtes comme tous les hommes: vous adorez vous vanter de votre vie sexuelle (Nothomb, эл. ресурс).*

В вышеприведенном случае обобщение используется в виде сравнения. Поведение отдельно взятого мужчины приравнивается к типичному поведению всех мужчин. Выражая неодобрение одному человеку, оно косвенно относится ко всему мужскому населению (все мужчины любят хвастать своей половой жизнью).

В двух других примерах с помощью обобщения подчеркиваются типичные ошибки и манеры поведения, присущие мужскому или женскому полу.

– *Нет, на такое способен лишь мужчина, – захихикала девица. – Зачем воду включили на полную мощность? Гляньте, как брызги летят! (Донцова НГ, 266).*

– *Я тебя умоляю, – скривился майор, – тоже мне задача! Походить по двору! Только баба способна из такой ерунды создавать проблему (Донцова СМС, 23).*

2. Обобщение по профессиональной группе.

В нижеприведенном случае хозяйка порицает секретаря компании, прибегая к обобщению по профессиональному признаку, отрицательно оценивается поведение секретаря на рабочем месте.

– *Vous n'êtes plus la petite fille. Reprenez-vous. Si tous les employés transportent leurs problèmes personnels dans l'entreprise, où va la France? (Pancol, 126).*

Неодобрение с обобщением по профессии присуще и русской культуре, часто можно встретить неодобрение милиционеров.

– *Да кто вас, мусоров, знает... Я к вам как к радио отношусь. Вас можно слушать, но нельзя с вас спросить. Ладно, дай померковать (Кивинов, эл. ресурс).*

В этом примере вор в законе порицает милиционера, который в силу обстоятельств оказался в тюрьме, обращаясь к сокамернику, вор выражает отношение ко всей милиции в целом.

3. Обобщение по национальному признаку.

В следующем примере звучат взаимоупреки, которые имеют форму обобщений по признаку принадлежности к той или иной народности (Вы, французы... Вы, канадцы...). С помощью подобных высказываний на самом деле осуждается не нация, а вполне конкретный человек.

À la maison, Camille ouvrit grand les volets et Lawrence étala la carte de France sur la table en bois.

– Elle pue le gras. Sais pas ce que vous avez dans le nez, vous les Français, pour être jamais gênés.

– On a dans le nez deux mille ans d’histoire pleine d’odeurs de gras. Vous, les Canadiens, vous êtes trop jeunes pour comprendre ça.

– Doit être ça, dit Lawrence. Doit être pour ça que les vieilles nations puent tout le temps (Vargas, 95).

В другом примере мы можем увидеть, что одна женщина порицает свою подругу, говоря, что та поступает как все белые, то есть как все белые, она всегда права и никогда не слушает собеседника.

– Oui, c’est ce que je veux te dire depuis le début, mais toi, t’es comme tous les Blancs, t’as toujours raison et t’écoutes jamais! (Gavalda, 24).

Преподавателю не нравится студентка, и в адрес последней постоянно звучат упреки и критика, при этом, зная, что девушка по национальности цыганка, педагог каждый раз подчеркивает отрицательные черты, приписываемые людям этой национальности:

К третьему курсу Лаура наконец-то распелась, и тогда характер замечаний изменился.

– Вы, цыгане, вечно опаздываете...

– Вы, цыгане, слишком шумные...

– *Вы, цыгане, чересчур активные... (Донцова ФЛЭ, 22).*

4. Обобщение по месту жительства.

В следующем примере качества адресата приписываются целой группе людей, а именно москвичам. Адресат недоверчив, подозрителен и невнимателен, как и все москвичи.

– *Экие вы, москвички, встрепанные, – вклинился в мои воспоминания голос смуглянки, – чего так пугаться? Одна я, с дитем, родственница вашей соседки. Неужто воды жаль? (Донцова СМС, 12).*

Всем москвичам приписывается также злость, неприятие провинциальности происхождения.

– *В Москве все одинаковые, злые, и на того, кто на них не похож, сразу ярлык наклеивают – провинциал. Какой смысл класс менять, в новом то же самое будет. У нас в Новоклимовске люди другие. Вот вылечусь и уеду назад (Донцова СМС, 191).*

Интересен тот факт, что в русской культуре неодобрение направляется на жителей Москвы, а во французской – на жителей Парижа.

– *Les Parigots, y savent pas manger... Les femmes elles font du régime et les hommes y pensent qu'à leurs notes de frais... Je suis sûr que t'as jamais d'amoureux... A midi, t'as que des hommes d'affaires qui se foutent bien de ce qu'y mangent et le soir, t'as que des couples qui fêtent leurs vingt ans de mariage en se faisant la gueule parce que leur voiture est mal garée et qu'ils ont peur de la retrouver à la fourrière... (Gavalda, 275).*

По мнению повара из пригорода, парижане не умеют есть, так как женщины думают о диете, мужчины о расходах, люди не ценят и не замечают то, что едят, они поглощены будничными проблемами.

Лексические средства

Ивективы

Исследование текстов показало, что и во французском, и в русском языках имеются определенные клишированные эмотивные структуры, которые говорят об эмоциональном состоянии адресанта, а употребление сниженно-коннотативных лексем сигнализирует об отрицательной оценке действий или свойств адресата. Следующие примеры наглядно это иллюстрируют: *espèce de trou du cul, bon sang de merde, une peau de vache, ta gueule, tête de bois, putain de saloperie.*

Распространены следующие структуры:

cette putain+ de+ N

cette putain de bête

ce putain de journaux

N+ de+ merde

Cet adjudant-chef de merde

В классе инвективы французского языка чаще употребляются следующие существительные: *un connard, un con(ne), un salaud, un salopard, une salope, une canaille, une fripouille, un imbécile, un taré, un idiot, un crétin, un emmerdeur.*

Что касается русского языка, то диапазон эмоционально-оценочной лексики очень широк. Такие лексические средства, как инвективы, жаргонизмы, грубопросторечные слова довольно часто используются в речи, говорящий не только отрицательно оценивает действия адресата, но и демонстрирует крайнюю степень своей грубости [Жельвис 2000; Шаронов 1999]. Приведем лишь некоторые лексемы: *болван, кретин, дубина, скряга, скупердяй, дурак/дура, сволочь, идиот/идиотка, дрянь, хам, мерзавец, козел, паразит, ирод.*

Подобная лексика чаще всего является сопутствующей к оценочной лексике, используемой в неодобрительных высказываниях, и подчеркивает эмоциональное состояние говорящего.

Оценочная лексика

Эмоционально-оценочная лексика активно используется в речевой коммуникации, являясь универсальным средством выражения субъективности. Она в первую очередь передает эмоциональное состояние говорящего, его отношение к ситуации, объекту и т.д., и только после этой функции реализуется информативная составляющая.

В неодобрительных высказываниях можно выделить следующую оценочную лексику:

- 1) оценочные прилагательные;
- 2) оценочные существительные;
- 3) оценочные глаголы;
- 4) оценочные наречия.

Рассмотрим каждый вид более подробно.

1. Оценочные прилагательные.

Высказывания с неодобрением отличаются от остальных типов высказываний наличием отрицательной (морально-этической) оценки. При порицании широко употребляются эмоционально-оценочные прилагательные, которые характеризуют адресата или объект неодобрения. Проанализированный практический материал позволил выделить прилагательные психологической оценки и прилагательные абсолютной оценки.

Психологическая оценка представлена двумя разновидностями: интеллектуальная и эмоциональная.

Прилагательные интеллектуальной оценки в русском языке: *бестолковый, безголовый, умалишенный, безмозглый, сумасшедший, ненормальный, глупый, необразованный, непутевый, идиотский, дурацкий, пещерный, дремучий* и другие. Прилагательные интеллектуальной оценки во французском языке: *cinglé, hébété, abruti, gâteux, stupide, têtue, distrait, ne pas sérieux*.

Прилагательные эмоциональной оценки в русском языке: *скучный, нудный, неинтересный, жалостливый*. Прилагательные эмоциональной оценки французского

языка: *grotesque, ridicule, chiant, lamentable, caustique, désolant.*

Абсолютная оценка представлена также двумя разновидностями: эстетическая и этическая.

Прилагательные эстетической оценки русского языка: *небрежный, убогий* (про внешний вид), *отвратительный, гадкий, мерзкий*. Прилагательные эстетической оценки во французском языке: *odieux, moche.*

Прилагательные этической оценки в русском языке: *злой, вредный, неблагодарный, жадный, наглый, скрытный, подлый, невоспитанный, меркантильный, поганый, дрянной, эгоистичный*. Прилагательные этической оценки во французском языке: *amoral, méchant, cynique, arrogant, impulsif, insouciant, dure, sévère, antipatique, grossier.*

Прилагательные используются в следующих синтаксических структурах:

Ну, ты + прилаг.!

– *Ну, подружка, ты невоспитанна! – пожурила я ее. – Я тебя, можно сказать, от смерти спасла, а ты так невежливо разговариваешь! (Никольская, 10).*

Прилаг. + ты (вы)!

– *Неблагодарная ты, – шепотом просвистела Галя (Донцова СМС, 14).*

Какой ты (вы) + прил.!

– *Какой ты жадный, Сережа, – покачала головой Варвара, – вот уж не предполагала! (Донцова НГ, 286).*

Во французском языке существуют следующие конструкции:

Que tu es (vous êtes) + adj.!

– *Que vous êtes dure avec moi! (Nothomb, электр. ресурс).*

Tu es (vous êtes) + adj.!

– *Tu es désolante! (Levy SJ, 243).*

Оценочные прилагательные наиболее полно позволяют адресанту передать не только свое отрицательное отношение к объекту оценки, но и сопутствующие эмоции – иронию, насмешку, пренебрежение, презрение и т.п. Спектр данных прилагательных в диалогическом дискурсе весьма широк в представленных языках, однако можно говорить о разной степени интенсивности негативно-оценочного признака в прилагательных русского и французского языков.

2. Оценочные существительные.

Существительные являются вторым по частотности средством выражения отрицательной оценки в диалогической речи после прилагательных:

– *He осталось мужчин в этом мире, – зло пробормотала Джерри, – одни **слизняки** (Абдуллаев, 200).*

– *C'est vrai que le monde est plein d'**ordures**, mais je commence à penser que le bosco a raison quand il prétend que les plus puantes sont les hommes! (Clavel, 158).*

При анализе лексических средств была выделена сравнительно большая группа высказываний, в которых сочетаются оценочные существительные и оценочные прилагательные; при этом определить, какой элемент является ведущим, а какой служит усилителем, практически невозможно. Например:

– *Да ну, ты многого о ней не знаешь. **Холодная расчетливая стерва**. На уме одни деньги. И **потаскуха** каких свет не видел (Вильмонт, эл. ресурс).*

...*А ты, Ваня, **несостоявшийся престарелый Казанова**, ступай разбирать почту! Ясно? (Донцова ТБ, 25).*

Абсолютно все высказывания подобного типа чрезвычайно категоричны. Они либо открыто провоцируют конфликт, либо реализуются уже в его процессе, либо выражают крайнюю степень неодобрения. Между собой такие высказывания отличаются лишь степенью

интенсивности отрицательной оценки.

3. Оценочные глаголы.

В русском языке среди глаголов оценки при неодобрении можно отметить следующие лексические единицы: «творить» в значении «делать что-либо не так, неправильно», «совершать проступки»; «делать глупости» и других, например:

– Ты чего **творишь**? – жестко накатил Сумрак на смотрящего. – Предупреждал ведь: скромнее будь. Нам только мертвяка в карантине не хватало (Кивинов, эл. ресурс).

Зинаида Андреевна ударом привезенной доски распахнула дверь, чуть не сорвав ее с петель, офицерским шагом подошла к столу, швырнула горбыль под нос директора и ласково поинтересовалась:

– Что ж ты **творишь**, паразит? Совсем **оскотинился**?! (Кивинов, эл. ресурс).

– Конечно! Вот если тебя не контролировать, ты бы уж давно глупостей **натворил**, ты и так-то вечно **делаешь глупости**, но хоть не глобальные... (Вильмонт, эл. ресурс).

Широко используются глаголы, отражающие оценку умственным способностям человека «спрыгнуть с ума», «спятить», «идиотничать» и другие, например:

– А может все-таки надо спросить у твоей мамы?

– С ума **спрыгнула**? Никогда мама не разрешит! (Вильмонт, эл. ресурс).

– Граждане! Вы что, **спятили**?! – продолжал орать пограничник. – Мужчина, выйдите вон отсюда! Женщина, вы на самолет опоздаете! (Дашкова КН, 239).

– Нет, – продолжала настаивать я, – он не виноват.

– Мать, – вспыхнул Аркадий, – кончай **идиотничать** (Донцова ЖМЖ, эл. ресурс).

Во французском языке оценочные глаголы используются редко, например:

– *Pouvez pas vous imaginer! Le jour où je suis revenu de l'école en leur disant qu'il fallait arrêter de **déconner**, que je savais, comme tous mes copains, que le Père Noël n'existait pas, ils avaient l'air de tomber d'un nuage... Deux vrais tarés, je vous dis Mamie-Rose! (Schmitt, 33).*

4. Оценочные наречия.

Реже в неодобрительных высказываниях используются наречия для характеристики сложившейся ситуации. Говорящий с помощью данной лексики эксплицирует свои чувства.

– ***Отвратительно!** – Ничему не учат ребенка. Его не наказывают, а покупают хорошее поведение. Это омерзительно. И еще раз доказывает правильность моего решения! Губернантку нужно выгнать вон! Прямо сейчас! (Донцова СМС, 74).*

Наречия «отвратительно», «омерзительно» характеризуют ситуацию как неправильную и недопустимую. Глава семьи выражает серьезное неудовлетворение поведением ребенка, порицая при этом присутствующих мать и бабушку, а также отсутствующую губернантку.

Оценочные наречия во французском языке для выражения неодобрения в нашем исследовании выявлены не были.

В целом необходимо отметить, что при выражении неодобрения на использование лексики с отрицательной коннотацией налагаются определенные ограничения. По нашим наблюдениям, сниженно-коннотативная лексика используется лишь в том случае, когда адресант выше адресата по положению, или когда порицается тот, кто не присутствует при разговоре. Эмоциональность в высказываниях с неодобрением за счет этой лексики проявляется грубо и невежливо. Такой тип конструкции возможен только в восклицательных или вопросительных предложениях.

Практический материал исследования выявил также факт более широкого использования оценочной лексики в русском языке, где неодобрение выражается эксплицитно, во французском языке оценочная лексика, безусловно, присутствует, но с точки зрения русской культуры французская оценочная лексика не кажется такой негативной.

Интенсификаторы

Интенсификаторы в неодобрительных высказываниях выполняют функцию усиления экспрессивности. Е.М. Вольф отмечает, что характерной особенностью выражения оценки является возможность ее интенсификации и деинтенсификации [Вольф 1985: 45]. Если адресант хочет, чтобы адресат «прочувствовал» ситуацию, которая расценивается им как отрицательная, нежелательная, то он старается использовать интенсификаторы достаточно часто. Наиболее частотным в русском языке является введение наречий **опять, снова, так, слишком**.

– *Снова подсунул Антоше вместо сахара соль, – она затопала ногами, – ты сто раз проделывал с ним такие штуки!* (Донцова НГ, 271).

– *Сколько можно тебе повторять, – раздраженно говорила Лера, – цивилизованные люди не пьют кофе цистернами* (Морозова, эл. ресурс).

В приведенных примерах интенсификаторы подчеркивают повторяемость действий, вызвавших неодобрение со стороны адресанта.

Роль интенсификаторов в выражении неодобрения можно охарактеризовать следующим образом: часто порицают за действия, которые имели место, но из них не было сделано соответствующих выводов.

Je suis déçu, mademoiselle. Très déçu. Je m'étais trompé sur votre compte.

L'infirmière blêmit.

– *J'avais en vous une telle confiance. Elle est détruite à jamais, à présent (Nothomb, электр. ресурс).*

С помощью других интенсификаторов – наречий типа **вечно, всегда, постоянно, никогда**, а во французском языке – **toujours, jamais** и других, – говорящий типизирует единичное действие адресата, при этом «вполне обычный поступок приобретает пейоративную оценку», Т.М. Николаева назвала данное явление «мультипликацией» [Николаева 1988: 161].

– *Tu as toujours besoin de poser des questions idiots dont tu connais la réponse? Reste debout! (Levy SJ, 213).*

– *Pourquoi n'es tu jamais à l'heure? Demanda Peter (Levy PF, 18).*

– *Mais je ne suis pas ma famille et tu n'as pas pensé à moi. Tu t'es tellement éloigné de moi, Nathan; tu étais toujours insatisfait, à la recherche inlassable du bonheur parfait (Musso EA, 240).*

Инвертированная оценка

Специфическим видом оценки в выражении неодобрения являются высказывания, где используются номинации с инвертированным знаком оценки. Как было отмечено Е.А. Земской, для русской разговорной речи это характерное явление делает неодобрение более язвительным и ироничным [Земская 1999]. В буквальном значении данные выражения имеют положительный смысл, хотя выражается отрицательная оценка.

– *Интересно! И что ты ей сообщила? Про всех мужей разболтала?*

– *Дура ты, Машка! Зачем лишняя информация? Я просто сказала, что сейчас ты свободна и детей у тебя нет. Только и всего. И еще, что тебе очень нужна работа. А больше ни звука!*

– *Ну и молодец, Татьяна! Спасибо тебе огромное! (Вильмонт, 45).*

Использование инвертированных оценок характерно и для французской речи, но встречается гораздо реже, чем в русской.

– *Il est beau, votre amour, qui a gâché la vie de deux innocentes (Nothomb, эл. респс).*

В первой части высказывания дается инвертированная оценка с помощью выражения «*Il est beau, votre amour*» (хороша же ваша любовь), а во второй части объясняется значение этой фразы «Хороша же ваша любовь, загубившая жизни двух невинных девушек».

– *HE. NE VOUS GENEZ PAS! C'EST MON PORTABLE.*

– *C'était juste un emprunt, tenta de se justifier le médecin.*

– *Emprunt? Mon cul, oui!*

– *Je voulais tout simplement m'assurer que tout fonctionnait correctement, expliqua Mark en reprenant son rôle du benêt... (Musso PJT, 208–209).*

Итак, анализируя грамматические, лексические и стилистические средства мы обнаружили, что их выбор в каждом конкретном случае обусловлен рядом социолингвистических и прагматических факторов, например, зависит от личности говорящего, его намерений, личности адресата, а также от особенностей национального языка и культуры. Однако, независимо от языка, языковая личность использует те или иные средства, преследуя главную цель – оказание воздействия на адресата с целью исправить неблагоприятную ситуацию и предотвратить ее в будущем.

Вербальные способы выражения неодобрения весьма многообразны как в русском, так и во французском языке, тем не менее можно говорить о том, что неодобрение в русском языке отличается большей эмоциональностью, слабым проявлением сдержанности и тактичности. Во французском языке при выражении

неодобрения чаще всего сохраняется тактичность, дипломатичность, сдержанность.

Невербальные и паравербальные средства выражения неодобрения

Известно, что коммуникация сопровождается эмоциональным отношением коммуникантов к содержанию сообщения. Это эмоциональное отношение, сопровождающее речевое высказывание, образует невербальный аспект обмена информацией – невербальную коммуникацию, что является отражением такого явления, как невербальное мышление.

Мы уже рассмотрели, как выражается неодобрение при вербальной коммуникации, однако особый интерес вызывает исследование неодобрительных высказываний при невербальной и паравербальной передаче данного значения во французском и русском языках. Своеобразие последних в том, что они служат не только проявлением эмоциональных состояний, но и одновременно используются как активные маркеры, адресованные окружающим. С одной стороны, выражая экспрессию, они соединяют индивидуальное переживание с принятой в данном обществе системой эталонов и становятся знаком, понятным другим людям, с другой стороны, данные выразительные средства служат индикатором отношения одного человека к другому, показывая их расположение или неприязнь друг к другу.

Как установил И.Н. Горелов [Горелов 1980], невербальные компоненты, к числу которых он относит жесты, позы, фонацию, кинесику, мимику, молчание и даже положение коммуникантов относительно друг друга, являются не факультативной, а обязательной частью высказываний. Они не только могут дополнять смысл вербального сообщения, но также несут информацию о различных чертах и свойствах говорящего (возраст, пол, привычки, социальное положение). В нашем исследовании

мы вслед за Т.Г. Грушевицкой, Н.Ю. Милютинской и другими выделяем невербальные средства (жесты, позы, мимика и т.п.) и паравербальные (интонация, тембр голоса и другие), которые используются для выражения порицания [Грушевицкая 2002; Милютинская 2010].

Паравербальные элементы неодобренных высказываний

Наряду с вербальными средствами коммуникации при неодобрении используются и паравербальные средства, которые представляют собой совокупность звуковых сигналов, сопровождающих речь, привнося в нее дополнительные значения. Смысл высказывания изменяется в зависимости от того, какая интонация, ритм, тембр голоса, темп и громкость речи были использованы для его передачи. Все вышеперечисленные компоненты влияют на смысл высказывания, сигнализируют об эмоциональном состоянии адресанта. Приведем несколько примеров:

– *Папа, – голосом учительницы подхватила Лана, – не следует принимать решение сгоряча (Донцова ФЛЭ, 74).*

C'est un des plus grands experts qui soient au monde.

– *L'exagération n'est pas une fatalité nationale, Lorenzo, fais des effort! Dit le père de Griziella.*

– *Papa! Réprimanda sa fille (Levy PF, 141).*

– *Alors, comment tu la trouves? Répète Mark.*

Une vague de CHUUUUT! Réprobateurs monte vers deux amis (Musso PJT, 221).

Во всех трех случаях неодобрение выражается фонационно, с помощью соответствующей интонации (на письме порицание оформлено восклицательным предложением) и тембра голоса (голос учителя, несущий в себе нотки назидательности, превосходства).

Средствами достижения эффективной коммуникации служат такие характеристики человеческого голоса, как

громкость, высота голоса, скорость речи, артикуляция, режим речи. Проследим паравербальные элементы высказываний с неодобрением на примере глаголов и глагольных словосочетаний, сопровождающих авторские ремарки.

Приведем наиболее употребительные глаголы, которые передают во французском языке фонационные характеристики речи: *grommeler* – брюзжать, ворчать (*grommeler d'une voix serrée*); *bougonner* – ворчать, брюзжать; *exploser* – взрываться, разразиться; *marteler* – отчеканивать; *dire d'un ton de reproche* – сказать упрекающим тоном; *ricaner* – ухмыляться, зубоскалить; *dire, poursuivre sur un ton accusateur* – говорить, продолжать обвинительным тоном; *s'emporter* – вспылить, выходить из себя; *s'exclamer* – восклицать (*s'exclamer d'une voix vibrante*); *râler* – хрипеть, злиться, ворчать, проявлять недовольство; *dire durement* – сурово сказать; *parler sec* – говорить сухим тоном; *crier* – кричать; *gronder* – ворчать, бранить, ругать и другие.

При анализе русских примеров встретились глаголы, с помощью которых неодобрение чаще всего высказывается весьма эмоционально. У этих глаголов и глагольных сочетаний наблюдается широкий диапазон интонационно мелодического рисунка, разнообразная тональность, высота и сила звучания: *пожурить, увещевать, читать нотацию, сердито заметить, заявить, сказать ледяным тоном, сурово заявлять, назидательно заявлять, возмутиться, процедить (цедить сквозь зубы), буркнуть (серdito), оборвать, закричать, заорать, рывкнуть, кипеть, закипеть, вскипеть, крикнуть в сердцах, воскликнуть* и другие.

Эмоции, обычно обозначаемые в языке эмоциональными глаголами, могут проявляться в акте коммуникации также и в жестах, доступных внешнему наблюдению. Можно констатировать, данные глаголы

выражают тональность общения и служат индикатором отношения одного человека к другому.

В ходе нашего исследования обнаружился еще один интересный факт – это диссонанс в русском языке вербальных, невербальных и паравербальных средств выражения неодобрения. Приведем несколько примеров:

– *Ты, Боренька, мальчик умный, добрый и невинный, как ангел, – голос ее сделался вкрадчивым, даже ласковым, – но ты плохой врач. Ты ошибся в выборе профессии. Врач не должен быть истериком. Думаю, мы не сумеем больше работать вместе (Дашкова КН, 22).*

Зинаида Андреевна ударом привезенной доски распахнула дверь, чуть не сорвав ее с петель, офицерским шагом подошла к столу, швырнула горбыль под нос директора и ласково поинтересовалась:

– *Что ж ты творишь, паразит? Совсем оскотинился?! (Кивинов, эл. ресурс).*

Как мы видим, иногда неодобрение произносится ласковым голосом, а мягкие интонации при выражении отрицательной оценки придают высказыванию оттенок угрозы.

Таким образом, паравербальные средства являются одним из способов усиления неодобрительного высказывания.

Невербальные элементы высказываний с неодобрением

Отличительной чертой неодобрительных высказываний, как выражения определенного эмоционального состояния, является использование таких невербальных компонентов, как жесты, позы, телодвижения, взгляд, мимика. Можно говорить о том, что все элементы невербальной коммуникации тесно связаны друг с другом, и они часто взаимно дополняют друг друга.

Анализируя невербальные компоненты коммуникации при выражении неодобрения во

французском языке, было установлено, что чаще других элементов используется взгляд.

Проиллюстрируем несколькими примерами.

– *Tu sais, Jonathan, je n'ai ni mère ni père pour m'aider à organiser cette cérémonie, et quand je te regarde, il y a des moments où j'ai vraiment l'impression de me marier toute seule!*

– *Anna, il y a des moments où j'ai l'impression que c'est avec les ronds de serviette que tu es en train de te marier!*

Anna le fustigea du regard, elle reprit son cahier, se leva et quitta la terrasse du restaurant (Levy PF, 47).

В данном примере мы видим, что девушка выражает явное недовольство своему другу, который не помогает ей готовиться к свадьбе, ей все приходится решать самой. Свои слова она подкрепляет негодующим (бичующим) взглядом.

Goodrich explosa:

– *En quoi cela vous concerne-t-il? Toujours la même question à propos de votre petit ego! En quoi Nathan Del Amico, le grand avocat qui facture quatre cents dollars de l'heure, est-il concerné par toute la misère du monde? Vous ne pouvez pas oublier votre petite personne pendant un moment?*

Cette fois, c'en était trop. L'avocat abbatit son poing sur la table.

– *Ecoutez moi bien, espèce de trou du cul! Personne ne s'est adressé à moi sur ce ton depuis l'école primaire et j'ai bien l'intention que ça continue!*

Il se leva brusquement et, pour se calmer, partit commander une petite bouteille d'Evian au comptoir.

Dans la pièce, les autres conversations s'étaient arrêtées et tout le monde le regardait avec un air de reproche (Musso EA, 51).

Во втором примере мы видим, что один из говорящих, задетый словами и тоном собеседника, выражает свое негодование достаточно грубо, ударяя

кулаком по столу. Поскольку действие происходит в ресторане, то подобная выходка не осталась незамеченной и привлекла внимание остальных посетителей, разговоры смолкли, и все посмотрели на возмутителя спокойствия с выражением упрека.

Le regard que lui lança alors Hortense la glaça. C'était un regard froid, plein du mépris de la femme qui sait envers celle qui ne sait pas, le regard d'une courtisane avertie pour une petite cruche.

– Ma pauvre maman, ouvre les yeux. T'as vu comment tu t'habilles? Comment t'es coiffée? Tu te laisses complètement aller. Pas étonnant qu'il soit aller voir ailleurs! Il serait grand temps que tu quittes le Moyen Age pour vivre à notre époque (Pancol, 42).

В данном контексте неодобрение выражается даже в большей степени невербальным способом, чем вербальным, при помощи лишь взгляда. Дочь порицает мать за то, что отец их оставил, всю вину она возлагает на мать, которая придает мало значения своему внешнему виду, прическе, одежде. Взгляд дочери привел мать в оцепенение, «это был холодный взгляд, полный презрения, взгляд опытной куртизанки, брошенный на простушку».

В следующем случае, автор отмечает, как одним взглядом мать выразила чувство жалости и нескрываемый упрек, порицание своему сыну. Такой взгляд мать адресовала ему за то, что к известию о смерти одного из близких им людей он остался совершенно равнодушен и даже в некоторой степени воспринял новость с большим облегчением.

Et je revois le regard de maman. Pas un regard scandalisé, non, pas le genre: «Dieu, mon aîné est un monstre», mais un de ces regards comme si c'était moi, le mourant (Pennac FC, 143).

Отсюда следует, что невербальные средства коммуникации могут замещать вербальные, как в приведенном примере.

Из вышерассмотренных примеров можно сделать следующий вывод, во французском языке достаточно часто используются такой невербальный способ выражения неодобрения, как взгляд. Резкие движения рук, покачивание головой, пожимание плечами – эти жесты лишь сопровождают неодобрение.

Неодобрение может быть выражено не каким-то одним невербальным средством, а комбинированно. Как демонстрирует этот нижеприведенный пример, в котором огромная роль отводится и взгляду, и тому, как было произнесено высказывание.

– *Tu peux sourire! Marmonna-t-elle en le piquant du regard. Je dois te paraître bien terre à terre à parler de gros sous! Monsieur veut un tas d'or, monsieur ne veut pas se fatiguer pour rien, monsieur veut de l'estime et de la considération! Et pour le moment, monsieur n'a qu'un seul moyen d'exister: aller rejoindre sa manucure (Pancol, 17).*

Жена выказывает свое недовольство мужу, который вместо того, чтобы зарабатывать деньги и содержать семью, предпочитает ухаживать лишь за собой. Свои жесткие, но справедливые слова она произносит сквозь зубы (*marmonner*) и сверля мужа взглядом (*en le piquant du regard*).

Идея активности эмоциональных проявлений и ее воплощение, как вербальное, так и невербальное, не является, однако, универсальной. Средства невербальной коммуникации как своеобразный язык чувств являются таким же продуктом общественного развития, как и язык слов, и могут не совпадать в разных национальных культурах. Как мы видим, бурные проявления эмоций в целом несвойственны французской культуре. Однако, как указывает А. Вежбицкая, «русские активно и вполне

сознательно «отдаются во власть» стихии чувств» [Вежбицкая 1996: 43]. Это легко находит подтверждение в наших наблюдениях. Невербальные компоненты разнообразны и более эмоционально-насыщены в русском языке.

– *Вот глупость!* – *Нора стукнула кулаком по столу.*
– *Более идиотское поведение и представить трудно*
(Донцова ТБ, 22).

– *Ужасно,* – *заломила она руки, разглядывая*
вешалки, – *совсем нет приличной одежды. Широкие*
лацканы давно не носят! (Донцова ТБ, 263).

– *Какой ты жадный, Сережа,* – *покачала головой*
Варвара, – *вот уж не предполагала!* *Пожалел для*
сестрички! (Донцова НГ, 286).

– *Ты очень скрытный,* – *надула губки* *Николетта,* –
нет бы рассказать, где бываешь, чем занимаешься! *Я*
обязана быть в курсе дел! *Вдруг ты попадешь в дурную*
компанию! (Донцова ТБ, 262).

– *Я же говорила тебе, паразиту, что добром твои*
дела не кончатся! – *визгливо прокричала она, поднимая*
вверх указательный палец. – *Бог-то он все видит!*
(Никольская, 187).

– *Тьфу ты...* – *в сердцах сплюнула* *Нюра.* – *Экая ты*
Алка, злая! (Донцова МХС, 160).

– *Боже,* – *закатила глаза* *Николетта,* – *как трудно*
жить с человеком, который по-старчески осторожен.
Тебе, Вава, сто лет! *Ты абсолютно не способен*
воспринимать новые веяния, пользоваться современными
технологиями (Донцова ТБ, 152).

– *Вот так вот,* – *презрительно глядя на меня,*
сказала баба Клава. – *Нашла с кем дружбу водить!* *Скажи*
спасибо, что он тебя по пьянке не прирезал! *Господи,*
господи, что делается! *Вот получишь теперь от сестры-*
то! *Она-то у тебя не такая непутевая. И эта туда же,* –
неодобрительно посмотрела она на Лариску. – *Молодая,*

а туда же! Нашла себе компаню. С убийцей связались!
(Никольская, 188).

Жора тут же кинул на меня укоризненный взгляд, призывающий держать себя в руках. Я замолчала, во все глаза глядя на Дружникова (Никольская, 308).

Данные примеры свидетельствует о том, что неодобрение активно выражается при помощи мимики, жестов, взгляда, движений глаз, тембра голоса.

Таким образом, можно говорить о том, что невербальные и паравербальные средства коммуникации играют огромную роль в неодобрительных высказываниях. Они часто повторяют, дублируют актуальную речевую информацию, иногда невербальные средства могут замещать речевое высказывание как, например, взгляд. Жесты, взгляды, фонация могут подчеркивать или усиливать какие-то компоненты речи, дополнять речь в смысловом отношении. Слова неодобрения, сопровождающиеся в актуальной коммуникации жестами, будут являться выражением гораздо более строгого порицания, граничащего с угрозой. Отсюда следует, что сочетание вербальных, невербальных и паравербальных средств обеспечивает формирование целостной картины события или представления о предмете разговора, а, следовательно, повышается и степень эффективности воздействия.

В ходе исследования мы пришли к выводу, что для неодобрительных высказываний определяющими факторами, влияющими на выбор способа выражения и языковые средства, являются фактор адресанта и адресата, их социальные роли. Преобладающий тип адресанта в неофициальных диалогических дискурсах зависит от типа культуры: в индивидуалистических культурах (французская) преобладает единичный адресант, в коллективистских культурах (русская) представлены два типа: единичный и коллективный адресант.

Важным параметром, влияющим на выбор вербальных и невербальных средств при формировании высказываний с функцией порицания, является социальная роль адресанта и адресата и их социально-психологический тип.

Высказывания с неодобрением различаются по способу реализации интенции, прямые и косвенные высказывания широко представлены в диалогическом дискурсе. Отметим, что для французского языка характерным является косвенный способ выражения, а для русского языка – прямой способ выражения неодобрения.

Проведенный сравнительно-сопоставительный анализ неодобрительных высказываний позволяет заключить, что выбор тех или иных вербальных и невербальных средств для выражения неодобрения имеет национально-культурную обусловленность.

III. III. ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ КОНСТРУИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Электронная коммуникация открыла принципиально новые возможности для общения и сразу привлекла внимание ученых-языковедов как источник обширного лингвистического материала. Особый интерес представляют тексты, порождаемые в ходе межличностного компьютерного общения. Однако, из-за высокой обезличенности текстов электронной коммуникации, существует большой риск забыть о том, что за напечатанным всегда стоит реальный человек. Таким образом, Интернет рассматривается нами не просто как средство, а как особая коммуникативная *среда*. Именно «средовый» характер Интернета делает его столь популярным, придавая общению черты «бытийности».

Любая «бытийность» подразумевает человеческое взаимодействие, что неизбежно приводит к потребности ответа на вопрос «Кто Я?». Подобно тому, как в ходе глобализационных процессов «размываются» культурные границы, высокая степень анонимности электронного общения приводит к деиндивидуализации личности пользователя и потребности в идентификации.

Хотя современные информационные технологии значительно расширили возможности общения посредством компьютера (голосовое общение, видеотелефония), наиболее распространенным на сегодняшний день остается способ коммуникации, при котором передаваемая информация выводится в печатном виде на экране монитора. В настоящей статье мы остановимся на рассмотрении именно последнего способа, называемого нами (с осознаваемой долей условности) письменной компьютерной коммуникацией.

Традиционно в психологии выделяют два основных аспекта идентичности личности: социальный и личностный. Под социальной идентичностью понимается «самоопределение себя в терминах отнесения к определенной группе» [Киселев, Смирнова 2001: 12]. Собственно личностная идентичность заключается в формировании образа «Я» в ходе интеракции и сравнении себя с Другими.

В рамках лингвистической науки принято рассматривать понятие «языковая личность», которое, хотя и допускает множество определений в свете различных парадигм, всегда описывает человека в языковой коммуникации. Учитывая, что большая часть социальных взаимодействий осуществляется дискурсивно, становится очевидна некоторая соотнесенность понятий «идентичность» и «языковая личность». Отводя общению ключевую роль в процессах социализации и идентификации личности, необходимо, тем не менее, признать, что «человек говорящий» и «человек

слушающий и воспринимающий» - лишь одна из характеристик, самостей сложной структуры индивидуального «Я». Вслед за Г.И. Богиним под языковой личностью мы понимаем человека с точки зрения его способностей к речевым произведениям. Чем выше уровень развития языковой личности, тем более развита личность вообще, и тем более сложной и многоаспектной является ее идентификация.

Отведя сети Интернет статус коммуникативной среды, мы, тем самым, допускаем тройственный характер процесса идентификации в киберпространстве, который включает личностный, социальный и языковой аспекты. Поскольку письменная компьютерная коммуникация остается наиболее распространенным видом межличностного общения в Интернете, в статье осуществляется попытка лингвистического описания социально-психологического феномена идентичности.

Конструирование идентичности происходит в дискурсе. Поскольку человеческое общение – это сложный психо-социальный процесс, в лингвистике существует множество научных подходов к изучению различных аспектов дискурса, Мы соглашаемся с определением дискурс-анализа как «интегральной сферы изучения языкового общения с точки зрения его формы, функции и ситуативной, социально-культурной обусловленности», предложенным М.Л. Макаровым [2003: 99]. Безусловно, изучение всех многочисленных аспектов дискурса заслуживают внимания, но мы подробно остановимся на тех из них, которые, на наш взгляд, необходимо учитывать в первую очередь при анализе межличностного общения (вербального в сочетании с употреблением паралингвистических элементов), в ходе которого происходит конструирование идентичности в электронной коммуникации. Отвечая на вопрос «Как происходит идентификация личности в общении?», мы неизбежно придем к рассмотрению средств, используемых

человеком для выражения своих мыслей (формально-семантический аспект), и эффектов, оказываемых в результате на коммуникантов (прагматический аспект). Таким образом, нам представляется целесообразным подробнее рассмотреть прагматический аспект конструирования идентичности в киберпространстве.

Пользователями языка являются люди, поэтому прагматические характеристики имеют связь с психологическими, биологическими и социологическими явлениями, которые наблюдаются при функционировании знака. Ю.С. Степанов рассматривал прагматическую парадигму как философию эгоцентрических слов. «Я» говорящего расщепляется на «Я» как подлежащее, «Я» как субъект речи и «Я» как внутреннее эго, контролирующее самого субъекта. Именно поэтому прагматическая парадигма концентрирует свое внимание на присвоении себе языка говорящим в момент и на момент речи [Степанов 1973].

Спектр явлений и вопросов, изучаемых в рамках прагмалингвистики очень велик, в связи с чем выделяют ряд основных подходов к исследованию прагматики языка: теорию речевых актов (Дж.Остин, Дж. Р. Сёрль), логическую прагматику общения (Г.П. Грайс, Дж.Лич, С.Левинсон, П. Браун), лингвистический дискурс-анализ (Дж. Синклер, М. Култхард, Д. Гиббон), критический дискурс-анализ (Р. Лаков, Р. Водак, Т.А. ван Дейк), конверсационный анализ (Г. Сакс, Э. Щеглов и др.), интерактивную социалингвистику (Дж. Гамперц, Э. Гоффман), когнитивные и психолингвистические модели обработки дискурса (Т.А. ван Дейк) и так далее. Выбор тех или иных подходов зависит от анализируемого феномена. Так, в связи с субъектом речи можно изучать цели высказывания (явные и скрытые), речевые тактики и типы речевого поведения, правила разговора по принципу сотрудничества, референцию, пресуппозицию. В связи с адресатом речи изучают особенности интерпретации речи, воздействие, осуществ-

ляемое высказываниями, типы речевого реагирования. При перемещении фокуса исследования на отношения между участниками коммуникации, изучаются формы речевого общения, его социально-этикетный аспект. Безусловно, процесс конструирования идентичности предполагает одновременное участие двух сторон – говорящей и воспринимающей, интерпретирующей. Но, поскольку рассмотрению подлежит, прежде всего, субъект речи, мы будем опираться на основные положения теории речевых актов, логико-прагматической теории коммуникации и теории о когнитивной структуре представления знаний.

Теория речевых актов

Теория речевых актов – один из подходов к изучению речевого общения, ставший весьма популярным во второй половине XX века. Большое влияние на формирование данного подхода оказали идеи Л. Витгенштейна о разнообразии назначений языка и их взаимодействии с формами жизни, которое осуществляется в виде языковых игр [Витгенштейн 1985]. Основные идеи теории речевых актов изложены в работах Дж. Сёрля, Дж. Остина и Г.П. Грайса.

Теория речевых актов предлагает принципиально новый подход к выделению основной единицы коммуникации, которой становится не предложение или какое-либо иное языковое выражение, а некоторое осуществляемое действие: утверждение, вопрос, просьба, приказание, извинение, порицание и так далее. Речевой акт рассматривается как способ достижения человеком определенной цели с использованием соответствующих языковых средств. Таким образом, главными характеристиками речевого акта становятся *интенциональность* и *конвенциональность* [Остин 1986].

Речевой акт представляется как трехчастное целое, в составе которого выделяются *локутивный*, *иллокутивный* и *перлокутивный* акты. Локутивный акт сводится к самому речепроизводству, это речевой акт в отношении к исполь-

зуемым в нем языковым средствам [Сёрль 1986а]. Иллокутивный акт – это речевой акт в отношении к манифестируемой цели (а значит, и условиям ее достижения). Иллокутивный акт соотносится с понятием интенции говорящего, субъективным значением высказывания [Грайс 1985; Сёрль 1986б]. Речевой акт в отношении к своим интенционально достигаемым (но не всегда достигнутым) результатам выступает как перлокутивный акт.

Трехуровневый характер речевых актов логически сочетается с процессом идентификации индивида в ходе межличностного речевого общения. Вступая в интеракцию, человек имеет определенную интенцию (часто не осознаваемую, но обусловленную теми или иными потребностями), намерение произвести желаемое впечатление на Другого, получить признание или порицание, повлиять на действия и поведение собеседника и так далее. Это первый этап формирования идентичности – демонстрация «Лица». В соответствии с интенцией, индивид выбирает определенный набор средств для достижения поставленной цели и ждет от Другого понимания и принятия своих намерений в силу конвенционального характера локутивного акта. Достижение результата (не обязательно входящего в намерение говорящего), то есть перлокуция, предполагает осуществление определенного воздействия на Другого. В свою очередь анализ данного воздействия, удовлетворенность или неудовлетворенность полученным результатом – есть неотъемлемая часть формирования образа собственного «Я» через сравнение себя с Другими. В данном исследовании особый интерес для нас будут представлять лингвистические и паралингвистические средства, сознательно или полусознательно отбираемые индивидом в соответствии с его коммуникативной интенцией, а также связь этих средств с определенными аспектами «Я» говорящего.

Поскольку далеко не все речевые акты регламентированы социальными конвенциями, вопрос о распознавании

коммуникативного намерения говорящего обусловил необходимость классификации речевых актов.

Так как теория речевых актов с момента своего возникновения рассматривала речевое действие в качестве минимальной единицы коммуникации, внимание исследователей привлекло свойство некоторых глаголов обозначать собой то или иное речевое действие. Такие глаголы были названы *перформативными* [Остин 1986; Сусов 1980; Апресян 1986; Романов 1984], как и высказывания, содержащие их. В отличие от обычных повествовательных предложений, которые сообщают о чем-либо, перформативные высказывания не описывают никакого акта, они сами являются актом. Так, высказывание «*Я прошу*» - перформативно, в отличие от «*Я попросил*», описывающего, называющего действие, но не совершающего его.

Не все иллокутивные предикаты способны к перформативному использованию. Сюда относятся глаголы типа *хвастаться, намекать, угрожать, льстить, насмехаться, лгать*. Употребление подобных глаголов в перформативных высказываниях абсурдно и получило название *иллокутивного самоубийства* [Вендлер 1985], поскольку «одно из условий успешности в данных речевых актах – сокрытие говорящим своего коммуникативного намерения» [Макаров 2003: 166].

Следует обратить внимание на тот факт, что при конструировании идентичности в межличностном общении, индивид может прибегать к использованию высказываний, внешне напоминающих перформативные с эффектом иллокутивного самоубийства, например: «*Я вру*», «*Я лгу*», «*Я хвастаюсь*». Однако, подобные высказывания не имеют перформативного наполнения, а выступают в роли *самооценочных высказываний* [Кашкина 2004], описывающих отношение говорящего к своим действиям с целью произвести определенный эффект на слушающего. Иллокутивная сила в таких высказываниях присутствует лишь им-

плицитно, поэтому мы считаем справедливым отнести их к *косвенным речевым актам* [Сёрль 1986с]. Считается, что если говорящий хочет сказать нечто большее, чем говорит, то он совершает не прямой речевой акт, а косвенный; иллюкутивная сила не является следствием семантики языковых форм высказывания.

Существует множество классификаций речевых актов по различным признакам: по статусу коммуникантов, интенсивности иллюкутивной силы, условиям пропозиционального содержания и так далее. Традиционной является классификация речевых актов согласно их иллюкутивной цели. Впервые такой критерий был предложен Сёрлем, который различал [Сёрль 1986b]:

- 1) высказывания с *ассертивной* целью, то есть предназначенные для сообщения положения дел;
- 2) высказывания с *комиссивной* целью: говорящий берет на себя обязательство сделать что-либо;
- 3) высказывания с *директивной* целью – попытаться заставить других что-либо сделать;
- 4) высказывания с *декларативной* целью, которая состоит в изменении внешнего мира;
- 5) высказывания с *экспрессивной* целью – выразить чувства и установки.

Выбор тех или иных речевых актов говорящим определяется не только его намерениями, но и конвенциями речевого общения, рассмотрение которых является одним из вопросов логико-прагматической теории коммуникации.

Логико-прагматическая теория коммуникации

Логическое направление в прагматике принято ассоциировать с именами таких ученых как Г.П. Грайс, Дж. Лич. Позднее данный подход получил развитие в исследовании феномена вежливости П. Брауном и С. Левинсоном. Представители логико-прагматического направления полагают, что говорящие при вступлении в коммуникативное взаимодействие руководствуются некими социальными

аксиомами, вне которых невозможно осуществление совместного действия, акта референции, необходимого для успешности коммуникации. Эти аксиомы или принципы формируют условия контекста для вербальной коммуникации.

Принцип кооперации, подробно рассмотренный Грайсом, представляет большой интерес для нашего исследования как подчеркивающий интересубъективный характер коммуникативного сотрудничества.

Осуществление принципа кооперации предполагает соблюдение четырех основных максим, связанных со следующими категориями:

1) *количества* – высказывание не должно содержать больше или меньше информации, чем требуется для выполнения общей цели общения;

2) *качества* – говорящие должны исходить из презумпции достоверности сообщаемой информации, и оценки должны быть обоснованными;

3) *отношения* – говорящие не должны отклоняться от темы, соблюдая постулат релевантности информации;

4) *способа* – требуется ясность выражения, для чего избегаются непонятные слова и неоднозначность, соблюдаются краткость и организованность [Грайс 1985].

Идеальное общение предполагает выполнение перечисленных постулатов всеми партнерами. Однако на практике часто встречается игнорирование того или иного постулата или намеренное нарушение одной из максим с целью инференционного вывода имплицатур слушающим.

Феномен вежливости был подробно исследован П. Брауном и С. Левинсоном [Brown, Levinson 1978], которые соотносили его с умением (или желанием) поддерживать «лицо» партнера по коммуникации. По их мнению, нарушение (как случайное, так и намеренное) Принципа Вежливости приводит к осуществлению ликоугрожающих актов. Если такие акты совершаются намеренно, но неявно

для слушающего, считается, что говорящий прибегает к позитивной или негативной вежливости, согласно тому, какое «лицо» собеседника – позитивное или негативное – он собирается поддержать.

Примерами *позитивной вежливости* могут считаться провозглашение общих интересов или взглядов коммуникантов, их принадлежности к одной группе, исполнение «желаний» слушающего через проявление сочувствия и понимания, предложение сотрудничества, эмпатию. На уровне высказывания это достигается с помощью шутки, избегания несогласия, использования маркеров принадлежности к одной группе, подчеркнутого интереса к слушающему, преувеличения говорящим своего интереса, одобрения, сочувствия к слушающему и так далее.

К *негативной вежливости* Браун и Левинсон относят неявно осуществляемые ликоугрожающие акты, нарушающие те или иные максимы Грайса и приводящие к широкому использованию импликатур. Так, нарушение Принципа Количества при речевом общении проявляется в недоговорках, тавтологии, излишнем говорении; Принципа Качества – в противоречиях, иронии, использовании метафор и риторических вопросов; Принципа Способа – в двусмысленности, неясности, больших обобщениях, неполных высказываниях и эллипсисе; Принципа Релевантности – в намеках на мотивы и условия, ассоциативных ключах и предположениях [Brown, Levinson 1978: 219].

Нарушение тех или иных Принципов общения, использование импликатур и провоцирование собеседника на инференционные выводы являются составляющими коммуникативных стратегий, избираемых в соответствии с целями конкретного речевого взаимодействия и, в частности, процесса конструирования идентичности. Успешность подобной интеракции во многом зависит от наличия у собеседников изначального общего знания, социокультурной

информации, «когнитивного образа ситуации взаимодействия в ее динамики» [Макаров 2003: 158].

Когнитивные структуры в речевом взаимодействии

К общим структурам знаний и представлений, которые обеспечивают адекватную когнитивную обработку стандартных (стереотипных) ситуаций, относятся фреймы, схемы, сценарии (скрипты), планы, ментальные модели [Минский 1979; Дейк 1989; Johnson-Laird 1989]. Человек, пытаясь познать новую ситуацию или переосмыслить уже привычные факты действительности, выбирает из своей памяти некоторую структуру данных, образ, и путем изменения определенных элементов делает ее пригодной для понимания более широкого класса явлений. Процесс конструирования личностной идентичности также основан на моделировании когнитивных представлений. Субъекты коммуникативного взаимодействия склонны категоризировать отдельные аспекты общения, соотнося их с теми или иными ментальными репрезентациями. Это же справедливо и для первичного восприятия коммуникантами друг друга, основанного на стандартных представлениях о личности человека согласно его поведению и коммуникативной манере.

«*Фрейм* – это когнитивная структура в феноменологическом поле человека, которая основана на вероятностном знании о типических ситуациях и связанных с этим знанием ожиданиях по поводу свойств и отношений реальных или гипотетических объектов» [Макаров 2003: 153]. В памяти хранятся фреймовые репрезентации об известных объектах и личностях, знание о единицах, категориях и правилах языка, дискурса, коммуникации.

Разновидностью фреймов являются *сценарии*, обладающие ситуативной привязанностью и конвенциональностью [Минский 1979; Дейк 1989; Шенк 1980]. Сценарии важны тем, что они «организуют поведение и его интерпретацию» [Макаров 2003: 154]. В виде сценариев хранятся

и наши ментальные представления о конкретных ситуациях речевого взаимодействия.

Представления о типичных ситуациях действительности складываются в сознании индивида в результате приобретения социального опыта. Готовые когнитивные схемы и сценарии для интерпретации действительности ускоряют процесс мышления. С другой стороны, обобщение социального опыта неизбежно ведет к стереотипизации, категоризации мира, упрощенному и схематичному восприятию социальных явлений, что нередко становится причиной формирования поведенческих и отношенческих установок в сознании индивида [Гришаева, Цурикова 2003: 183-184; Аронсон 1998: 157-158]. Формирование стереотипов – естественный процесс, поскольку они усваиваются человеком в ходе его развития, социализации, коммуникативного взаимодействия, поэтому «не удивительно, что в большинстве случаев дискурсивно сконструированные стереотипы воспринимаются некритически и вообще не воспринимаются как таковые» [Колосов 2004: 18].

Осмысление стереотипных коллективных когнитивных структур делает возможным создание ложных идентичностей через вступление в социально-коммуникативное взаимодействие под различными «масками». Успешность такой «игры» во многом зависит от речевых способностей человека.

Обобщая психологические, социальные и лингвистические подходы создания идентичности представляется возможным выделить 6 основных этапов идентификации личности в интерперсональном общении:

1. *Осознание желания* участвовать в коммуникативной интеракции из стремления к идентичности как естественной потребности социализированной личности. Толчком для подобного осознания могут послужить рассогласование между отдельными самостями составного «Я», формирование образа «Я-идеального» и стремление к его при-

знанию Другими, остро переживаемое несоответствие внутреннего «Я» и его внешних, социальных проявлений.

2. *Формирование интенции*, представления о желаемом результате, которым часто выступает признание «Я-идеального» как естественной характеристики индивида. Человек задается целью произвести определенное впечатление на Другого. Распознавание интенции в общении происходит через осуществление референции.

3. *Выбор средств и стратегий* в соответствии с поставленной целью, который может происходить неосознанно, согласно когнитивным представлениям человека о типичных ситуациях. Сюда относится предпочтение тех или иных видов речевых актов, решение поддерживать или намеренно нарушать конвенции речевого общения, выбор паралингвистических средств и так далее. Выбор средств и стратегий может осуществляться и непосредственно при коммуникативном взаимодействии согласно интенции говорящего.

4. Непосредственно *коммуникативное взаимодействие*, вступая в которое, индивид *демонстрирует* свое позитивное «лицо» или другую выбранную «маску». Намеренное нарушение Принципа Кооперации также является одним из средств личностной идентификации.

5. *Анализ действительного результата* интеракции, его сопоставление с желаемым, предполагаемым результатом.

Осознание стереотипных коллективных когнитивных структур делает возможным создание ложных идентичностей через вступление в социально-коммуникативное взаимодействие под различными «масками». Успешность такой «игры» во многом зависит от речевых способностей человека, поэтому изучение идентичности неотделимо от рассмотрения понятия языковой личности.

Идентификация осуществляется в дискурсе, а любому виду дискурса присущи своя специфика и конвенции рече-

вой деятельности, что находит отражение в используемых индивидом вербальных и невербальных средствах. Электронная коммуникация не является исключением.

Функциональные различия между сферами общения оказывают влияние на состав используемых в них языковых систем, или субъязыков [Скребнев 1985: 21-23]. Говоря о языке киберпространства, мы имеем в виду некую языковую систему, обслуживающую сферу межличностной электронной компьютерной коммуникации и обладающую отличительными особенностями на всех языковых уровнях.

Лексический уровень языка киберпространства характеризуется большим количеством англоязычных элементов и англицизмов, активными словообразовательными процессами, жанровым делением единиц согласно различным ситуациям общения (чат, форум, электронная почта и так далее), а также процессами арготизации и жаргонизации, примером чего может служить так называемое «падонковское аргю». Все это свидетельствует в пользу динамичного развития лексического уровня социально-культурного идиома.

Отсутствие четких грамматических и орфографических норм в электронном дискурсе не может поставить под сомнение языковой статус идиома киберпространства. В то же время электронное общение характеризуется широким использованием параграфических средств, вся совокупность которых может быть отнесена к особому уровню языка киберпространства – уровню параграфики.

К графическим приемам, специфичным для электронного общения, также относятся эмодзи и акронимы, появившиеся из стремления восполнить недостаток эмоционального наполнения письменного общения. Эмодзи (от английского *emotion icon*), более известные в пользовательской среде как «смайлы», являются своеобразными символами, придуманными для

обозначения эмоций и состояний участника виртуального общения. Эмотиконы имеют некоторые общие правила построения и обычно читаются при мысленном повороте изображения на 90 градусов по часовой стрелке. Большинство «смайликов» являются производными от двух основных – :-) и :- (. Под акронимами в Интернете понимают все разнообразие широкоупотребительных сокращений, как буквенных, так и включающих зрительный ряд, чаще всего – цифры: w8 – wait, IMHO – In My Humble Opinion, URY4M – You are too wise for me.

В прагматическом аспекте можно выделить основные функции акронимов и эмотиконов:

1. Информативная функция – участие в формировании содержания текста. Сюда же относится идентифицирующая функция эмотиконов, обозначающих отдельные предметы или людей:

Wants 2 marry (2=two); C=:-((повар).

2. Техническая функция – организация визуального восприятия текста, например, зрительное определение рамок высказывания:

Sexy-Crazy-Cool: BANZAYxxx,))) Поверила, как же!)))))))

3. Метакоммуникативная функция, в которой акронимы и эмотиконы составляют часть коммуникации, тематически и функционально направленную на саму себя:

AFAIK he's a cute guy.....) (As Far As I Can See...).

4. Эмотивная функция – установление эмоционального контакта:

WIGAM: ТУТ есть девченка из москвы для дольнейших отношений и встреч!!!!.

5. Символическая функция, основанная на способности эмотиконов и акронимов выражать абстрактные понятия или ассоциироваться с ними:

Аришка ушла.....:((«перевернутая» улыбка как символ огорчения).

6. Стилистическая функция – создание графической нормы компьютерного дискурса:

You look for good qualities....lol.im impressed.....and feel free to post on our forum site anytime.....:), в отличие от: «You look for good qualities? I'm impressed and feel free to post on our forum site anytime».

7. Функция иллюстрации, чаще всего – вербального компонента:

оснАвной: ЛАНГЕПАСОЧКА, ты просто ангелочек .

8. Эстетическая функция – украшение высказывания:

OOOO... i'm an alien .

9. Юмористическая функция – сигнализирует о шуточном содержании сказанного:

Chory: Старая, Вы ябеда, мадам))))) Только хотел свиданку назначить на 5 углах.

Большинство акронимов и эмотиконов служит средствами передачи дополнительных оттенков значения сказанного, средствами создания идентичности и созданию экстралингвистического контекста письменного виртуального общения.

Становление идентичности языковой личности происходит в условиях социального взаимодействия, поскольку «речевые акты являются неотъемлемой частью социальных актов, они одновременно совершаются в них и творят их» [Пушкин 1990: 54]. Далее в работе мы будем оперировать основными понятиями символического интеракционизма, изложенными Д. Карбо [Carbaugh 1996].

Одним из таких ключевых понятий является «*социально-культурная сцена*» (ср. «фигура» - Барт 1999: 82), которое обозначает социально-культурное окружение, типичные для него коммуникативные (или дискурсивные) практики, а также представления участников общения об уместности тех или иных практик. По-другому автор называет социально-культурную сцену сверх-текстом (over-text) или

культурным ландшафтом (culturescape) [Carbaugh 1996: 16].

Каждая социальная сцена включает *агентов* в действии. Формированию идентичности служат специальные *символы* (symbols of identity) – особые слова, фразы или образы, которые помогают категоризировать участников социального взаимодействия, отнести человека к тому или иному типу личности.

Важным для описания идентичности является понятие «*коммуникативной или дискурсивной практики*», обозначающее принятый, типичный, часто встречающийся сценарий выражения определенного значения в данном сообществе в условиях данной социально-культурной сцены. Важно не путать понятия «дискурсивная практика» и «коммуникативная стратегия». Последняя рассматривается как «центральное звено речевой коммуникации, при помощи которой говорящий реализует свои интенции в дискурсе. Некоторые исследователи сводят стратегию к процессу выбора языковых средств, а так же тех или иных речевых действий» [Кочетова 2001: 134]. Можно сказать, что практики являются следствием наиболее типичного выбора тех или иных стратегий в данном социо-культурном контексте.

Возможны два подхода при рассмотрении соотношения дискурсивных практик и идентичности. В рамках первого подхода, каждая идентичность представляет собой систему коммуникативных практик, характерных для многих, но не обязательно всех, социальных сцен. Согласно другой точке зрения, идентичность рассматривается как следствие дискурсивных практик, их продукт. В условиях виртуального общения большую значимость приобретает второй подход, поскольку именно коммуникативные действия собеседников служат средствами создания их идентичности.

Появление Интернета привнесло в культуру традицию текстоцентричности, «именно текст является формой жиз-

ни в Интернете» [Кушнир 2005]. «Текст и человек, родивший его, становятся тождественными, ведь ничего нет кроме текста» [Нестеров, Нестерова 2005]. Это явление взаимосвязано с сенсорной редуцированностью виртуальной среды, описываемой в социологии топиком «псевдоустная коммуникация» [Петрова 2005]. Восприятие и анализ Другими текстов, производимых коммуникантом, способствует становлению особой виртуальной социоидентичности, отличающейся высокой степенью деиндивидуализации.

В то же время, «постоянство определенного типа поведения дает возможность выявить его интенцию» [Барт 1989: 85], что, в частности, справедливо и для речевого поведения. Далее в исследовании мы подробно остановимся на рассмотрении наиболее типичных дискурсивных практик, ведущих к формированию основных видов социоидентичности и личностной идентичности в Интернете.

Чем выше развитость языковой личности в киберпространстве, тем больше возможностей открывается для осуществления социальной и личностной идентификации, намеренной презентации определенных качеств своего «Я». Любое социальное взаимодействие происходит в социально-культурных сценах, с учетом типичных для них коммуникативно-дискурсивных практик и представлений коммуникантов об уместности использования этих практик. Поскольку межличностное общение в киберпространстве осуществляется в письменной форме, целесообразно рассматривать в качестве социально-культурных сцен жанры электронной коммуникации, общепринятые способы языковой коммуникации, исторически и культурно оформленные образцы организации текста. Наиболее интерактивные и массовые жанры, такие как чат, являются благоприятной средой для конструирования социальной идентичности.

Конструирование идентичности в чате

Конструирование социальной идентичности в чате как особой социальной общности включает ряд этапов, по мере прохождения которых осуществляется переход виртуальной личности из статуса «новичка» в «старичка» или «старожила». В языковом отношении этот процесс характеризуется постепенным отказом от широкого употребления параграфемики (ярких цветов, шрифтов и других средств), предпочтением кратких форм изложения мыслей, более мотивированным использованием эмодиконов, большей развитостью языковой личности в отношении к языку киберпространства. По мере приобретения коммуникативного опыта в чате пользователи усваивают наиболее успешные дискурсивные практики привлечения внимания, использование которых становится символом их социальной идентичности. Рассмотрим основные успешные и неуспешные дискурсивные практики общения в «чате».

Успешные практики:

1. Акцент на заметность через использование параграфических средств:

есть тут девушки из питера?;

ПриВЕТЫ!!!;

2. Постановка вопроса как конкретному персонажу чата, так и безадресно:

Я тут где-то посеяла разумное, доброе, вечное.. никто не находил?;

3. Эпатаж стилем высказываний на всем протяжении общения, например, дерогативной передачей звучания разговорной речи на письме:

Привеееттыы, слаТкие вы МААшии...

4. Занятие враждебной, провокационной позиции:

козлы вы тут все и чат дебильный;

привет, скопище полудурков.

5. Имплицитные перформативные высказывания, не обладающие грамматической выраженностью (форма

первого лица единственного числа настоящего времени), присущей эксплицитным перформативам [Апресян 1986; Макаров 1997: 230-231; Остин 1986]. В чате встречаются перформативы двух видов: рисуночные и вербальные. К первым относится употребление эмотиконов для иллюстрации действия:

МОЛНИЙ: *Пулеметчица, (дарение цветка);*

Lak: *Галка, (предложение чашечки кофе).*

Особым видом вербальных перформативов, присущих чатам, являются собственные комментарии общающихся о совершаемых ими действиях, напоминающие сценические ремарки:

*** *Линда тут... заходит и раскланивается;*

*** *пОНя присаживается в кресло с журнальчиком в руках. Зрит...;*

*** *Сказочница очень сексуально падает с лестницы.....ой ой.....*

6. Эгоцентрированные высказывания с presuppositional информацией о говорящем:

Карамелька: *Берн, нее... не пойдет, мне сегодня еще курсовую писать* (presupposition – Карамелька – студентка).

Manna_Vortex: *нордический_млия_воин, да я его бывший одноклассник и собутыльник по совместительству.* (presupposition - Manna_Vortex не прочь посиделок с употреблением спиртного).

7. Комиссивные высказывания, (принятие обязательств в рамках «чатовской» реальности):

Рыжая_бесстыжая: *Никольс, если вам не сложно...свяжите мне шарфик... беленький...сама никак не соберусь))))))*

Никольс: *Рыжая, да не вопрос! Вам с кисточками али без?));*

8. Декларативные высказывания, охватывающие всех участников общения:

Кенга: *День приятных эмоций объявляю открытым!* -))).

Неуспешные практики.

1. Безадресные приветствия, такие как «Привет всем!», «Здравствуйте, люди!».

2. Вопросы и просьбы типа «Кто хочет поболтать со мной?», «Ну поговорите со мной!!!».

3. Вербальное и графическое хулиганство, так называемый «флуд».

Возможности для личностной идентификации в киберпространстве наиболее полно представлены в тех жанрах, где приобретение социального статуса отходит на второй план.

Конструирование идентичности в электронном дневнике

Электронный дневник (блог – от «Weblog»; живой журнал) – это гибридный жанр Интернета, объединяющий в себе черты других жанров киберпространства (чат, форум, гостевая книга, электронная почта), а так же традиционные письменные формы. Целью любых дневниковых записей является не столько изложение каждодневных событий, сколько выражение своего отношения к ним. Описываемые события служат лишь фоном, основой для размышлений о жизни. Те же самые принципы верны и для электронных дневников, с той существенной разницей, что последние пишутся не «для себя», а ради признания себя Другими, поэтому в них всегда присутствует элемент саморекламы. В отличие от чата, где создание целостного образа «Я» затруднено сиюминутностью общения, и первостепенная важность отводится приобретению социального статуса, в электронных дневниках тексты статичны во времени, что делает возможным повторное возвращение к написанному с целью анализа и оптимизации дальнейших коммуникативных действий.

Нам удалось выделить два основных способа конструирования личностной идентичности в киберпространстве: прямой (самоописание) и косвенный (самовыражение). В основе прямого способа лежит использование высокореферентных эгоцентрированных высказываний. Основными стратегиями самоописания виртуального персонажа являются автобиография пользователя, список интересов и «постинги» (дневниковые записи), повествующие о жизненных событиях пишущего. Самовыражение, в свою очередь, характеризуется акцентом на дифференцированность знаний о личности пользователя и основывается на ментальных представлениях о типичных ситуациях социально-коммуникативного взаимодействия. Основной формой косвенной саморепрезентации является творчество пользователя: стихи, фотография, дизайн личной странички и так далее. В последнем случае особое значение отводится соотношению модальных ключей [Анисимова 2003: 30] вербальной и невербальной составляющих электронного дневника.

Среди прочих паралингвистических средств, способствующих самовыражению персонажа, следует отметить цветовое решение в оформлении дневника. Символика и психология цвета давно изучается, а результаты исследований применяются как в рекламе, так и в дизайне интерьеров. Цвету отводится ведущая роль в создании атмосферы электронного дневника, который чисто зрительно может быть охарактеризован как теплый или холодный, располагающий или отталкивающий, спокойный или агрессивный и так далее. Примечательно, что модальные ключи общей концепции блога и его цветового оформления чаще всего совпадают: трудно найти полный оптимизма, жизнеутверждающий дневник, написанный кроваво-красными буквами на черном фоне.

Постинги часто содержат творческие работы автора дневника: стихи, прозу, фотографии. Привлекательность ЖЖ заключается в немедленной реакции других членов сообщества на творческое самовыражение персонажа.

Мы уже подчеркивали важность интеракции при идентификации личности. Этот принцип наглядно представлен в ЖЖ в виде стратегии комментирования постингов. Если рассматривать постинг как локутивный акт, то в интенции говорящего будет заключаться его иллюкутивная сила, а воздействие, оказанное постингом и вербализованное в комментариях к нему, будет являться перлокуцией. Анализ перлокуции, то есть изменений в состоянии или поведении читателей, их ответной реакции на прочитанное, позволяет оценить восприятие Другими тех черт своего «Я», которые инференционно выводимы из написанного. Рассмотрим последовательность комментариев к фотографии автора одного из дневников (в примере слова автора выделены жирным шрифтом):

- *классные фотки :)*

- *мерси)*

- *Жалко ч/б... Хотя - стиль, я понимаю...
А так, фотки - супер... :)*

- *эх, ты..в черно-белости - вся соль!*

*они потому и "супер", что черно-белые..ну и, конечно,
благодаря мастерству фотографа и безупречности
моделей%)))*

- *Ни один пункт не ставлю под сомнение... :)*

- *Вы, мон ами, прелестны, и ваш рыцарь- тоже!!*

Шарман.

ЗЫ. Посинела от зависти и пошла грызть локти))

- *А ещё прелестней они вместе :)*

Приятного аппетита :)))

- спасибо, спасибо..только локти, чур, оставить в покое!%))

При социальном взаимодействии человек всегда стремится к признанию Другими своего желаемого, «позитивного лица». Получение одобрительных комментариев на постинг является показателем подобного признания, поэтому многие авторы дневников стараются ориентироваться на читателя, писать на беспроигрышные по интересности темы [Blood 2003]. Комментирование записей своих друзей нередко является формулой вежливости, так называемым «поглаживанием – актом признания присутствия другого человека» [Берн 2001: 9]. В качестве вознаграждения комментирующий может рассчитывать на ответное «поглаживание» и, следовательно, признание своего «позитивного лица». Взаимное провоцирование на «поглаживания» удовлетворяет потребности идентификации обеих сторон, что превращает ЖЖ в «оазис счастья и комфорта» [Куриной 2004].

Выделяемые нами дискурсивные практики и коммуникативные стратегии демонстрируют особенности речевого поведения, которые непосредственно связаны с выбором языковых средств и их функционированием в создании идентичности. Таким образом, создаваемый образ «Я», являясь языковым опосредованием культурных, социальных ценностей и способов рассуждения, представляет самопозиционирование человека.

Карнавальный характер общения в сети Интернет позволяет репрезентировать различные стороны своего реального или желаемого «Я», создавать ложные идентичности через множество виртуальных персонажей. Таким образом, социальная и личностная идентификация в электронной коммуникации – это сознательный творческий процесс, главная роль в котором отводится средствам репрезентации, то есть умению человека порождать высказывания на языке киберпространства.

III.IV. СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ, РЕАЛИЗУЕМЫЕ В АПЕЛЛЯТИВНОМ ЖАНРЕ

Настоящая статья посвящена вопросу исследования стратегий и тактик, реализуемых в апеллятивном речевом жанре (далее – апеллятивный РЖ или апеллятив), представленном в двух его письменных разновидностях – официальной жалобы и претензии.

Проблема речевых жанров (РЖ) получила интенсивную разработку в отечественной лингвистике последнего двадцатилетия [Акишина, Формановская 1986; Баранов 1997; Дементьев, Седов 1998; Давыдова 2003 и др.].

Тем не менее, при всей популярности жанрологии и разработанности разнообразных ее аспектов не все разновидности речевых жанров получили на сегодняшний день описание и требуют дальнейшего изучения.

Одним из аспектов такого изучения является анализ внутрижанровых стратегий и тактик. Очевидно, что для разных РЖ их набор и функционирование будет своим. При этом значимость стратегий может быть разной в разных жанрах. Для некоторых РЖ, в числе которых апеллятив, принципиально важной представляется стратегия обоснования, которая рассматривается как стратегия аргументирования, поскольку анализируется с позиций, принятых в современной лингвистической аргументологии [Васильев 1992; Касьянова 2008; Ручкина 2009 и др.]. Изучение этой стратегии производится наряду с фиксированием иных, менее значимых стратегий в рамках конкретных апеллятивов.

Кроме того, одна из важнейших проблем теории РЖ – это проблема их таксономии. В разных подходах в основу классификации кладутся самые разные критерии – коммуникативно-компонентный, текстово-манifestационный,

дискурсно-видовой, количественный, конвенциональный, тематико-содержательный. В силу такого разнообразия отправных принципов результирующие концепции нередко обладают непересекающимися признаками, и в силу этого оценка подходов по единой схеме бывает затруднена.

Наиболее распространенной на сегодняшний день остается классификация РЖ по иллокутивной функции. На этом принципе основаны таксономии основоположников и продолжателей теории речевых актов – Дж. Остина, Дж. Серля, Дж. Лича, Д. Вундерлиха, К. Баха, В.В. Богданова, Г.Г. Почепцова, А.А. Романова. В проекции на эти исследовательские подходы апеллятив по своей основной иллокутивной функции может соотноситься: с бехабитивами и экзерситивами (по Дж. Остину); с директивами (по Дж. Серлю, Дж. Личу, Д. Вундерлиху, К. Баху, Г.Г. Почепцову); с реквестивами (по В.В. Богданову, А.А. Романову).

Помимо иллокутивного подхода в жанрологии существуют концепции, затрагивающие более широкий спектр вопросов, чем просто таксономия РЖ.

Развитие жанрологии движется по семиотической триаде – от синтактики к семантике и далее – к прагматике [Дементьев 2007]. В синтактической подпарадигме изучаются лингвистико-текстогенные вопросы когерентности и парадигматики. Семантический подход ориентирован на изучение атомарных компонентов значения РЖ, первичных и вторичных жанров, субжанров и гипержанров. В наиболее современном – прагматическом – подходе акцентируются релевантные для РЖ проблемы соотношения иллокутивного значения и перлокутивного эффекта, коммуникативной компетентности, типа институциональности, диалогического взаимодействия, когнитивно-концептной и лингвокультурной наполненности, тактико-стратегической реализации.

Понятие стратегий и тактик связано с понятием конвенциональности дискурса и с когнитивным подходом в

языкознании. Выявление стратегий дает возможность расширить возможности исследовательского подхода и представить речевые действия в виде имманентной системы, отвлеченной от конкретного контекста и включающей общие константы типа мотива, цели, социальных ролей коммуникантов и т.д. Сами стратегии не занимают верхнего яруса в дискурсе, а подчинены общим принципам и конвенциям интеракции [Демьянков 1982]. Речевое общение, осуществляющееся преимущественно в форме РЖ, базируется на принципах и конвенциях общения и предусматривает использование определенных стратегий и тактик. При этом стратегия понимается как планируемая коммуникантом совокупность речевых действий, которые осуществляются не по алгоритмическому принципу, а на основе учета динамики диалога или на основе предвидения возникновения возможного непонимания в процессе монолога. Тактика – это конкретный ход в реализации стратегии. Речевые средства, манифестирующие тактики называются приемами.

Сущность и механизмы речевых стратегий могут рассматриваться в рамках диалогического и монологического дискурса.

В диалогической парадигме представлены следующие подходы и концепции: личностно-акциональный подход, общая концепция стратегий разговорной речи, концепция стратегий и тактик в политической теледискуссии, концепция стратегий разрешения возможного негативного коммуникативного результата, стратегий и тактик в интервью, стратегий приоритетных программных блоков.

Монологическая парадигма включает в себя стратегии самопрезентации личности, стратегии аннотаций в аргументативном ракурсе, мелиоративные стратегии, стратегии перевода, стратегии и тактики речежанрового общения, стратегии психолингвистических типов личности, страте-

гии убеждения в листовках, стратегии организации делового письма (см. [Черкасская 2009: 37-63]).

Аргументативная стратегия в апеллиативах исследуется с позиций семиотического триединства прагматики, семантики и синтактики.

В прагматическом отношении аргументативные построения рассматриваются как единство коммуникативного/иллокутивного (направленного на понимание), и интерактивного/перлокутивного (направленного на убеждение) компонентов. Согласно аргументативной прагматике (прагмадиалектике голландской школы), аргументация характеризуется четырьмя основными аспектами. Внешний аспект обусловлен призванием исследователя заниматься мнениями, манифестированными в языке (а не идеями, лежащими в их основе). Функциональный аспект задается рассмотрением аргументации как мотивационной и целенаправленной деятельности. Социальный аспект основан на рассмотрении аргументирования с коммуникативных позиций: убеждение адресата аргументации в правильности некоторого утверждения или группы утверждений (Тезисов). Диалогический (интеракциональный) аспект заключается в том, что адресат должен занимать позицию рационального судьи, оценивающего аргументацию с точки зрения ее продуктивности в доказывании Тезиса. Диалогический принцип является основополагающим и для монологической речи, которая считается производной от диалогической. При этом человек попеременно выступает то, как проponent, то, как оппонент в диалоге.

Семантика аргументации рассматривается с позиций подхода С. Тулмина [Toulmin 1958]. Эта концепция предполагает функциональное рассмотрение составляющих аргумента. Функциональные элементы, предложенные С. Тулмином, следующие.

1. Тезис (Claim) – это защищаемое положение, которое заведомо подвергается сомнению или может быть неочевидным для реципиента.

2. Данные (Data) – мысль, выраженная в языке, которая заранее приемлема или очевидна для получателя (обычно – факты).

3. Основание (Warrant) мысль, служащая мостиком от Данных к Тезису. Основание показывает, как нечто уже очевидное (Данные) помогает сделать менее приемлемую мысль (Тезис) более приемлемой.

Эти три функции представляют собой базовую модель аргумента. Последующие три дополняют базовую и создают полную (шестичленную) модель.

4. Свидетельство (Backing) – мысли, выражающие детали Основания. Если Основание – это, обычно, общее положение, то Свидетельство является его фактуальным подтверждением.

5. Ограничитель (Qualifier) – языковой знак, обозначающий степень уверенности продуцента в Тезисе. Она часто выражается в статистических терминах, в процентах.

6. Оговорка (Rebuttal) – это проводимые пропонентом языковые выражения об условиях, которые противоречат Тезису, или задание условий, в которых Тезис действует, например: *до тех пор, пока; если не; в данных условиях* и т.п. Экспликация таких условий позволяет избавиться от возможных замечаний оппонента.

Если у С. Тулмина функционально-семантический анализ осуществляется в пределах элементарной аргументативной единицы (аргументативного шага), то применяемое нами функциональное рассмотрение апеллятивов охватывает и аргументативные ходы. При этом наблюдается функциональная транспозиция, т.е. Тезисы нижних уровней становятся Доводами более высоких уровней аргументации.

Основные функции (Тезис, Данные и Основания) как элементы номинального состава аргумента подвергаются дальнейшей семантизации. Вслед за Ю.И. Касьяновой [2008] Тезисы подразделяются на декларативные, классификационные, оценочные и акциональные; Данные – на факты и мнения; Основания – на Основания каузации, группировки, сопоставления, мотивации, авторитета.

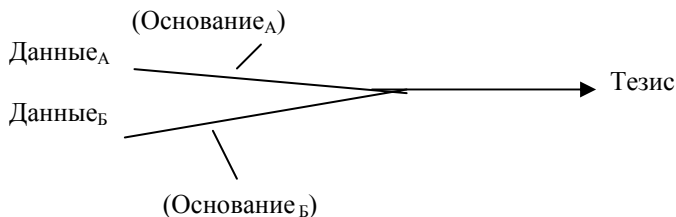
Анализ синтактики аргументации обусловлен тем, что обоснование Тезиса обычно осуществляется с помощью нескольких Доводов, которые в пределах аргумента находятся в определенных отношениях к Тезису и в некоторых взаимоотношениях между собой.

Простая форма аргумента представляет собой номинальный (трехкомпонентный) состав аргумента – *Тезис + два Довода (Данные и Основание)*. Зачастую в поверхностной структуре предложения один из Доводов (как правило, Основание) не выражен, так что аргумент представляет собой энтимему. Анализ простой аргументации – отдельная проблема в аргументологии, восходящая еще к аристотелевскому силлогизму как трехкомпонентному комплексу: отсюда и идея о трехчастности номинального аргумента.

Сложная аргументация включает три основных типа – (1) множественную, (2) сочинительную и (3) подчинительную (в терминологии прагматодиалектики). Обычно здесь рассматривается взаимоотношение аргументативных шагов в аргументативных ходах, а последних – в макроходах.

Однако нередки случаи рассмотрения аргументации и как бы на уровне аргументативного шага. Это происходит тогда, когда количество эксплицитных Доводов в аргументе равно двум или превышает два. Здесь важно различать, какие именно по семантике перед нами Доводы. Если один из них является Основанием, то перед нами простой аргумент. Если оба Довода с точки зрения функциональной се-

мантики являются Данными, то речь идет уже о сложной аргументации, потому что между Тезисом и каждым из Доводов может быть установлено скрытое Основание, ср. схематически:



Множественная аргументация содержит аргументы (т.е. Доводы на уровне Хода), которые являются равносильными и которые друг от друга не зависят. Иными словами, для обоснования Тезиса достаточным является наличие одного (любого) из этих Доводов, ср.: ... *I must complain about the performance of your installation and servicing team who called upon us on 22 December* (Тезис). *The men in question refused to inspect* (Довод₁) *or service the older computers in our data centre* (Довод₂). *They left our offices after 30 minutes* (Довод₃) *and we subsequently discovered that one of the new machines was non-functional* (Довод₄), *while the AB4 terminal had been wrongly installed* (Довод₅).

В сочинительной аргументации каждый из Доводов по отдельности недостаточен для обоснования Тезиса, а потому эти Доводы зависят друг от друга, находясь в отношениях совокупности, (ср.: *Реклама Ижевского филиала ОАО АКБ «Пробизнесбанк» является недобросовестной и недостоверной* (Тезис), *так как содержит информацию, не соответствующую действительности* (Довод₁), *распространяет ложные, неточные сведения* (Довод₂)) или когда последующий Довод исключает возможные возражения против предыдущего, тем самым также подкрепляя его (ср.: *Нам ничего не оставалось, как поужинать в кафе* (Тезис), *потому что дома не было никакой еды* (До-

вод₁), а все магазины были уже закрыты (Довод₂) (исключается возражение, что еду можно было купить в магазине)) (пример из: [Еемерен, Гроотендорст, Хенкеманс 2002]).

В подчинительной аргументации в поддержку одних доводов приводятся другие в виде своеобразной цепочки, так что каждый предыдущий Довод становится Тезисом для последующего. При этом говорящий, выстраивая аргументацию, осознает, что Доводы будут нуждаться в последующем обосновании, ср.: *Мне необходимо починить телефон* (Тезис), *поскольку он очень нужен мужу* (Довод₁), *ведь он постоянно консультирует студентов-дипломников по телефону* (Довод₂).

В аргументативных текстах вполне обычны сложные типы аргументов, соединяющие четыре названных в разветвленные многоуровневые структуры.

Если говорить о семиотических параметрах апеллятива, то апеллятивный РЖ можно охарактеризовать по системе В.В. Богданова [1990] как неритуальный, институциональный, побуждающий, адресатно-иницирующий, адресантно-иницируемый, не-информационно-побудительный, статусно-ориентированный, адресантно-бенефактивный.

С лингво-прагматической точки зрения можно дополнительно охарактеризовать апеллятив по методу Дж. Серля [1986]:

подготовительные условия: адресат занимает положение, позволяющее ему совершить желаемое для адресанта действие;

условия пропозиционального содержания: имеется неблагоприятная, с точки зрения автора, ситуация, вызванная неудовлетворительным поведением кого-либо (жалоба) или качеством чего-либо (претензия). В манифестационном отношении в макросубъектную часть апеллятива помещается изложение подготовительных условий, в макропред-

катную – просьба/требование конкретных действий со стороны адресата по исправлению ситуации;

условия искренности: автор желает, чтобы требуемое действие было совершено адресатом.

существенные условия: осуществление автором высказывания является попыткой проинформировать адресата о неудовлетворительном положении дел (вторичная функция апеллятива) и побудить его к принятию определенных действий по исправлению ситуации (его первичная функция).

Кроме того, апеллятив можно описать по семи признакам жанрово-анкетной репрезентации Т.В. Шмелевой [2007]. Выделяются следующие характеристики апеллятива:

(1) по коммуникативной цели претензия и жалоба во многом совпадают, однако в претензии эмоциональный компонент (понимание или сочувствие) существенно отстает на второй план, разрушая слитность РЖ;

(2) по концепции автора этос автора апеллятива включает *искренность, правдивость, ответственность и полноту изложения ситуации*;

(3) по концепции адресата: уполномоченный адресат обладает институциональным этосом *честности, объективности* (для претензии) и *участливости* (для жалобы);

(4) по событийному содержанию (а) в плане отнесенности к личностной сфере коммуникантов для апеллятива как письменного жанра отмечается отнесенность к личностной индивидуальной сфере автора и отнесенность к социальной институциональной сфере адресата; (б) временная перспектива – прошлое (информация о событии, послужившем поводом для апеллятива) и будущее (требование о принятии мер); (в) оценка события в апеллятиве видится в неудовлетворительности прошлого события и удовлетворительности будущего для автора; (г) количество событий/эпизодов в жалобе может быть как однократным,

так и многократным (повторение или развитие неудовлетворительной ситуации), в претензии оно обычно однократное;

(5) по признаку коммуникативного прошлого в пределах апеллятива жалоба преимущественно инициативна (на высказывания третьего лица письменные жалобы хотя и могут существовать, но их частотность невысока); претензия же инициативна практически всегда;

(6) по признаку коммуникативного будущего в апеллятиве как монологе можно говорить лишь о планируемом перлокутивном эффекте, который обычно подразумевает позитивную реакцию;

(7) по признаку языкового воплощения - его в апеллятиве предвосхитить в синтаксическом и лексическом отношении весьма непросто, но характерным является аргументативный компонент.

Интерактивные свойства апеллятива могут быть описаны на основе стратегического подхода. На основе признака «успешность осуществления общения» выделяются коммуникативные стратегии. Они определяются как типы или линии поведения одного из коммуникантов в конкретной ситуации общения, которые соотносятся с планом достижения преимущественно глобальных (иногда и ряда локальных) коммуникативных целей в рамках всего сценария функционально-семантической репрезентации интерактивного типа [Романов 1988].

Учитывая тот факт, что апеллятивный РЖ лежит в области письменной разновидности делового дискурса, нами была предпринята попытка соотнесения основных признаков делового функционального стиля и положений теории речевой коммуникации с данными, полученными в ходе анализа практического материала. На этой основе было выделено семь коммуникативных стратегий речевого поведения, манифестирующихся в апеллятивах; это стратегии (1) стандартизованности, (2) информационной полноты, (3)

краткости, (4) логической ясности, (5) вежливости, (6) естественности, (7) экспрессивности. Первые пять стратегий обусловлены общими содержательными признаками официально-делового стиля – ясности, точности, лаконичности, нормированности и стереотипности. Они отражают коммуникативные принципы и этику делового общения в целом и реализуются в претензиях. Последующие две стратегии составляют специфику речевого поведения коммуниканта в деловой переписке полуофициального характера. Они реализуются в жалобах и обусловлены коммуникативной спецификой этого суб-жанра, ограничивающего тематико-композиционную свободу текста и одновременно допускающего высокую степень самовыражения и непринужденности. Это связано с периферийным положением апеллятивов-жалоб в системе официально-делового стиля и обусловлено их эпистолярной и диалогической природой.

Для каждой стратегии установлены типичные языковые актуализаторы. Для (1) это клишированные средства, терминология, типичные модели и стандартные конструкции; для (2) – распространенные синтаксические конструкции, сложные многозвенные предложения, лексические повторы; для (3) – малый и средний формат текста, сокращения, клише; для (4) – термины и клишированные формулировки; для (5) – этикетные обороты, вежливые обращения, косвенные высказывания, сослагательное наклонение, специфическая лексика; для (6) – нерегламентированная лексика и разговорные конструкции; для (7) – экспрессивные существительные/эмотивы, прилагательные, частицы, интенсификаторы, лексемы и словосочетаниями отрицательной оценки, восклицательные предложения и высказывания.

Поскольку апеллятив можно рассматривать с речеактовых позиций (где речевые акты аналогичны суб-жанрам в составе сложного РЖ), были описаны особенности локутивных тактик семантики репрезентативной речеактовой

стратегии: обозначения проблемы; обозначения причины возникновения проблемы; обозначения вреда; обозначения последствий (вреда).

При этом оказывается, что репрезентативная стратегия подчинена аргументативной, а последняя, в свою очередь – директивной. Поэтому помещение этих стратегий в единый ряд не должно означать их рассмотрения на одном структурном уровне. Более того, репрезентативная стратегия представляет собой реализационную составляющую аргументативной, т.к. с ее помощью манифестируются Доводы.

Директивной стратегии с достаточной регулярностью сопутствует комиссивная, особенно в претензиях (изложение дальнейших действий адресанта, если не будут приняты требуемые меры, манифестируемые в директивной стратегии). Однако, нельзя считать сочетание стратегий директив – комиссив единым комплексом безоговорочно. Данное сочетание можно признать таковым с позиций стратегического речеактового подхода, но не с позиций аргументативного подхода. Поскольку комиссив не направлен на доказывание Тезиса, обозначаемого директивом, а выполняет вторичную аргументативную функцию – Оговорки.

По признаку целеполагания главенствующей стратегией в апеллятиве является побудительная, функционирующая совместно с обеспечивающей ее успешность, и потому основной, аргументативной стратегией.

В качестве презумпций аргументирования используются презумпции (а) искренности просьбы «Адресант желает (требует) выполнения адресатом действия», (б) обоснованного статусом коммуникантов мотива «Адресант имеет основание желать выполнения адресатом действия».

Обоснование в апеллятиве, реализуемое с помощью аргументативной стратегии, может не содержать эксплицитного аргументирования. Иначе говоря, обоснование может реализовываться с помощью прямой и непрямой

(косвенной) аргументации. Примером последней могут служить структуры из жалоб типа: *Интересно знать, куда у нас подевался дворник?* (с прямым значением Довода: *Дворник не выполняет своих обязанностей*); *Неужели забота о людях представляет у нас забытую истину?* (со значением: *У нас не заботятся о людях*) и т.п.

Аргументативная стратегия реализуется с помощью аргументативных тактик выдвижения доводов.

Такие тактики выделяются в опоре на собственно аргументативный принцип и реализуются в линейной структуре текста, находясь в определенном тектоническом взаимоотношении друг с другом. Тектоника может предполагать расположение Доводов (а) на одном уровне (и тогда мы имеем тактику выдвижения простой, сочинительной или множественной аргументацию) или (б) на нескольких (в случае тактики серийной, или подчинительной аргументации). В реальных условиях письменных претензий и жалоб многоуровневая аргументация содержит переплетение типов (а) и (б).

Нами было выделено 40 тектонико-функциональных типов аргументации в апелляциях. При этом установлено две противоположные тенденции – к свободе и к ограничению тектоники.

Приведем примеры многоуровневых структур апеллятивов.

Пример жалобы.

5 сентября 2008 года в Вашем магазине я купила холодильник «Север», через 6 месяцев, (1-1) во время гарантийного срока он сломался. Я обратилась в гарантийную мастерскую с просьбой устранить дефект. (1-2) Из-за отсутствия необходимых деталей (1-3) устранить дефект мастер не смог, (1-4) нужные детали в ближайший месяц в мастерскую не поступят.

Таким образом (2-1) этот недостаток не может быть устранен без несоразмерных затрат времени и (2-2)

относится к существенным, (2-3) и я имею право на замену холодильника на такой же товар другой марки.

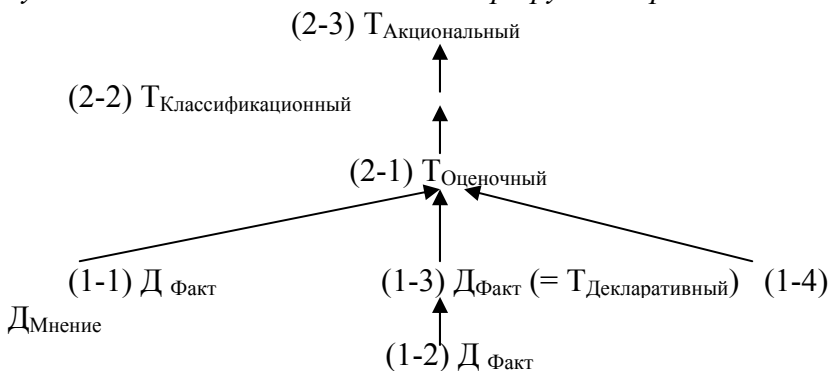


Схема аргументации в примере жалобы.

Аргументация здесь представлена пятиуровневой структурой с сочинением на четвертом и одинарным подчинением на пятом уровне. Акциональным Тезисом первого уровня является предложение 2-3. Классификационным Тезисом второго уровня – предложение 2-2. Оценочным Тезисом третьего уровня – предложение 2-1. Доводы 1-1 и 1-2 представлены фактуальными Данными, 1-4 – Данными мнения. 1-3 – декларативный Тезис, на вышестоящем уровне трансформирующийся в фактуальные Данные.

Пример претензии.

Dear Sirs,

After carefully examining the sawn goods supplied under our order of 16 October, (1-1) we must express surprise and (1-2) disappointment at their quality. (1-3) They certainly do not match the samples on the basis of which the contract was signed. (1-4) Some of the boards are of the wrong sizes and we can not help feeling (1-5) there must have been some mistake in making up the order.

(2-1) The sawn goods are quite unsuited to the needs of our customers and (2-2) we have no choice but to ask you to take

them back and (2-3) replace them by sawn goods of the quality ordered. If this is not possible, then I am afraid (2-4) we shall have to ask you to cancel our order.

We have no wish to embarrass you and if (3-1) you can replace the goods (3-2) we are prepared to allow the stated time for delivery to run from the date you confirm that you can supply the goods we need.

Yours faithfully,
R. Fairfax

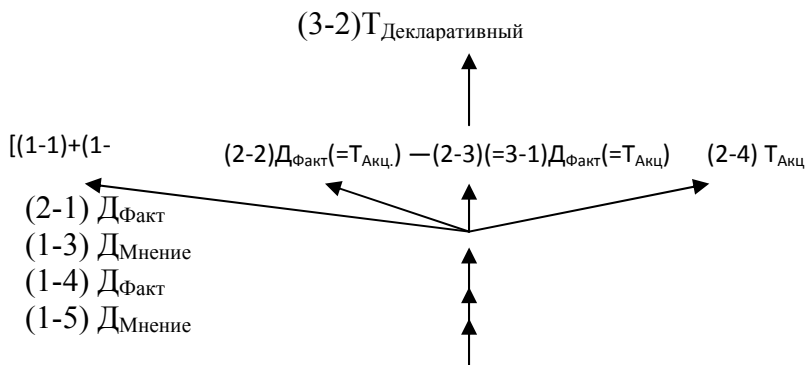


Схема аргументации в примере претензии.

Выдвижение доводов в данном апеллятиве-претензии представляет собой шестиуровневую структуру с подчинением между шестым и пятым, пятым и четвертым, четвертым и третьим, вторым и первым уровнями, дивергенцией между третьим и вторым уровнями и сочинением на втором уровне. Семантика Доводов представлена следующим образом: Доводы 1-5, 1-4, 1-3 и 2-1 являются фактуальными Данными. Предложения 1-1 + 1-2 и предложение 2-4

представляют собой акциональный Тезис. Предложения 2-2 и 2-3 – акциональные Тезисы, переходящие в сочиненные фактуальные Данные для последующего уровня. Предложение 3-2 является декларативным Тезисом.

Пестрота картины обусловлена как лингвокультурными факторами, так и конкретикой контекста. По первому параметру апеллятивы в американской культуре в целом представлены структурами с меньшей разветвленностью и глубиной, чем в русской. По второму параметру разнообразие структур весьма широкое, и нам не удалось выделить ведущего принципа, задающего какие-либо ограничения на структурное ветвление – хотя собственно частотность уровневого представления установить вполне возможно. Проведенный анализ показал, что наиболее представленной в письмах-жалобах на русском и английском языках и претензиях на английском языке является аргументативная тактика 4-уровневого выдвижения Доводов. Для русскоязычных претензий наиболее употребительной является тактика 6-уровневого выдвижения Доводов. Тактики 2-уровневого и 9-уровневого выдвижения Доводов не представлены в претензиях и жалобах на английском языке. Наличие тактики 2-уровневого выдвижения Доводов было выявлено только в русскоязычных жалобах. Тактика 9-уровневого выдвижения Доводов встретилась только в русскоязычных претензиях. Семи- и восьмиуровневые аргументативные структуры в проанализированном материале выявлены не были.

Разнообразие тектонических типов в определенном смысле ограничивается двумя собственно текстовыми факторами – объемом текста и конвенциональностью суперструктуры. В письменной жалобе, составляемой адресантом на пишущем устройстве, объем текста обычно ограничен одной страницей формата А-4. Если же жалоба пишется от руки в книге отзывов, ее стандартный объем существенно меньше – от половины до одной страницы формата А-5. Суперструктура претензии задает свои ограничения по

числу облигаторных тематических компонентов, и для русскоязычных претензий во многом подчинена типовой схеме (имеющимся нормативным рекомендациям по составлению претензий), а для англоязычных, узусу.

III.V. ТАКТИКИ КОМПЛИМЕНТА И ПОХВАЛЫ В КОНСТРУИРОВАНИИ «ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБ- РАЗА» ЖЕНЩИНЫ-СОБЕСЕДНИЦЫ (на материале ток-шоу)

Данная работа посвящена выявлению тактик комплимента и похвалы, используемых в разнообразных стратегиях конструирования «положительного образа» собеседницы в русском и американском ток-шоу, и описанию способов их манифестации в языке. Материалом для анализа послужили видеозаписи ток-шоу российских и американских телевизионных каналов за период 2005 – 2007 гг. в количестве 54 выпусков, общим объёмом звучания около 4000 минут. Внимание уделялось речевому общению женщин в возрасте от 25 до 55 лет.

Понятие «образ» – это языковой образ собеседницы, выбор которого обусловлен целями говорящего, ситуацией, формой общения с адресатом; это временная и ситуативная эксплуатация чужого речевого поведения, основанная на зафиксированном в сознании носителей языка обобщенном представлении о том или ином типе коммуникантов. Для детального рассмотрения понятия «положительный образ» необходимо обратиться к теории вежливости П. Брауна и С. Левинсона, в которой представлено универсальное понятие «лицо» [Brown, Levinson 1987: 66].

П. Браун и С. Левинсон [Brown, Levinson 1987] видят в межличностном общении два ведущих мотива (вне зависимости от этнической культуры): во-первых, стремление индивида «сохранить лицо», во-вторых, «сохранить свою

территорию». Для обозначения личной сферы участника общения в лингвистической прагматике они ввели термины «positive face» (*self-image*) (*социальное лицо*), т. е. желание индивида быть частью социальной группы, следовать установленным в ней нормам и правилам, получать одобрение и поддержку со стороны других членов этой группы, и «negative face» (*freedom of thought and action*) (*индивидуальное лицо*), т. е. желание уберечься от требований, просьб, посягательств, ущемляющих его интересы.

При сохранении «индивидуального лица» собеседницы говорящий стремится показать солидарность, подчеркнуть, что оба собеседника имеют одни и те же желания и одну и ту же цель. При этом собеседники используют косвенные средства выражения, тогда как при сохранении «социального лица» собеседники используют прямые средства выражения.

Показательными приемами конструирования «положительного образа» собеседницы являются тактики комплимента и похвалы.

Общеязыковое значение комплимента и похвалы, представленное в словарных статьях, устанавливает следующие различия: 1) объектом *комплимента* может быть только лицо, в то время как объектом *похвалы* – как лицо, так и вещи, события, явления и др., 2) *комплимент* – это лестный, любезный отзыв, *похвала* же – отзыв, прежде всего, хороший, одобряющий. При столь малых различиях в словарных определениях *похвалы* и *комплимента* возникает проблема спецификации каждого из обсуждаемых понятий.

В рамках данного исследования под «комплиментом» будем считать субъективное высказывание, ориентированное на сохранение «социального лица», которое оценивает одно качество с целью показать своё отношение к адресату, расположить собеседника к себе, с ориентацией на качество или состояние. Похвала объективна, ориентирована на

сохранение «социального лица» и «индивидуального лица», с целью отреагировать на какое-либо действие адресата, проинформировать о достижении, с ориентацией на действие.

Похвала и комплимент являются тактиками в данном исследовании. При конструировании «положительного образа» собеседницы они образуют стратегии по следующим критериям: цель высказывания, способ воздействия на адресата, способ реагирования на комплимент, похвалу, изменение отношения адресата к комплименту, похвале, выделение объекта оценки высказывания.

Рассмотрим каждую коммуникативную стратегию более подробно.

Классификация стратегий по цели высказывания

Согласно классификации по цели общения выделим две стратегии: стратегия, ориентированная на сохранение «социального лица» интервьюируемой, и стратегия, ориентированная на сохранение «индивидуального лица» интервьюируемой.

А. Стратегия, ориентированная на сохранение «социального лица» интервьюируемой

Цель стратегии, ориентированной на сохранение «социального лица» интервьюируемой, – приблизить собеседницу, сократить разделяющую дистанцию. В рамках данной стратегии действуют коммуникативные тактики – речевые приемы, позволяющие достичь поставленных целей в конкретной ситуации.

1. Тактика похвалы

«употребление внутригрупповых маркеров в речи»

В данной тактике участники используют диалект, жаргон, уменьшительно-ласкательные суффиксы, обращение на «ты», эллиптические образования. Обращаясь друг к другу по имени, коммуниканты подчеркивают свою принадлежность к одной и той же группе, отрицая наличие как статусной, так и социальной дистанции. Наличие имен

собственных с уменьшительно-ласкательными суффиксами говорит о сближении с собеседником, демонстрирует отсутствие дистанции [Ларина 2003: 182].

- *Я никогда не знала, что замечательную артистку, заслуженную, Олю, Оленьку, как её называют за кадром миллионы телезрителей, теперь будут называть Лякой, потому что нельзя эту Ляку не любить.* (Ток-шоу «БК», 15.03.07.)

Количество ласкательных обращений, выраженных существительными и прилагательными, в русском языке гораздо больше, и они передают все многообразие эмоциональных оттенков.

Характерным средством сближения служит употребление местоимений «моя», «ты» /«you», например:

- *Да всё она может. Она ещё и песни поёт, Моя красивая, любимая* (Ток-шоу «БК», 13.04.07).
- *Ты осталась женщиной любимой этого гениального человека, режиссера, актера.* (Ток-шоу «БК», 11.05.06.)
- *That's fantastic! You are connected to your compassion with animal. You are not alone.* (Ток-шоу «TOWS», 19.03.07.)

2. Тактика похвалы «утверждение общей точки зрения»

- *Лолита, вот мы с тобой спокойные люди. Почему? У нас есть та любовь, которая дана нам Господом, нашими с тобой родителями. И кто этого не понимает, тот, даже если имеет миллиарды, он всегда будет бедным человеком!* (Ток-шоу «БК», 15.12.06.)

Выражение «мы с тобой спокойные люди» используется для того, чтобы приблизить собеседницу, отождествить себя с ней. В процессе общения собеседники стремятся показать друг другу единство взглядов, чувств, отношений.

3. Тактика похвалы «стремление к многословию»

Уважение к адресату выражается также в длине высказывания: чем короче текст, тем меньше уважения. Имеются в виду, разумеется, тексты в определенной ситуации беседы [Карасик 2002: 75 – 76]. Для проявления симпатии к собеседнику адресант старается быть многословным. Такое поведение в большей степени характерно для американского коммуникативного поведения, чем для русского. Чем более длинная похвала, тем больше признательности и внимания к собеседнику в ней выражено.

- *This is Opra who gives me a gift.*
- *Oh. No the thing is I've remembered all my life. I've never thought that I was a pretty speckles or anything. But I remembered all my life what a special moment it was! That made me see myself differently. And I wanted to you know, 40 years later give that to the children. The same thing that you have given to me, because I know it was said with a kind of sincerity and graciousness and kindness that you said to me that it would be a lasting thing. (Ток-шоу «TOWS», 5.03.07.)*

4.Тактика комплимента «выражение субъективных высказываний»

Представление субъективного мнения в виде объективного факта или истины, не требующих доказательств, в форме категоричного суждения встречается в американском ток-шоу:

- *That is pretty good, isn't it? (Ток-шоу «TOWS», 4.03.07.)*

Разделительные вопросы (tag questions) используются для установления общей точки зрения, подтверждения сходства во взглядах, мнениях, а также сигнализируют о том, что говорящий допускает возможность существования другого мнения [Carter, McCarthy 1997: 17].

Стратегия, ориентированная на сохранение «социального лица» интервьюируемой в американском ток-шоу, представлена как в тактике похвалы, так и в тактике ком-

плимента, а в русском ток-шоу встречается лишь в тактике похвалы.

Б. Стратегия, ориентированная на сохранение «индивидуального лица» интервьюируемой

Стратегия нацелена на социальное дистанцирование, на создание коммуникативных барьеров, границ («hedges» в терминологии П. Браун и С. Левинсона) [Brown, Levinson 1987: 145], чтобы не допустить сближения, показать наличие дистанции между собеседницами и таким образом продемонстрировать взаимное уважение. Стратегия сохранения «индивидуального лица» интервьюируемой нацелена на косвенное выражение. Косвенные комплименты, похвалы помогают собеседницам избежать прямого воздействия.

1. Тактика комплимента

«стремление к неимпозитивным высказываниям»

Неимпозитивность – недопустимость или сведение к минимуму прямого коммуникативного воздействия на собеседника [Ларина 2003: 140]. Слишком явно выраженный комплимент часто воспринимается, как попытка что-либо получить и вызывает неодобрительную реакцию [Карасик 2002: 123], поэтому предпочтение отдаётся косвенным комплиментам:

– *A lot of people, we all think you are very sexy. (Ток-шоу «TOWS», 4.03.07.)*

В данной речевой ситуации говорящий использует косвенный комплимент, который позволяет ему максимально минимизировать давление на адресата и продемонстрировать своё глубокое уважение к его личной автономии.

Данная тактика не используется в ток-шоу «БК», поскольку русский собеседник имеет право вторгаться в коммуникативное пространство другой личности.

2. Тактика комплимента «косвенный вопрос – провокация»

Данный вопрос предполагает скрытый комплимент:

- *Do you think that being funny is your nature or your nurture? (Ток-шоу «TOWS», 2.03.07.)*

Выражение «in one's nature» понимается как «свойственный (характеру), характерный», а слово «nurture» означает «воспитание; образование, обучение, тренировка».

3.Тактика комплимента «установление статусных отношений»

В центре внимания находятся статусно-ролевые отношения между участниками коммуникации. Свидетельством тому являются следующие факты: наличие помимо местоименного обращения на *ты* уважительной формы обращения на *Вы*; недопустимость обращения по имени к людям, старшим по возрасту и положению.

- *Мне 55.*

- *Но Вы молодая. (Ток-шоу «БК», 17.05.07.)*

- *Вы настолько сильны на самом деле. Вы потекаете нормальной женской прихоти «Докажи мне, что я на пьедестале». Это же здорово, это красиво, мы все мечтаем об этом. (Ток-шоу «БК», 24.04.06.)*

Данная тактика не встретилась в речи участников американского ток-шоу.

В результате исследования выяснилось, что стратегия, ориентированная на сохранение «индивидуального лица» интервьюируемой, реализуется чаще в американском ток-шоу (три тактики комплимента), чем в русском ток-шоу (одна тактика комплимента).

Классификация стратегий по способу воздействия на адресата

Речевое воздействие трактуется нами как использование особенностей устройства и функционирования естественного языка с целью построения сообщений, обладающих повышенной способностью воздействия на сознание и поведение адресата или адресатов сообщения. Согласимся с О.С. Иссерс, что позиции сторон являются несимметричными. Произносящий комплимент находится в «сильной

позиции», поскольку его партнер в соответствии с принципом вежливости должен быть благодарен за проявленную симпатию, таким образом, автор комплимента осуществляет свою власть над говорящим, заставляя его прямо или косвенно принять комплимент [Иссерс 2006: 180].

Исходя из способа воздействия на адресата, выделим следующие стратегии: стратегия сохранения «социального лица» интервьюируемой; стратегия сохранения «индивидуального лица» интервьюируемой; стратегия провокации при сохранении «социального лица» самого себя; стратегия провокации при сохранении «индивидуального лица» самого себя.

А. Стратегия сохранения «социального лица» интервьюируемой

1. Тактика похвалы «подчеркивание уникальности личности»

Данная тактика чаще встречается в американском ток-шоу, чем в русском ток-шоу.

– *Oprah! Besides my wife, you are the only woman I would fly eight hours to spend five minutes with you. (Ток-шоу «TOWS», 6.03.06.)*

Сочетание «the only» означает «used to say that there is one person, thing, or group in a particular situation and no others».

Это связано с особенностями американской культуры, которая является индивидуалистической культурой. Следовательно, участники будут стремиться к тому, чтобы подчеркнуть уникальность собеседницы.

2. Тактика комплимента «минус – плюс»

Этот вид комплиментов является очень эмоциональным и запоминающимся. Однако «минус» ни в коем случае не должен перевесить «плюс», иначе результат может оказаться обратным тому, на который рассчитывал адресант.

– *Поздравляю Вас с кремами, которые, судя по всему, Вам не понадобятся. Знаете почему? Не потому,*

что они какие-то... а потому, что у вас такое лицо природное, и потому, что Вы в 70 лет выглядите так, как будто.. посмотрите, какие щеки, какой лоб! (Ток-шоу «БК», 18.05.07.)

Данная тактика не используется американскими собеседницами.

3.Тактика комплимента «говорите о своих чувствах»

Тактика комплимента характеризуется субъективностью, перлокутивный эффект направлен на расположения собеседницы к себе, присутствует один оцениваемый признак.

– Я не могу от Вашей прически оторвать глаз. Вы-то привыкли. (Ток-шоу «БК», 27.04.07.)

Восхищение передается фразеологизмом «не могу оторвать глаз».

– I remember watching you at the Academy Award and wanting to be you. (Ток-шоу «TOWS», 7.03.07.)

Опра выразила чувства при помощи выражения «*wanting to be you*».

4.Тактика похвалы «нельзя не...»

– На такую женщину нельзя не обратить внимание. (Ток-шоу «БК», 18.10.06.)

– I have nothing but respect for you. (Ток-шоу «TOWS», 1.03.06.)

Словосочетание «nothing but» означает «only».

Цель данной тактики – воздействие на рационально-эмоциональную область человеческих проявлений, а именно на эмоциональное состояние собеседницы.

5.Тактика комплимента «воздействие при помощи повтора»

Повторы встречаются в американском ток-шоу чаще, чем в русском ток-шоу. Чтобы произвести воздействие на собеседницу и сделать комплиментарное высказывание эффективным, авторы комплиментов несколько раз повто-

ряют комплимент, т.е. синтаксически выделяют объект, на который направлен комплимент.

- *You are so beautiful. You are so beautiful! Did you know you are beautiful?* (Ток-шоу «TOWS», 08.03.07.)

В данном случае комплимент полностью повторен дважды и трижды повторено эмоционально-оценочное прилагательное, на котором основан комплимент, *beautiful*. Такой повтор усиливает воздействие на адресата комплимента.

- *You look amazing!*
- *Thank you.*
- *Amazing!* (Ток-шоу «TOWS», 10.03.06.)

Повтор как стилистическое средство оказывает положительное воздействие на собеседницу.

6. Тактика похвалы «сравнение с идеалом»

Основанием оценки может быть не только чувство, но и некоторый образец, идеал, стандарт.

- *Ей скажите, она поймет, она – настоящая!* (Ток-шоу «БК», 16.05.07.)
- *Она прекрасна, девушка на выданье. Красавица, умница, характер твердый, дочка хорошо воспитана, уже взрослая.* (Ток-шоу «БК», 6.08.07.)

В американском ток-шоу такая тактика не отмечена.

7. Тактика похвалы «сравнение с другими»

Сравнение – образное выражение, в котором одно явление, предмет, лицо уподобляется другому. Сравнительные оценки формируются в предложениях с оценочными словами, отметим, что данная тактика чаще встречается в русском ток-шоу.

- *Вы такая красивая, такая необыкновенная и такая сильная, как все женщины.* (Ток-шоу «БК», 28.06.07.)
- *Вы очень сильная. Вы гораздо сильнее, чем многие присутствующие* (Ток-шоу «БК», 07.08.07.)

8. Тактика похвалы «сравнение с одним человеком»

Прибегая к данной тактике, американцы пытаются подчеркнуть уникальность собеседницы. Сравнительные оценки формируются в предложениях с оценочными словами, например, «more».

- *Never has anybody deserved a standing ovation more than you.* (Ток-шоу «TOWS», 24.04.07.)
- *But most I pray is the joy on your heart because you are the most beautiful person and it means he needs you in your strength in courage to be an example to our precious fair children that in an instant life changes in an instant.* (Ток-шоу «TOWS», 8.12.07.)

В русском ток-шоу такая тактика не отмечена.

Стратегия сохранения «социального лица» интервьюируемой реализуется в русском ток-шоу в трёх тактиках комплимента и двух тактиках похвалы. В американском ток-шоу данная стратегия – в трёх тактиках похвалы и двух тактиках комплимента.

Б. Стратегия сохранения «индивидуального лица» интервьюируемой

1.Тактика комплимента «положительная оценка «атрибута»,

который принадлежит адресату»

Положительно оценивается предмет, который принадлежит адресату:

- *That`s a nice suit.* (Ток-шоу «TOWS», 12.03.07.)
- *У Вас сейчас потрясающие брюки, какие классные!!*
(Ток-шоу «БК», 27.06.06.)

2.Тактика похвалы «подчеркивание достижений»

В американском ток-шоу Опра хвалит женщину за то, что она вселила в Опру уверенность в её красоте:

- *I am sitting here with the woman who has just done it and then said, "Did I really do that?" I thought you have no idea what you have done, you were the first person who told me that I was pretty.* (Ток-шоу «TOWS», 11.03.07.)

Данная тактика не встречается в русском ток-шоу.

3.Тактика комплимента «выделение группы, к которой принадлежит адресат»

Данная тактика направлена на подчёркивание качеств собеседницы:

- *Надо же по какой любви происходят дети, от которой вот такие дети, которые выглядят на 16, а ей 21? Пооплодируем генетике. (Ток-шоу «БК», 31.05.06.)*
- *Я честно искренне люблю Полю. Искренне принадлежу к числу тех женщин, которые не завидуют талантливым и умеющим больше, чем я. И эти женщины вызывают восхищение. (Ток-шоу «БК», 24.06.07.)*

Данная тактика не зафиксирована в американском ток-шоу.

4.Тактика похвалы «субъективное мнение говорящего»

Похвала облекается в форму косвенного высказывания:

- *I know that you always have a wise word for me and that you'll always be there for me. (Ток-шоу «TOWS», 12.02.07.)*

Эта похвала адресована Опре ее подругой. Содержит экспрессивное прилагательное *wise*, для усиления прагматического эффекта используется повтор *always*.

5.Тактика похвалы «косвенное выражение сожаления

по поводу не совершения действия»

- *I remember you said to me, “Well, did you write a speech?” I said, “No”. You said, “Girl, you`d better write a speech”. I said, “I`m not gonna write a speech”. Looking back, I wish I had taken your advice! (Ток-шоу «TOWS», 12.28.07.)*

Данная похвала выражена при помощи условного наклонения (*I wish I had taken your advice*).

6.Тактика похвалы «говорящий делится сокровенными мыслями»

Опра провоцирует Татум О`Нейл (Tatum O`Neal) рассказать о том, захотела ли бы она изменить своё прошлое:

- *Would you want to unring the bell and make your own life going up more perfect?*
- *Yeah. Oh, maybe... I don`t... That`s a hard question. I don`t know if I would wanna change anything. I`d love to ask you that question. (Ток-шоу «TOWS», 1.01.06.)*

Татум О`Нейл задаёт тот же самый вопрос. Опра заявляет, что ничего в своей жизни не изменила бы:

- *I wouldn`t change a thing.*
- *Really?*
- *Absolutely. I woul n`t change one thing. I wouldn`t change the abuse, I wouldn`t change going poor, I wouldn`t change all mistakes I had made. I wouldn`t change.*
- *Because it makes you the woman you are. If I could start to be less shameful about what I went through, cause I get better and better. I would be more positive. I wouldn`t change a thing. (Ток-шоу «TOWS», 1.01.06.)*

Татум О`Нейл соглашается с Опррой, делая косвенно и себе, и ей комплимент (*it makes you the woman you are*).

Представители американской культуры больше обеспокоены сохранением «индивидуального лица», чем русские. Поэтому стратегия сохранения «индивидуального лица» интервьюируемой реализуется в американском ток-шоу в четырёх тактиках похвалы и в одной тактике комплимента, а в русском ток-шоу встретила лишь одна тактика комплимента.

Иногда собеседники выстраивают стратегию, благодаря которой хотят услышать в свой адрес комплимент, похвалу. В английском языке существует понятие «to fish for compliments», которое означает «to try to make someone say something nice about you, usually by first criticizing yourself –

used to show disapproval» (напрашиваться на комплименты) [LDOCE 2005: 602].

В. Стратегия провокации при сохранении «социального лица» самого себя

1. Тактика комплимента «возвеличивание адресата посредством принижения собственного статуса»

Если полезно похвалить собеседницу, то свои достоинства лучше преуменьшить:

- *Красивая женщина, умеющая носить корону на голове, в отличие от меня, с царским взглядом, с такой осанкой! (Ток-шоу «БК», 19.08.07.)*

Для этого, утверждая что-либо, Лолита провоцирует собеседницу:

- *О, не люблю красивых женщин. В этом виде, вот когда я так стою, не люблю.*
- *Ну, я не буду смущать Вас. (Ток-шоу «БК», 18. 06. 06.)*

Данная тактика часто используется в русском ток-шоу. Это связано с особенностями русской культуры – принижение своего положения, статуса. Представители американской культуры будут стремиться к «сохранению своего лица», следовательно, данная тактика не встречается в американском ток-шоу.

2. Тактики «самокомплимент» и «самопохвала»

В русском ток-шоу говорящий провоцирует Лолиту на комплимент:

- *Я иногда смотрю, а нет ли у меня крыльев?*
- *Они у Вас, видно, от рождения есть.*
- *Да, наверное, от рождения. (Ток-шоу «БК», 5.06.06.)*

Похвалу и комплимент у русских принято принимать, по утверждению Ю.Е. Прохорова и И.А. Стернина, скромно, умаляя свои достижения и положительные качества, а во многих случаях отрицая их или даже извиняясь за них [Прохоров, Стернин 2006: 236].

В американском ток-шоу тактика «самокомплимент» не зафиксирована.

Самопохвала выражается в стремлении показать себя, выделиться из окружающих, обратить на себя внимание. Американец назначает себе высокую цену как профессионалу, полагая, что он все прекрасно знает. Коммуникативное поведение американца постоянно подчёркивает именно эти качества, он постоянно рекламирует себя, излучает уверенность и победоносность [Прохоров, Стернин 2006: 192]. Самопохвала применяется для построения собственного имиджа и самоутверждения. Например, Кейт Уинсли (Kate Winslet) сказала следующее:

– *When the Academy Award came around for Titanic. I thought, “I am young, I am 21 years old. I am in this movie. It’s very successful. I have been nominated for Academy Award for this, and I haven’t done anything for being skinny. I thought I would hold my head high. And say “I will be the person who I am”.* (Ток-шоу «TOWS», 12.03.07.)

Данная тактика не зафиксирована в русском ток-шоу.

Г. Стратегия провокации при сохранении «индивидуального лица» самого себя

1.Тактика похвалы «вопрос о своих успехах»

Опра спрашивает собеседницу о самой себе, была ли она знаменита:

- *Was I so famous that year?*
- *Oh, of course. Absolutely.* (Ток-шоу «TOWS», 12.10.07.)

Данная тактика не зафиксирована в русском ток-шоу.

Классификация стратегий

по способу реагирования на комплимент, похвалу

Стратегии выстроены по способу реагирования на комплимент, похвалу, классифицированы по следующим параметрам: 1) сохранение «социального лица» и «индивидуального лица» интервьюируемой; 2) потеря «индивидуального» и «социального лица» интервьюируемой.

Ответная реакция слушающего – это результат восприятия предшествующего высказывания. Процессы выбора и восприятия, осуществляемые коммуникантами в условиях диалоговой интеракции, связаны с их опытом, представлениями о реальной действительности.

Комплимент является подарком слушающего, однако принятие комплимента является подарком говорящему. Конструирование «положительного образа» зависит от принятия комплимента, похвалы адресатом. Комплимент может поставить адресата в неловкое положение, посягая на его «индивидуальное лицо».

Существуют лингвистические различия в принятии комплимента и несогласия на комплимент в русской и американской культурах. Сравнение типологий реакций на комплимент отражено в схеме, которая наглядно отражает частотность согласия и отклонения комплимента, похвалы (диаграмма № 1).

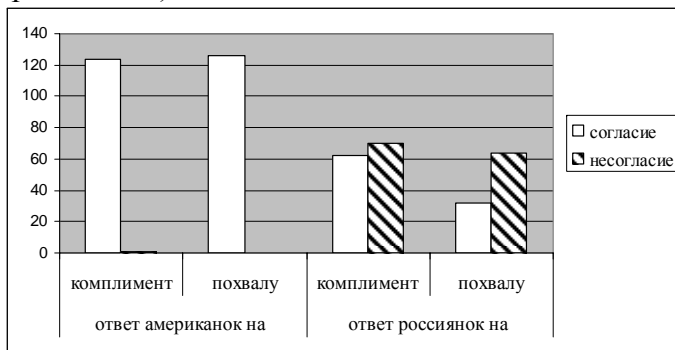


Диаграмма 1. Соотношение согласия и несогласия на комплимент, похвалу в русском и американском ток-шоу.

Исходя из анализа материала, можно сделать вывод, что собеседницам в русском ток-шоу стоит предвидеть, что сделанные ими комплименты (похвалы) могут быть отвергнуты. Этого не происходит в американском ток-шоу.

Стратегии, выстроенные по способу реагирования на комплимент, похвалу, классифицированы по следующим параметрам: стратегия сохранения «социального лица» ве-

душей; стратегия сохранения «индивидуального лица» ведущей; стратегия, представляющая угрозу конструированию «положительного образа» интервьюируемой.

А. Стратегия сохранения «социального лица» ведущей

Комплименты представляют проблему для адресата: с одной стороны – необходимо принять комплимент (*agree*), с другой стороны – избежать самопохвалы [Pomerantz 1978: 81 – 82]. Если адресат соглашается с говорящим и принимает комплимент, то он нарушает второе условие (избегайте самопохвалы). Однако если адресат соблюдает второе условие, то он нарушает первое условие. Для того чтобы разрешить данное разногласие, А. Померанц предлагает следующие способы ответов на комплименты: принятие (*acceptance*), отказ (*rejection*), избегание самопохвалы (*self-praise avoidance*).

Мы полагаем, что стратегия сохранения «социального лица» в глазах ведущей представляет согласие на комплимент и похвалу. Однако согласие на похвалу в нашем материале не зафиксировано, поэтому рассмотрим стратегию на основе анализа согласия на комплимент.

1.Тактика комплимента «принятие – благодарность»

Данная тактика реализуется в виде коммуникативных формул согласия ‘Yes’; ‘Yes, of course’ *Thank you, Thank:*

– *Thank you for making the world the better place.* (Ток-шоу «TOWS», 7.03.06.)

Это согласие обычно сопровождается обосновывающими доводами в американском ток-шоу. Благодарность выражена словами: *for making the world the better place.*

Данная тактика чаще всего встречается в американском ток-шоу. В русском ток-шоу данная тактика не зафиксирована.

2.Тактика комплимента «принятие – ответ на вопрос»

- *I have a beautiful body?*
- *You do!* (Ток-шоу «TOWS», 9.03.07.)

В русском ток-шоу данная тактика не нашла отражения.

3.Тактика комплимента «принятие – комментарий»

Комментарий в ответе подтверждает похвалу:

- *I heard that you got very good at the whip, right?*
- *I worked very hard.* (Ток-шоу «TOWS», 8.03.06.)

В русском ток-шоу данная тактика отсутствует.

4.Тактика комплимента «принятие – возврат»

Положительная оценка может быть вызвана стремлением «поддержать речевой контакт с партнером по общению» [Федосюк 1997]. В американском ток-шоу данная тактика осуществима при помощи выражений: «So do you», «You are the same way»:

- *You look great!*
- *So do you.* (Ток-шоу «TOWS», 1.01.06.)
- *You are one of those people who believe in your own dream. You believed in your own dream, and had not only ...it is not only enough to believe and have a courage of your own conviction to follow your dream.*
- *Thank you. You are the same way.* (Ток-шоу «TOWS», 10.03.07.)

В русском ток-шоу встречаются следующие выражения: «Вам тоже», «А я Вами люблюсь»:

- *Честно, Вам 16.*
- *Вам тоже.*
- *Я всегда люблюсь, как Вы ведете передачу. Честно, я как педагог.*
- *Спасибо. А я Вами люблюсь.* (Ток-шоу «БК», 23.06.06.)

5.Тактика комплимента «принятие – провокация»

- *Зачем нам красивые женщины?*
- *Я могу уйти.* (Ток-шоу «БК», 6.06.07.)

Данная тактика в американском ток-шоу не зафиксирована.

Итак, стратегия сохранения «социального лица» ведущей чаще встречается в американском ток-шоу, чем в русском ток-шоу. В американском ток-шоу данная стратегия реализуется в четырёх тактиках, а в ток-шоу «БК» представлены две тактики.

Б. Стратегия сохранения «индивидуального лица» ведущей

1. Тактика похвалы «согласие – комментарий»

- *I thought.. you have no idea what you had done. ... you were the first person who told me that I was pretty. (Ток-шоу «TOWS», 6.04.07.)*
- *The important thing is that I didn't know that you would be an incredible person that you are. (Ток-шоу «TOWS», 9.09.07.)*

В данном примере участница в комментарии хвалит Опру. Это сделано косвенным образом. В русском ток-шоу данная тактика не зафиксирована.

2. Тактика похвалы «переспрос»

- *She wants to meet you, to be you.*
- *Me?*
- *She adores you. (Ток-шоу «TOWS», 9.03.07.)*

В русском ток-шоу данная тактика не зафиксирована.

3. Тактика похвалы «самовосхваление в ответ на провокацию»

В ответ на комплимент у американцев нет необходимости преуменьшать ценность или качество того, что хвалит собеседник [Виссон 2007: 103].

- *Let's see 5 grammies. For you. Wow! Ok. How does this feel really?*
- *I am speechless. I still have it. I just realized what have happened this year, is just the world spinning ... I am really speechless. I can't describe it. It has been a dream. I have always dreamed of winning the Grammy. I*

was blessed away with Destiny Child. I was just as excited when I won the five. (Ток-шоу «TOWS», 11.03.07.)

Ю.Е. Прохоров и И.А. Стернин справедливо называют реакцию русского человека на похвалу или комплимент в свой адрес «скромной и слабонегативной» [Прохоров, Стернин 2006: 236]. Поэтому данная тактика неприменима в русском ток-шоу, в отличие от ток-шоу «TOWS».

4.Тактика похвалы «принятие с элементом преувеличения»

- *Isn't it good as it looks?*
- *It's better.*
- *Yeah.* (Ток-шоу «TOWS», 2.12.07.)

Опра делает комплимент ведущей другого шоу:

- *I hear that show is just as much fun.*
- *It's more fun.* (Ток-шоу «TOWS», 12.09.07.)

Данная тактика не встретила в русском ток-шоу.

5.Тактика похвалы «уступительность»

- *Дело в том, что Вам больше 25 лет сейчас внешне дать совершенно невозможно.*
- *Ну, может быть.* (Ток-шоу «БК», 6.06.06.)

Данная тактика не зафиксирована в американском ток-шоу.

6.Тактика «принятие комплимента в форме вопроса»

- *Ненавижу красивых женщин.*
- *Мне что, уйти?* (Ток-шоу «БК», 24.06.06.)

Данная тактика не зафиксирована в американском ток-шоу.

7.Тактика «косвенная похвала в форме языковой игры»

В данной тактике языковая игра заключается в обыгрывании прямого и образного значений. В американском ток-шоу встретилось выражение «in somebody's shoes» «быть в таком же положении, как и кто-л.». В данном случае обыгрывается прямое значение «надеть туфли» (*stand*

in one's shoes) и переносный смысл «представить, как бы поступил кто-л., окажись он/а в данной ситуации». Участница ток-шоу призналась, что во время депрессии она надевает туфли, купленные у Опры, и после этого ей становится легче.

– *When I got really, really depressed and couldn't find a person to talk to. I took the shoes*

Опра рассказывает о том, что сейчас участнице ток-шоу не нужны туфли, она в состоянии сама справиться с депрессией:

– *and stood in my shoes. She would stand in my shoes to make herself better she would stand in my shoes. And now she says that she doesn't need to stay in my shoes, because she is standing on her own. (Ток-шоу «TOWS», 10.03.05.)*

В русском ток-шоу Лолита похвалила, сочинив рифму:

– *Молодец! И всей депрессии конец! (Ток-шоу «БК», 5.06.05.)*

Стратегия сохранения «индивидуального лица» ведущей реализуется в пяти тактиках похвалы в американском ток-шоу, а в русском ток-шоу только в тактике комплимента и похвалы.

Стратегии, представляющие угрозу конструированию «положительного лица» интервьюируемой

Комплимент и похвала могут нанести угрозу «положительному лицу» адресата, так как при помощи них происходит посягательство на личное пространство адресата. В нашем исследовании оказалось, что русские женщины чаще отклоняют комплимент и похвалу, чем американки.

А. Стратегия потери «социального лица» интервьюируемой

1.Тактики отклонения похвалы и комплимента «преуменьшение»

– *Вы этого достигли!*

- *Нет. Просто так получилось. (Ток-шоу «БК», 4.06.06.)*

Преуменьшая комплимент, человек как бы бросает тень на хороший эстетический вкус того, кто этот комплимент сделал [Виссон 2007: 103].

- *Вы молодая.*
- *Какая же я молодая? Мне уже 35 лет. (Ток-шоу «БК», 14.06.05.)*

Подобные тактики в американском ток-шоу не зафиксированы.

2. Тактика отклонения похвалы «несогласие – вопрос»

- *Вы производите впечатление невероятно тонкой, талантливой, безумно тактичной, раненой женщины.*
- *Да? (Ток-шоу «БК», 7.08.05.)*

Данная тактика не зафиксирована в американском ток-шоу.

3. Тактика отклонения комплимента «понижение статуса говорящего»

- *Вы очень женственны.*
- *Я слабая женщина. (Ток-шоу «БК», 6.02.05.)*

Данная тактика не зафиксирована в американском ток-шоу.

Исходя из результатов исследования собеседницам в русском ток-шоу стоит предвидеть, что сказанные ими комплимент и похвала могут быть отвергнуты. Это не происходит в американском ток-шоу.

Итак, стратегия потери «социального лица» интервьюируемой встречается в четырёх тактиках в русском ток-шоу. В американском ток-шоу данная стратегия не зафиксирована.

Б. Стратегия потери «индивидуального лица» интервьюируемой

1. Тактики отклонения комплимента «неприятие» и «несогласие»

- *В любом возрасте надо уметь отдавать тепло. А Вы отдающая! Теперь люди хотят отдать Вам.*
- *Нет, что Вы. (Ток-шоу «БК», 17.05.05.)*
- *Ты атомный реактор!*
- *Я столько о себе не знаю. (Ток-шоу «БК», 5.06.06.)*

При рассмотрении реакций на комплимент было установлено, что в русском ток-шоу в подавляющем большинстве случаев отмечается отсутствие какой бы то ни было реакции на похвалу. В американском ток-шоу адресант реагирует вербально на комплимент:

- *I can't believe I am here; it is a dream come true!*
- *That's so nice! (Ток-шоу «TOWS», 6.03.05.)*

2. Тактика отклонения похвалы «переадресовка»

- *You believed in your own dream, and had not only ...it is not only enough to believe and have a courage of your own conviction to follow your dream.*
- *You are the same way. (Ток-шоу «TOWS», 1.03.05.)*
- *А знаешь, какой ты человек удивительный? (Ток-шоу «БК», 5. 06. 06.)*
- *Кто бы говорил? Красавица. (Ток-шоу «БК», 23. 06. 06.)*

Стратегия потери «индивидуального лица» интервьюируемой реализуется в трёх тактиках ток-шоу «БК» и одной тактике в американском ток-шоу.

Классификация стратегий по восстановлению «положительного образа» интервьюируемой

В связи с восстановлением «положительного образа» интервьюируемой представлены критерии: сохранение «социального лица» и «индивидуального лица» интервьюируемой; восстановление «социального лица» и «индивидуального лица» интервьюируемой.

Согласимся с О.С. Иссерс, что контроль, применительно к речевой стратегии, означает, что в процессе рече-

вого взаимодействия говорящий пытается направлять релевантные интеллектуальные и эмоциональные процессы слушающего (его интересы, оценки, рассуждения) таким образом, чтобы те, в конечном счете, привели его к нужному решению (состоянию) [Иссерс 2006: 99].

Контроль предполагает вербальные действия, нацеленные на развитие коммуникативного контакта в желательном для говорящего направлении.

По этому признаку выделяются следующие стратегии: стратегия сохранения «социального лица» интервьюируемой; стратегия сохранения «индивидуального лица» интервьюируемой и стратегии восстановления «социального лица» и «индивидуального лица» интервьюируемой.

А. Стратегия сохранения «социального лица» интервьюируемой

1. Тактика комплимента «подхват»

Ведущая повторяет предыдущее высказывание и добавляет ещё одно (*красивая*):

– *Я тогда помолодею.*

– *Так Вы и так молодая и красивая!* (Ток-шоу «БК», 11.06.07.)

Ведущая умело преобразует высказывание и адресует комплимент участнице:

– *Вы ко мне неравнодушны.*

– *Я вообще неравнодушна к людям, к красивым женщинам.* (Ток-шоу «БК», 5.06.06.)

В американском ток-шоу данная тактика тоже присутствует:

– *You look great!*

– *So do you.* (Ток-шоу «TOWS», 10.03.06.)

Повтор заключается в том, что участники коммуникации практически буквально повторяют слова собеседника, по-своему их акцентируя и вкладывая в них новую коммуникативную интенцию.

2. Тактика похвалы «подхват»

Участница говорит, что она всегда помнит Опру. Опра повторяет высказанное ранее и добавляет, что участница была добра по отношению к Опре:

- *I have never forgot you.*
- *Thank you. I have never forgot you, either. You made me think that I was beautiful.* (Ток-шоу «TOWS», 9.01.06.)

Данная тактика не зафиксирована в русском ток-шоу.

3. Тактика «комплимент в форме риторического вопроса»

- *Разве такая женщина не может вдохновить?* (Ток-шоу «БК», 5.06.05.)

В американском ток-шоу данная тактика не зафиксирована.

4. Тактика комплимента «утверждение»

Комплимент достигает цели, особенно если он содержит элемент недосказанности, позволяющий домыслить услышанное. Например, увидев женщину с детьми:

- *Её украдут! Посмотрите, какая она красивая!* (Ток-шоу «БК», 16.05.07.)

В американском ток-шоу данная тактика не зафиксирована.

5. Тактика похвалы «убеждение»

Похвала повторяется после ответа в виде эллипсиса, тем самым адресант как бы подтверждает искренность своего высказывания, усиливая перлокутивный эффект.

- *You were an ideal, just an ideal student!*
- *Oh, was I?*
- *Yes, unusual!* (Ток-шоу «TOWS», 9.03.07.)

В данной похвале повторяется оценочное прилагательное *ideal*, при повторе добавляется интенсификатор *just*.

Итак, стратегия сохранения «социального лица» интервьюируемой зафиксирована в трёх тактиках комплимента в русском ток-шоу, а в американском ток-шоу в двух тактиках похвалы.

Б. Стратегия сохранения «индивидуального лица» интервьюируемой

1. Тактика похвалы «как тебе это удается?!»

Услышав комплимент, собеседнику придётся поблагодарить вас и ответить на вопрос.

- *Идеально начищенная обувь у ребёнка. Как добиться вот таких результатов? (Ток-шоу «БК», 13.06.07.)*

В американском ток-шоу данная тактика зафиксирована:

- *I read when you said that Jessika saved my life. How is so? (Ток-шоу «TOWS», 2.03.05.)*
- *Let`s see 5 Grammys. For you. Wow! Ok. How does this feel really? (Ток-шоу «TOWS», 7.07.07.)*

Взаимодействие говорящего и слушающего в процессе речевого акта сводится к распознаванию слушающим намерения, с которым говорящий выстраивает речевое произведение, и выдаче адекватной реакции на него.

2. Тактика похвалы «третьему лицу через самопохвалу»

- *This is a happy, happy day for me, `cause all my life I wanted to be a teacher and I`ve known the secret. I didn`t call it a secret for years. For years on this show this is what I`ve been trying to do is to get people to see through different ways, manifested through the lives of other people, being able to set examples for people. So this is really exciting that these teachers are here to share it. (Ток-шоу «TOWS», 10.03.07.)*

Вначале присутствует самопохвала (*I`ve been trying to do is to get people to see through different ways, manifested through the lives of other people, being able to set examples for people.*), которую потом Опра адресует собеседникам.

3. Тактика похвалы «вопрос–провокация»

- *What do you feel like?*

- *Oh, Oprah, I saw you standing at the stage and I was totally swept away. I was totally amazed. I'd never forget it. (Ток-шоу «TOWS», 9.03.07.)*

Опра общается с психологом, и он её спрашивает:

- *You never got nervous?*
- *I never get nervous. It's my show. It's Oprah Show. I'm myself.*
- *Good point. (Ток-шоу «TOWS», 11.03.07.)*

Данный вопрос провоцирует Опру на самопохвалу.

В русском ток-шоу данная тактика не зафиксирована.

4. Тактика комплимента «вопросительно-риторические предложения»

Вопросительные комплиментарные предложения отмечены в несколько меньшей степени и несут в себе элемент вынужденной реакции, т. е. представляют собой попытку говорящего заставить слушающего ответить на них и тем самым совершить речевой акт. Вопросительно-побудительные предложения не требуют ответа и употребляются как средства выразительности:

- *Зачем нам красивые женщины? (Ток-шоу «БК», 8.06.06.)*
- *А чего Вы такие счастливые? (Ток-шоу «БК», 26.06.05.)*
- *Представляешь, как тебе повезло, а? (Ток-шоу «БК», 23.02.06.)*

Данная тактика часто используется ведущей в русском ток-шоу, в американском эта тактика встречается реже:

- *Do you feel like you are living your dream? (Ток-шоу «TOWS», 9.03.07.)*

5. Тактика похвалы «намёк»

Данная тактика заключается в том, что говорящий не договаривает похвалу, даёт возможность адресату догадаться. Общение на уровне выводимого смысла всегда присутствует в нормальном человеческом взаимодействии, участники общения всегда что-то домысливают.

Опра похвалила Барбру Стрейзанд (Barbra Streisand):

– *Are there moments, when you step back yourself and you are amazed by your own...*

– *...achievement?*

– *Yeah.*

– *I do it every day and that I think is wonderful about growing older. This appreciation of the miracle existence of life. (Ток-шоу «TOWS», 10.03.05.)*

Данная тактика не зафиксирована в русском ток-шоу.

6.Тактика похвалы «третьему лицу»

Косвенная похвала достигается путём смещения объекта оценки – оценивается не адресат, а третье лицо.

– *У Вас чудная девочка (Ток-шоу «БК», 28.12.07.)*

Лолита говорила мужчине, который пришёл со своей женой.

Данная тактика не зафиксирована в американском ток-шоу.

7.Тактика похвалы «ссылка на мнения других»

В данной тактике говорящий делает ссылку на людей.

– *Everybody says that you really have a super-human capacities. Is that true? (Ток-шоу «TOWS», 2.03.07.)*

– *A lot of people, we all think you are very sexy. (Ток-шоу «TOWS», 2.07.07.)*

– *People say you are hot! (Ток-шоу «TOWS», 2.03.06.)*

Данная тактика в русском ток-шоу не зафиксирована.

8.Тактика похвалы «использование условного наклонения»

– *If I had had a class full of students like Oprah, I would be floating in the air. (Ток-шоу «TOWS», 12.03.07.)*

Участница ток-шоу «TOWS» употребила выражение «floating on air» что означает «to feel very happy» [LDOCE 2005].

– *Если бы я была мужиком, я бы тоже обратила на Вас внимание. (Ток-шоу «БК», 3.06.06.)*

Стратегия сохранения «индивидуального лица» интервьюируемой присутствует в шести тактиках похвалы и тактике комплимента в американском ток-шоу. Данная стратегия в русском ток-шоу реализуется в трёх тактиках похвалы и одной тактике комплимента.

В. Стратегия восстановления «социального лица» интервьюируемой

Данная стратегия строится на представлении о ситуации общения, адресате и способности говорящего прогнозировать свой собственный образ в предполагаемой ситуации. Отклонение комплимента приводит к угрозе потери «социального лица» того, кто сделал комплимент. Поэтому приходится заранее спланировать речь таким образом, чтобы в случае неудачи суметь донести похвалу, комплимент до адресата. Рассмотрим тактики, которые можно применить с целью восстановления «социального лица».

1.Тактика комплимента «возражение на преуменьшение»

Если человек преуменьшает значение комплимента или пытается возражать, подтвердите свои слова кратко, но убедительно.

- *Да что Вы. Вы такая стройная. А выглядите...*
- *На экране да...*
- *Вы чудесно выглядите! (Ток-шоу «БК», 20.03.07.)*

Ведущая прервала собеседницу высказыванием (*На экране да*), преуменьшив комплимент. Участница продолжила комплимент, поставив наречие на первое место (*чудесно*).

- *Looking back I wish I had taken your advice.*
- *No I thought that was such a great moment! It was such a great moment! (Ток-шоу «TOWS», 12.03.07.)*

Участница выразила сожаление по поводу того, что не последовала совету, не подготовила речь на церемонии заранее. Опра возразила, сказав, что это был незабываемый момент.

2.Тактика комплимента «отклонение причины неприятия объекта»

Отклонение комплимента связано с сомнением в искренности говорящего. Второй ход нацелен на то, чтобы снять эти сомнения и усилить воздействие за счет комплимента-прогноза [Иссерс 2006: 190].

- *Вы мне, может быть... Я не хотела сказать, что Вы мне во внучки годитесь.*
- *Нет, нет, совершенно. Я чувствую рядом со мной женщину, гораздо моложе себя. (Ток-шоу «БК», 7.06.05.)*

В американском ток-шоу ведущая отклоняет причину неприятия похвалы:

- *You always look good to me. Wherever you not good look?*
- *You`re sweetheart.*
- *No, no. I heard that`s nice suit*
- *I heard that`s nice suit. You look fabulous. (Ток-шоу «TOWS», 12.03.07.)*

Итак, стратегия восстановления «социального лица» интервьюируемой присутствует в двух тактиках комплимента как в русском ток-шоу, так и в американском ток-шоу.

Г. Стратегия восстановления «индивидуального лица» интервьюируемой

1.Тактика похвалы «попытка убедить в обратном»

В данной тактике перечислены качества собеседницы, мы считаем, что это похвала:

- *Я слабая женщина.*
- *Вы такая красивая, такая необыкновенная и такая сильная, как все женщины. Честно. Попытка вызвать жалость к себе у Вас не получается. У Вас внутри такой стерженек, что Вам и это не надо.* (Ток-шоу «БК», 8.07.06)

Лолита перечислила достоинства участницы и привела аргумент (*У Вас внутри такой стерженек, что Вам и это не надо*), тем самым убедила собеседницу не притворяться, что она слабая женщина.

В американском ток-шоу данной тактики нет.

2. Тактика похвалы «выбор другого объекта»

Тактика нацелена на то, чтобы снять любые сомнения и усилить воздействие за счет другого комплимента, причем объектом комплимента является другое качество адресата.

- *И правильно делает, что вас ревнует.*
- *Как меня можно ревновать? Я же лошадь, которая пашет...*
- *А харизма?*
- *Да.*
- *А смелость? Энергетика?*
- *Бойтесь, бойтесь меня потерять! (Ток-шоу «БК», 12.03.06.)*

Комплимент отклонили, следовательно, адресант выбирает другой объект (*а харизма?*). Чтобы усилить комплимент, адресант выбирает ещё один объект – *А смелость? А энергетика?*

В американском ток-шоу также встречается данная тактика:

- *The important thing is that I didn't know that you would be an incredible person that you are.*
- *Yes, you just watched me on TV.*
- *I watch you grow on the TV. (Ток-шоу «TOWS», 2.13.07.)*

Участница ток-шоу «TOWS» делает косвенный комплимент Опре Уинфре. Опра соглашается, но указывает, что участница только смотрела её по телевизору. Тогда участница говорит, что наблюдала, как Опра выросла на экране.

3. Тактика похвалы «объяснение причины»

Данная тактика встречается как в русском, так и американском ток-шоу:

- *Ты атомный реактор.*
- *Я столько о себе не знаю.*
- *А знаешь, какой ты человек удивительный? Сейчас ты настолько отматываешь назад, ты возвращаешься к той девчонке. Какие у тебя глаза! (Ток-шоу «БК», 9.06.06.)*

Необычным сравнением является фраза *Ты атомный реактор*. Собеседница высказала сомнение (*Я столько о себе не знаю*).

Далее ведущая задаёт вопрос (*А знаешь, какой ты человек удивительный?*) и сразу же его аргументирует (*Сейчас ты настолько отматываешь назад, ты возвращаешься к той девчонке*). Далее ведущая указывает на красоту глаз, а глаза являются зеркалом души.

В американском ток-шоу можно проследить смену тактик:

- *You said, “It is hard to rack your brain around all of these famed stars”. It is still difficult?*
- *Definitely. I don’t want to get comfortable with it.*
- *Yeah.*
- *The other reality about this is basically it comes and goes for everybody, except Elvis and you. (Ток-шоу «TOWS», 2.08.07.)*

Ведущая задаёт вопрос, а собеседник отвечает на вопрос и хвалит Опру, сказав, что она легко со всем справляется.

Итак, стратегия восстановления «индивидуального лица» интервьюируемой зафиксирована в трёх тактиках похвалы в русском ток-шоу и в двух тактиках похвалы в американском ток-шоу.

Классификация стратегий по объекту оценки высказывания

Наше исследование в этой части опирается на работу Е.М. Вольф. В основе оценочной модальности лежит формула $A \ r \ B$, где A представляет субъект оценки, B её объект, а r оценочное отношение, которое имеет значения «хорошо/плохо». Объект оценки – это лицо, предмет, событие, к которому относится оценка [Вольф 1985: 12].

Проанализированный корпус комплиментарных, похвальных высказываний (340 выражений) позволяет заключить, что выделены следующие объекты: возраст, умственные способности, профессионализм, внешний вид, внутренние качества (диаграмма № 2).

Комплимент по поводу внешности или одежды женщин редко встречается в американском ток-шоу. Это связано с тем, что комплимент внешности рассматривается как попытка сексуального домогательства (*sexual harassment*) [Виссон 2007: 44].

Похвалить, сделать комплименты, касающиеся внешних достоинств, гораздо проще, чем найти в собеседнике внутренние качества.

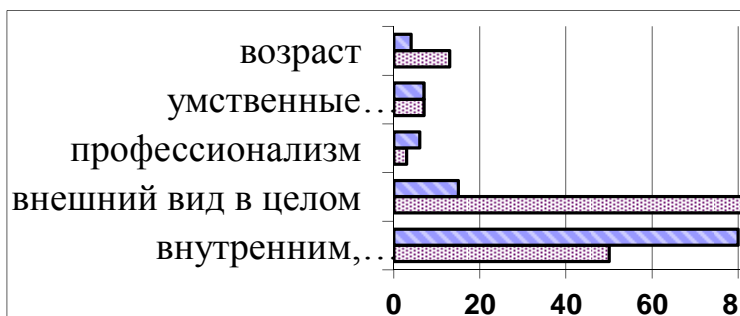


Диаграмма 2. Сопоставление объектов комплимента, похвалы в русском и американском ток-шоу.

Стратегии выделения предмета оценки высказывания подразделяются по следующим критериям: упоминание о возрасте женщины; упоминание о профессионализме; упоминание о внешности женщины; упоминание о внутренних качествах женщины.

А. Стратегия сохранения «социального лица» интервьюируемой при упоминании возраста женщины

1. Тактика комплимента «преуменьшение возраста»

Преуменьшение возраста адресата, если он, конечно, не юн, – сильнодействующий комплимент, особенно для женщин [Формановская 1989: 143].

– *Мне 44.*

– *А выглядите на 33. (Ток-шоу «БК», 11.06.07.)*

– *Вы ещё молодая, красивая женщина. (Ток-шоу «БК», 12.06.05.)*

В данной тактике применяются наречия *ещё, настолько*. В американском ток-шоу встречается наречие *so*:

– *You look so young. (Ток-шоу «TOWS», 10.03.07.)*

2. Тактика комплимента «указание на взрослость»

Опра делает комплимент маленькой девочке, чтобы поддержать и ободрить ее:

– *You must always keep you head up, because you are a strong girl! (Ток-шоу «TOWS», 1.03.07.)*

Комплимент прямой, лексика нейтральная, используется экспрессивное прилагательное *strong*.

3. Тактика комплимента «указание на то, что собеседник не изменился, не подвластен возрасту»

– *Какая у Вас потрясающая энергетика свободного человека. Честно. Созерцающего мир в этом возрасте. Вы остались ребенком, поэтому так молодо выглядите. (Ток-шоу «БК», 23.03.06)*

Данная тактика не зафиксирована в американском ток-шоу.

4. Тактика комплимента

«восхищение, что в данном возрасте женщина выглядит очень молодо»

– *Я честно мечтала познакомиться с женщиной, у которой в 70 лет не пропадает желание жить, улы-*

батся, верить на самом деле и жить с нормальным человеком. (Ток-шоу «БК», 7. 04. 07.)

Ведущая подчёркивает качества, которые свойственны молодой девушке, благодаря чему и поднимает настроение женщине.

Тактика оформляется в виде утверждения о наличии у адресата какого-либо положительного признака внешности, а потом подчёркиваются внутренние качества.

– *Мне 50 лет.*

– *Женщина, которая так смеется и светится, как будто она вот-вот вышла из комсомола (это 28 лет).* Пышущая энергетикой, красивая, молодая женщина. (Ток-шоу «БК», 14.05.07.)

Данная тактика не зафиксирована в американском ток-шоу.

Стратегия сохранения «социального лица» интервьюируемой при упоминании о возрасте зафиксирована в трёх тактиках комплимента в русском ток-шоу и двух тактиках комплимента в американском ток-шоу.

Б. Стратегия сохранения «индивидуального лица» интервьюируемой при упоминании о профессионализме

1.Тактика похвалы «указание на профессионализм, мастерство»

Опра хвалит композитора Диану Вуд:

– *She is the name behind more than 90 hot hit song. It's magical. Is it connected with a source rather than yourself? It's like you are receiving somewhere. You have greatest hits. That's really beautiful.* (Ток-шоу «TOWS», 12.03.07.)

Опра в похвале подчёркивает достижения композитора:

– *Diana's music catalogue is estimated to be worth an astounding one billion dollars!* (Ток-шоу «TOWS», 1.01.06.)

Данной тактики в русском ток-шоу не зафиксировано.

2.Тактика похвалы «успехи, которые удалось достичь»

Опра делает комплимент девочке, которой 11 лет:

- *I have a privilege and the honor to meet for the first time a remarkable girl. I hear she is extraordinary person. She is only 11 years old. (Ток-шоу «TOWS», 7.03.07.)*

Похвала женщине, которой 98 лет:

- *You are such an inspiration for everybody who thinks they can't turn their life around them. Can't change . I can't imagine what it is to start to learn to read at 98. (Ток-шоу «TOWS», 2.08.07.)*

Данной тактики в русском ток-шоу не зафиксировано.

3.Тактика похвалы

«сравнение с профессионалом, со знаменитостью»

В случае если не находишь, что сказать о человеке самом по себе, Аристотель советует сравнить его с другими, но только с людьми знаменитыми, так как, «если он окажется лучше людей, достойных уважения, его достоинства от этого только выиграют» [Аристотель 1978: 47].

- *The other reality about this is basically it comes and goes for everybody, except Elvis and you. (Ток-шоу «TOWS», 9.08.07.)*

В русском ток-шоу участница ток-шоу сравнивает себя с Эдитой Пьехой:

- *Почему-то он меня сравнивал с Эдитой Пьехой.*
- *Эдита Станиславовна – это эталон.*
- *Нет, ему казалось, что я похожа на неё, чем-то... была.*
- *Наверное, знаете, чем похожи, единственным – ощущением породы, удовольствием общаться. У Вас совершенно своё лицо. Эдита Станиславовна – это тот человек, который никогда не опускает крылья. Как здорово, что в этом смысле Вы – Эдита Станиславовна. Честно. (Ток-шоу «БК», 16.03.07.)*

Данная тактика в комплименте – «Ты такой, как N» – имеет смысл, если N наделен замечательными качествами.

Стратегия сохранения «индивидуального лица» интервьюируемой при упоминании о профессионализме в американском ток-шоу зафиксирована в трёх тактиках похвалы, а в русском ток-шоу в одной тактике похвалы.

В. Стратегия сохранения «индивидуального лица» интервьюируемой при упоминании о внешности

1. Тактика похвалы «высказывание в форме метафоры»

Метафора, как оценочно-образное переосмысление создает эмотивно-экспрессивные коннотации, которые способствуют достижению запланированного прагматического эффекта:

– *You are a gift to the world, absolutely...Just a biggest heart, such a bright shining light and you are just a treasure.* (Ток-шоу «TOWS», 2.09.07.)

Опра сделала комплимент девочке 11 лет. В качестве похвалы используется развернутая метафора.

Характеристика субъекта делается на основании отнесения лица к классу, если само существительное относится к эмоционально-окрашенной лексике (a hero, a goddess).

– *You are a hero to mankind.* (Ток-шоу «TOWS», 9.03.07.)

– *Tina Turner is the goddess of rock-and-roll.* (Ток-шоу «TOWS», 10.03.07.)

В американском ток-шоу ведущая сравнивает участника с абстрактными понятиями – знаменитый человек (celebrity), герой (hero).

2. Тактика комплимента «восхищение отдельным элементом внешности»

Чем более персонафицирован комплимент, тем он ценнее, ибо полнее учитывает приоритеты данного человека. Что касается комплиментов по поводу отдельных элементов внешности, частей тела, то в русском общении преобладают комплименты, характеризующие глаза, руки и

лицо, а в американском общении – комплименты, характеризующие фигуру и волосы, причёску.

– *Посмотрите, что это она так хорошо выглядит! У неё ухоженные руки, у неё узкие бедра, у неё тонкая талия. Это неприлично для матери троих детей! Посмотрите на её лицо без морщин – это неприлично!* (Ток-шоу «БК», 8.06.06.)

Женщины оценят по достоинству комплименты, направленные на подчеркивание их внешности; необходимо обратить внимание на детали – женщины особенно ценят это, на индивидуальные черты.

– *Волосы у Вас потрясающие и глаза горят.* (Ток-шоу «БК», 7.06.05.)

– *У Вас такие глаза, полные страсти и удовольствия. Удовольствие беседовать с Вами, Татьяна Введенская.* (Ток-шоу «БК», 4.06.05.)

– *Такая красивая фигура, чего не постоять?* (Ток-шоу «БК», 7.08.07.)

3.Тактика похвалы

«сравнение с персонажем из художественного произведения»

Сравнение – образное выражение, в котором одно явление, предмет, лицо уподобляется другому. Ведущая Лолита цитирует отрывок из произведения Н. Некрасова «Мороз Красный Нос» (коня на скаку остановит / в горящую избу войдёт):

– *Ты самая русская, которая и коня на скаку ...И приберет. Да всё она может. Она ещё и песни поёт* (Ток-шоу «БК», 13.04.07.)

– *Я обращаюсь к тем мужчинам, которые созрели для Ассоль. И мужчина посмотрит и скажет: «Мне нужна эта женщина, которую я искал всю жизнь»* (Ток-шоу «БК», 13.06.07.)

Ассоль – это образ девушки из произведения А. Грина «Алые паруса».

Данная тактика не зафиксирована в американском ток-шоу.

Стратегия сохранения «индивидуального лица» интервьюируемой при упоминании о внешности встречается в тактике комплимента и тактике похвалы как в русском ток-шоу, так и в американском ток-шоу.

Г. Стратегия сохранения «социального лица» при упоминании о внутренних качествах женщины

1. Тактика похвалы

«сопоставление внутренних и внешних качеств»

- *Мне не важно, кто как одет. Важнее ум, нравы и талант. (Ток-шоу «БК», 8.05.06.)*
- *You look beautiful. You are beautiful inside and out. Love you. (Ток-шоу «TOWS», 12.05.07.)*

Ведущая отрицает значимость внешности (*Мне не важно, кто как одет*), отдавая предпочтение внутренним качествам (*Важнее ум, нравы и талант*).

В американском ток-шоу Опра делает комплимент (*You look beautiful*), далее восхищается внутренними качествами (*You are beautiful inside and out*).

2. Тактика похвалы «подчёркивание сильного характера»

Лолита хвалит адресата, следуя от общего к частному, приводит доказательства:

- *Женщинам свойственна сила. Вы проявили достаточно сильную волю – иметь троих детей наперекор мужу. (Ток-шоу «БК», 5.06.06.)*

Образ сильной женщины в русском ток-шоу – это женщина, которая сохраняет домашний уют, воспитывает детей, оберегает мужа.

- *You have a really strong spirit. I can see your spirit is strong! You are very strong woman! (Ток-шоу «TOWS», 12.06.05.)*

Образ сильной женщины в американском ток-шоу – это женщина, которая активно действует в социальной сфере.

3.Тактика комплимента «подчёркивание внутренних качеств»

- *Вот женщина, которая умеет любить и у которой есть опыт. Женщина, которую ничего не страшит. (Ток-шоу «БК», 4.03.05.)*
- *I am so proud of our 25 years of friendship. I am so proud that you are one of those great girlfriends that I know I can call any time day or night. And I have. I know that you always have a wise word for me, and that you will always be there for me. (Ток-шоу «TOWS», 12.03.07.)*
- *So your kindness was more than any forces behind our work in South Africa. Really so. (Ток-шоу «TOWS», 6.07.07.)*

Ведущая делает комплимент женщине своего возраста и равного социального положения, но они не находятся в близких отношениях, поэтому лексика нейтральная. Содержит экспрессивное существительное *kindness*, прагматический эффект усиливается за счет сравнения *more than any forces*, а также добавленного в конце интенсификатора *Really so*.

4.Тактика похвалы «восхваление достоинств»

- *You inject the spirit into our society. You care, your intelligence, your inspiration/ and you do it all without judging. And because you treat everyone equally important. And this makes you great American hero. You represent the best in our country and what possible in our country. But more importantly – you`re a citizen of the world. And you`re a hero to mankind. So we`re better for knowing you. And you`re beautiful, you`re sexy, talented. We love you so much we can` t take it. (Ток-шоу «TOWS», 10.05.07.)*

Сначала идёт перечисление достоинств, которыми обладает Опра, потом даётся метафора (*great American hero*), затем метафоры (*a citizen of the world, a hero to mankind*). Далее говорится, что им повезло, что знакомы с Опррой (*we're better for knowing you*), подчёркивая дополнительно достоинства (*beautiful, sexy, talented*), закончив речь словами (*We love you so much we can't take it.*)

Данная тактика в русском ток-шоу не зафиксирована.

В результате выборки схематично отражены приоритеты комплиментам внутренних качеств в русском ток-шоу и в американском ток-шоу (диаграмма № 3).

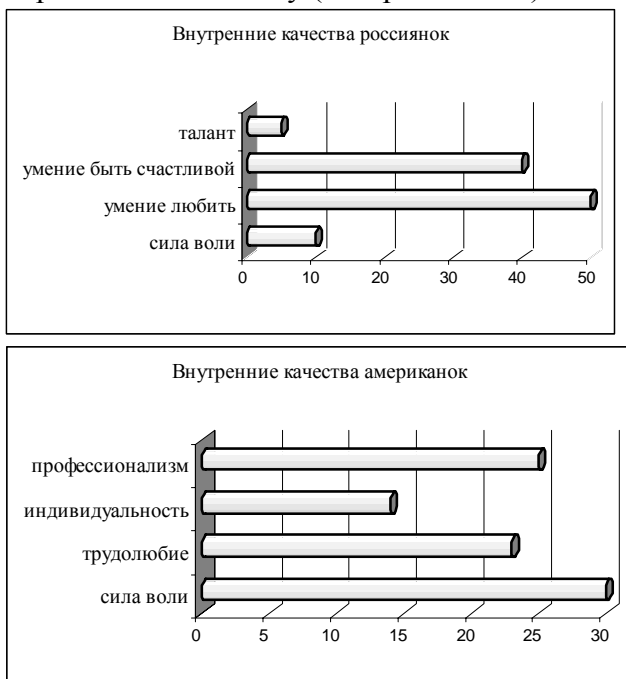


Диаграмма 3. Выделение частотно встречающихся внутренних качеств в речевой общении в русском и американском ток-шоу.

5. Тактика похвалы «умение вдохновить кого-либо»

В американском ток-шоу Опра сказала, что в женщине есть сила, которая возвеличивает собеседницу, а также скромность эту силу не замечать:

- *This is the power `cause you never know how what you say can lift somebody's up!* (Ток-шоу «TOWS», 10.06.07.)

Выражение «lift up» означает «воодушевлять, возвышать; возносить; возвеличивать».

- *You're such a bright shining light for all of us to learn from and benefit from.* (Ток-шоу «TOWS», 6.04.05.)

Похвала адресована Опре. Экспрессивность передается за счет существительного *inspiration*:

- *You are inspiration for women everywhere but also to every human being on the planet just helping people see that they can have the best life, that they can have and not set off for anything less. That's an important life. I think you're wonderful.* (Ток-шоу «TOWS», 10.07.07.)

Данная тактика не зафиксирована в русском ток-шоу.

Стратегия сохранения «социального лица» интервьюируемой при упоминании о внутренних качествах женщины реализуется в четырёх тактиках похвалы и в одной тактике комплимента в американском ток-шоу и в двух тактиках похвалы и одной тактике комплимента в русском ток-шоу.

Д. Стратегия сохранения «социального лица» интервьюируемой при выражении оценки

1. Тактика комплимента «подчёркивание качеств собеседницы»

При сопоставлении русских и американских оценочных реплик наблюдается асимметрия в степени семантической экспрессивности. Прибегая к преувеличению, американский коммуникант стремится к достижению прагматического результата – «Я хочу, чтобы тебе было приятно» (I want you feel good), и в этом желании он вполне искренен [Ларина 2003: 163]. В русской коммуникации предпочтение отдается другой культурной ценности – искренности, на которую указывала А. Вежбицкая [Wierzbicka 1997].

- *Вы выглядите чудесно/великолепно!* (Ток-шоу «БК», 4.06.06.)
- *You look awesome/great /amazing/ phenomenal!* (Ток-шоу «TOWS», 12.03.07.)

В американском ток-шоу наблюдается асимметрия между формой выражения и содержанием (форма преувеличена). Слова *awesome/great /amazing* являются семантически-опустошенными. В русском комплименте форма высказывания и его содержание совпадают.

В американском ток-шоу участники могут сказать: «*I love you*», однако, это высказывание не несет смысловой нагрузки.

Данная тактика редко встречается в русском ток-шоу.

2.Тактика похвалы «высокая оценка успехов собеседницы»

Похвала может быть высоко эмоциональна, коммуниканты в американском ток-шоу проявляют повышенную заинтересованность в собеседнике, внимание к нему, присутствует подчеркнутая расположенность, демонстративная обходительность и др. В результате акцент делается на форму.

- *Keep shining, girl. We love you.* (Ток-шоу «TOWS», 9.03.07.)

Данная тактика не зафиксирована в русском ток-шоу.

3.Тактика похвалы «с помощью гиперболы»

Гипербола – стилистический прием, заключающийся в чрезмерном преувеличении каких-либо качеств или свойств изображаемого предмета, явления и т. п. с целью усиления впечатления.

В американских комплиментах и похвалах употребляются разнообразные экспрессивные прилагательные, дающие оценку внешности собеседницы, её качествам, умениям, поступкам, действиям, причем часто самым незначительным. Широко используются качественные прилагательные в сравнительной и превосходной степенях:

- *You are the most beautiful person.* (Ток-шоу «TOWS», 9.03.07.)
- *You were the first person who told me that I was pretty.* (Ток-шоу «TOWS», 10.06.07.)

В оценочных репликах проявляется такая неотъемлемая черта американской коммуникации, как лексическая гиперболизация. Американцы используют большое количество разнообразных суперлативов: *great, excellent, perfect, gorgeous, wonderful, brilliant, superb, fantastic, fabulous, marvelous, enjoyable* и т. д.

В целом, гиперболизация более характерна для американской коммуникативной культуры, чем для русской.

4.Тактика похвалы «оценка в форме образной экспрессивности»

- *Да здравствует прекрасный лебедь по имени Лена. Прекрасная девушка, вписанная в историю большого спорта, в историю нашей страны!* (Ток-шоу «БК», 2.12.06.)
- *You obviously had some special sparkle!* (Ток-шоу «TOWS», 12.03.07.)

Вышеприведенные примеры сочетают в себе как образную, так и увеличительную экспрессивность. Образная экспрессивность выражена при помощи метафор *прекрасный лебедь* и *had some special sparkle*, а увеличительная при помощи интенсификатора *obviously*. Подобные сочетания усиливают перлокутивный эффект похвалы.

Лексико-грамматические особенности комплимента, похвалы

Существуют схожие средства выражения комплиментов, похвал в русском и в американском ток-шоу. В данном исследовании выделены лексико-грамматические средства, которые подразделяются на две группы: морфологические и синтаксические средства выражения комплимента, похвалы.

Морфологические средства выражения комплимента, похвалы

К морфологическим средствам выражения отнесены экспрессивные существительные, экспрессивно-оценочные прилагательные, интенсификаторы, глаголы.

Особое положение в комплиментах и похвалах занимают экспрессивные существительные. В русском ток-шоу к числу наиболее частотных можно отнести такие существительные, как *красавица*, *умница*, *молодец*, *моя девочка*, *настоящая женщина*.

– *Моя девочка*. Красивая, любимая. (Ток-шоу «БК», 2.05.07.)

В ток-шоу «TOWS» встречаются такие слова, как: *a hero*, *a genius*:

– *You are a hero!* (Ток-шоу «TOWS», 12.03.07.)

Характеристика субъекта даётся на основании отнесения лица к классу, если само существительное относится к эмоционально-окрашенной лексике (*a hero* / *красавица*, *умница*). В ходе исследования было выявлено, что экспрессивные существительные в речи участников американском ток-шоу менее образны, неординарны и индивидуальны по сравнению с существительными в речи участников русском ток-шоу.

Прилагательные, функционирующие в комплиментах и похвалах, являются центром высказывания. Прилагательные, имеющие оценочное значение, такие как, например: *lovely*, *nice*, *good*, *beautiful*, *pretty*, *charming*, *astonishing*, *fantastic*, *terrific*, *magnificent*, широко используются в американском ток-шоу. Это позволяет ведущей установить тесный контакт со слушателями, зрителями, создать иллюзию непринужденной дружеской беседы, что является необходимым условием успеха программы.

В ходе исследования была произведена выборка прилагательных из ток-шоу «TOWS». Наиболее частотными оказались прилагательные: *great*, *special*, *best*, *beautiful*,

awesome. В русском ток-шоу встретились следующие прилагательные: *красивая, потрясающая, сильная, счастливая, молодая*.

Междометия и междометные слова в структуре комплимента занимают разные позиции: начальную (средство выражения эмоций адресата), серединную (эмоциональная связка частей высказывания), конечную (завершение эмоционального рисунка комплимента).

Начальная позиция:

- *Wow! I have never heard it articulated that way! Beautifully said.* (Ток-шоу «TOWS», 12.03.07.)

Конечная позиция:

- *What did happen to you? I want to speak like Fred Flimsky like “Hubba-hubba”* (Ток-шоу «TOWS», 20.06.07.)

Высказывание «hubba-hubba» означает «возглас восхищения, восторга, одобрения».

Американцы очень непосредственны в выражении своих эмоций. Эмоции скрывать не принято, положительные эмоции могут быть публично выражены крайне эмоциональными междометиями, визгом, криком. Радость или возбуждение демонстрируются американцами с готовностью, с точки зрения европейцев – даже экзальтированной [Стернин 2001: 57].

В ток-шоу было зафиксировано несколько слов и словосочетаний эмоционального реагирования, составляющих отдельные высказывания: *Браво! Здорово! Супер! Классно! Вот это да! Замечательно!*

- *Вы достигли этого! Вот это да!* (Ток-шоу «БК», 12.03.07.)

- *You are here! Wow!* (Ток-шоу «TOWS», 12.03.07.)

Количество реплик-подбадриваний в американском ток-шоу в 3,2 раза больше, чем в русском ток-шоу.

Слова и словосочетания эмоционального реагирования: *Oh! Wow! No! Really? That`s great! That`s fantastic! Good job! It`s so cute! Excellent! That`s fun!*

В русском ток-шоу часто употребляются глаголы *добиться, достигнуть, сделать*.

– *Я решил, что данная ситуация будет правильная – переехать и жить отдельно.*

– *И Вы это сделали! (Ток-шоу «БК», 18.01.07.)*

Для похвалы в американском ток-шоу характерно употребление глаголов *to do, to achieve, to deserve*, перфектных форм и форм прошедшего времени.

– *You are the most remarkable young lady in the world, very few have achieved as much as you have. (Ток-шоу «TOWS», 2.03.07.)*

– *You did a really good job! (Ток-шоу «TOWS», 4.03.05.)*

Интенсификаторы – усилители, указывающие на возрастание признака по направлению к максимуму.

– *Вы посмотрите, сколько в этой женщине нежности, секса. Клянусь, Вы очень красивая женщина. Вы очень. (Ток-шоу «БК», 2.04.07.)*

Для комплиментов характерно употребление интенсификаторов качества, которые придают комплиментам эмоционально-экспрессивный оттенок:

– *Вы настолько удивительная женщина.*

– *Спасибо.*

– *Честно, удивительная. (Ток-шоу «БК», 15.03.07.)*

– *You always look good to me. Wherever you not good look? (Ток-шоу «TOWS», 12.03.07.)*

Комплимент является, прежде всего, проявлением внимания к партнеру.

– *Вы потрясающе выглядите. У Вас осанка великолепная! (Ток-шоу «БК», 20.06.07.)*

– *How glamorous has your life become now? (Ток-шоу «TOWS», 9.09.07.)*

– *Oh, it's very glamorous! It's nicely glamorous. (Ток-шоу «TOWS», 9.02.06.)*

В русском ток-шоу чаще встречаются следующие интенсификаторы: *очень, потрясающе, невероятно, безумно,*

гораздо. В американском ток-шоу зафиксированы такие интенсификаторы, как *very, so, really, pretty, nicely*. Далее приведём количественное соотношение русских и американских интенсификаторов (диаграмма № 4).



Диаграмма 4. Количественное соотношение русских и американских интенсификаторов

Итак, лексико-грамматические особенности комплимента, похвалы выражаются в использовании экспрессивных существительных, экспрессивно-оценочных прилагательных, интенсификаторов и глаголов.

Синтаксические средства выражения комплимента, похвалы

Как правило, комплимент выражен либо повествовательным предложением, либо восклицательным предложением. Русские коммуниканты чаще американцев используют восклицательные предложения и риторические вопросы. Риторический вопрос является более экспрессив-

ным по сравнению с повествовательным предложением, так как экспрессивный потенциал вопросов данного типа заложен в самой сущности синтаксической структуры:

– *О чём можно ещё говорить со счастливыми людьми?* (Ток-шоу «БК», 14.04.07.)

Зафиксированы случаи синтаксического оформления комплимента, похвалы в виде отрицательного предложения:

– *Nothing but the best for you.* (Ток-шоу «TOWS», 7.03.07.)

Устойчивое выражение «nothing but» понимается как «only».

В структуре комплимента и похвалы выявлены следующие конструкции:

1. Мест. + прилаг. / Pr. + Adj.

– *You are awesome!* (Ток-шоу «TOWS», 10.05.06.)

– *Вы великолепны!* (Ток-шоу «БК», 07.04.07.)

2. Мест. + прил. + сущ. / Pr. + Adj. + N.

– *Ты молодец!* (Ток-шоу «БК», 12.02.07.)

– *You are a hero!* (Ток-шоу «TOWS», 05.05.07.)

3. Мест. + сущест. / Pr. + N.

– *Вы потрясающая женщина.* (Ток-шоу «БК», 5.04.05.)

– *You are an incredible person.* (Ток-шоу «TOWS», 12.08.07.)

4. (Относит.) Мест. + прил. / Pr. + Adj.

– *Какая Вы красивая!* (Ток-шоу «БК», 10.06.07.)

– *How lucky you are!* (Ток-шоу «TOWS», 10.03.06.)

5. Мест. + глагол-связка + прил./сущ. / Pr. + link V + Adj./N.

– *Вы выглядите великолепно!* (Ток-шоу «БК», 11.02.07.)

– *You look great!* (Ток-шоу «TOWS», 08.02.06.)

Проанализировав синтаксические структуры комплимента и похвалы в русском ток-шоу и «TOWS», мы отразили частотность данных конструкций (диаграмма № 5).

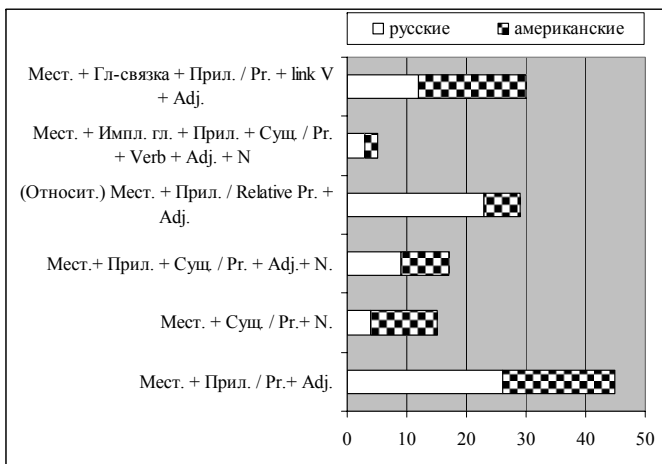


Диаграмма 5. Частотность употребления синтаксических конструкций похвалы и комплимента в русском и американском ток-шоу

Резюмируя вышеизложенное отметим, что конструирование «положительного образа» собеседницы заключается в балансировании между сохранением «социального лица» и сохранением «индивидуального лица». В русском ток-шоу предпочтение отдаётся сохранению «социального лица» (общее количество стратегий – десять); а в американском ток-шоу уделяется преимущественное внимание сохранению «индивидуального лица» (шесть стратегий). Общее число стратегий в русском ток-шоу четырнадцать, а в американском ток-шоу – лишь десять. В русском ток-шоу было зафиксировано 23 тактики комплимента и 18 тактик похвалы, а в американском ток-шоу – 16 тактик комплимента и 38 тактик похвалы. Это объясняется тем, что в русском ток-шоу применяются стратегии по восстановлению «положительного образа» интервьюируемой.

В русском ток-шоу зафиксировано больше тактик комплимента и меньше тактик похвалы, чем в американском ток-шоу. В русском ток-шоу стратегии, представляющие угрозу потери «положительного образа», реализуются чаще, чем в американском ток-шоу. Перечень выяв-

ленных тактик комплимента и похвалы показывает, что опознание коммуникативной задачи происходит на основе учета прагматических особенностей высказываний.

В работе также подробно охарактеризована языковая манифестация стратегий и тактик создания «положительного образа» собеседницы с описанием их грамматических характеристик и частотности встречаемости. Выделены морфологические (экспрессивные существительные, экспрессивно-оценочные прилагательные, интенсификаторы, глаголы) и синтаксические средства выражения комплимента, похвалы.

Перспективы предпринятого исследования связаны с дальнейшим разносторонним изучением стратегий конструирования «положительного образа». Особый интерес представляет рассмотрение вопроса о соотношении стратегий и тактик, конструируемых не только женщинами, но и мужчинами в моно- и полигендерном режимах в русской и американской лингвокультурах.

ЛИТЕРАТУРА:

- Акишина А.А., Формановская Н.И.. Русский речевой этикет. – М.: Русский язык, 1986. – 183 с.
- Анисимова, Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). – М. : Академия, 2003. – 128 с.
- Апресян, Ю. Д. Перформативы в грамматике и словаре // Известия АН ССР. Серия литературы и языка. – 1986. – Т. 45, № 3. – С. 208–223.
- Аронсон, Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. – М. : Аспект Пресс, 1998. – 517 с.
- Бабушкин А.П. «Возможные миры» в семантическом пространстве языка. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2001. – 86 с.
- Баранов А.Г. Когнитивность текста // Жанры речи. – Саратов: Колледж, 1997. – Вып.1. – с. 4-12.
- Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М. : Прогресс, 1989. – 616 с.
- Берн Э. Игры, в которые играют люди. – Екатеринбург : ЛИТУР, 2001. – 576 с.
- Богданов В.В. Речевое общение: Прагматические и семантические аспекты. – Ленинград: Ленинград. гос.ун-т, 1990. – 88с.
- Богин Г. И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текстов : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Г. И. Богин. – Л., 1984. – 30 с.
- Богданов В.В. Семантико-синтаксическая организация предложения. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1977. — 204 с.
- Васильев Л.Г. Лингвистические аспекты понимания: Дис. ... докт. филол. наук. – Калуга: Калужск. гос. пед. ун-т, 1999. – 251 с.
- Васильев Л.Г. Аспекты аргументации. – Тверь: Тверск. гос. ун-т, 1992. – 42с.
- Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М. : Рус. словари, 1997. – 411 с.
- Вежбицка А. Речевые жанры. (Перевод В.В. Дементьева) // Жанры речи. – Саратов: Колледж. – 1997. – 211 с.
- Вейнрейх У. Опыт семантической теории // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1981. Вып.10. Лингвистическая семантика. – С. 50-176.
- Вендлер, З. Иллокутивное самоубийство // Новое в зарубежной лингвистике /. сост. и вступ. ст. Н. Д. Арутюновой и Е. В. Падучевой ; под общ. ред. Е. В. Падучевой. – М., 1985. – Вып. 16: Лингвистическая прагматика. – С. 138-152
- Виссон Л. Русские проблемы в английской речи. Слова и фра-

зы в контексте двух культур. Пер. с англ. Изд. 4-е, испр. – М.: Р. Валент, 2007. – 192 с.

Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – М.: Наука, 1985. – 228 с.

Воркачев, С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт : становление антропоцентр. парадигмы в языкознании // Филологические науки. – 2001. – № 1. – С. 64–72.

Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. – М.: Наука, 1980. – 104 с.

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М.: Канон Пресс-Ц, 2000. – 304 с.

Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике / сост. и вступ. ст. Н. Д. Арутюновой и Е. В. Падучевой ; под общ. ред. Е. В. Падучевой. – М., 1985. – Вып. 16: Лингвистическая прагматика. – С. 217–237.

Гришаева Л. И. Введение в теорию межкультурной коммуникации : учеб. пособие / Л. И. Гришаева, Л. В. Цурикова. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2003. – 369 с.

Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 352 с.

Давыдова Т.А. Речевой акт упрека в английском языке: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Иркутск, 2003. – 16с.

Дементьев В.В. Изучение речевых жанров в России: аспект формализации социального взаимодействия // Анталогия речевых жанров: повседневная коммуникация. – М.: Лабиринт, 2007. – с. 39-61.

Дементьев В.В., Седов К.Ф. Социопрагматический аспект теории речевых жанров. – Саратов: изд-во Саратовск. пед. Института, 1997. – 107с.

Демьянков В.З. Конвенции, правила и стратегии общения (интерпретирующий подход к аргументации) // Известия АН СССР. – Сер. Литературы и языка. – 1982. – Т.41. - №4. – с.327-337.

Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация : сб. работ /под ред. В. И. Герасимова. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с.

Дьячкова И. Г. Высказывания – похвалы и высказывания – порицания как речевые жанры в современном русском языке : дис. ...канд. филол. наук. – Омск, 2000. – 127с.

Дьячкова И.Г. Похвала и порицание как речевые жанры (прагматический анализ) // Вестник Омского ун-та. – Вып. 3. – С. 55–58.

Жельвис В.И. Слово и дело: юридический аспект сквернословия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics2/zhelvis-00.htm>. (дата обращения:

15.05.2010).

Земская Е.А. Категория вежливости в контексте речевых действий // Логический анализ языка. Язык речевых действий. – М. : Наука, 1994. – С. 131–136.

Еемерен Ф.Х., Гроотендорст Р., Хенкеманс Ф.С. Аргументация: анализ, проверка, представление. Пер. с англ. – СПб.: С.-Петербургск. Гос. ун-т, 2002. – 154 с.

Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 4-е, стереотипное. – М.: КомКнига. – 2006. – 288 с.

Карасик В.И. Язык социального статуса. – М. : ИТДГК Гнозис, 2002. – 330 с.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.

Касьянова Ю.И. Структурно-семантический анализ аргументации в монологическом тексте : дис. ... канд. филол. Наук. – Ижевск: Удмуртский гос. ун-т, 2008. – 158 с.

Кашкина О. В. Я-концепт сквозь призму самооценочных высказываний // Вестник ВГУ. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2004. – № 1. – С. 47–53.

Киселев И. Ю. Формирование идентичности в российской провинции. – М.; Ярославль : Ин-т психологии РАН, 2001. – 152 с.

Киселева Л.А. Вопросы теории речевого воздействия. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1978. – 160 с.

Кобозева И.М. Лингво-прагматический аспект анализа языка СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text12/08.htm>. (дата обращения: 10.10.2009).

Козлова М.С. Философия и язык. – М.: Мысль, 1972. – 254 с.

Колосов, С. А. Конструирование социальной ненависти в дискурсе : дис. ... канд. филол. наук. – Тверь, 2004. – 156 с.

Кочетова, Л. А. Коммуникативные стратегии в англоязычном рекламном дискурсе // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности : сб. науч. тр. – Волгоград, 2001. – С. 133–141.

Крысин Л.П. Социальный аспект владения языком [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://destructionen.narod.ru/krysyn_cozialnyje_rol_i.htm. (дата обращения: 20.10.2009).

Куриной И. Конец массы? : новый социальный феномен – блог – ставит под сомнение будущее традиционных СМИ [Электронный ресурс] // Независимая газета. – 2004. – Режим доступа: http://www.ng.ru/internet/2004-11-12/11_massa.html. (дата обращения: 10.03. 2011)

Кушнир А. Чат как драма [Электронный ресурс]. – Режим дос-

тупа: http://www.litera.ru/slova/gomy/eg_gb.html. (дата обращения: 23.09.2005)

Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.fictionbook.ru/author/tatyana_viktorovna_larina/kategoriya_vejlivosti_i_stil_kommunikacii/read_online.html?page=3. (дата обращения: 19.05.2010).

Ларина Т.В. Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах: Монография. – М.: Изд-во РУДН, 2003. – 315 с.

Макаров М. Л. Основы теории дискурса. – М. : ИТДК «Гнозис», 2003. – 280 с.

Макаров М. Л. Языковое общение в малой группе : дис. ... д-ра филол. наук. – Тверь, 1997. – 443 с.

Милютинская Н.Ю. Фонетическая культура речи как стилиобразующий фактор речевой коммуникации // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». – 2010. – Вып. 2. – С. 129–134.

Минский М. Фреймы для представления знаний : пер. с англ. – М. : Энергия, 1979. – 152 с.

Нестеров В. Карнавальная составляющая как один из факторов коммуникативного феномена чатов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.medicinform.net/comp/comp_psych14.htm. (дата обращения: 03.02.2011)

Николаева Т.М. Лингвистическая демагогия // Прагматика и проблемы интенциональности : сб. науч. тр. – М., 1988. – С. 161–178.

Остин, Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике / сост. и вступ. ст. И. М. Кобозевой, В. З. Демьянкова ; общ. ред. Б. Ю. Городецкого. – М., 1986. – Вып. 17: Теория речевых актов. – С. 22–164.

Петрова, А. А. Дисциплинарный дискурс социологии Интернета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://knowledge.isras.ru/sj/sj4-03pet/html>. (дата обращения: 25.07.2007)

Поселенова А.В. Прагмалингвистическая типология вариантов речевого поведения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.igro.ru/library/articles/poselenova/>. (дата обращения: 19.10.2008).

Поселенова А.В. Речевой портрет агрессивной коммуникативной личности // Язык. Культура. Коммуникация : материалы науч.-практ. конф. – Ижевск, 2009. – Ч. 2. – С. 200–205.

Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 328 с.

Пушкин А. А. Способ организации дискурса и типология языковых личностей // Язык, дискурс, личность : межвуз. сб. науч. тр. / Твер. гос. ун-т ; [редкол.: И. П. Сусов (отв. ред.) и др.]. – Тверь : ТвГУ, 1990. – С. 50–60.

Романов А. А. Прагматические особенности перформативных высказываний / Прагматика и семантика синтаксических единиц / М-во высш. и сред. спец. образования РСФСР. Калинин. гос. ун-т ; редкол.: И. П. Сусов (отв. ред.) [и др.]. – Калинин, 1984. – С. 86–92.

Романов А.А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения. – М.: Ин-т языкознания АН СССР, 1988. – 183с.

Ручкина Е.М. Лингво-аргументативные особенности стратегий вежливости в речевом конфликте (на материале педагогического дискурса): Дис. ... канд. филол. наук. – Калуга: Калужский гос. пед. ун-т, 2009. – 183 с.

Серль Дж.Р. Косвенные речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1986. – Вып. 17. Теория речевых актов. – С. 195–283.

Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике / сост. и вступ. ст. И. М. Кобозевой, В. З. Демьянкова ; общ. ред. Б. Ю. Городецкого. – М., 1986 (а). – Вып. 17: Теория речевых актов С. 151–169.

Серль Дж. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – с. 151-170.

Скребнев Ю. М. Введение в коллоквиалистику. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1985. – 211 с.

Степанов Ю. С. Семиотическая структура языка: три функции и три формальных аспекта языка // ИАНСЛЯ. – 1973. – Т. 32, вып. 4. – С. 340–355.

Сусов И. П. Семантика и прагматика предложения. – Калинин : КГУ, 1980. – 51 с.

Сусов И.П. К взаимоотношению синтаксиса и семантики // Вопросы английской и французской филологии. – Тула: Тульск. гос. пед. ин-т, 1971. – С.3-23.

Сусов И.П. Семантическая структура предложения: На материале простого предложения в современном немецком языке. – Тула: Тульск. гос. пед. ин-т, 1973. – 141 с.

Черкасская Н.Н. Стратегии и тактики в апеллятивном речевом жанре: дис. ... канд. филол. наук. – Ижевск: Удмуртский гос. ун-т, 2009. – 201 с.

Шаронов И.А. О допустимой резкости в русских стратегиях ведения диалога // Фразеология в контексте культуры : сб. научн. тр. – М., 1999. – С. 58–62.

Шенк Р. Обработка концептуальной информации / Р. Шенк. – М. : Энергия, 1980. – 360 с.

Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Анталогия речевых жанров: повседневная коммуникация. – М.: Лабиринт, 2007. – с. 81-89.

Федосюк М.Ю. Исследование средств речевого воздействия и теории речевых жанров // Жанры речи. – Саратов: Колледж, 1997. – 200 с.

Филлмор Ч. Дело о падеже // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1981. Вып.10. Лингвистическая семантика. – С.369-495.

Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. – М.: Высш. шк., 1989. – 159 с.

Хомский Н. Аспекты теории синтаксиса. – М.: Изд-во Моск. университета, 1972. – 257 с.

Anderson J.M. On Case Grammar: Prolegomena to a Theory of Grammatical Relations. – London: Croom Helm; Atlantic Highlands, New Jersey: Humanities, 1977. – 313 p.

Blood, R. Ten Tips for a Better Weblog [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rebeccablood.net/essays/ten_tips.html. (дата обращения: 05.04.2011)

Brown P. Universals of language usage: politeness phenomena // Goody, E. Questions of Politeness: Strategies in Social Interaction / E. Goody. – London ; New York : Cambridge University of new York Press, 1996. – 238 p.

Brown P., Levinson S. Politeness: Some universals in language usage. Cambridge U.P., 1987. – 500 p.

Carbough D. A. Situating selves : the communication of social identities in American scenes. – Albany ; New York : State University of New York press, 1996. – 238 p.

Carter R. and McCarthy M. Exploring Spoken English. – Cambridge: Cambridge University Press, 1997. – 250 p.

Fiengo R. On Trace Theory // Linguistic Inquiry. 1977. Vol.8. No.1. P.35-81.

Fodor J.D. Semantics: Theories of Meaning in Generative Grammar. – 2-nd ed. – Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1980. – 225 p.

Goffman, E. On Face-work : an analysis of ritual elements in social interaction // Communication in Face-to-Face Interaction. – Harmondsworth : Penguin, 1972. – P. 319–346.

- Gruber J.S. *Lexical Structures in Syntax and Semantics*. – Amsterdam: North-Holland Publishing Co., 1976. – 375 p.
- Halliday M.A.K. *Notes on Transitivity and Theme in English, Part 1*. // *Journal of Linguistics*. 1967. No.3. P.137-181.
- Harris Z. *Methods in Structural Linguistics*. – Chicago: Chicago University Press, 1951. – 384 p.
- Jackendoff R.S. *Semantic Interpretation in Generative Grammar*. – Cambridge, Mass.: MIT Press, 1972. – 400 p.
- Johnson-Laird, P. N. *Mental Models // Foundations of cognitive science / eds. M. I. Posner*. – Cambridge, 1989. – P. 469–499.
- Katz J.J. *Interpretative Semantics vs. Generative Semantics // Foundations of Language*. 1970. Vol.6. No.2. P.220-259.
- Katz J.J. *Generative Semantics is Interpretive Semantics // Linguistic Inquiry*. 1971. Vol.2. No.3. P.313-331.
- Katz J.J. *Semantic Theory*. – New York etc.: Harper and Row, 1972. – 464 p.
- Katz J.J. *Propositional Structure and Illocutionary Force: A Study of the Contribution of Sentence Meaning to Speech Acts*. – Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1977. – 249 p.
- Katz J.J. *On Chomsky // Language*. 1980. Vol.56. No.1. P.1-41.
- Katz J.J., Fodor J.A. *The Structure of a Semantic Theory // Language*. 1963. Vol.39. No.2. Pt.1. P.170-210.
- Katz J.J., Postal P.M. *An Integrated Theory of Linguistic Descriptions* – Cambridge, Mass.: MIT Press, 1964. – 176 p.
- Lakoff G. *Global Rules // Language*. 1970. Vol.46. No.3. P.627-639.
- Langendoen D.T. - *Journal of Philosophy*. 1978. Vol.78. No.5. P.270-279.
- Leech G.N. *Principles of pragmatics*. – London and New York : Longman, 1983. – 257 p.
- Lyons J. *Semantics*. – London etc.: Cambridge University Press, 1977, vol.1-2. – 897 p.
- Markus, H. *Possible selves // American Psychologist*. –1986. – № 41. – P. 954–969.
- McCawley J.D. *Lexical Insertion in a Transformational Grammar without Deep Structure // Papers from the Fourth Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society / Ed. by B.J. Darden et al.* – Chicago: University of Chicago Press, 1968. – P.71-60.
- Newmeyer F.J. *Linguistic Theory in America: The First Quarter-Century of Transformational Generative Grammar*. – New York etc.: Acad. Press, 1980. – 290 p.

Pomerantz A. “Compliment responses: Notes on the cooperation of multiple constraints” // *Studies in the Organization of Conversational Interaction*. – New York: Academic Press, 1978. – 700 p.

Ross J.R. On the Cyclic Nature of English Prominalization // *Modern Studies in English* / Ed. by D. Reibel, S. Schane. – Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1969. – P.187-200.

Semantics: An Interdisciplinary Reader in Philosophy, Linguistics and Psychology / Ed. by D.D. Steinberg, L.A. Jacobovits. – Cambridge: Cambridge University Press, 1971. – 603 p.

Toulmin S. *The Uses of Argument*. – Cambridge: Cambridge University Press, 1958. – 264 p.

Wierzbicka A. *Understanding cultures through their key words: English, Russian, Polish and Japanese*. N.Y. – London: Oxford University Press, 1997. – 300 p.

СЛОВАРИ:

ИС – Баранов О.С. *Идеографический словарь русского языка 2008* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.thesaurus1.narod.ru/>. (дата обращения: 27.04.2010).

БТСРЯ – *Большой толковый словарь русского языка* / Сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб. : Норинт, 1998 – 1536 с.

Григорьева С.А. *Словарь языка русских жестов* / С. А. Григорьева, Н. В. Григорьев, Г. Е. Крейдлин. – М. : Языки рус. культуры; Вена : Вен. славист. альм., 2001. – 256 с.

Словарь русских синонимов [Электронный ресурс] / разработ. Jeck labs. – Режим доступа: <http://jeck.ru/tools/SynonymsDictionary/>. (дата обращения: 07.06. 2009).

ТСОж – *Толковый словарь Ожегова* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ozhegova-slovar.ru/search/>. (дата обращения: 27.04.2010).

ТСОиШ – *Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка : 41089 слов. ст.* [Электронный ресурс] / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – Режим доступа: <http://ozhegov.info/>. (дата обращения: 27.04.2010).

ТСУ – *Толковый словарь Дмитрия Ушакова* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ushakova-slovar.ru/>. (дата обращения: 27.04.2010).

LAROUSSE – *Dictionnaire encyclopédique Larousse* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/blame>. (дата обращения: 27.04.2010).

CNRTL – *Dictionnaire du centre national de ressources textuelles et*

lexicales [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cnrtl.fr/definition/blame>. (дата обращения: 15.01.2010).

CRISCO – Dictionnaire des synonymes du Centre de Recherche Inter-langues sur la Signification en COntexte [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.crisco.unicaen.fr>. (дата обращения: 15.01.2010).

ENCARTA – Dictionnaire MSN Encarta en français [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://fr.encarta.msn.com/dictionary/_/blame.html.

LDOCE – Longman Dictionary of Contemporary English. – England: Pearson Education, 2005. – 1949 с.

ИСТОЧНИКИ ПРАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

Абдуллаев Ч.А. Самое надежное. – М. : АСТ, 2001. – 224 с.

Вильмонт Е.Н. Крутая дамочка, или Нежнее, чем польская панна [Электронный ресурс] // LoveRead.ru : онлайн б-ка. – Режим доступа: <http://www.loveread.ru/>. (дата обращения: 23.01.2010).

Вильмонт Е.Н. Полоса везения, или все мужики козлы. – М. : АСТ, 2004. – 316 с.

Дашкова ЗП – Дашкова П.В. Золотой песок. В 2 т. Т. 1. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2001. – 320 с.

Дашкова КН – Дашкова П.В. Кровь нерожденных. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2001. – 352 с.

Донцова ЖММ – Донцова Д.А. Жена моего мужа [Электронный ресурс] // Альдебаран : онлайн б-ка. – Режим доступа: <http://aldebaran.ru/det/donc/donc5/?2>. (дата обращения: 19.10.2009).

Донцова МХС – Донцова Д.А. Монстры из хорошей семьи. – М. : Эксмо, 2007. – 384 с.

Донцова СМС – Донцова Д.А. Синий мопс счастья. – М. : Эксмо, 2006. – 352 с.

Донцова НГ – Донцова Д.А. 13 несчастий Геракла. – М. : Эксмо, 2003. – 384 с.

Донцова ТБ – Донцова Д.А. Тушканчик в бигудях. – М. : ЭКСМО, 2004. – 384 с.

Донцова ФЛЭ – Донцова Д.А. Фигура легкого эпатажа. – М. : Эксмо, 2006. – 384 с.

Иванов Д. Команда [Электронный ресурс] // Грамотей : онлайн б-ка. – Режим доступа: <http://www.gramotey.com/books/>. (дата обращения: 25.02.2010).

Кивинов А.В. Каникулы строгого режима [Электронный ресурс] // LoveRead.ru : онлайн б-ка. – Режим доступа:

http://www.loveread.ru/index.php?id_genre=26. (дата обращения: 05.05.2010).

Константинов А. Дело о пожаре в редакции [Электронный ресурс] // Грамотей : онлайн б-ка. – Режим доступа: <http://www.gramotey.com/books/>. (дата обращения: 25.02.2010).

Леонов Н. Особо важное дело. – М. : Эксмо, 2003. – 320 с.

Морозова Т.Ю. Три грации [Электронный ресурс] // Эл. Б-ка Мошкова. – Режим доступа: http://lit.lib.ru/m/morozowa_t_j/text_0030.shtml. (дата обращения: 15.05.2010).

Никольская Н. Двойной портрет. Любой ценой. – М. : АСТ, 2001. – 317 с.

Стругацкий, А.Н. Гадкие лебеди [Электронный ресурс] // Альдебаран : онлайн б-ка. – Режим доступа: <http://aldebaran.ru> (дата обращения: 05.05.2009).

Arriba S. de. L'Enfant du Rhone . – VD, Suisse : EDITIONS MON VILLAGE SA, 1989. – 224 p.

Clavel B. Cargo pour l'enfer . – Paris : Albin Michel, 1993. – 277 p.

Gavalda A. Ensemble, c'est tout. – Paris : J'ai lu, 2004. – 574 p.

Jardin A. Fanfan. – Paris : FLAMMARION, 1990. – 234 p.

Levy PF – Levy M. La prochaine fois. – Paris : Robert Laffont, 2004. – 259 p.

Levy SJ – Levy M. Sept jours pour une éternité. – Paris : Robert Laffont, 2002. – 311 p.

Levy VR – Levy M. Vous revoir. – Paris : Robert Laffont, 2005. – 306 p.

Musso EA – Musso G. Et après... . – Paris : XO, 2004. – 357 p.

Musso PJT – Musso G. Parce que je t'aime. – Paris : XO, 2007. – 314 p.

Nothomb A. Mercure [Электронный ресурс] // Грамотей : онлайн б-ка. – Режим доступа: <http://www.gramotey.com/books/>. (дата обращения: 12.04.2010).

Pancol K. Les Yeux jaunes des crocodiles. – Paris : Albin Michel, 2006. – 666 p.

Pennac AF – Pennac D. Aux fruits de la passion . – Paris : Gallimard, 1999. – 223 p.

Pennac FC – Pennac D. La fée carabine. – Paris : Gallimard, 2007. – 310 p.

Schmitt E.–E. Oscar et la dame rose. – Paris : Albin Michel, 2002. – 100 p.

Vargas F. L'homme à l'envers. – Paris : J'ai lu, 1999. – 318 p.

Werber В. L'empire des anges [Электронный ресурс] // Грамотей : онлайн б-ка. – Режим доступа: <http://www.gramotey.com/books/>. (дата обращения: 22.02.2009).

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Раздел I.	
I.I. Кросс культурное сопоставление языковых кодов близкородственных языков: методы исследова- ния.....	7
I.II. Стереотипы в межкультурной коммуника- ции.....	32
I.III. Прагматические аспекты западно- и восточно- сла- вянских переводов Библии 17в. : к вопросу о диалоге куль- тур.....	71
Раздел II.	
II.I. Прагматические особенности языковой картины мира молодежи Беларуси в условиях двуязычной коммуникации.....	95
II.II. Этнический концепт «FROMAGE» (СЫР) во французской наивной кртинe мира: прагматико-когнитивный аспект.....	123
II.III. Концепт «ДОМ» в разных лингвокульту- рах.....	133
Литература.....	147
Раздел III.	
III.I.К оценке научного социоцентризма в американской лингвистике.....	157
III.II.Способы выражения неодобрения во французском и русском языках.....	188
III.III. Прагматический аспект конструирования иден- тичности в электронной коммуникации.....	262
III.IV. Стратегии и тактики, реализуемые в апеллятив- ном речевом жанре.....	285
III.V. Тактика комплимента и похвалы в конструирова- нии «положительного образа» женщины-собеседницы.....	301
Литература.....	353

Научное издание

**Мерзлякова Альфия Хамитовна,
Руденко Елена Николаевна,
Кожина Алла Андреевна
Железнова Юлия Владимировна,
Ивашина Наталья Васильевна,
Васильев Лев Геннадьевич,
Громова Венера Мирзануровна
Русанова Ирина Юрьвна,
Черкасская Наталья Николаевна,
Галимова Зульфия Фирдавиевна**

**ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ ЯЗЫКОВЫХ КАРТИН
МИРА:
ДИНАМИКА И СОПОСТАВЛЕНИЕ**
Монография

Отпечатано в авторской редакции с оригинал макета заказчика

Подписано в печать . Формат 60 x 84 ¹/₁₆.
Усл. печ. л. Уч.-изд. л. Печать офсетная.
Тираж 500 экз. Заказ №
Издательство «Удмуртский университет»
426034, Ижевск, Университетская, 1.