

## Оглавление<sup>1</sup>

### Подсекция «Общее и сравнительно-историческое языкознание»

<i>Аишапова А.Х.</i> Некоторые аспекты семантической выраженности кондициональности в сложноподчиненных предложениях (на материале разноструктурных языков).....	207
<i>Богатырев А.В.</i> Аргумент к традиции в жанре судебной защитительной речи.....	209
<i>Галуцких И.А.</i> Формирование и эволюция исторического ядра лексической системы: ретроспектива и перспектива.....	211
<i>Гилязова Э.Н.</i> Мотивированность и апплицируемость фразеологических единиц с компонентом «предметы быта» в татарском и немецком языках.....	214
<i>Гончарова О.В.</i> Стилистическая обусловленность просодии побуждения в условиях кабардино–черкесской интерференции (на материале побудительных фраз с различной степенью императивности)	216
<i>Киркина Ю.Г.</i> Типы контекстов, способствующих зарождению эмбрионов полисемов.....	217
<i>Коваль П.А.</i> Система топов государственной пропаганды (на примере недавно образовавшихся стран).....	218
<i>Козлова А.М.</i> Динамика стиля рекламного плаката на материале рекламных плакатов Сбербанка РФ.....	220
<i>Павлова Ф.С.</i> Семантическая мотивация якутских прозвищ (на примере Кобяйского улуса Республики Саха (Якутия)).....	222
<i>Павлушкова Е.Н.</i> Развитие содержания понятия труд в русской языковой картине мира.....	224
<i>Ромазанова О.В.</i> Обращения в ситуациях общения с незнакомым адресатом в английском и татарском языках.....	226
<i>Седова С.Д.</i> Лингвоперсоналогическое описание списков ключевых слов.....	229

---

<sup>1</sup> Внимание! Страницы электронной версии не совпадают со страницами опубликованного сборника секции «Филология»!

## ОБЩЕЕ И СРАВНИТЕЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

### Некоторые аспекты семантической выраженности кондициональности в сложноподчиненных предложениях (на материале разноструктурных языков)

*Аиранова Алсу Халиловна*

*К.ф.н., Татарский государственный гуманитарно-педагогический университет, Казань*

Язык выступает для носителей языка средством выхода на образ мира, т. е. на действительность, где особо важную роль играют разные формы репрезентации мира. Восприятие, концептуализация мира отражается в существовании такой универсальной понятийной категории, как кондициональность. В картине мира данное понятие занимает одно из центральных мест, наряду с такими категориями как причина, действие, время, цель, свойство и др. Функционально-семантическое поле кондициональности / условности отражают типичную человеческую способность размышлять в гипотетических ситуациях, в них проявляется общность мыслительной деятельности, выявляется роль мыслительных структур.

Функционально-семантическое поле кондициональности – это комплексная система, состоящая из ряда самостоятельных полей, организованных по принципу иерархичности, в частности одним из важных полей, которое обладает самостоятельным набором грамматических признаков, является поле сложноподчиненного предложения.

Внимание к сложноподчиненным предложениям со значением условия объясняется их важностью при разгадывании некоторых из тайн речемыслительной деятельности, а также они составляют одну из основных групп придаточных с большой семантической емкостью и многоликостью.

Сложноподчиненные предложения условия – это предложения, придаточная часть которых указывается на условие, при котором могло, может совершиться или имеет место то, о чем говорится в главной части.

Специфика семантики сложноподчиненных предложений кондициональности заключается в том, что она создается «в результате взаимодействия двух обстоятельственных значений (сем), где каждая из сем взаимодействует, взаимопредполагает друг друга» [Андромонова].

Сложноподчиненные предложения кондициональности составляют ядро функционально-семантического поля кондициональности. Данный тип предложений обладает максимальным рядом маркировочных признаков и представляет собой целостную структуру, части которой наиболее эксплицитно, однозначно и развернуто отражают условные отношения и поэтому являются более приспособленными для выражения кондициональности.

Нами рассматриваются кондициональные отношения в таких разноструктурных языках, как русский, татарский и английский.

Кондициональность в таких разноструктурных языках, как русский, татарский и английский, оформляется различными способами, т. к. каждый язык обладает своим арсеналом средств для выражения исследуемой семантики. Маркером связи придаточной части с центром подчинения в разных языках могут служить предлоги, служебные слова, союзные скрепы, союзы в сочетании с глагольными аффиксами, частицы, послелого и т. д. Таким образом, для выражения условности существуют релятивы:

1. Аналитические показатели:

- одноименные релятивы в русском и английском языке, функтивы в татарском языке;
- двухместные (союзные скрепы).

2. Синтетические – морфологические – показатели в татарском языке:

Сложноподчиненные предложения кондициональности в разноструктурных языках характеризуется как общими (универсальными), так и различительными (специфическими) признаками. Универсальными признаками для них являются:

- выражение условных отношений;
- наличие в составе предложений минимум двух предикативных единиц;
- наличие средств связи с кондициональной семантикой;
- наличие грамматического подлежащего и сказуемого в предикатной единице;
- наличие категорий времени и наклонения сказуемого в каждой из предикативных единиц.

Сложноподчиненные предложения с условной семантикой в разноструктурных языках различаются по следующим признакам:

- средствами связи придаточной части с центром подчинения;
- морфологическими характеристиками сказуемого придаточной части;
- структурно-семантическим типом;
- порядком следования частей сложного предложения;
- стилистическими особенностями;
- степенью распространения (т. е. статистическими особенностями).

Данные признаки являются важными для природы рассматриваемых единиц и отображают их структурно-семантические особенности.

В исследуемых языках сложноподчиненные предложения с семантикой кондициональности обладают следующими особенностями:

- в них четко выделяются две части условных конструкций;
- есть формальный показатель;
- по своему статусу формальный показатель связи при его наличии является подчинительным;

- в русском и английском языках в обеих частях условных конструкций употребляются финитные формы, в татарском языке употребляются нефинитные формы.

*Литература*

Андрамонова Н.А. Сложные предложения, выражающие обстоятельственные отношения в современном русском языке. М., 1977.

**Аргумент к традиции в жанре судебной защитительной речи**

**Богатырев Александр Валерьевич**

*Студент Волгоградского государственного педагогического университета, Волгоград*

На рубеже XX–XXI вв. необходимость в изучении различных видов речевой коммуникации растет, что обусловлено «политическими переменами, которые делают более востребованным искусство публичного доказательства» [Хазагеров, Лобанов: 30]. В настоящее время в России идет формирование «другого» вида риторики – юридической [Львов: 56], приходящей на смену традиционной судебной. Это повлекло возрастание интереса современной лингвистики к новым проблемам искусства красноречия.

Наш научный интерес связан с психологической аргументацией. Мы предлагаем рассмотреть функционирование *аргумента к традиции* в жанре судебной защитительной речи, при этом попытаемся показать взаимодействие и взаимозависимость композиции речи, аргументации и экспрессивно-выразительных средств современного русского языка. Материалом исследования послужили выступления известных судебных юристов конца XX в.: О.В. Дервиза «Речь в защиту Васильевой» и В.Л. Россельса «Речь в защиту Семеновых».

Традиция представляет собой «анонимную, стихийно сложившуюся систему образцов, норм, правил и т. п., которой руководствуется в своем поведении достаточно обширная и устойчивая группа людей» [Ивин: 108]. *Аргумент к традиции* является наиболее значимым и часто употребляемым из всех контекстуальных аргументов. Более того, традиция тем или иным образом связана со всеми остальными контекстуальными аргументами [Ивин: 107].

Исходя из композиционного деления судебных речей, предложенное Н.Н. Ивакиной [Ивакина: 110–122], можно отметить, что *аргумент к традиции* часто используется в следующих микротемах: 1) анализ причин и условий, способствовавших совершению преступления; 2) мнение о мере наказания.

*Анализ причин и условий, способствовавших совершению преступления.* Данная композиционная часть требует обращения к «человеческой» стороне дела, а следовательно, и широкого применения экс-

прессивно-выразительных средств русского языка. Оратор опирается на традицию как на некий общественный опыт. В защитительной речи О.Д. Дервиз говорит сначала об алкоголизме как о проблеме всего общества, перечисляет вредные последствия, которые влечет за собой это явление, и так подготавливает почву для объяснения причин совершенного преступления.

Многие разводы, выселения из-за невозможного поведения в квартирах, прогулы и другие нарушения трудовой дисциплины на работе, мелкое хулиганство – вот что порождает алкоголь [Ивакина: 347]; **Из скольких семей ушло счастье, сколько** детей лишились отцов, **сколько** людей **потеряли человеческий облик** из-за неумеренного употребления спиртного [Ивакина: 347]. Оба высказывания построены на основе стилистической фигуры градации, но во втором случае к ней присоединяются анафора, олицетворение (счастье ушло), метафора (потеряли человеческий облик). В итоге получается живое повествование, которое включает эмоции аудитории, настраивает публику на нужный лад.

Можно встретить сочетание психологического (в данном случае аргумента к традиции) и логического аргументов: Именно поэтому задача защиты по данному делу трудна и ответственна, **ибо ни в законе, ни в нашем нравственном чувстве** нет и не может быть оправдания для отцеубийцы [Ивакина: 346]. Сочетание логического аргумента (закон) и аргумента к традиции (нравственное чувство) дает стилистическую фигуру контраста амфитезу («фигура контраста, используемая для описания целого путем указания на крайние точки» [Москвин, 2004: 30]), что позволяет более четко выразить идею оратора. Функциональной особенностью аргумента к традиции в данном примере является то, что этот довод, как и в большинстве проанализированных нами случаев его употребления, не содержит в своей конструкции риторических фигур и средств языковой выразительности, а наоборот, сам участвует в формировании стилистической фигуры контраста.

*Мнение о мере наказания.* В данной композиционной части использование *аргумента к традиции* встречается очень редко; носителем традиции уже является, как правило, не общество в целом, а представители суда, т. е. оратор аргументирует к «негласным» законам юридической практики.

Изворачивается человек, лжет, пытается уйти от наказания – одно, раскаивается, правдиво обо всем рассказывает – совсем другое. Это всегда учитывается судом [Ивакина: 350]. Здесь с помощью фигуры контраста, построенной на антитезе и синтаксическом параллелизме, автор четко обрисовывает обстоятельства, принимать во внимание которые не предписано в законодательстве, но является некоей традицией в судебном процессе.

*Аргументу к традиции* близок *аргумент к авторитету* [Ивин, Никифоров: 32], поэтому иногда бывает весьма трудно провести четкую грань между двумя вышеназванными психологическими аргументами: *Наши уголовный закон, товарищи судьи, будучи выражением социалистического гуманизма, требует от вас учета всех смягчающих обстоятельств* [Ивакина: 350]. В этом отрывке авторитетом является закон, абстрактное понятие, которое при помощи олицетворения воспринимается аудиторией как нечто одушевленное, но наряду с этим следование авторитету всегда является некоей традицией. Оратор акцентирует внимание на данном аргументе, используя прием адресации («указание в речи лица, к которому она обращена» [Ивакина: 136]).

В результате исследования мы установили, что средства языковой выразительности, участвуя в формировании *аргумента к традиции*, способствуют усилению воздействия этого довода на аудиторию, но активное использование их в построении данного аргумента нетипично. В некоторых случаях при передаче эмоций аудитории эффективность воздействия увеличивается за счет синтеза тропов и риторических фигур. Наблюдаются единичные примеры, когда *аргумент к традиции* сам становится частью какого-либо риторического построения. Композиционно доводы располагаются в речи неравномерно: можно отметить частотность применения тех или иных психологических аргументов в разных ее частях.

#### Литература

- Ивакина Н.Н. Основы судебного красноречия (риторика для юристов): Учеб. пособие. М., 2007.
- Ивин А.А. Риторика: искусство убеждать: Учеб. пособие. М., 2002.
- Ивин А.А., Никифоров А.Л. Словарь по логике. М., 1997.
- Львов М.Р. Риторика. Культура речи. М., 2003.
- Москвин В.П. Выразительные средства современной русской речи: Тропы и фигуры. Терминологический словарь-справочник. М., 2004.
- Хаззагеров Г.Г., Лобанов И.Б. Риторика. Ростов-на-Дону, 2004.

### Формирование и эволюция исторического ядра лексической системы: ретроспектива и перспектива

*Галуцких Ирина Анатольевна*

*Старший преподаватель Запорожского национального университета, Запорожье, Украина*

Среди подходов к исследованию лингвистических феноменов одним из наиболее популярных является основанный на ядерности / периферийности составляющих системы языка. Несмотря на это, вопрос разграничения ядерных и периферийных единиц является спорным. Изучение в рамках данной парадигмы проводится на материале всех языковых подсистем, но наибольшее количество дискуссий вызывает вопрос трактовки ядра лексической системы языка, о чем свидетельствует наличие целого ряда подходов, среди которых – коммуникативный, системный, исторический и т. п. В соответст-

вии с подходом и задачами выполняемых на материале разных языков исследований авторы различным образом подходят к решению вопроса о формировании и эволюции ядра лексической системы.

Проблема формирования ядра лексической системы рассматривается в соответствии и зависимости от критерия, используемого авторами для определения их понимания термина «ядро» в отношении лексической системы языка, и может выглядеть как процесс искусственного и естественного отбора. Так, в рамках подходов, задачи которых определяются проблемами лексикографирования, выработки метаязыка словарных дефиниций и вопросами образования, формирование ядра представляется процессом искусственным и отбор лексических единиц производится исследователями для прикладных целей. В рамках исторического подхода, в которых ядро лексической системы трактуется как совокупность единиц, проявивших наибольшую степень темпоральной стабильности на протяжении эволюции языка, ход формирования ядра рассматривается иным образом – он предстает как естественный исторических процесс селекции лексем, наиболее приспособленных к функционированию в рамках системы.

Единогласно указывая на темпоральную устойчивость и резистентность к изменениям и замене заимствованиями как на основополагающий признак ядерных лексем, представители исторического подхода, однако, далеко не всегда четко придерживаются обозначенной позиции в ходе эмпирических исследований и описании их результатов.

Был проведен детальный анализ точек зрения лингвистов, работавших в рамках этого подхода, с целью обоснования нового взгляда на проблему эволюционирования ядра лексической системы. Он продемонстрировал, что зачастую авторы выполненных ранее исследований, трактуя термин «ядро лексической системы», пытались привлечь ряд вспомогательных признаков, таким образом, идя вразрез с основным признаком ядерных лексем – устойчивостью [Янко-Триницкая; Hughes]. Следовательно, и сам процесс формирования ядра выглядит весьма неоднозначно, поскольку исследователи указывают на возможность участия в этом процессе неологизмов и заимствований более поздних периодов.

Ход эволюции ядра лексической системы также является вопросом для высказывания противоречивых мнений. Исследователи не только непоследовательны в расстановке приоритетов при выборе основополагающего критерия для отбора ядерных лексем, но, даже подчеркивая главенство критерия устойчивости, нередко высказывают двойственные мнения относительно границ допустимых изменений составляющих ядерного словаря. Происходящие в ядре трансформации рассматриваются в рамках полярных точек зрения – от мнений о полной статичности [Абаев] этого слоя лексики до возможности проникновения в ядро лексических инноваций [Гурычева; Мельцер]. На наш взгляд, такое широкое

понимание способности к развитию несовместимо с понятием ядра лексикона, поскольку противоречит самой идее устойчивости и исконности.

Особый интерес представляют мнения исследователей в отношении характера и механизмов взаимодействия ядерных и периферийных слоев лексической системы. Предшествующий опыт изучения развития ядерных и периферийных участков системы сводился к рассмотрению этого процесса как миграции периферийной лексики в ядро системы и наоборот [Гурычева; Ивлева; Мельцер]. Что касается природы изменений, исследователи представляют ход эволюции ядра и периферии как отличный друг от друга. Подчеркивая «инаковость» организации периферийных классов по отношению к центру и тенденцию периферии организовываться как иная, «зеркальная» по отношению к центру система, авторы делали вывод о том, что, поскольку «в классах периферийных элементов обнаруживаются аномальные структуры, то здесь не выполняются закономерности, присущие центру языка» [Живов]. Таким образом, авторы противопоставляют ядро периферии, акцентируя внимание не на сходных, а на полярных характеристиках ядерных и периферийных элементов и различном направлении их эволюции.

Согласно гипотезе, сформированной на базе результатов исследования особенностей ядра английского лексикона [Скибина], позволивших обосновать системно-эволюционную значимость ядерных элементов английского языка, результаты изучения ядерных элементов лексикона и эволюционных процессов, происходящих в ядре, могут быть экстраполированы на систему языка в целом и ход его развития.

Был детально изучен ход формирования и эволюции ядра лексической системы двух близкородственных языков – английского и немецкого – на протяжении VIII–XX вв. Формирование ядра представляется как процесс отсеивания наименее приспособленных элементов и кристаллизации лексического слоя, наиболее оптимально адаптированных к функционированию в рамках системы. Сущность эволюции ядра заключается в участии его составляющих в словообразовательных процессах, изучение которых позволило утверждать следующее. Тенденции эволюции, присущие лексической системе в целом, «закодированы» в ее ядре, поскольку ядро, с одной стороны, сохраняет наиболее значимые свойства языка, а с другой стороны, представляет собой модель развития языка, являясь участком системы, где формируются и концентрируются процессы, свойственные языку в целом. Данный подход может дать представление о тенденциях развития языка как единого целого и показать, что ни один из процессов в языке не является произвольным, а регулируется в соответствии с рядом закономерностей.

*Литература*

- Абаев В.И. Язык как идеология и язык как техника // Язык и мышление. М. 1934  
Гурычева М. К вопросу о взаимоотношении основного словарного фонда и словарного состава во французском языке // ИЯШ. 1952. № 5.



**Секция «Филология»**

*Подсекция «Общее и сравнительно-историческое языкознание»*

- Живов В.М., Успенский Б.А.* Центр и периферия в свете языковых универсалий // Вопросы языкознания. 1973. № 5.
- Ивлева Г.Г.* Тенденции развития слова и словарного состава (на материале немецкого языка). М., 1986.
- Мельцер Е.М.* Об основном словарном фонде и словарном составе языка // ИЯШ. 1951. № 6.
- Скибина В.И.* Национально негомогенный язык и лексикографическая практика. Запорожье, 1996.
- Янко-Триницкая Н.А.* О границах основного словарного фонда в словарном составе языка (Критико-библиографический очерк) // Вопросы языкознания. 1953. № 6.
- Hughes G.* A history of English words. Oxford, 2000.

**Мотивированность и апплицируемость фразеологических единиц с компонентом «предметы быта» в татарском и немецком языках****Гиляева Эмма Николаевна***Ассистент, Институт экономики, управления и права, Набережные Челны*

Дискуссия на тему мотивированности фразеологизмов имеет давнюю традицию. Уже в работе В.В. Виноградова «Об основных типах фразеологических единиц в современном русском языке» (1947) были выделены два класса фразеологизмов на основе критерия мотивированности: фразеологические общности (немотивированные фразеологизмы), фразеологические единства (мотивированные фразеологизмы). Из-за своей субъективности и невозможности очевидной верификации этот критерий подвергался критике и был надолго исключен из лингвистического описания фразеологизмов. Но с когнитивной точки зрения этот параметр все же релевантен, так как мотивированность фразеологизма влияет на его понимание. Когнитивная лингвистика рассматривает все словосочетания, которые интуитивно воспринимаются взрослым говорящим как в принципе поддающиеся интерпретации, как более или менее мотивированные, прозрачные. Дж. Лакофф говорил о том, что большинство этимологий есть народные этимологии, но для говорящего они являются релевантными [Lakoff].

Любой анализ фразеологизма, так или иначе, предполагает обращение к проблеме его значения. Именно ассоциации ФЕ с прямым значением исходного словосочетания вызывают интуитивное членение семантики ФЕ на части, соотносящиеся со значениями слов, которые воспринимаются как компоненты внутренней формы. Связь между фразеологическим значением и материальной формой ФЕ осуществляется посредством семантических элементов.

Результаты исследования внутренней формы ФЕ весьма продуктивны для сопоставительных исследований во фразеологии. Только в результате такого ретроспективного анализа можно найти те первоначальные тексты, которые дали жизнь современным ФЕ, можно увидеть мир глазами их создателей и понять, как возникло содержание единицы.

В качестве материала исследования нами были отобраны фразеологические единицы с компонентом «предметы быта» в татарском и немецком языках, извлеченные методом сплошной выборки из имеющихся в двух сопоставляемых языках фразеологических и толковых словарей.

Установление параллельности / непараллельности ФЕ с омонимичным свободным сочетанием в нашем исследовании основывается на методе аппликации, предложенном В.П. Жуковым [Жуков]. Обращение к этому методу связано с его достоинствами, которые сводятся к следующим характеристикам:

1) Аппликационный метод в силу своей глубинной многогранности наиболее адекватен изучаемому объекту;

2) Метод в равной мере применим для изучения фразеологии в ее узком и широком понимании;

3) Метод дает возможность для изучения переходных промежуточных единиц в области фразеологии;

4) Данный метод почти идеально сочетается с другими приемами и дополняется ими (напр., с приемом учета словарных толкований, компонентным анализом, методом идентификации и т. д.).

Сущность метода заключается в условном наложении фразеологизма на омонимичное свободное словосочетание «с последующим соизмерением фразеологического значения с системой значения исходных лексем» [Жуков].

Таким образом, поскольку в основе образования многих ФЕ лежат свободные словосочетания, то изучение внутренней формы ФЕ связывается с мотивированностью фразеологизма и с отсутствием или существованием в настоящее время параллельного свободного словосочетания.

Изучая соотношение фразеологизма и слова, мы вслед за В.П. Жуковым выделили два параметра: мотивированность и апплицируемость.

В работе фразеологизмы с компонентом «предметы быта» в татарском и немецком языках были проанализированы на возможность их аппликации на свободное словосочетание и наличие мотивированности в них. В результате в каждом языке было выделено пять групп фразеологизмов: 1) фразеологизмы апплицируемые и мотивированные; 2) фразеологизмы неапплицируемые, но мотивированные; 3) фразеологизмы апплицируемые, но немотивированные; 4) фразеологизмы неапплицируемые и немотивированные; 5) фразеологизмы, апплицируемые и мотивированные только исторически. Рассмотрим выделенные группы на примере ФЕ с компонентом «пыхак / das Messer» – нож.

1. Фразеологизмы апплицируемые и мотивированные (A+ M+): пычагыма да ярамый; пычак астына яту; jmdm. sitzt das Messer an der Kehle; jmdm. das Messer in die Hand geben; jmdm. ins offene Messer laufen / rennen и др.

2. Фразеологизмы неапплицируемые, но мотивированные (A- M+): *пычагыма килдеме?*; *auf des Messers Schneide stehen*.

3. Фразеологизмы апплицируемые, но немотивированные (A+ M-): пычагым да булмас; пычагым да / пычак та; *bis aufs Messer*; *zusammenklappen wie ein Taschenmesser*.

4. Фразеологизмы неапплицируемые и немотивированные (A- M-): *пычагым булдырдын*; *пычагыма кирэк*.

5. Фразеологизмы, апплицируемые и мотивированные только исторически (A+ M+ ист.): *jmdn. ans Messer liefern* (в данном выражении компонент «das Messer» берет основу от «ножа / меча» палача).

Метод аппликации наглядно показывает, что для татарского и немецкого языков характерны фразеологизмы с компонентом «предметы быта» с прозрачной внутренней формой, т. е. мотивированные, но необязательно имею-

щие параллельные омонимичные свободные словосочетания, хотя мотивированные и апплицируемые фразеологизмы в обоих языках составляют большинство. Группы фразеологизмов неаплицируемых и немотивированных, апплицируемых и мотивированных только исторически отражают национально-культурные особенности определенного этноса. Анализируемый материал демонстрирует наличие сложных отношений между значением фразеологической единицы и значением слова как ее компонента. Поэтому описание семантики может быть адекватным только при обращении к фразеологизмам сквозь призму их лексического состава.

*Литература*

- Виноградов В.В.* Об основных типах фразеологических единиц в русском языке. *Шахматов А.А.* Сборник статей и материалов. М.; Л., 1947.  
*Жуков В.П.* Русская фразеология. М., 1986.  
*Lakoff, George.* Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind. Chicago, 1987.

**Стилистическая обусловленность просодии побуждения в условиях кабардино–черкесской интерференции (на материале побудительных фраз с различной степенью императивности)**

***Гончарова Оксана Владимировна***

*Аспирант Пятигорского государственного лингвистического университета, Пятигорск*

В новых условиях межкультурной коммуникации внутри Российской Федерации роль национальных языков и культур становится все более значительной, но так как русский язык является государственным языком и языком межнационального общения, необходимость создания и поддержания экономических и культурных контактов представителей разных этнических групп приводит к широкому распространению билингвизма. Данная статья представляет собой опыт экспериментально–фонетического исследования просодии побуждения в условиях кабардино–черкесской интерференции в разных экстралингвистических условиях. Учет фоностилистического фактора при типологическом описании просодии играет значительную роль, так как существует точка зрения, что экстралингвистические факторы по своей природе универсальны и обуславливают определенные сходства просодической манифестации типов и видов высказывания в различных языках. Материалом исследования послужили побудительные реплики с разной степенью императивности в непринужденном и официально-деловом стиле.

В результате проведенного экспериментально–фонетического исследования можно сделать вывод о том, что фоностилистический аспект высказывания мотивирует возникновение ряда различий в просодическом оформлении побуждений с различной степенью императивности, также степень выраженности акцента коррелирует с ситуацией общения – в непринужденном стиле сте-

пень выраженности акцента выше. Самыми контрастными характеристиками, создающими фоностилистическую специфику, являются ЧОТ и интенсивность. Маркирующими чертами непринужденного стиля, сравнительно с официальным являются:

- бóльшая активность ЧОТ в более широких положительном и отрицательном интервалах;
- расширение тонального диапазона примерно на один уровень;
- более высокий высотнотональный уровень начала фразы;
- бóльшая энергетическая проминантность финального компонента и фразы в целом.

#### **Типы контекстов, способствующих зарождению эмбрионов полисемов**

***Киркина Юлия Геннадьевна***

*Студентка Черноморского филиала Московского государственного университета  
им. М.В. Ломоносова, Севастополь, Украина*

В связи с политическими и экономическими изменениями, произошедшими в истории России на рубеже XX–XXI вв., появилась очевидная необходимость планомерного освоения делового мира и основ международного делового общения. В рамках такого сотрудничества нередко приходится прибегать к командным переговорам. Такая форма ставит под угрозу благополучный для русской стороны исход делового совещания. Здесь вырисовывается достаточно четкая задача для филолога, которая заключается в исследовании активных процессов, происходящих в лексике современного русского языка, в поиске новых значений всем известных нам слов, определении этих значений и выведении «эмбрионов» – старых слов с новым значением, неизвестным непосвященному.

Материалом для исследования стали тексты русской деловой публицистической прозы. В работе использовались разнообразные словари: толковые, терминологические, словари иностранных слов и подготовленный кафедрой Русского языка и литературы Черноморского филиала МГУ словарь «ЧС» («Чужое-свое»). Иногда мы обращались к текстам электронных СМИ, юмористических передач, анекдотов и всевозможных шуток. Использование таких разнообразных источников объясняется необходимостью обнаружить как можно больше контекстов, благоприятствующих зарождению исследуемой лексики.

В нашей работе мы сталкивались с двумя типами эмбрионов. Первые были образованы от однозначных слов, вторые – от многозначных. И в первом, и во втором случае мы наблюдали зарождение нового смысла, которое развивалось как связанное, так и не связанное с единственно существующим. Во втором – новые значения развивались на основе одного или нескольких уже существующих.

В ходе исследования были выявлены методы обнаружения новых значений многозначных слов. Зарождение эмбрионов полисемов происходит в определенной среде-контексте. Наше исследование показало, что контексты эти можно оформить в отдельные типы.

1. Первая среда, в которой зарождаются «эмбрионы», – **заголовок** статьи. Это может быть как однонаправленный, так и комплексный заголовок. *«Карнивор» будет **перехватывать** беспроводные письма.*

2. Новые значения могут развиваться в контекстах, где необходимо образное употребление слова. *Инвесторы на время потеряли **аппетит** к иене.*

3. Появляются эмбрионы в тех контекстах, где меняется стиливая принадлежность слова. *Современный отечественный бизнес **исповедует** новую систему ценностей.*

4. Возможно развитие новых значений в тех случаях, когда автору необходимы новые языковые средства для передачи той или иной реалии: *Как бы громко ни звучали **зажигательные речи** украинских “оранжистов” о том, что Киев вполне может и без помощи России решить свои проблемы, как бы ни старались украинские националисты представить полнейший кризис экономики своей страны следствием “преступной позиции Москвы”, стало ясно: Украину ждут тяжелые времена.*

5. Наиболее регулярными для зарождения эмбрионов оказались контексты, в которых автор проявляет свою «речевую свободу», нарушая законы языковой системы.

#### **Система топов государственной пропаганды (на примере недавно образовавшихся стран)**

**Коваль Павел Алексеевич**

*Студент Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, Москва*

**Топы** – категории, в которых человеческое сознание оценивает, разграничивает и классифицирует окружающее. В разные времена в разных странах предлагались различные системы топов, адекватные времени и месту: категории, в которых оценивается действительность, будут различны для античного грека, китайца эпохи «борющихся царств», европейца XVIII в., список можно продолжить. Данная работа основана на системе топов, предложенной Ю.В. Шуйской.

Также выдвигались различные трактовки самого термина «топ» (в зависимости от понимания самого назначения риторики), мы в данном докладе принимаем точку зрения, высказанную А.А. Волковым («Топ – общая идея, к которой приводится положение и на основании которой строится аргумент»). Топы, согласно многим теориям риторики, участвуют в процессах изобретения текста («распространения идеи до периода») и поиска аргументов.

Иначе говоря, топы позволяют одну идею «раскрыть» разными «способами». Так, говоря о калифорнийском морском льве, можно рассказать о том, как выглядит отдельный экземпляр, о чертах, общих для всех представителей этого вида, о том, что отличает калифорнийского морского льва от австралийского и южного, от семейства ластоногих в целом (также и о том, что есть для них всех общего), о месте обитания, об образе жизни, о том, как жили морские львы раньше, что им мешало (обширная охота на них в XIX в.), а что помогало выживать. Список идей можно продолжать до тех пор, пока не закончатся топы, которые возможно употребить для выбранной темы (странно ведь говорить, к чему стремятся калифорнийские морские львы, или искать основание для их существования, или перечислять, какие были великие и выдающиеся калифорнийские морские львы).

**Государственная пропаганда** – система построения, формирования и актуализации целей и задач, отвечающих интересам государства, в сознании отдельно взятого гражданина.

Любая государственная пропаганда воздействует на каждого гражданина, служа для выполнения той или иной цели государства силами общества, которое «в едином порыве» совершает нечто (достаточно вспомнить «стахановцев», немецкий подъем промышленности после Первой мировой войны, американскую военную «лихорадку» времен «холодной войны», – это все результаты правильной и обширной пропаганды). Так становится понятно, какое значение для пропаганды имеет система топов, список способов распространения, внедрения и подтверждения любой идеи в сознании граждан.

Основной инструмент государственной пропаганды – средства массовой информации. В процессе анализа их сообщений (ориентированных на местных жителей) оказывается возможным вычленивать топы, через которые продуцируется та или иная идея.

Анализ самих идей приводит к выделению среди них приоритетных для государства (исходя из количества упоминания того или иного события в разных СМИ, манеры освещения, оценки анти- и прополитическими ресурсами).

Таким образом, при компаративном анализе «списков» топов различных стран (данная работа проводится лишь на материале «молодых» стран, где анализ не оказывается связан с решением глубоких исторических и геополитических проблем, что неизбежно при анализе более «пожилых» стран) оказывается возможным построение определенной иерархической системы, где выделяется один или два приоритетных «главных», фундаментальных топа, через которые производится «центральная» пропозиция государства.

Так, например, Казахстан (конечно, «молодой» страной его возможно назвать с очень большой оговоркой, которой оказывается длительное нахождение в составе СССР) позиционирует себя как центральноевразийское государст-

во, на чем и выстраивается вся последующая государственная пропаганда. Одна из «надстроек» на топе места – топ времени (характерная «растяжка» на улице Алматы: «Пора Казахстану занять свое место, ты можешь ему в этом помочь!»). Другая надстройка – топ цели: Казахстан – **великая** страна, где находится «географический центр европейско-азиатского субконтинента». Противопоставляя себя другим народам (узбекам и киргизам), казахи подтверждают это через топ лица: казахами были такие гении как Абай Кунанбаев (знаменитый поэт, первый и единственный переводчик произведений А.С. Пушкина на казахский и узбекский).

При последующем сопоставлении уже полученных «систем» топов становится ясно, что практически все молодые страны используют приблизительно один список топов (с варьированием внутри «системы» и несколькими «плавающими» топками, входящими в «систему» в результате действия географических, политических, исторических и проч. особенностей конкретного государства).

*Литература*

Волков А.А. Основы риторики. М., 2005.

Шуйская Ю.В. Топика и аргументация в различных теориях риторики. Дисс. ... канд. филол. наук. М., 2005.

**Динамика стиля рекламного плаката  
на материале рекламных плакатов Сбербанка РФ**

**Козлова Анастасия Михайловна**

*Студентка Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, Москва*

Прототип рекламного плаката известен человечеству с давних времен. Но новая жизнь плаката, в том числе рекламного, началась в XIX в. Плакаты, связанные с общественной жизнью, являются отражением доминирующих стилистических тенденций эпохи, поэтому представляют для нас уникальный лингвистический материал. Предметом нашего исследования являются рекламные плакаты Сбербанка РФ, выпущенные им за период с 1910 г. по 1990 г. К столетию своего рекламного плаката Сбербанк издал серию открыток, на которых изображены все рекламные плакаты Сбербанка, созданные за XX век. Плакаты семидесятых и восьмидесятых годов Сбербанк в эту серию не включил, поэтому мы поделим рассматриваемый период на семь временных отрезков: 10-е, 20-е, 30-е, 40-е, 50-е, 60-е и 90-е гг. двадцатого века.

Каждый плакат являет собой исторический срез определенной эпохи, а на этой серии плакатов мы проследили динамику стиля при подаче информации, изменения в оформлении, в способах подачи материала в русском рекламном плакате XX в..

На материале плакатов Сбербанка РФ мы можем рассмотреть не только развитие средств и приемов воздействия на аудиторию, но и изменения нравственно-ценностных категорий жизни страны, так как реклама, мотивирующая



человека на определенный поступок, апеллирует в первую очередь к нравственным ценностям аудитории, актуальным для нее в данное время.

Конечно, в плакате важны все элементы (композиция, метафоричность основного образа, цветовые решения и т. д.), но мы остановимся подробнее на лексике, ритме и рифме, графике (шрифт, расположение текста на странице). Эти аспекты помогут осмыслению основных идей плакатов, их целей и смысла.

Центральным элементом каждого плаката является лозунг (рекламный слоган) – «четкая, ясная и лаконичная формулировка основной темы рекламного обращения» [Вашик, Бабурина: 20]. Лозунги менялись от десятилетия к десятилетию. Количество лексем постепенно сокращалось, и если в двадцатые годы среднее число лексем в слогане равнялось девяти, то в девяностые годы уже пяти. Сокращался и дополнительный текст (т. е. текст на плакате, не входящий в слоган), а к девяностым годам он вообще перестает использоваться. Постепенно каждое отдельное слово становится более значимым, на него ложится больше смысловой нагрузки, следовательно, слоган становится короче и ярче, потребность в дополнительном тексте исчезает: меняется стиль рекламы, его просто перестают читать и воспринимают только короткие сообщения, состоящие из необходимого минимума лексем (пять-шесть).

В каждом десятилетии доминирует определенный функциональный стиль. В начале века в плакатах преобладает официально-деловой стиль, это объясняется характером рекламы: рекламный плакат – это документ, который несет серьезную информацию, а не просто служит для привлечения внимания аудитории («Внесите вклады в сберегательные кассы»). В середине века предпочтение отдается разговорному стилю, целью рекламы является не справка о характере деятельности Сбербанка, а необходимость дать пример другим вкладчиков, изображенных на плакате, довольных и счастливых, показать, как хорошо пользоваться услугами Сбербанка («В Сберкассе деньги накопию, всего, что надо, накоплю»). Герои плакатов говорят с аудиторией лозунгами, которые написаны на понятном для нее языке, поэтому и преобладает разговорный стиль. Публицистический стиль используется для оформления лозунгов-девизов, таким образом аудиторию призывают к активному действию. В 90-е гг. лексический состав сильно изменяется. Изменяется резко и характер рекламы, и ценности, которые актуализируются в рекламе. Это уже реклама не сберегательных касс, а Сбербанка, рекламируется не собственно выгода или польза, а удовольствие ради удовольствия, поэтому и лексический состав специфичен: «исполнение желаний», «неотложные удовольствия».

Рекламные плакаты не используют большого количества тропов, так как в них преобладает реалистический пафос, и создание яркого образа идет в основном не за счет изобразительно-выразительных средств, а за счет употребления риторических фигур, рифмы и ритма. Особенно активно рифма и ритм испол-

зуются в сороковые и пятидесятые годы. Это мы можем объяснить тем, что текст на плакатах этого периода является практически прямой речью героев. Они обращаются к аудитории рифмованными и ритмизированными фразами, которые легче воспринимаются именно благодаря своей форме.

Богат арсенал используемых фигур речи, но основными являются синтаксический параллелизм («не держи денег дома, а храни их в сберкассе», «брось кубышку – заведи сберкнижку») и антитеза («не делец тот, а чудаки»). Именно через контрастное противопоставление раскрываются преимущества, а параллельное строение конструкций акцентирует внимание на нужных лексемах, объединяя их в смысловые пары: «бери аккредитив – сохранишь деньги», «накопила – купила», «брось кубышку – заведи сберкнижку». Концентрации внимания аудитории на важных лексемах способствует также использование разных шрифтов и цветов. Курсив, жирный шрифт, красный цвет в плакатах служат для выделения особо важной смысловой части.

XX век – это целая эпоха, и стиль плаката не мог оставаться неизменным. Менялся мир вокруг – менялись и стилистические компоненты плаката. От десятилетия к десятилетию все четче просматривается тенденция ухода от вербального (логического) к невербальному (подсознательному). План выражения (текстовое наполнение) сокращается, следовательно, увеличивается нагрузка на план содержания. Яркой тенденцией является уход от вербализованной мысли к растворенным в картинке, в цветах невербализованных активаторов желания. Как следствие, возникает многозначность значения и множественность интерпретаций.

*Литература*

*Вашик К., Бабурина Н.И.* Реальность утопии. Искусство русского плаката XX века. М., 2004. С. 20.

### **Семантическая мотивация якутских прозвищ (на примере Кобяйского улуса Республики Саха (Якутия))**

***Павлова Феодосия Степановна***

*Студентка Якутского государственного университета им. М.К. Аммосова, Якутск*

Человека с детства окружают имена, различные прозвища; через них он, как и через другие источники, познает мир, реальную действительность. Считаем необходимым изучить происхождение, смысл и значение имен, прозвищ, особенно обладающих национально-специфической реалией.

Цель работы – выявить и изучить семантику якутских прозвищ.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: 1) проанализировать научную литературу в аспекте темы; 2) собрать практический материал для исследования и сделать картотеку прозвищ; 3) изучить семантическую мотивацию якутских прозвищ и на основе этого систематизировать и классифицировать собранный материал.

Практический материал был собран в селах Чагда и Арыттах Кобяйского улуса.

В ходе исследовательской работы мы опирались на труды Ф.Г. Сафронова (1985), Н.Г. Самсонова (1989; 1993; 2000).

Имена людей – часть истории человека. В них отражаются бытовой уклад, общественный строй, мировоззрение определенного народа и его связи с другими народами, а также различные аспекты материальной и культурной жизни. Кроме того, имена и их формы отражают характер лексики, строение словарного состава языка. Поэтому анализ имен дает значительную информацию.

У якутов, как и в свое время у русских, до принятия православия в качестве личных имен использовались прозвища. Прозвище – название человека, данное ему помимо имени, обычно указывающее на какую-либо черту его характера, внешности, на его деятельность или другие признаки.

В ходе исследования методом опроса жителей вышеназванных сел было собрано всего 134 именованя. Проанализировав семантическую мотивацию собранного материала, мы разделил прозвища на следующие группы:

1. Прозвища, отражающие род занятий, например, *Почта Оттуонньа* (Афоня-почта) – долгие годы работал на почте, *Сэбиэдиссэй Дааса* (заведующая Даша) – работает заведующим сельским детским садом, *Учуутал Болуодьа* (Володя-учитель) – когда-то работал в школе учителем, *Ырычай* (от *ырыа* «песня») – известный в своем кругу композитор и баянист. В обоих селах количество таких прозвищ почти одинаково: в селе Чагда такие прозвища занимают 5% от общего количества именованя, а в селе Арыттах – 4%.

2. Прозвища, сокращенные от имен. Эту группу составляют прозвища, через которые легко прочитываются фамилии или имена их обладателей, например, *Куочук* (Егор, Гоша, Гошик); *Ньоос* – начальный слог фамилии Неустроев в якутском произношении; *Дьэй* – тоже начальный слог имени Елисей в якутском произношении [д'эл'ис'эј], *Муочайа* – фонетическая адаптация с учетом эвфонии имени Мотрена. Такие прозвища немногочисленны и занимают всего 3% в с. Чагда и 6% в с. Арыттах.

3. Прозвища, отражающие характер человека. Группа состоит из именованя, отражающих характер и нравы человека, например, *Сарахачыс* – неусидчивая, несерьезная; *Энэ Миитэрэй* (*энэ* – медведь) – взрывной, нервный характер, *Хабах* – нервозность, тяжелый нрав (в якутском языке пословица «*хабахха тыыннарар*» букв. «раздражает своим поведением окружающих»); *Хачыгыр* – трудолюбивый, усердный (так звали мальчика-слугу в одноименном рассказе Д. Сивцева-Суоруна Омоллона). Таких прозвищ немало. В с. Чагда они занимают 24% от общего количества прозвищ, в Арыттахе – 20%.

4. Прозвища, отражающие внешний вид, физиологические особенности. В группу вошли именованя, характеризующие людей по особенностям го-

лоса, телосложения, разреза глаз, походки, по манере говорить, например, *Сын-сын* – так прозвали за то, что говорит шепотом; *Ньаах Куоста* – за писклявый голос; *Быычыкаа* – за низкий рост (имя прил. *быычыкаа* – уменьшительно-ласкательная форма прил. *кыра* «маленький»); *Суон Сура* букв. *Полная Шура* (*суон* – полный); *Чыгырык*, *Айа-Бууя* – прозвали за очень узкие глаза, *Хаххан*, *Быччаах* – за большие глаза; *Дьахтар Алеесэ* букв. *Женщина Алеша* – за манеру говорить. Это самая большая группа, составляет 47% именованных в с. Чагда, 68% – в с. Арыттаах.

Прозвища, семантическую мотивированность которых невозможно объяснить. Группу составляют именованные, семантическая структура которых только предполагается, например, семантика таких прозвищ, как *Кээх*, *Коох*, *Хоох*, *Дьободоох* необъяснимы, это возможно звукоподражательные слова. А у прозвищ *Сэппир*, *Курий*, *Муолускай*, *Чыбыйа*, *Таттыһа* и др. семантику предположить невозможно. Распространение необъяснимых именованных в селах резко отличается: в с. Чагда – 20%, а в с. Арыттаах – 4%.

Прозвища подвергаются непрерывному историческому изменению под воздействием самых различных лингвистических и экстралингвистических факторов. Даже самые общие наблюдения над антропонимией подтверждают обязательную связь прозвища с определенными культурно-историческими факторами, характерными для каждого народа. Каковы бы ни были мотивы возникновения личного имени, прозвища непременно отражают особенности быта, духовное богатство и мировоззрение народа создавшего их.

*Литература*

*Самсонов Н.Г.* Наши имена. Якутск, 1989.

*Самсонов Н.Г.* Имена говорят. Якутск, 1993.

*Самсонов Н.Г.* Якутские имена. Якутск, 2000.

*Сафронов Ф.Г.* Дохристианские личные имена народов северо-востока Сибири. Якутск, 1985.

## Развитие содержания понятия труд в русской языковой картине мира

### *Павлушкова Евгения Николаевна*

*Студентка Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, Москва*

Понятие **труда** является базовым для любой культуры. Актуальность темы объясняется тем, что в постперестроечное время языковая картина мира и система ценностей претерпели значительные изменения по сравнению с системой ценностей советского общества и традиционной системой ценностей. По результатам социологических опросов («Базовые ценности россиян: социальные установки, жизненные стратегии, символы, мифы», 2003) можно сделать вывод о том, что данный концепт занимает в сознании современного русского человека периферийное положение. Об этом можно судить по тому, что из языкового сознания современного человека **труд** вытесняется такими понятиями как работа, дело, занятие, бизнес и др., которые связаны в первую очередь с полу-

чением вознаграждения, зарабатыванием денег. По результатам современных исследований, проведенных в 2003 г. в Томске командой социологов (проект «Томская инициатива»), выяснилось, что лишь отдельные социальные и возрастные (чаще старшего поколения) группы считают труд актуальной для них базовой ценностью, утверждая моральную важность работы (ответственность, гордость за труд). Интересен проведенный исследователями анализ смыслового наполнения понятия. Ценность «труд» занимает в иерархии ценностей 15 место, причем для большинства опрошенных нет никакой разницы между *трудом* и *работой*. Наиболее частотные ассоциации современного человека со словом «труд» – это «работа», «деньги» и «удовлетворение». Это свидетельствует, на наш взгляд, о начавшемся разрушении старых представлений о трудовой деятельности. Поэтому особенно важно сравнить следующие системы представлений о труде: традиционная фольклорная, религиозная, советская и современная.

В качестве материалов для исследования были взяты тексты традиционного фольклорного, религиозного, советского (публицистического), современного (публицистического) дискурсов. Мы последовательно выявляли особенности в трактовке трудовой деятельности в каждом из этих дискурсов, а затем сравнили эти понимания между собой и определили разницу. В качестве традиционных фольклорных текстов мы выбрали русские народные пословицы и поговорки, а также русские народные сказки. Религиозный дискурс представлен текстами Священного Писания, а также трудами признанных отцов Церкви – Феофана Затворника Вышенского, митрополита Филарета (Дроздова), митрополита Платона (Левшина).

Советский дискурс представлен публицистическими текстами (журнал «Работница» и газета «Известия» за 1920–1980 гг.), а также корпусом текстов периодических изданий за 1950–1980 гг. электронного ресурса «Национальный корпус русского языка».

Современное состояние проанализировано на основе электронного корпуса современных публицистических текстов (газеты «Известия», «Московский комсомолец», «Независимая газета» и «Комсомольская правда»).

Анализ представлений о труде и работе по данным паремийных текстов выявил неоднозначность трактовки понятия *труд*. Пословицы и поговорки демонстрируют разные модели поведения человека. В ходе анализа мы выделили различные смысловые группы пословиц и поговорок. В большей части пословиц с «поощрительно-одобрительным» отношением к трудовой деятельности труд заявлен как необходимая часть жизни, источник пропитания, а также нравственный долг перед Богом. Но в то же время в поговорках можно увидеть и отвращение русского человека перед подневольным трудом, работой, не приносящей ни удовлетворения, ни радости, ни прибыли. Но в целом, прослеживается преимущественно положительное отношение русского человека к труду и к работе – русский человек готов много и про-

дуктивно работать. В сказках понятие труда затрагивается только через характеристику результатов трудовой деятельности.

В Священном Писании понятие труда занимает важное место. В Ветхом завете говорится о «трудовой» заповеди, данной Богом человеку еще в раю и после грехопадения ставшей частью наказания, наложенного на человека. Новый завет обещает награду всем труженикам, так как перед Богом «нет напрасных трудов».

Обзор основных значений слова «труд» по древнерусским памятникам (по материалам словаря древнерусского языка И.И. Срезневского) дает нам контексты со значениями *‘подвиг; страдание; боль’*.

Русские богословы Феофан Затворник Вышенский, митрополит Филарет (Дроздов), митрополит Платон (Левшин) говорят об исключительной пользе труда в деле спасения души человека, так как с помощью труда можно обуздывать страсти, через труд можно разговаривать с Богом. Труд сближается по значимости с молитвой. Но все богословы разграничивают «труд в Боге и для Бога» и труды суетные, житейские хлопоты. Святые отцы подчеркивают, что труд вовсе не является проклятием человеку, а необходим для поддержания жизни человека и воспитания в нем духовных и моральных качеств. Богословы оговаривают, что не всякое занятие может назваться трудом, но только честное и праведное дело.

В результате проведенного контент-анализа журнала «Работница» и газеты «Известия» за 1920–1980 гг. можно определить специфику советских представлений о трудовой деятельности. Советское общество было в основе своей трудоцентрично. Труд был идеологически «нагруженным» понятием. Созидательная сила труда должна была быть направлена на благо общества, трудового коллектива. Это демонстрируют и основные языковые средства, которые выражают отношение к труду в советском обществе: *труд на благо Родины, самоотверженный труд, ударный труд, героический труд* и др. В это время актуальной семантической моделью является «труд-героизм».

Обзор современного состояния показывает, что нравственная составляющая труда уходит на периферию. Анализ центральных печатных СМИ («Известия», «Московский Комсомолец», «Независимая газета» и «Комсомольская правда») дает следующие результаты: труд употребляется преимущественно в контекстах, связанных с экономикой, и мыслится в первую очередь как фактор производства.

Результаты исследования свидетельствуют о больших смысловых сдвигах в семантической структуре понятия *труд*.

*Литература*

- Антология концептов. Словарь-концептуарий / Под ред. В.И. Карасика. М., 2007.  
Базовые ценности россиян: социальные установки, жизненные стратегии, символы, мифы. «Томская инициатива». Исследовательский проект. М., 2003.  
Библейская энциклопедия (электронная версия).

Даль В.И. Пословицы и поговорки русского народа.  
Левшин Платон, митрополит Московский. Азбука добродетели. М., 2005.  
Святитель Феофан Затворник. Наставления в духовной жизни. М., 1996.  
www.ruscorgo.ru (Национальный корпус русского языка).

**Обращения в ситуациях общения с незнакомым адресатом  
в английском и татарском языках**

**Ромазанова Ольга Владимировна**

*Старший преподаватель Казанского государственного аграрного университета, Казань*

Занимая важное место в ряду этикетных знаков, обращения обслуживают самые разные ситуации общения, употребляются людьми, несущими в себе самые разные социальные признаки, направляются на разного адресата. Каждый язык располагает уникальным набором обращений и особенностями их использования в речи.

В английском языке в ситуации общения с незнакомым адресатом больше и чаще, чем в татарском, используются гонорифические обращения (honorifics) *sir, madam, mister, miss*, которые являются одной из главных форм выражения почтительности. Эти вокативы, называя адресата, позволяют непосредственно устанавливать соответствующую социальную дистанцию между коммуникантами.

Характерной особенностью обращения *sir* является то, что оно употребляется при обращении к старшему по возрасту адресату, или когда социальный статус адресата выше. Также этой формой пользуются школьники при обращении к учителю-мужчине [Longman Dictionary: 1297].

Для обращения к женщине в ситуации незнакомства коммуникантов используются гонорифические формы *Madam, Miss, Ms*. Выбор нужной формы осуществляется в зависимости от семейного положения адресата. В случае если оно известно адресанту, форма *Madam* – вежливое обращение к замужней женщине. Если же семейное положение адресата остается неизвестным, обращение *Madam* может быть использовано при обращении к женщине старшего возраста или более высокого по сравнению с адресантом социального статуса в ситуациях, когда он известен. Эти правила распространяются и на производную от *madam* форму *ma'am*, которую молодые люди используют при обращении к взрослым женщинам [Brown, Ford: 237]. «Словарь английского языка и культуры» отмечает, что формы *sir* и *madam* преимущественно функционируют в сфере асимметричных отношений. Кроме того, они употребляются как стереотипная вежливая форма обращения к покупателям в магазинах [Longman Dictionary: 840, 1297]. При неизвестном семейном положении адресата для обращения к женщине молодого возраста используется форма *miss*. Также эта форма используется учениками при обращении к учительнице.

К незнакомой женщине может также употребляться гонорифическая форма lady. Но отдельно, без имени адресата, эта форма более характерна для сленга. Подобным же образом употребление формы Mister без имени более характерно для просторечия, неформального обращения к незнакомцу.

В татарском языке наиболее распространенной гонорифической формой обращения в советское время являлась форма иптэш /товарищ. Согласно Г.Ф. Саттарову, при обращении к незнакомому адресату использовалась форма иптэш + должность/профессия адресат [Саттаров: 223]. В настоящее время в ситуации общения с незнакомым адресатом все большее распространение получают вновь вошедшие в употребление гонорифические обращения туташ, ханым /госпожа, эфэнде /господин. Однако в силу ряда причин культурно-исторического характера сфера их употребления несколько ограничена – эти обращения чаще используются в официальной обстановке общения. Употребление этих форм больше присуще интеллигентным, культурным людям. Вместе с этими формами может употребляться профессия, должность адресата в тех ситуациях, когда это известно.

Также как и в английском языке, в татарском выбор нужной формы обращения туташ / ханым к представительницам женского пола осуществляется в зависимости от семейного положения адресата. Если известно семейное положение, то вежливой официальной формой обращения к замужней женщине будет ханым, а к девушке – туташ.

Особенностью татарского языка является использование терминов родства в роли обращения к незнакомому адресату как в официальной, так и в неформальной ситуациях общения. В английском языке термины родства при обращении к незнакомому адресату используются редко и только в неформальной ситуации общения. Они являются маркером просторечья.

При обращении к более старшим по возрасту незнакомым людям татары используют термины родства апа/абый /тетя, дядя. Эту мысль подтверждает Р.А. Юсупов, который отмечает, что у татар к незнакомому пожилому человеку обращаются апа (тетя) к женщине, абый (дядя) к мужчине [Юсупов: 215]. К незнакомому адресату моложе обращаются, употребляя термины родства сенел/эне (сестренка, братишка и их варианты) [Юсупов: 213].

И в татарском, и в английском языке обращение к незнакомым взрослым людям при помощи терминов родства эби/бабай, grandfather/grandmother (бабушка /дедушка) иногда считается неуважением, невоспитанностью. Эти обращения делают акцент на то, что адресат пожилого возраста.

В обращении к молодым людям в татарском языке употребляются апеллятивные формы кыз/кызы к девушкам, девочкам и егет к юношам, мальчикам. Возраст коммуникантов при этом симметричен или адресат моложе.



Также к незнакомым людям в неофициальной ситуации общения в татарском языке могут быть адресованы обиходно-фамильярные формы дус(тым), дус кеше / друг, дружище, малай, ахир(-и,-эт) / приятельница, подруга.

В английском языке в просторечии, при обращении к незнакомому адресату более низкого социального статуса, могут употребляться формы man к мужчине постарше, lad к молодому мужчине или мальчику. Так же, как и в татарском языке, незнакомый адресат может быть назван неформальными эмоционально-оценочными обращениями friend, mate, feller, chum, chap, girly и т. д.

Итак, как показывает материал, языковой этикет двух сопоставляемых языков имеет сходства и различия. И в татарском, и в английском языке выбор формы обращения зависит от ситуации, характера общения, традиций народа. Особенностью употребления обращений к незнакомому адресату в английском языке является использование в этой роли форм вежливости. Использование гонорифических форм не сокращает коммуникативной дистанции между говорящими, а сохраняется формальность общения. В татарском языке при обращении к незнакомому адресату даже в официальной ситуации общения употребляются родственные термины, которые создают теплые взаимоотношения между коммуникантами, сокращают коммуникативную дистанцию. Знание таких сходств и различий при изучении другого языка помогает углубленному освоению материала, способствует пониманию культуры, особенностей народа, изучаемого языка. Это в дальнейшем может привести к преодолению некоторых психологических барьеров в коммуникативных отношениях представителей разных языковых групп.

*Литература*

*Сатаров Г.Ф.* Татар антропонимикасы. Казань, 1990.

*Юсупов Р.А.* Эдэп башы – тел: икетеллек шартларында дәрәс сөйләм мәсьәләләре. Казань, 2000.

*Brown R, Ford M.* Address in American English.-Language in Culture and Society. A Reader in Linguistics and Anthropology. New York, 1964.

Longman Dictionary of English Language and Culture. England, 1998.

**Лингвоперсонологическое описание списков ключевых слов**

***Седова Светлана Дмитриевна***

*Студентка Кемеровского государственного университета, Кемерово*

В настоящее время в лингвистике формируется концепция языковой личности (ЯЛ), появляются работы, посвященные разработке типологии ЯЛ, лингвоперсонологии. В связи с этим представляется актуальным рассмотрение не только собственно лингвистических, но и лингвоперсонологических факторов, влияющих на потенциал вариативности текста. Под лингвоперсонологическим варьированием, по определению Н.Д. Голева,

имеется в виду функционирование языка в пространстве качественного разнообразия языковых способностей и вариативность результатов такого функционирования. Он пишет, что «общий ответ на вопрос, почему по одному тексту дети пишут разные изложения, а по одной картине – разные сочинения, достаточно прост: вариативность изложений и сочинений зависит от разнообразия природного качества языковой способности детей, а еще глубже – от разнообразия ментальных структур разных типов личности». Это разнообразие и «формирует различные коммуникативные потребности и различие внутренней интенциональности и соответственно – различие механизмов ее реализации».

В данной работе мы обращаемся к одному из типов вторичного текста (ВТ) – списку ключевых слов, при составлении которого также проявляются индивидуальные качества ЯЛ. В ходе работы были выявлены разные типы ЯЛ при выборе ключевых слов. Представим результаты нашего исследования на примере списков ключевых слов, созданных на базе исходного текста (ИТ) – рассказа М. Пришвина «Золотой луг».

На основе предварительного анализа материала стало возможным выделение двух типов построения ВТ (списков ключевых слов): ономаσιологического и семасиологического. Авторы работ, построенных по ономаσιологическому типу, стремятся передать содержание текста, не опираясь на форму ИТ. Работы такого типа характеризуются достаточно значительным изменением формы ИТ. А в работах, относящихся к семасиологическому типу, ИТ изменяется в меньшей степени, так как авторы при репродуцировании идут от формы к содержанию. Также удалось выделить критерии, при помощи которых ВТ можно разделить на группы:

1. Рефлексивный и копиальный тип текста.

Рефлексивными можно назвать тексты, построенные по ономаσιологическому типу, то есть авторы таких текстов стараются передать прежде всего содержание ИТ, не опираясь на форму. Автор рефлексивует над ИТ, перерабатывает его, пропускает его через себя, через свое восприятие, поэтому для работ такого типа характерны следующие признаки:

а) Изменение грамматической формы ИТ на морфологическом и синтаксическом уровнях (*фукнуть* вместо *фукну* и *фукнет*, *я и брат* вместо *у нас с братом*) и появление новых, более емких слов, когда, например, исходное предложение сворачивается в одно или несколько слов во ВТ (*Взаимное фуканье двух братьев* вместо *Он оглянется, а я фукну ему одуванчиком прямо в лицо. За это он начинает меня подкарауливать и тоже, как зазеваешься, фукнет*);

б) Компрессия предложения до словосочетания, передающего его смысл (то есть не просто выбор важных для передачи смысла отдельных слов из предложения, а целостная его переработка) (*забава с одуванчика-*

ми вместо *У нас с братом, когда созревают одуванчики, была с ними постоянная забава*);

в) Расположение ключевых слов в столбик. Это тоже является свидетельством переработки, осмысления ИТ, и такое расположение текста облегчает его восприятие.

Копиальные тексты построены по семасиологическому типу. Авторы не рефлексировали над ИТ, передают его формально. Признаки текстов такого типа:

а) Цитатность, дословное повторение элементов ИТ. Часто даже целое предложение во ВТ является расширенной цитатой трудного для восприятия места ИТ;

б) Употребление отдельных слов;

в) Расположение ключевых слов сплошным текстом (друг за другом, через запятую), что затрудняет восприятие ВТ и формально приближает его к ИТ.

В результате количественной обработки установлено, что доминируют тексты, относящиеся к рефлексивному типу, их количество составляет 80%.

### 2. Логический и нелогический тип текста.

Признаки текстов, построенных по логическому типу:

а) Компоненты связаны логической связью, авторы выстраивают логические цепочки, которые помогают передать смысл ИТ (*луг – золотой // зеленый; кулак // ладонь; я фукну одуванчиком → он; золотой луг от цветущих одуванчиков – день, зеленый луг – утром, вечером; созревают одуванчики – забава*);

б) Сохраняется последовательность компонентов ИТ;

в) По ВТ можно восстановить смысл ИТ.

Тексты нелогического типа не содержат логических связей, в них нарушается последовательность компонентов ИТ, по таким ВТ достаточно трудно восстановить смысл ИТ.

По данным количественной обработки число текстов логического и нелогического типов составляет равные доли – по 50%.

### 3. Креативный и стандартный тип текста.

В текстах креативного типа встречаются редкие ключевые слова, которые есть в одном или двух ВТ (по данным количественной обработки) (*в пату; солнце возило* – встречаются только в одном списке ключевых слов). Подобные тексты имеют необычную форму написания и расположения компонентов текста (содержат тире, двоеточия, стрелки-указатели, нумерацию).

Тексты стандартного типа включают в себя стандартные ключевые слова (которые есть в большинстве списков ключевых слов), имеют стандартную форму расположения компонентов и стандартное написание.

В количественном отношении тексты данных типов почти равны: креативный тип – 55%, стандартный – 45%.

Таким образом, по данной классификации ВТ на основе комбинации представленных параметров описания стало возможным выделение восьми типов ЯЛ при выборе ключевых слов, два из которых выделяются теоретически, но не нашли отражения в полученных экспериментальных данных. Это типы ЯЛ, сочетающие в себе следующие критерии построения текста: копиальный – логический – креативный и копиальный – логический – стандартный, что, с одной стороны, может говорить о том, что данные типы ЯЛ существуют теоретически, но не участвовали в проводимом эксперименте; с другой стороны, это может показывать теоретическую невозможность сочетаемости копиального и логического типов и прямую взаимосвязь копиального и нелогического типов. Такую несочетаемость можно объяснить тем, что авторы текстов, построенных по копиальному типу, стремятся передать больше формальную сторону ИТ, не перерабатывают его, а логические связи являются скорее средством передать смысл ИТ и результатом работы над ним.

*Литература*

Голев Н.Д. Лингвоперсонологическая вариативность языка // Известия Алтайского государственного университета. Серия «История, филология, философия и педагогика». № 4. Барнаул, 2004. С. 41–46.