



ISSN 2072-8379
ISSN (online) 2310-712X



Вестник

МОСКОВСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
ОБЛАСТНОГО
УНИВЕРСИТЕТА

Серия

Лингвистика

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕРФЕРЕНЦИИ, НАБЛЮДАЕМОЙ
ПРИ РУССКО-ИСПАНСКОМ ЯЗЫКОВОМ КОНТАКТЕ

СЕМАНТИКА ОБЩЕПОТРЕБИТЕЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ
В ОПИСАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЯВЛЕНИЙ
(НА ПРИМЕРЕ ОПИСАНИЯ БРЕКСИТА
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ)

ПСЕВДОДИСФЕМИЯ СУДЕБНОГО ДИСКУРСА
СРЕДНЕВЕКОВОГО КИТАЯ В ЗЕРКАЛЕ ЛИТЕРАТУРЫ



2022 / № 3

ВЕСТНИК
МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ОБЛАСТНОГО УНИВЕРСИТЕТА

ISSN 2072-8379 (print)

2022 / № 3

ISSN 2310-712X (online)

серия

ЛИНГВИСТИКА

Рецензируемый научный журнал. Основан в 1998 г.

Журнал «Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика» включён в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание учёной степени кандидата наук, на соискание учёной степени доктора наук» Высшей аттестационной комиссии при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (См.: Список журналов на сайте ВАК при Минобрнауки России) по филологическим наукам: 10.02.04 – Германские языки; 10.02.05 – Романские языки; 10.02.19 – Теория языка; 10.02.20 – Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание.

The peer-reviewed journal was founded in 1998

“Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics” is included by the Supreme Certifying Commission of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation into “the List of reviewed academic journals and periodicals recommended for publishing in corresponding series basic research thesis results for a Ph.D. Candidate or Doctorate Degree” (See: the online List of journals at the site of the Supreme Certifying Commission of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation) in Philology: 10.02.04 – Germanic languages; 10.02.05 – Romanic languages; 10.02.19 – Theory of the language; 10.02.20 – Comparative-historical typological and contrastive linguistics.

ISSN 2072-8379 (print)

2022 / № 3

ISSN 2310-712X (online)

series

LINGUISTICS

BULLETIN OF THE MOSCOW REGION
STATE UNIVERSITY

Учредитель журнала
«Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика»:
Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области
Московский государственный областной университет

————— Выходит 6 раз в год —————

Редакционная коллегия

Главный редактор:

Ощепкова В. В. — д-р филол. наук, проф., МГОУ

Заместитель главного редактора:

Жирова И. Г. — д-р филол. наук, проф., МГОУ

Ответственный секретарь:

Максименко О. И. — д-р филол. наук, проф., МГОУ

Члены редакционной коллегии:

Викуллова Л. Г. — д-р филол. наук, проф., Московский городской педагогический университет;

Гринев-Гриневич С. В. — д-р филол. наук, проф., Университет в Белостоке (Республика Польша);

Епифанцева Н. Г. — д-р филол. наук, проф., МГОУ;

Карпова О. М. — д-р филол. наук, проф., Ивановский государственный университет;

Коста Петер — доктор философских наук, профессор, Университет Потсдам (Федеративная Республика Германия);

Левченко М. Н. — д-р филол. наук, проф., МГОУ;

Маслова В. А. — д-р филол. наук, проф., Витебский государственный университет им. П. М. Машерова (Республика Беларусь);

Николаева О. В. — д-р филол. наук, доц., Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток);

Пан Кё Ён — д-р филол. наук, проф., Университет иностранных языков Хангук (Республика Корея);

Пешкова Н. П. — д-р филол. наук, проф., Башкирский государственный университет;

Прошина З. Г. — д-р филол. наук, проф., МГУ им. М. В. Ломоносова;

Скуратов И. В. — д-р филол. наук, доц., МГОУ;

Сулейманова О. А. — д-р филол. наук, проф., Московский городской педагогический университет;

Филиппова И. Н. — д-р филол. наук, доц., МГОУ;

Хухуни Г. Т. — д-р филол. наук, проф., МГОУ

ISSN 2310-712X (online)

ISSN 2072-8379 (print)

Рецензируемый научный журнал «Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика» — печатное издание, в котором публикуются статьи российских и зарубежных учёных по теории языка, сравнительно-историческому, типологическому и сопоставительно-музыкознанию, теории и практике перевода, германистике, романскому языкознанию.

Журнал адресован учёным-лингвистам, преподавателям вузов, аспирантам, магистрантам, учителям-исследователям, переводчикам.

Журнал «Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика» зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Регистрационное свидетельство ПИ № ФС77-73342.

**Индекс серии «Лингвистика»
по Объединённому каталогу «Пресса России» 40713**

Журнал включён в базу данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ), имеет полнотекстовую сетевую версию в интернете на платформе Научной электронной библиотеки (www.elibrary.ru), с августа 2017 г. на платформе Научной электронной библиотеки «КиберЛенинка» (<https://cyberleninka.ru>), а также на сайте Вестника Московского государственного областного университета (www.vestnik-mgou.ru).

При цитировании ссылка на конкретную серию «Вестника Московского государственного областного университета» обязательна. Публикация материалов осуществляется в соответствии с лицензией Creative Commons Attribution 4.0 (CC-BY). Ответственность за содержание статей несут авторы. Мнение автора может не совпадать с точкой зрения редколлегии серии. Рукописи не возвращаются.

Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. — 2022. — № 3. — 126 с.

© МГОУ, 2022.

Адрес редакции:

г. Москва, ул. Радио, д. 10А, офис 98

тел. (495) 780-09-42 (доб. 6101)

e-mail: info@vestnik-mgou.ru; сайт: www.vestnik-mgou.ru

Founder of journal
"Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistic":
Moscow Region State University

————— Issued 6 times a year —————

Editorial board

Editor-in-chief:

V. V. Oshchepkova – Dr. Sci. (Philology), Prof., MRSU

Deputy editor-in-chief:

I. G. Zhironova – Dr. Sci. (Philology), Prof., MRSU

Executive secretary of the series:

O. I. Maksimenko – Dr. Sci. (Philology), Prof., MRSU

Members of Editorial Board:

L. G. Vikulova – Dr. Sci. (Philology), Prof., Moscow City University;

S. V. Grinev-Grinevich – Dr. Sci. (Philology), Prof., Bialystok University (Poland);

N. G. Yepifantseva – Dr. Sci. (Philology), Prof., MRSU;

O. M. Karpova – Dr. Sci. (Philology), Prof., Ivanovo State University;

Kosta Peter – Professor Dr. phil. Habil, University of Potsdam (Germany)

M. N. Levchenko – Dr. Sci. (Philology), Prof., MRSU;

V. A. Maslova – Dr. Sci. (Philology), Prof., Vitebsk State University named after P.M. Masherov, Republic of Belarus;

O. V. Nikolaeva – Dr. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Far Eastern Federal University (Vladivostok);

Pang Gyo-Youn – Dr. Sci. (Philology), Prof., Hankuk University of Foreign Studies (Korea);

N. P. Peshkova – Dr. Sci. (Philology), Prof., Bashkir State University;

Z. G. Proshina – Dr. Sci. (Philology), Prof., Lomonosov Moscow State University;

I. V. Skuratov – Dr. Sci. (Philology), Assoc. Prof., MRSU;

O. A. Suleimanova – Dr. Sci. (Philology), Prof., Moscow City University;

I. N. Filippova – Dr. Sci. (Philology), Prof., Assoc. Prof., MRSU;

G. T. Khukhuni – Dr. Sci. (Philology), Prof., MRSU

ISSN 2310-712X (online)

ISSN 2072-8379 (print)

The reviewed scientific journal "Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistic" is a printed edition that publishes articles by Russian and foreign scientists about the theory of language, comparative-historical, typological and comparative linguistics, the theory and practice of translation, Germanic and Romance linguistics.

The journal's target audience is linguists, university professors, graduate students, undergraduates, research teachers, translators.

The series "Linguistics" of the Bulletin of the Moscow Region State University is registered in Federal service on supervision of legislation observance in sphere of mass communications and cultural heritage protection. The registration certificate ПИ № 077-73342.

Index of the series "Linguistics" according to the Union catalog "Press of Russia" 40713

The journal is included into the database of the Russian Science Citation Index, has a full text network version on the Internet on the platform of Scientific Electronic Library (www.elibrary.ru), and from August 2017 on the platform of the Scientific Electronic Library "CyberLeninka" (<https://cyberleninka.ru>), as well as at the site of the Bulletin of the Moscow Region State University (www.vestnik-mgou.ru)

At citing the reference to a particular series of "Bulletin of the Moscow Region State University" is obligatory. Scientific publication of materials is carried out in accordance with the license of Creative Commons Attribution 4.0 (CC-BY). The authors bear all responsibility for the content of their papers. The opinion of the Editorial Board of the series does not necessarily coincide with that of the author Manuscripts are not returned.

Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics. – 2022. – № 3. – 126 p.

© MRSU, 2022.

The Editorial Board address:

10A Radio st., office 98, Moscow, Russia

Phones: (495) 780-09-42 (add. 6101)

e-mail: info@vestnik-mgou.ru; site: www.vestnik-mgou.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ ЯЗЫКА

- Гнатюк О. А.* Психолингвистические основы формирования интерференции, наблюдаемой при русско-испанском языковом контакте 6
- Зюидзе Э. А.* Средства речевого воздействия в маркетинговом дискурсе (на примере сайта книжного магазина “Waterstones”) 14
- Степанова Е. С.* Аксиология мифа о врачах 28
- Юсипова Д. Б.* Корпусный подход к исследованию фразеологии: анализ фразеологизмов семантического поля *пространство* 38
- Юсупова С. М.* Критика во фразеологической форме: корпусный анализ. 46

ГЕРМАНСКИЕ ЯЗЫКИ

- Двойнина Е. В.* Семантика общеупотребительной лексики в описании экономических явлений (на примере описания Брексита в англоязычном новостном дискурсе). 54
- Смирнова А. Г.* Обувь как метафора эмоциональных состояний в романе Дж. С. Фюера «Жутко громко и запрительно близко» 65
- Стожок Е. В., Халевина С. Н.* Ассоциации в профессиональной коммуникации (на примере английской экономической терминологии) 74

РОМАНСКИЕ ЯЗЫКИ

- Епифанцева Н. Г., Кабаш А. Н.* Функционально-семантическая характеристика французского междометия в сопоставлении с другими частями речи 83

СРАВНИТЕЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ, ТИПОЛОГИЧЕСКОЕ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

- Неровная М. А.* Реалии афганского глоттонического дискурса в переводе на русский язык 91
- Филиппова И. Н., Вековищева С. Н.* Псевдодисфемия судебного дискурса средневекового Китая в зеркале литературы 104
- Ши Пэй, Ху Гумин.* Об играх переводчика в переводческой деятельности 113

CONTENTS

THEORY OF LANGUAGE

- O. Gnatyuk.** Psycholinguistic Basis of the Process of Interference Formation Observed Under Russian-Spanish Language Contact 6
- E. Zoidze.** Means of Speech Influence in Marketing Discourse (On the Example of an Online Bookshop “Waterstones”)..... 14
- E. Stepanova.** Axiology of the Myth About Doctors 28
- D. Iusipova.** Corpus-Based Approach to Phraseology Research: Analysis of Idioms of the Semantic Field *Space*..... 38
- S. Yusupova.** Criticism in a Phraseological Form: Corpus Analysis 46

GERMAN LANGUAGES

- E. Dvoynina.** Semantics of Common Vocabulary in the Description of Economic Phenomena (Based on Brexit Description in English News Discourse) 54
- A. Smirnova.** Boot Metaphor as a Mean of Conceptualizing Emotions (Based on the Book by J. S. Foer “Extremely Loud and Incredibly Close”) 65
- E. Stozhock, S. Khalevina.** Associations in Professional Communication (On the Example of English Economic Terminology) 74

ROMAN LANGUAGES

- N. Epifantseva, A. Kabash.** Functional and Semantic Characteristics of the French Interjection in Comparison with Other Parts of Speech 83

COMPARATIVE, HISTORICAL AND TYPOLOGICAL LINGUISTICS

- M. Nerovnaya.** Afghan Gluttonic Discourse: The Specific Features of Translation into Russian. 91
- I. Filippova, S. Vekovishcheva.** Pseudodisphemy of the Judicial Discourse of Medieval China in Fiction 104
- Shi Pei, Hu Guming.** A Study of Translators' Games in Translation Activities..... 113

УДК 81'23

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-6-13

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕРФЕРЕНЦИИ, НАБЛЮДАЕМОЙ ПРИ РУССКО-ИСПАНСКОМ ЯЗЫКОВОМ КОНТАКТЕ

Гнатюк О. А.

*Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ)
125319, г. Москва, Ленинградский проспект, д. 64, Российская Федерация*

Московский государственный областной университет

141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д. 24, Российская Федерация

Аннотация

Цель статьи заключается в выявлении психолингвистических основ механизма интерференции, наблюдаемой при русско-испанском языковом контакте.

Процедура и методы. В работе исследуется устная речь на испанском языке русскоязычных носителей с применением комплекса методов: опрос, интервью, лингвистический эксперимент.

Результаты. На основе проведённого исследования были выявлены различные интерферентные ошибки на грамматическом уровне. В работе рассматриваются примеры неверного выбора глагола-связки, а также особенности использования личного местоимения в функции подлежащего.

Теоретическая и практическая значимость. Результаты исследования вносят вклад в теорию языковых контактов, могут быть использованы в различных психолингвистических исследованиях, а также в преподавании психолингвистики.

Ключевые слова: языковой контакт, двуязычие, интерференция, перенос, психолингвистика, ошибки

PSYCHOLINGUISTIC BASIS OF THE PROCESS OF INTERFERENCE FORMATION OBSERVED UNDER RUSSIAN-SPANISH LANGUAGE CONTACT

O. Gnatyuk

Moscow Automobile and Road Construction State Technical University (MADI)

Leningradsky prospect 64, Moscow 125319, Russian Federation

Moscow Region State University,

Very Voloshinoy ulitsa 24, Mytishchi 141014, Moscow Region, Russian Federation

Abstract

Aim. The purpose of this article is to determine the psycholinguistic basis of interference observed under Spanish-Russian language contact.

Methodology. The paper presents the study of the oral speech of Spanish-speaking Russians held with the help of the complex of different linguistic methods: survey, interview, linguistic experiment.

Results. In accordance with the results of the research various interference mistakes were revealed. An incorrect form of a link-verb as well as a redundant usage of a personal pronoun are presented as some key examples of interference in this paper.

Research implications. The research results contribute to the theory of language contact and can be applied in different psycholinguistic researches as well as in the process of psycholinguistic teaching.

Keywords: language contact, bilingualism, interference, transfer, psycholinguistics, errors, mistakes

Введение

Интерференция – это явление, возникающее при взаимодействии двух или более языковых систем и являющееся качественной характеристикой двуязычия. Тема русско-испанского языкового контакта (далее – ЯК) не широко представлена в современных исследованиях, тем не менее данный аспект лингвистики требует особого внимания в связи с растущей популярностью испанского языка в качестве языка изучения в нашей стране. Данная работа, посвящённая русско-испанскому ЯК, представляет некоторые результаты пилотного исследования устной речи русскоязычных обучающихся.

Цель работы заключается в определении психолингвистического механизма формирования интерференции. Для достижения цели были поставлены следующие задачи: проанализировать понятие «интерференция»; определить, в чём заключается проявление психолингвистического механизма появления ошибок; изучить интерферентные ошибки, возникающие при русско-испанском ЯК.

Исследование проведено на основе анализа устной речи на испанском языке русскоязычных обучающихся с применением комплекса лингвистических, социолингвистических и психолингвистических методов: интервью, опроса, наблюдения, анализа ошибок. Материалом исследования послужили данные 50 анкет и 25 записанных диалогов. Для обеспечения валидности результатов исследования необходима постановка чётких критериев отбора материала. Принимая во внимание, что двуязычие

в широком смысле представляет собой владение двумя языками на уровне, достаточном для осуществления коммуникации, при отборе респондентов для участия в устной части исследования был применён критерий владения языком на уровне B2 и выше. Согласно проекту Совета Европы «Общеввропейские компетенции владения иностранным языком» именно уровень B2 (пороговый продвинутый, уровень самостоятельного владения) подразумевает понимание сложных текстов, в том числе узкоспециальных, а также быструю и спонтанную речь на различные темы [3, с. 23–24]. При отборе респондентов также был применён критерий изучения испанского языка в результате намеренного или «интенционального» обучения (*intentional learning*), характеризующегося мотивацией и целеполаганием, в отличие от спонтанного обучения (*incidental learning*) [9, р. 35–36].

В данной работе представлены только некоторые примеры интерференции, наблюдаемой при русско-испанском ЯК: использование глагола-связки и постановка личного местоимения в функции подлежащего.

Сущность понятия «интерференция»

Интерференция как понятие изначально пришло в лингвистику из точных наук, впоследствии заняв прочную позицию в ряду смежных явлений (двуязычие, многоязычие, диглоссия), изучаемых в русле теории языковых контактов. Отметим, что придерживаемся идеи разграничения понятий двуязычия и диглоссии [4, с. 197–198], и в рамках данной работы

интерференция рассматривается на примере именно двуязычия.

В целом интерференция рассматривается как языковое явление, заключающееся в негативном влиянии родного языка (Я1) на язык изучаемый (Я2) в результате их взаимодействия. Обзор лингвистической литературы данной тематики позволяет говорить о наличии в англоязычных изданиях нескольких понятий. Так, при упоминании данного явления в его классической формулировке, предложенной Уриэлем Вайнрайхом, а именно, в виде отклонений от норм языка, возникающих в речи билингва в результате его знания более одного языка, можно наблюдать использование слова *interference* (интерференция) [8, p. 35]. Вместе с тем в ряде работ встречается употребление термина *transfer* (перенос) [7; 10]. При этом важно отметить наличие разграничения на положительный перенос (*positive transfer*), выражающийся в облегчении процесса овладения иностранным языком [7, p. 142], и отрицательный перенос (*negative transfer*), проявляющийся в ошибках [7, p. 141]. Данное разграничение изначально прослеживается в психологии, а именно: «Перенос (*англ. transfer*) – улучшение или ухудшение выполнения (освоения) некоторого действия под влиянием предшествующего выполнения (освоения) другого; соответственно различают положительный и отрицательный перенос»¹.

В психолингвистике именно речь является основным изучаемым видом деятельности [2, с. 69]. Соответственно, ранее сформированные навыки, облегчающие процесс усвоения новых навыков, – это языковые компетенции Я1 и Я2 в процессе речи двуязычного носителя. Как правило, результат влияния Я1 на Я2 носит негативный характер и является неосознанным. В толковом переводоведческом словаре Л. Л. Нелюбина

под интерференцией понимается наряду с перенесением «особенностей родного языка на изучаемый иностранный язык» также «наложение сформированных навыков на вновь формируемые со знаком минус; то же самое, что отрицательный перенос»². Данное ёмкое определение интерференции подчёркивает именно психолингвистическую природу рассматриваемого явления.

Психолингвистический механизм появления интерферентных ошибок

Исследование двуязычия, и в частности интерференции, в рамках психолингвистического подхода предполагает изучение процесса формирования речи на иностранном языке в тесной взаимосвязи с сознанием. Критерий наличия / отсутствия сознания в процессе появления ошибок при изучении иностранного языка становится ключевым при определении характера данных ошибок. Так, согласно ряду исследователей, ошибки, возникающие в речи на иностранном языке, подразделяются на ошибки от незнания (*errors*) и ошибки машинальные (*mistakes*) [7; 10].

Ошибки от незнания (*errors*) заключаются в воспроизведении некорректных форм в устной и письменной речи на иностранном языке в результате недостаточных знаний правил изучаемого языка [10, p. 125]. Данные ошибки носят закономерный характер и изучаются в рамках собственно лингвистического подхода.

Ошибки машинальные (*mistakes*) представляют собой воспроизведение неправильных форм в устной и письменной речи на иностранном языке в результате невнимательности, небрежности, усталости [10, p. 127]. Ошибки данной группы носят неосознанный характер. Они возникают не в результате отсутствия знаний, а в силу воздействия языковой системы Я1 на Я2 при наличии доста-

¹ См.: Большой психологический словарь / сост. и общ. ред. Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2007. С. 383.

² Нелюбин Л. Л. Толковый переводоведческий словарь. М.: Флинта, 2018. С. 66.

точного уровня языковой компетенции. Данные ошибки возникают произвольно, но их появление имеет закономерный характер, так как кажущаяся случайность обусловлена вполне очевидными причинами. А именно, различиями систем, контактирующих языков, и доминирующим влиянием Я1 на Я2 при воспроизводстве речи на иностранном языке.

Неосознанный характер машинальных ошибок определяется на основе высокого уровня языкового владения (от В2 и выше). Также отметим, что неосознанные ошибки проявляются, как правило, в устной речи, так как именно спонтанная речь предполагает возможность проявления неосознанных речевых ошибок в условиях неподготовленности. Данное исследование было направлено на выявление грамматических ошибок именно в устной речи, так как устная речь в отличие от письменной предполагает спонтанность.

Тот факт, что респонденты, участвующие в исследовании, владеют испанским языком на высоком уровне, а именно, на уровне В2 и выше, т. е. достаточном для осуществления коммуникации на иностранном языке, но именно в устной речи допускают ошибки, позволяет делать вывод о неосознанном характере данных ошибок.

Интерферентные ошибки, возникающие при русско-испанском ЯК

Ошибка в речи на иностранном языке представляет собой важнейший «источник информации о процессе овладения Я2» [1, с. 53]. Ошибки при изучении иностранного языка являются «неизбежной и даже необходимой частью» процесса изучения иностранного языка [6, р. 45]. В рамках данной работы рассмотрим характерные проявления интерференции, возникающие при русско-испанском ЯК на грамматическом уровне. Грамматика представляет собой своего рода языковой фундамент. Изучение иностранного

языка невозможно без усвоения принципов его грамматического построения. О важности изучения грамматической стороны языка свидетельствуют многочисленные примеры построения различных грамматических классификаций, предпринимаемые с древнейших времён [5, с. 17, 23, 28].

Грамматическая интерференция – это «воздействие грамматической структуры родного языка в речи билингва»¹. Данная интерференция может возникать как из-за отсутствия в родном языке грамматических категорий языка изучаемого, так и в силу различия грамматических систем контактирующих языков в целом.

В качестве примеров возникновения интерференции на грамматическом уровне, наблюдаемой при русско-испанском ЯК, можно выделить такие интерферентные проявления, как неверный выбор глагола-связки *быть*, а также обязательное использование личного местоимения в функции подлежащего. Рассмотрим указанные примеры более подробно.

1. Неверный выбор глагола-связки *быть*.

Глагол-связка или просто связка (от *англ. copula*) – это глагол, являющийся частью составного сказуемого и согласующийся с подлежащим. В рамках данной работы нас интересуют случаи употребления чистой связки, выраженной глаголом *быть*.

В испанском языке роль глагола-связки *быть* могут выполнять два глагола: *ser* (быть, являться кем-то) и *estar* (быть, находиться где-то). «Основные отличия двух испанских глаголов *ser* и *estar*, которые переводятся на русский язык глаголом *быть*, проявляются в употреблении с прилагательными»². С помощью глагола *ser* можно передать постоянное состоя-

¹ Нелюбин Л. Л. Толковый переводоведческий словарь. М.: Флинта, 2018. С. 66.

² Карраскоса М. Х. Х. Испанский язык: большой справочник по грамматике. М.: Живой язык, 2014. С. 137–138.

ние, глаголом *estar* можно выразить временное качество. Например: *Julio es gordo* (Хулио толстый) / *Julio está gordo* (Хулио потолстел)¹.

Кроме того, на русский язык глаголом «быть» может переводиться безличная форма *hay*, образованная от глагола *haber* (3 лицо ед. числа *Presente de Indicativo*) и старинного наречия места «у»². «Эта форма выражает наличие чего-либо безотносительно к тому или иному лицу: не я имею, ты имеешь и т. д., а есть, имеется»³. Формой *hay* глагола *haber* обозначается новый, ранее не упомянутый предмет в высказывании. Например: *En mi mochila hay muchas pinturas* (В рюкзаке много красок)⁴.

Говоря о роли глагола-связки, важно отметить, что в испанском языке присутствие чистой связки в одной из форм указанных глаголов обязательно и требуется почти всегда, кроме случаев, когда в «тексте употреблено подряд несколько предложений, в состав которых входит именное составное сказуемое»⁵. В русском языке глагол-связка «быть» в форме «есть» опускается в настоящем времени изъявительного наклонения. В таких случаях говорят о нулевой связке⁶.

Глаголы *ser* и *estar* имеют формы единственного и множественного числа 1, 2, 3 лица в каждом времени испанской системы времён. Безличная форма *hay* глагола *haber* (настоящего времени) имеет различные варианты в других временах. Огромное количество словоформ указан-

ных глаголов в испанском языке создаёт определённые трудности для русскоязычных носителей.

Проведённое исследование выявило три типа интерферентных ошибок в области употребления глагола-связки русскоязычными носителями на испанском языке: опущение глагола-связки; употребление глагола-связки в неправильной форме лица, числа; неверный выбор глагола связки в рамках трёх вариантов – *ser* / *estar* / *haber*.

Рассмотрим указанные ошибки на примерах.

Опущение глагола-связки

– *Qué es más difícil para tí en Español* (Что для тебя самое сложное в испанском языке)?

– *Hombre, gramática y léxico por supuesto (son) difícil, como del cada idioma*⁷ (Грамматика и лексика сложные, конечно, как в любом языке).

В данном примере пропущен глагол-связка *ser* в необходимой форме *son* (мн. ч., наст. вр.), т. к. подлежащее представляет собой два слова.

Употребление глагола-связки в неправильной форме лица, числа

Qué es más difícil para tí en Español (Что для тебя самое сложное в испанском языке)?

Quizás, los tiempos, pero es muy parecido al Ruso los tiempos (Возможно, времена, но времена очень похожи на времена в русском).

В указанном примере глагол-связка *ser* стоит в неправильной форме *es*, необходимая форма в данном случае – *son*, так как подлежащее стоит во множественном числе. Кроме того, прилагательное *parecido* (похож) также неправильно согласовано с именем существительным, так как ошибочно использовано в единственном числе. Правильный вариант: *Quizás, los tiempos, pero son muy parecidos al Ruso los tiempos*.

⁷ Здесь и далее примеры приводятся из собранного автором статьи корпуса полевого материала (Мадрид – Москва, 2015–2018 гг.).

¹ Карраскоса М. Х. Х. Испанский язык: большой справочник по грамматике. М.: Живой язык, 2014. С. 137–138.

² Попов А. А. Учебник испанского языка. СПб.: «Виктория плюс», 2013. С. 103.

³ Там же.

⁴ Карраскоса М. Х. Х. Испанский язык: большой справочник по грамматике. М.: Живой язык, 2014. С. 134.

⁵ Попов А. А. Учебник испанского языка. СПб.: «Виктория плюс», 2013. С. 102.

⁶ Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов. М.: Просвещение, 1985. С. 139.

Y hay gente que son muy amables (Есть / встречаются милые люди).

В данном предложении глагол-связка *ser* стоит в форме *son*, что является неверным. Правильным же вариантом должна быть форма *es*, т. к. имя существительное *gente* (люди) в испанском языке единственного числа.

Неверный выбор глагола-связки в рамках трёх вариантов – *ser* / *estar* / *haber*

Me gusta mucho el ambiente que está en España (Мне очень нравится атмосфера в Испании).

В указанном примере можно увидеть ошибочное использование глагола *estar* в форме *está*. Так как речь в предложении идёт об абстрактном понятии, то необходимо использование глагола *haber* в форме *hay*.

Путаница в использовании глаголов *ser* / *estar* / *haber*, выражающаяся как в неверном выборе самого глагола, так и конкретной формы выбранного глагола, объясняется наличием только одного глагола «быть», и опущении его в настоящем времени.

Согласно проведённому исследованию из всего количества ошибок, связанных с использованием глагола-связки, 45% составляют случаи опущения, 35% – некорректного использования и 20% – неверного выбора в рамках трёх вариантов (*estar* / *ser* / *haber*).

2. Ошибочное использование личного местоимения в функции подлежащего

В испанском языке «глагольное окончание уже указывает на грамматическое лицо, поэтому нет необходимости в наличии личных местоимений для более чёткого выражения субъекта речи»¹.

Несмотря на то, что в русском языке одинаково допустимо как использование личного местоимения в функции подлежащего, так и его опущение, тем не менее, в большей степени прослеживается тенденция к использованию данной ча-

сти речи. Испанская речь русскоязычных носителей изобилует наличием примеров использования личных местоимений в функции подлежащего, когда это совсем не обязательно, по аналогии с русским языком. Случаи использования личных местоимений в функции подлежащего можно проследить в различных временах. Рассмотрим примеры.

Использование личного местоимения в функции подлежащего в настоящем времени (Presente)

Yo creo que Español es la lengua más facil de toda la familia de idiomas de Indoeuropeo, porque tú escribes igual que pronuncias (Я думаю, что испанский язык – это самый лёгкий язык из всей индоевропейской языковой семьи, потому что ты пишешь также, как и произносишь).

В данном примере можно наблюдать сразу два случая постановки личного местоимения в функции подлежащего: *yo* (я) и *tú* (ты), что является необязательным, т. к. глаголы *creo* (думаю), *escribes* (пишешь) и *pronuncias* (произносишь) уже стоят в соответствующих формах лица и числа.

Como pienso yo esto es depende de cada persona (Я думаю, это зависит от человека).

В данном случае наличие местоимения *yo* (я) не обязательно, т. к. глагол *pienso* (думаю) уже стоит в форме 1 лица ед. ч.

Использование личного местоимения в функции подлежащего в прошедших временах (Pretérito Imperfecto, Pretérito Indefinido)

Como no tenía yo el maestro comprendía yo sola (Поскольку у меня не было учителя, учила сама). В данном предложении использовано местоимение *yo* (я), что является необязательным, так как глаголы *tenía* (имела) и *comprendía* (учила) стоят в форме 1 лица, ед. ч.

Yo aprendí Español ahí (Я выучила там испанский язык сама).

В данном примере также нет необходимости в постановке местоимения *yo* (я), т. к. глагол *aprendí* (выучила) стоит в форме 1 лица, ед. ч.

¹ Llorach E. A. Gramática de La Lengua Española. Madrid: Real Academia Española, ESPASA, 2000. P. 73.

Использование личного местоимения в функции подлежащего в испанском языке не является ошибкой в прямом смысле слова, правильнее сказать, что такие варианты не характерны для частого употребления, а целесообразны в случаях, когда того требует контекст или, когда нужно сделать акцент на подлежащем. Тотальное же использование личного местоимения в испанском языке именно русскоязычными изучающими на фоне интонационного акцентирования этой части речи свидетельствует об интерферентном влиянии русского языка, которому свойственно употребление личного местоимения в функции подлежащего в предложении и его интонационное выделение в речи. Случаи использования личного местоимения в функции подлежащего составляют 100% всех изученных интервью, то есть характерны для каждого респондента, участвовавшего в исследовании.

Заключение

Проведённое исследование показало наличие в речи на испанском языке русскоязычных носителей многочисленных ошибок на различных языковых уровнях. В качестве примера рассмотрены такие случаи интерференции на грамматическом уровне, как неправильный выбор глагола-связки, а также необязательное использование личного местоимения в качестве подлежащего.

Наличие указанных ошибок на фоне владения испанским языком на уровне B2 и выше и знакомства с грамматическими правилами позволяет делать вывод о неосознанном характере ошибок. Явление интерференции имеет психолингвистическую основу, так как определённые ошибки, классифицируемые как машинальные, являются закономерными в силу того, что вызваны воздействием Я1 на Я2.

Считаем, что данная тема требует дальнейшего подробного исследования.

Дата поступления в редакцию 15.09.2021

ЛИТЕРАТУРА

1. Залевская А. А. Введение в теорию учебного двуязычия: учебник для магистрантов. Тверь: Тверской государственный университет, 2016. 269 с.
2. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики: учебник для студ. высш. учеб. заведений. М.: Смысл; «Академия», 2005. 288 с.
3. Общеευропейские компетенции владения иностранным языком: изучение, обучение, оценка: монография (русская версия) / под общ. ред. проф. К. М. Ирисхановой. М.: МГЛУ, 2003. 212 с.
4. Хухуни Г. Т., Валуйцева И. И. Двуязычие или моновязычие? (О некоторых аспектах билингвизма и диглоссии в литературном творчестве) // Полилингвильность и транскультурные практики. 2020. Т. 17. № 2. С. 196–203. DOI: 10.22363/2618-897X-2020-17-2-196-203.
5. Хухуни Г. Т., Нелюбин Л. Л. История науки о языке: учебник; 5-е изд., стереотип. М.: Флинта, 2016. 376 с.
6. Belda Torrijos M. Errors of the use of Spanish language: prepositions // Educación y Futuro Digital. 2019. No. 18. P. 43–62.
7. Ellis R. Second language acquisition. London, New York: Oxford University Press, 2008. 148 p.
8. Harding-Esch E., Riley Ph. The bilingual family. A handbook for parents. UK: Cambridge University Press, 2003. 190 p.
9. Leow R. P., Zamora C. C. Intentional and Incidental L2 Learning // The Routledge Handbook of Instructed Second Language Acquisition / eds. Loewen S., Sato M. New York: Routledge, 2017. P. 33–49.
10. Scovel Th. Psycholinguistics. London, New York: Oxford University Press, 2009. 136 p.

REFERENCES

1. Zalevskaya A. A. *Vvedeniye v teoriyu uchebnogo dvuyazychiya* [Introduction to the theory of educational bilingualism]. Tver, Tver State University Publ., 2016. 269 p.

2. Leont'yev A. A. *Osnovy psikholingvistiki* [Fundamentals of psycholinguistics]. Moscow, Smysl Publ., Akademiya Publ., 2005. 288 p.
3. Iriskhanova K. M., ex. ed. *Obshcheyevropeyskiye kompetentsii vladeniya inostrannym yazykom: izucheniye, obucheniye, otsenka (russkaya versiya)* [Common European competencies of foreign language proficiency: study, training, assessment (Russian version)]. Moscow, Moscow State Linguistic University Publ., 2003. 212 p.
4. Khukhuni G. T., Valuytseva I. I. [Bilingualism or monolingualism? (Some aspects of the bilingualism and dyglossia in literary creativity)]. In: *Polilingvial'nost' i transkul'turnyye praktiki* [Polylinguality & Transcultural Practices], 2020, vol. 17, no. 2, pp. 196–203. DOI: 10.22363/2618-897X-2020-17-2-196-203.
5. Khukhuni G. T., Nelyubin L. L. *Istoriya nauki o yazyke* [The history of the science of language]. Moscow, Flinta Publ., 2016. 376 p.
6. Belda Torrijos M. Errors of the use of Spanish language: prepositions. In: *Educación y Futuro Digital*, 2019, no. 18, pp. 43–62.
7. Ellis R. Second language acquisition. London, New York, Oxford University Press, 2008. 148 p.
8. Harding-Esch E., Riley Ph. The bilingual family. A handbook for parents. UK, Cambridge University Press, 2003. 190 p.
9. Leow R. P., Zamora C. C. Intentional and Incidental L2 Learning. In: Loewen S., Sato M., eds. *The Routledge Handbook of Instructed Second Language Acquisition*. New York, Routledge, 2017, pp. 33–49.
10. Scovel Th. Psycholinguistics. London, New York, Oxford University Press, 2009. 136 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Гнатюк Ольга Александровна – старший преподаватель кафедры «Иностранные языки» Московского автомобильно-дорожного государственного технического университета (МАДИ); аспирант кафедры теории языка и англистики Московского государственного областного университета; e-mail: go7605848@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Olga A. Gnatyuk – Senior Lecturer, Department of Foreign Languages, Moscow Automobile and Road Construction State Technical University (MADI); Postgraduate Student, Department of Language Theory and Anglistics, Moscow Region State University; e-mail: go7605848@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Гнатюк О. А. Психолингвистические основы формирования интерференции, наблюдаемой при русско-испанском языковом контакте // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 3. С. 6–13.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-6-13

FOR CITATION

Gnatyuk O. A. Psycholinguistic basis of the process of interference formation observed under Russian-Spanish language contact. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2022, no. 3, pp. 6–13.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-6-13

УДК: 811

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-14-27

СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В МАРКЕТИНГОВОМ ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ САЙТА КНИЖНОГО МАГАЗИНА “WATERSTONES”)

Зоидзе Э. А.*Московский городской педагогический университет**129226, г. Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, д. 4, Российская Федерация*

Аннотация

Цель. Определить перечень языковых средств, используемых для оказания речевого воздействия на адресата в контексте книгораспространения и посредством интернет-канала коммуникации.

Процедура и методы. В работе применялись такие методы, как наблюдение для сбора первоначальных данных, контекстуальный анализ и интерпретация, интен-анализ, а также метод моделирования.

Результаты. Исследование выявило, что коммуникативное пространство сайта книжного магазина “Waterstones” включает читателя-пользователя в группу адресантов. Для исследуемого типа коммуникации характерны интенции: информирования, убеждения, аттракции и компли-мента. На языковом уровне используются средства интенсификации речевого воздействия: местоимения, формы императива, превосходная степень сравнения, эмоционально-оценоч-ные слова, прецедентные феномены, образные средства, а также синтаксические средства диалогизации.

Теоретическая и практическая значимость. Полученные выводы вносят вклад в изучение кни-гоиздательского и маркетингового дискурса, маркетинговой лингвистики и продвигающего текста как её единицы. Языковой материал может быть использован в университетских курсах по стилистике, медиалингвистике, маркетинговой лингвистике, лингвопрагматике.

Ключевые слова: средства речевого воздействия, интенция, коммуникативная стратегия, про-двигающий текст, книгоиздательский и маркетинговый дискурс

MEANS OF SPEECH INFLUENCE IN MARKETING DISCOURSE (ON THE EXAMPLE OF AN ONLINE BOOKSHOP “WATERSTONES”)

E. Zoidze*Moscow City University**Vtoroy Selskhozajstvenny proezd 4, Moscow 129226, Russian Federation*

Abstract

Aim. The aim is to identify the scope of language means used to exert speech influence on the addressee in the context of book spreading practice and through the Internet as a channel of communication.

Methodology. The study is based on the following methods: observation for collecting primary data, contextual analysis and interpretation, intent analysis, and the method of modeling.

Results. The study revealed that the communicative space of the online bookshop “Waterstones” includes the reader into the group of addressants. The type of communication under analysis is

characterized by the use of the intention of informing, persuasion, attraction, and compliment. On the linguistic level the following means are used to exert and intensify speech influence: pronouns, imperative forms, adjectives in the superlative degree, words with emotive and evaluative meaning, precedent phenomena, imagery, and syntactical means to imitate a dialogue.

Research implications. The obtained results and conclusions contribute to the study of book publishing and marketing discourse, marketing linguistics and a promotional text as its main unit. The language material can be used in university courses of stylistics, media linguistics, marketing linguistics, and linguistic pragmatics.

Keywords: means of speech influence, intension, communicative strategy, promotional text, book publishing and marketing discourse

Введение

В условиях антропоцентрической парадигмы лингвистических исследований проблема влияния языка и речи выходит на первый план, а оценка его эффективности – одна из важнейших задач при анализе коммуникации [5, с. 235].

Изучение институциональной коммуникации способствует выявлению характеристик, актуальных для разных социальных институтов, а также интенций, задействованных в процессе коммуникации [17, с. 269]. Внимание к институтам книгоиздания и книгораспространения в дискурсивном и лингвопрагматическом аспектах стало заметным сравнительно недавно. Примечательно, что книгоиздательская деятельность как дискурсивная практика – наблюдаемый коммуникативный объект [7, с. 14] – тесно связана с другими видами дискурса, в первую очередь с маркетинговым (рекламным) дискурсом, а также с интернет-дискурсом. Современные интернет-сайты книжных магазинов не ограничиваются информированием о наличии и цене определённой книги, но также реализуют культурно-просветительскую [1, с. 80], развлекательную и ряд других функций.

На наш взгляд, связь книгоиздания и книготорговли лучше всего прослеживается в рекламном аспекте. Рекламе и продвижению книжной продукции, а также PR-технологиям в книгоиздании и книготорговле посвящены работы таких авторов, как: Н. В. Аверина [1], Л. Г. Викулова [3], О. И. Колесникова [8], П. Ф. Фортсайт [16], Е. В. Шиц [20], М. Ги-

Валор (M. L. Gea-Valor) [21], Н. Ондер (N. Önder) [24], Ф. Аш-Биссет (F. Hache-Bissette) [22] и другие.

Цель данной работы – на материале сайта книжного магазина “Waterstones” определить, какие языковые средства используются для оказания речевого воздействия на адресата в контексте книгораспространения посредством интернет-канала коммуникации. Для достижения цели необходимо, во-первых, описать сайт книжного магазина как коммуникативное пространство. Эта задача включает в себя определение наиболее значимых для дальнейшего анализа структурных элементов сайта, представленных в вербальной форме. Во-вторых, представить обзор характерных языковых особенностей и интерпретировать их функции в речи с точки зрения лежащих в их основе интенций и реализуемых коммуникативных стратегий.

Материал и методы

В ходе выполнения поставленных задач ведущая роль отводилась методу *наблюдения* для сбора первоначальных данных на сайте книжного магазина “Waterstones”. В результате было определено три направления для дальнейшего *описания и анализа*: языковое оформление заголовков и подзаголовков, описание разделов сайта и одной произвольно выбранной книги. При работе с каждым из объектов применялся метод *контекстуального анализа, интерпретации и интен-т-анализа*. Суть последнего состояла в оценке содержания высказывания в его

соотношении с ситуативным контекстом, например, реклама книги, продвижение культуры чтения, приглашение к сотрудничеству и т. д. Для описания сайта магазина как коммуникативного пространства применялся метод *моделирования*.

Сайт книжного магазина “Waterstones” как коммуникативное пространство

Книжный магазин “Waterstones”¹ был основан в 1982 г., сейчас сеть насчитывает более 280 магазинов на территории Великобритании, Бельгии и Нидерландов. Сайт магазина относится к типу «контент-проект» [12, с. 124], который предполагает наличие не каталога-прейскуранта, а полноценной информационной среды с дополнительными каналами коммуникации между участниками процесса книгораспространения.

Сайт книжного магазина, выступая как продвигающий жанр книгоиздательского дискурса, представляет собой многоуровневое коммуникативное пространство, под которым мы понимаем «поле коммуникативной деятельности, включающее совокупность значимых групп, индивидов в том или ином их взаимном расположении» [9, с. 259]. Что касается термина «жанр дискурса», то мы, вслед за О. А. Сулеймановой, определяем его как особый алгоритм «использования близких по функции языковых средств для выражения определённого смысла. Отбор языковых единиц при этом определяется коммуникативным намерением» [13, с. 48]. О жанровой природе интернет-сайта говорит и М. Е. Букеева [2, с. 123], сайт также рассматривается исследователем как гибридный жанр и одновременно коммуникационный канал распространения информации [2, с. 129]. Л. Г. Викулова и И. В. Макарова описывают книготорговый сайт как жанр, сочетающий коммуникативное и коммерческое измерения и функционирующий в откры-

том коммуникативном пространстве [4, с. 29]. Полагаем, что ввиду связи между книгоизданием и книготорговлей, а также того, что электронная книготорговля активно развивается как форма маркетинговой коммуникации, сайт книжного магазина является продвигающим жанром. Наряду с информированием о наличии товара (книги) и его характеристиках, книготорговые сайты выполняют и культурно-просветительскую функцию [1, с. 80], тем самым продвигая не только книги, но и формируя культуру чтения.

Рассматривая сайт книжного магазина как канал компьютерно-опосредованной коммуникации, необходимо также обозначить её участников и контекст, который определяет в том числе выбор средств речевого воздействия.

На основании анализа общих разделов сайта (Events, Blog, Podcast, Highlights, Special editions, Books и т. д.) и описаний к представленным на сайте книгам можно сделать вывод, что **адресантом** сообщений выступает: магазин “Waterstones” как коллективный субъект книготорговли, книгоиздатель, экспертное сообщество журналистов и писателей. Следует также отметить, что любой зарегистрированный пользователь может пополнить ряд адресантов, публикуя свои отзывы о прочитанных книгах, тем самым выступая в функции критика. Таким образом, не только автор, редактор, издатель и продавец, но и читатель выступают активными участниками продвижения книги [25, р. 68]. Согласно мнению Ф. Котлера, большинство покупателей ориентируются не на маркетинговую коммуникацию, а на так называемый “F-factor” (друзья, родственники, подписчики в социальных сетях и т. д.) [23, р. 12]. На сайте магазина рецензии и отзывы составляют значительный объём вербальной информации, что даёт возможность покупателю выбрать ориентир во мнении об интересующей книге.

Адресатом в исследуемом типе коммуникации выступает, с одной стороны,

¹ См.: Waterstones [Электронный ресурс]. URL: <https://www.waterstones.com> (дата обращения: 17.01.2022).

массовый читатель-пользователь, а с другой – определённая целевая аудитория (например, дети и подростки (Favourite Children's & YA Authors), вегетарианцы (Veganuary Inspiration. Try Something New) и т. д.). Индивидуальный читатель-пользователь также является адресатом при условии, если он зарегистрирован и принимает участие в мероприятиях магазина, получает персонализированные предложения по почте.

Любой коммуникативный акт происходит в определённом контексте. Ситуация и условия определяют как содержание сообщения, так и его форму и выбор коммуникативных стратегий. Под коммуникативной стратегией понимается линия речевого поведения, избранная коммуникантом для достижения главной цели во взаимодействии [9, с. 266]. В книготорговле главной целью является не только продажа книг и продвижение бренда магазина, но и продвижение самой книги и культуры чтения. Это связано с тем, что книга как единство духовного и материального, как источник информации и средство воспитательного воздействия [12, с. 89] определяет и характер маркетинговых стратегий. Таким образом, исследуемый контекст включает и просветительскую деятельность, реализует информационно-познавательную и развлекательную функции (разделы Events, Blog, Podcast).

Говоря о **канале** коммуникации, отметим, что, являясь единицей интернет-дискурса, сайт книжного магазина также обладает динамичностью (обновляемостью) гипертекстуальностью, мультимедийностью, интерактивностью [19, с. 61–71]. Особенности канала коммуникации определяют и типы кодирования информации: визуальный (изображения обложек, иконические и символные знаки), вербальный (печатный и звучащий текст). Следует отметить, что визуальные средства кодирования (обложки книг) преобладают над вербальными. Чтобы не остаться незамеченными последние

должны привлекать внимание, вызывать интерес, любопытство.

Таким образом, коммуникативное пространство сайта книжного магазина “Waterstones” можно представить в виде схемы (см. рис. 1).

На основании структуры сайта было выбрано три направления: анализ заголовков и подзаголовков, анализ описаний разделов сайта и анализ текстов, посвящённых одному изданию книги.

Языковые особенности заголовков и подзаголовков сайта “Waterstones”

Представляя собой вербально-визуальное единство, сайт книжного магазина, безусловно, использует интенцию аттракции с помощью орфографического и графического уровней, а также креолизации [10, с. 162–169]. Однако в данной работе рассматриваются вербальные средства интенсификации речевого намерения, в первую очередь, на лексическом уровне. Перед тем, как перейти к разбору конкретных примеров, поясним, что мы рассматриваем лексические, лексико-грамматические и другие средства как компоненты системы языка в их практическом применении, т. е. в письменной речи, поэтому используется формулировка: «языковые средства, оказывающие речевое воздействие».

На главной странице сайта средства речевого воздействия помогают реализовать персуазивную интенцию, лежащую в основе стратегии убеждения: *Treat the ones you love. Show them your care this Valentine's Day*. За виджетом с таким названием находится подборка подарков к празднику, включая книги (*Latest Crushes. The best new romantic fiction; Long-term Loves The best classic romantic fiction; Gorgeous Gift Books; Small Books, Big Love; Galentine's Day Books that celebrate the power of female friendship*). Также на главной странице есть ещё два динамических рекламных блока под заголовками: *Perfect Paperbacks: Great reads at great prices* (популярные книги в мягкой обложке) и *Make a Change. Make a Dif-*



Рис. 1 / Fig. 1. Сайт книжного магазина “Waterstones” как коммуникативное пространство / The site of the bookstore “Waterstones” as a communicative space

Источник: составлено автором.

ference. Fresh Ideas for 2022 (популярные нон-фикшн книги). Каждый приведённый пример без исключения содержит то или иное средство речевого воздействия. Присутствуют единицы с оценочной семантикой (*best, gorgeous, fresh*), неологизмы (*Galentine, crush*), синтаксический параллелизм в сочетании с императивом, аллитерация, антитеза и т. д.

Практически все разделы сайта содержат книжные подборки. Например, раздел в меню второго уровня под названием *Highlights* имеет четыре заголовка с множеством подзаголовков. Мы, вслед за М. Е. Букеевой, отмечаем значимость данных структурных элементов как смысловых ориентиров в тексте. Наличие большого количества подзаголовков (названия подборок книг в разных разделах) служит средством привлечения внимания адресата [2, с. 129].

Приведём несколько конкретных примеров. В каждом разделе и подразделе сайта можно встретить повторяющиеся подзаголовки, начинающиеся со слов *Our*

best ... (Our Best Biographies; Our Best Reference Books). Местоимение множественного числа встречается и в притяжательной (*Our Choice of Children’s Classic Fiction; Our Favourites for 9–12 Year Olds*) и в объектной форме (*About Us; Contact Us; Shopping With Us; Ordering With Us*). Употребление местоимения первого лица множественного числа подчёркивает коллективный характер адресанта, объектная форма в сочетании с предлогом *with* как бы приглашает к совместному совершению действия. При этом действия, сопряжённые с покупкой, вводятся с помощью отглагольных существительных (*ordering, shopping*), что, на наш взгляд, снижает директивность.

Форма превосходной степени в сочетании с местоимением множественного числа *Our best ...* создаёт необходимый эффект «мы собрали для вас всё лучшее», который способствует формированию сообщества лояльных клиентов, доверяющих выбору и рекомендациям продавца (в данном случае коллективного).

Повелительное наклонение часто встречается как на главной странице сайта (*sign in / register; contact us; follow us*), так и в названиях тематических подборок книг: **Grab** a Camera and **See** What Develops (*The best practical photography books*); **Start** it Up (*The best books for entrepreneurs and small businesses*); **Bake** it Better (*Our best baking books*); **Shake, Shuffle and Deal** (*Our best card & parlour games books*); **Bring** the Outdoors Indoors (*Our best Houseplant & Indoor Gardening books*); **Begin** at the Beginning (*Mindfulness guides*); **Free** Your Mind (*Spiritual Writing & Mindfulness*) и т. д. Конструкции подобного рода не только содержат директивную, но и персуазивную интенцию, поддерживая интерес и желание читателя к «самоидентификации и самореализации посредством книги» [20, с. 156]. С помощью императивных форм осуществляется не только призыв к совершению действия по покупке: *Shop now, Click and collect, Add to basket*, но и приглашение к общению и обмену мнениями, приветственное обращение к посетителям: *Start your Waterstones journey by creating your account; Welcome to your account dashboard; Thank you for registering; Why not let others know what you think by writing a review?; Receive reading recommendations and be the first to hear about our special editions and author events, straight to your inbox*.

Экспрессивность, ассоциативность и культурная составляющая присутствуют в названиях книжных подборок, содержащих игру слов и прецедентные феномены, к которым мы, вслед за А. В. Зиньковской и А. В. Цыбой, относим прецедентные имена, тексты и высказывания [6, с. 306]. Ниже представлены некоторые примеры подзаголовков-названий книжных подборок, обнаруженных на сайте:

1) *No Time to Read (A selection of our best Bond books)* – прецедентный текст в подзаголовке – это изменённое название одного из фильмов бондианы “*No Time to Die*” и одноимённой песни Билли Айлиш, ставшей саундтреком к фильму.

2) *One Giant Step for Man (The best beginner's astronomy guides and reference books)* – название содержит перефразированное прецедентное высказывание Нила Армстронга (*That's one small step for man, one giant leap for mankind*), произнесённое по случаю высадки миссии Аполлон 11 на Луну в 1969 году.

3) *I'm Bored ... I'm the Chairman of the Board.* (*The best business biographies*) – название содержит прецедентный текст и отсылает к строчкам из песни Игги Попа “*I'm bored*” (*I'm bored I'm the chairman of the bored*), в нём присутствует игра слов, основанная на созвучии прилагательного *bored* и существительного *board*.

4) *No Planet B: Practical Steps to Save the Earth* – название содержит прецедентное высказывание и демонстрирует остроумную игру слов на основе расхожего словосочетания *Plan B*, что в контексте экологии обретает двойной смысл.

5) *Less is More (Our best Home & Lifestyle books)* – фраза-название – это высказывание, приписываемое английскому поэту Роберту Браунингу, а также архитектору-минималисту Людвигу Мису ван дер Рою. Последняя версия актуализируется в контексте дизайна интерьеров, о котором идёт речь в подборке.

6) *The Sea, The Sea (Our best books on ships and sailing)* – ещё один пример использования прецедентного текста, в данном случае из области литературы. Эти слова служат названием романа Айрис Мердок. Их использование для обозначения тематической подборки книг о кораблях и мореплавании апеллирует к интеллигентному и разносторонне развитому читателю, фоновые знания которого способствуют считыванию ассоциативных связей.

7) *Home is Where the Heart Is (Our best UK travel guides for staycations)* – ещё одно прецедентное высказывание в форме известной поговорки послужило основой для наименования подборки о путешествиях по ближайшим окрестностям. *Staycation* – это вид однодневного отдыха недалеко от дома.

8) *Everyone's Tik-Talking About* – пример содержит игру слов, основанную на фонетическом сходстве между названием популярной социальной сети TikTok и окказиональным глаголом *tik-talk*, который имплицитно указывает на популярность книг в подборке художественной романтической литературы.

Приведённые примеры демонстрируют, что книжный маркетинг отличается интеллектуальной рекламой [14, с. 258], в которой высока роль эстетической и культурно-значимой информации. Интенсификация речевого воздействия осуществляется на всех уровнях языка, нередко используются образные средства (звуковая образность: *Little But Lovely; Feline Friends; Treasuries of Timeless Tales*; лексическая (метафорическая / метонимическая) образность: *Famous Faces of Food; On The Horizon* (ожидаемые издания); *Fighting for your Future*).

Наблюдение показало, что ряд высказываний, относящихся к книгам, акцентирует внимание адресата не на интеллектуальной или духовной, а на материальной ценности книги. Раздел *Special Editions* содержит такие подзаголовки: *Signed & Special Editions (Whether beautifully bound, signed by the author or bursting with exclusive content, these collectible editions make exquisite gifts and are the perfect adornment to any bookshelf)*; *Beautiful Books (Sumptuous volumes that make the perfect present)*¹. Прилагательные *exclusive, exquisite, beautiful, sumptuous* указывают на уникальные параметры оформления книги, а не на её содержательную сторону. Утилитарность подчёркивается указанием на то, что книга украсит любую полку и станет отличным подарком. В целом, использование прилагательных-определений усиливает качественную составляющую книги, делая её привлекательной для определённой аудитории.

Завершая описание особенностей языкового оформления заголовков и подзаголовков на сайте книжного магазина, ещё раз отметим, что ядро средств речевого воздействия составляют формы превосходной степени, императива и эмоционально-оценочных прилагательных.

Языковые особенности описаний разделов сайта "Waterstones"

Меню сайта имеет многоуровневую структуру, мы рассмотрим описания четырёх разделов в меню первого уровня и двух основных разделов в меню второго уровня.

Разделы в меню первого уровня содержат информацию не только о товарных наименованиях, но и расширяют сферу коммуникации, предлагая принять участие в событиях, познакомиться с дополнительным (не коммерческим) контентом сайта и т. д. Так, раздел *Events* приглашает на автограф-сессии (*Book Signings*) и встречи с авторами (*Author Talks*): *"Browse for events with fantastic authors in shops near you, as well as online events you can enjoy from the comfort of your home"*². Текст начинается с императива, содержит оценочное прилагательное – эпитет *fantastic*, предлагает выбор между офлайн и онлайн мероприятиями, причём привлекательность последних усиливается за счёт апелляции к потребностям в комфорте: *enjoy from the comfort of your home*.

Раздел *Blog* ведёт на страницу блога компании: *"Welcome to the Waterstones Blog. Written and edited by booksellers, discover exclusive interviews with your favourite writers, author articles, extracts and recipes as well as expert recommendations, including our monthly roundups of the latest books for adults and children"*³. Императивные

¹ *Signed & Special Editions* [Электронный ресурс] // Waterstones : [сайт]. URL: <https://www.waterstones.com/campaign/special-editions> (дата обращения: 17.01.2022).

² *Events* [Электронный ресурс] // Waterstones : [сайт]. URL: <https://www.waterstones.com/events> (дата обращения: 17.01.2022).

³ *Blog* [Электронный ресурс] // Waterstones : [сайт]. URL: <https://www.waterstones.com/the-waterstones-blog> (дата обращения: 21.01.2022).

формы встречаются и в этом тексте, как и оценочные прилагательные: *exclusive*, *favourite*. Отметим также парцелляцию причастного оборота, который делает акцент на том, что контент блога создаётся представителями магазина. Заметным является перечисление с помощью союзной и бессоюзной связи, показывающее объём информации, доступной посетителю сайта. Также примечательно, что в отличие от книжных подборок, где в названиях был акцент на выборе магазина (*Our favourite*), в описании раздела *Blog* уже используется словосочетание *your favourite*, что подчёркивает приоритет интересов и выбора читателей.

Следующий раздел *Podcast* содержит аудиовизуальный контент, создаваемый представителями компании: “Welcome to the Waterstones Podcast, which this year has two new series to take you beyond the book. How We Made talks to those behind some of the biggest books of recent times. Authors, agents, editors, designers and fans talk to us about what makes these books so popular with readers. This Is The Book asks those same publishers to pick just one new book for 2021 and to tell us what makes it so special. You’re about to find out how it feels to be amongst the first to read a classic”¹. В данном тексте также наблюдаем императив в первом предложении, он служит приветствием. Словосочетания *to take you beyond the book*; *those behind some of the biggest books*, а также перечисление: *Authors, agents, editors, designers and fans* – информируют читателя о тематике новых выпусков. Полагаем, что данный раздел выполняет культурно-просветительскую функцию, знакомя книголюбов с «закулисами» книгоиздания и книгораспространения. Как отмечает С. А. Павлова, для подкастов важна уникальность и простота в названии [11, с. 393], что, на наш взгляд, имеет место быть на сайте магазина “Waterstones”.

Последний раздел основного меню носит название *Win*². В нём нет описания, его заменяет информация о конкурсах и розыгрышах призов. Следует отметить, что заголовок раздела манипулятивен, так как акцентирует только один из возможных вариантов – положительный, т. е. победу. Эта стратегия поддерживается и в описании конкурсов: *Win a picnic with Joe Wicks and a family ticket to Chiltern Open Air Museum*; *Win a book-shopping trip and afternoon tea with Carrie Hope Fletcher*.

Описание подразделов сайта также представляет интерес, так как их вербальная часть предваряет каталог изданий в виде обложек, названий и имён авторов. Рассмотрим два подраздела *Books: Fiction* и *Children’s Books & Teenage Books*.

1. *Books (Fiction)*: “Storytelling is as old as time and, whether it’s an award-winning epic novel or a page-turning blockbuster, a great book can stay with you throughout your life. Here you will find the best books by everyone from Chinua Achebe to Stefan Zweig, by way of twentieth-century giants like Harper Lee and Graham Greene, and modern-day maestros such as Hilary Mantel and Bernardine Evaristo”³. Описание подраздела художественной литературы прибегает к коммуникативно-стилевой мимикрии, имитируя литературный стиль [15, с. 51] с помощью усложнённого синтаксиса, составных союзов, большого количества описательных определений, метафор.

2. *Books (Children’s Books & Teenage Books)*: “From sturdy board books to Young Adult epics, reading is a fundamental part of growing up and here you will find a whole world of books to accompany children on their journey through life. Classic picture books like *The Tiger Who Came to Tea* enchant successive generations, whilst reference books expand horizons and authors such as David Walliams,

¹ Podcast [Электронный ресурс] // Waterstones : [сайт]. URL: <https://www.waterstones.com/podcast> (дата обращения: 21.01.2022).

² Win [Электронный ресурс] // Waterstones : [сайт]. URL: <https://www.waterstones.com/win> (дата обращения 21.01.2022).

³ Books. Fiction [Электронный ресурс] // Waterstones : [сайт]. URL: <https://www.waterstones.com/category/fiction> (дата обращения 20.01.2022).

*Jacqueline Wilson and Malorie Blackman come to feel like the reader's personal property. Dive into our unbeatable, diverse range of children's books where reading is celebrated for all*¹. Данный текст описывает раздел детской и подростковой литературы. Он построен по той же схеме, что и первый, а именно выбор структуры предложений обусловлен необходимостью показать разнообразие книг. Для этого также используются составной союз *from ...to*, перечисления, прилагательные со значением разнообразия и исключительно большого выбора: *unbeatable, diverse*; это же значение содержится в метафорах *a whole world of books* и *dive into ... range of children's books*. Ещё одна заметная черта данного текста – это наличие книгоиздательской терминологии, относящейся к типам книжной продукции: *board books, picture books, reference books*, – что также указывает на богатый выбор. Последняя фраза *books where reading is celebrated for all* с помощью метафоры подчёркивает важность чтения. Продвижению чтения также способствуют и другие фрагменты текста, например, *reading is a fundamental part of growing up; reference books expand horizons*.

В рамках статьи невозможно представить все примеры, но наблюдение показало, что большинство описаний имеет схожие структуру и языковое оформление. Выбор лексических и синтаксических средств соотносится с интенциями информирования и убеждения, как в том, что каждый найдёт интересующую его книгу в этом магазине, так и в том, что книги и чтение – это важная часть жизни человека. Средства усиления речевого намерения, используемые в описаниях разделов, указывают на сочетание информации и воздействия, что позволяет отнести данные тексты к продвигающим.

Языковые особенности текстов, посвящённых изданию романа "The Twyford Code"

Рассмотрим пример продвигающего текста к произвольно выбранной книге. Уточним, что под продвижением книги мы понимаем целенаправленную деятельность, рассчитанную «на формирование и стимулирование интереса к товару»², а также на информирование, убеждение покупателя или напоминание ему о какой-либо книжной продукции. Согласно Л. В. Уховой и Н. В. Аниськиной, подвигающий текст предназначен для оказания эффективного воздействия на реципиента. Как коммуникативная единица маркетинговой коммуникации продвигающий текст необходим для привлечения внимания потребителя, для формирования у него эмоционального отношения к сообщаемой информации [15, с. 49].

В качестве иллюстрации стратегии продвижения была выбрана книга "The Twyford Code" (автор – Дж. Холлет (Janice Hallett)). Её реклама была представлена в январе 2022 года на главной странице сайта в разделе бестселлеров, а также в динамическом ряду книжных обложек, сопровождающихся промоциональными сообщениями.

Сайт магазина предлагает следующую информацию о книге, которая представляет интерес для данного исследования:

1. Имя автора и название книги с указанием формата и отличительных особенностей (The Twyford Code: Signed Edition (Hardback)). Информация об особенностях издания эксплицируется перед текстом издательской аннотации и выделяется графически с помощью полужирного шрифта: "*Signed Exclusive Edition with exclusive sprayed edges, end papers, and first chapter of Janice's third book, The Mystery*

¹ Books. Children's [Электронный ресурс] // Waterstones : [сайт]. URL: <https://www.waterstones.com/category/childrens-teenage> (дата обращения 20.01.2022).

² См.: Финансовый словарь: Продвижение [Электронный ресурс] // Академик : [сайт]. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/27867 (дата обращения 19.01.2022).

*ous Case of the Alperton Eagles*¹. Данный пример служит иллюстрацией интенции аттракции, реализуемой на уровне графики [10, с. 168], а также применения прагмаэстетической стратегии убеждения, когда читатель может осознать эксклюзивность книги и свою привилегированность ещё до знакомства с произведением [8, с. 36] (у покупателя издания с автографом автора будет уникальная возможность познакомиться с первой главой ещё не вышедшей новой книги).

2. Раздел *Synopsis*, разделён на две части – описание от магазина “Waterstones” (коммерческий паратекст) и аннотация, традиционно размещаемая на четвёртой странице обложки (издательский паратекст). Коммерческий паратекст (*Waterstones says*) сочетает оценку работы автора, её стиля и предыдущих успехов с краткой информацией о сюжете романа, т. е. присутствуют элементы аналитической и сюжетной аннотации [14, с. 257–258]. “*With immense ambition and even greater skill, the author of the bestselling phenomenon The Appeal weaves another completely unique and addictive mystery, revolving around a secret code found in a famous children’s author’s work by an English teacher who subsequently disappears, and her former pupil who years later decides to discover what happened to her*”². Сочетание субъективного и объективного формирует «горизонт ожидания» читателя [8, с. 26]. Издательский паратекст описывает исключительно содержательную сторону книги, не давая оценок, что соответствует типу сюжетной аннотации [14, с. 257]. Из средств речевого воздействия можно выделить цепочку вопросительных предложений: “*Was Miss Isles murdered? Was she deluded? Or was she right about the*

code? And is it still in use today?”³, и умолчание, завершающее издательскую аннотацию и выступающее как клиффхэнгер: “*The Twyford Code has great power, and he isn’t the only one trying to solve it...*”⁴. Имитация разговорного синтаксиса служит не только для диалогизации текста, но и создаёт интригу, вызывая любопытство у потенциального читателя. Как отмечает О. Г. Чупрына, интернет-аннотация расширяется за счёт гипертекстовой организации сайта, а её рекламный потенциал усиливается [18, с. 111].

3. Раздел *Media Reviews* с цитатами из рецензий на книгу от других авторов (12 фрагментов). Авторы рецензий – известные писатели, следовательно, в данном случае воздействие опирается на авторитет компетентности [14, с. 260]. Выдержки из рецензий – это, с одной стороны, пример интенции комплимента [10, с. 94], а с другой – стратегии хвалы и убеждения. В каждом фрагменте есть хвалебная оценка таланта автора или сюжета произведения: *No one does twists quite like Janice Hallett; Janice Hallett is a genius at conjuring a whole world through dialogue; It’s packed with tricky clues, red herrings and cunning acrostics; An ingenious novel that allows the reader to investigate the case themselves. Full of twists and credible characters*⁵. Особо стоит отметить, что ряд экспертов используют имена других известных писателей (прецедентные имена), тем самым вызывая определённые ассоциации и давая имплицитную высокую оценку автору романа: *Enid Blyton meets Agatha Christie with a cracking twist*. Используются и другие прецедентные феномены: *The Secret Seven for grownups*. Упоминание данного прецедентного текста подразумевает, что аудитория хорошо знакома с этим произведением Энид Блайтон. Положительная оценка эксплицируется в форме прилагательных и наречий: *fiendishly clever; An*

¹ The Twyford Code [Электронный ресурс] // Waterstones : [сайт]. URL: <https://www.waterstones.com/book/the-twyford-code/janice-hallett/2928377076214> (дата обращения: 21.01.2022).

² The Twyford Code. Synopsis. [Электронный ресурс] // Waterstones : [сайт]. URL: <https://www.waterstones.com/book/the-twyford-code/janice-hallett/2928377076214> (дата обращения: 21.01.2022).

³ Там же.

⁴ Там же.

⁵ Там же.

elegant puzzle of a book; addictive reading; I thoroughly enjoyed it; I absolutely love it; An ingenious novel.

4. Отзывы читателей и других книготорговцев (*Bookseller review*) в разделе *Reviews*. Заголовки некоторых отзывов также представляют интерес с точки зрения интертекстуальности и прецедентности, например, *Agatha Christie Meets The Usual Suspects In This Follow Up To The Appeal*; другие используют образные, эмоционально окрашенные и оценочные языковые средства, например, *Another rollercoaster, A real page-turner ...* (метафоры); *Fabulous writer, fabulous book; Unique, compelling and wonderful* (эпитеты); *A phenomenally clever and entertaining mystery* (усилительное наречие и оценочные прилагательные). Среди заголовков читательских отзывов есть и такие, которые прямо призывают прочесть книгу: *Must Read*, или указания на то, кому книга будет интересна: *A treat for anyone who enjoys puzzles; A TERRIFIC MYSTERY FOR BIBLIOPHILES*. Некоторые указывают на пользу и значимость книги: *Should be used as standard text for writing Crime fiction*; на то, чего ожидать читателям: *You will be puzzling and second-guessing!!*

Как рецензии известных писателей, так и читательские отзывы обладают высокой экспрессивностью и эмоциональностью. В них используются местоимения первого лица единственного числа в разных формах: *I thoroughly enjoyed it; I highly recommend The Twyford Code; It totally foxed me; The Twyford Code turned my brain inside out, Let me be frank from the start; Believe me it's worth a try*, помогая выразить личную оценку книги.

Выстраивание взаимодействия с потребителем, открытость для мнений читателей, которые становятся полноправными участниками процесса продвижения книги, показывают, что «книготорговый сайт выступает значимым жанром в открытом коммуникативном пространстве, имея два измерения – коммуникативное и коммерческое» [4, с. 29].

Заключение

Подводя итог, подчеркнём, что сайт книжного магазина – это жанр, сочетающий черты книгоиздательского и коммерческого дискурса, являясь при этом представителем интернет-дискурса со свойственными ему интерактивностью и динамичностью. Вербально-визуальное единство сайта книготорговой тематики и сочетание в нём коммуникативных стратегий информирования и убеждения доказывают, что объект продвижения и рекламы – книга – влияет на характер маркетинговых стратегий. Они используют весь потенциал лингвокреативных средств [8, с. 29] и средств речевого воздействия, эксплицитно или имплицитно давая оценку книге и автору, напрямую или косвенно призывая к прочтению, а значит и покупке книги. Анализ сайта британского книжного магазина “Waterstones” показал, что ведущими языковыми средствами, используемыми для оказания и усиления речевого воздействия, являются: формы императива, местоимения первого и второго лица, средства диалогизации в форме вопросительных предложений и обращений, формы превосходной степени сравнения, оценочные прилагательные и усилительные наречия, неологизмы, прецедентные феномены. Подобное разнообразие средств свидетельствует о наличии культурной функции, об ориентации на думающую, разносторонне развитую аудиторию читателей. Культурная и эстетическая составляющие гармонично сочетаются с утилитарной коммерческой деятельностью сайта книжного магазина как посредника между авторами, издателями и читателем. Читателю отведена активная роль, благодаря которой, можно в полной мере говорить о книготорговом сайте как о коммуникативном пространстве.

Дата поступления в редакцию 25.01.2022

ЛИТЕРАТУРА

1. Аверина Н. В. Реклама в деятельности книжных магазинов: традиции и современные инструменты // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2012. № 1 (10). С. 80–83.
2. Букеева М. Е. Маркетинговая коммуникация в презентационном дискурсе // Маркетинговая лингвистика. Закономерности продвигающего текста: монография / под ред. Е. Г. Борисовой, Л. Г. Викуловой. М.: ФЛИНТА; Наука, 2019. С. 119–139.
3. Викулова Л. Г. Издательский дискурс, или как себя рекламирует книга // Эволюция и трансформация дискурсов: сборник научных статей. Самара: Самарский государственный университет, 2016. С. 104–112.
4. Викулова Л. Г., Макарова И. В. Сайт маркетинговой направленности как коммуникативный канал: интернет-магазин «Лабиринт» // Маркетинговая лингвистика. Закономерности продвигающего текста: монография / под ред. Е. Г. Борисовой, Л. Г. Викуловой. М.: ФЛИНТА; Наука, 2019. С. 19–31.
5. Гаврик Р. В. Коннотативная лексика в оценочном комментарии издательства к художественному произведению на английском языке // Балтийский гуманитарный журнал. 2021. Т. 10. № 2 (35). С. 235–238. DOI: 10.26140/bgj3-2021-1002-0062.
6. Зиньковская А. В., Цыба А. В. Прецедентные феномены как элемент межтекстовых связей // Филология в контексте коммуникации и современной культуры: материалы Международного филологического конгресса. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2020. Т. 1. С. 304–310.
7. Иссерс О. С. Дискурсивные практики нашего времени. М.: ЛЕНАНД, 2021. 272 с.
8. Колесникова О. И. Медиакоммуникация в сфере продвижения литературно-художественной книги и чтения: проблемы воздействия на читателя: монография. Киров: Вятский государственный университет, 2016. 223 с.
9. Коммуникация. Теория и практика: учебник / Л. Г. Викулова, М. Р. Желтухина, С. А. Герасимова, И. В. Макарова. М.: Издательский дом ВКН, 2020. 336 с.
10. Мощева С. В. Интенциональность речевого поведения: система средств интенсификации (на материале коммерческого и некоммерческого дискурса): монография. М.: Русайнс, 2018. 323 с.
11. Павлова С. А., Сайтова В. И. Трансформация форм продвижения книги и чтения в медийном пространстве // Берковские чтения – 2021. Книжная культура в контексте международных контактов: Материалы VI Международной научной конференции (Гродно, 26–27 мая 2021 г.). М.: Наука, 2021. С. 389–394.
12. Павловска Е. Электронная книготорговля. М.: Наука, 2011. 214 с.
13. Принципы и методы лингвистических исследований: учебное пособие / отв. ред. О. А. Сулейманова. М.: Языки Народов Мира; НВИ, 2020. 352 с.
14. Рябцева Э. Г. Модель жанра рекламной аннотации к художественному тексту // Филология в контексте коммуникации и современной культуры: материалы Международного филологического конгресса. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2020. Т. 1. С. 256–264.
15. Ухова Л. В., Анискина Н. В. Коммуникативно-стилевая мимикрия как важный прием создания «продвигающего» текста // Маркетинговая лингвистика. Закономерности продвигающего текста: монография / под ред. Е. Г. Борисовой, Л. Г. Викуловой. М.: ФЛИНТА; Наука, 2019. С. 48–56.
16. Форсайт П. Маркетинг в книгоиздании / науч. ред. пер. Е. В. Соловьева; пер. с англ. Ю. В. Суровикова. М.: Издательский дом «Университетская книга», 2008. 221 с.
17. Хурыз И. П., Колчевская В. А. Коммуникативные стратегии институционального дискурса: информирование и кооперация // Филология в контексте коммуникации и современной культуры: материалы Международного филологического конгресса. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2020. Т. 1. С. 269–276.
18. Чупрына О. Г. Обложечная аннотация как продвигающий текст // Иностранные языки в высшей школе. 2020. № 3 (54). С. 105–114. DOI: 10.37724/RSU.2020.54.3.010.
19. Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: лингвистический аспект анализа. М.: URSS, 2017. 296 с.
20. Шиц Е. В. PR-технологии и реклама в книжном бизнесе как основные средства продвижения товара на российском и зарубежном рынках // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2010. № 5. С. 155–165.

21. Gea-Valor M. L. Advertising books: a linguistic analysis of blurbs // *Ibérica*. 2005. No. 10. P. 41–62.
22. Hache-Bissette F. Le paratexte éditorial: quand le livre fait sa publicité // *Littérature et publicité. De Balzac à Beigbeder: Actes du colloque international des Arts décoratifs*. Marseille: Éditions Gaussien, 2012. P. 389–400.
23. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: Wiley, 2017. 184 p.
24. Önder N. Generic structure and promotional elements in best-selling online book blurbs: a cross-cultural study // *Ibérica*. 2013. No. 25. P. 171–194.
25. Yezhyzhanska T., Krainikova T., Masimova L. Book PR: Do readers influence on the communication of publishing company? // *Innovative Marketing*. 2019. Vol. 15. Iss. 4. P. 66–77. DOI: 10.21511/im.15(4).2019.06.

REFERENCES

1. Averina N. V. [Advertising in the activities of the bookstores: traditions and modern tools]. In: *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* [Bulletin of Saint-Petersburg State University of Culture and Arts], 2012, no. 1 (10), pp. 80–83.
2. Bukeyeva M. Ye. Marketingovaya kommunikatsiya v prezentatsionnom disкурse. In: Borisova Ye. G., Vikulova L. G., eds. *Marketingovaya lingvistika. Zakonomernosti prodvigayushchego teksta* [Marketing Linguistics. Patterns of the promotional text]. Moscow, FLINTA, Nauka Publ., 2019, pp. 119–139.
3. Vikulova L. G. [The publishing discourse or how the book advertises itself]. In: *Evolutsiya i transformatsiya diskursov* [Evolution and transformation of discourses]. Samara, Samara State University Publ., 2016, pp. 104–112.
4. Vikulova L. G., Makarova I. V. [Marketing website as a communication channel: Labyrinth online store]. In: Borisova Ye. G., Vikulova L. G., eds. *Marketingovaya lingvistika. Zakonomernosti prodvigayushchego teksta* [Marketing Linguistics. Patterns of the promotional text]. Moscow, FLINTA, Nauka Publ., 2019, pp. 19–31.
5. Gavrik R. V. [Connotative vocabulary in the comments on the literary text in English]. In: *Baltiyskiy gumanitarnyy zhurnal* [Baltic Humanitarian Journal], 2021, vol. 10, no. 2 (35), pp. 235–238. DOI: 10.26140/bg23-2021-1002-0062.
6. Zin'kovskaya A. V., Tsyba A. V. [Precedent phenomena as an element of intertextual relations]. In: *Filologiya v kontekste kommunikatsii i sovremennoy kul'tury: materialy Mezhdunarodnogo filologicheskogo kongressa* [Philology in the context of communication and modern culture: materials of the International Philological Congress]. Krasnodar, Kuban State University Publ., 2020, vol. 1, pp. 304–310.
7. Issers O. S. *Diskursivnyye praktiki nashego vremeni* [Discursive practices of our time]. Moscow, LENAND Publ., 2021. 272 p.
8. Kolesnikova O. I. *Mediakommunikatsiya v sfere prodvizheniya literaturno-khudozhestvennoy knigi i chteniya: problemy vozdeystviya na chitatelya* [Media communication in the field of promotion of literary and fiction books and reading: problems of influencing the reader]. Kirov, Vyatskiy gosudarstvennyy universitet Publ., 2016. 223 p.
9. Vikulova L. G., Zheltukhina M. R., Gerasimova S. A., Makarova I. V. *Kommunikatsiya. Teoriya i praktika* [Communication. Theory and practice]. Moscow, Izdatel'skiy dom VKN, 2020. 336 p.
10. Moshcheva S. V. *Intentsional'nost' rechevogo povedeniya: sistema sredstv intensifikatsii (na materiale kommercheskogo i nekommercheskogo diskursa)* [Intentionality of Speech Behavior: A System of Means of Intensification (Based on Commercial and Non-Commercial Discourse)]. Moscow, Rusayns Publ., 2018. 323 p.
11. Pavlova S. A., Saitova V. I. [Transformation of forms of promoting book and reading]. In: *Berkovskie chteniya – 2021. Knizhnaya kul'tura v kontekste mezhdunarodnykh kontaktov: Materialy VI Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii (Grodno, 26–27 maya 2021 g.)* [Berkov Readings – 2021. Book culture in the context of international contacts: Proceedings of the VI International Scientific Conference (Grodno, May 26–27, 2021)]. Moscow, Nauka Publ., 2021, pp. 389–394.
12. Pavlovskaya Ye. *Elektronnaya knigotorgovlya* [Electronic bookselling]. Moscow, Nauka Publ., 2011. 214 p.
13. Suleymanova O. A., exec. ed. *Printsipy i metody lingvisticheskikh issledovaniy* [Principles and methods of linguistic research]. Moscow, Yazyki Narodov Mira Publ., NVI Publ., 2020. 352 p.
14. Ryabtseva E. G. [Model of the genre of an advertising annotation to a literary text]. In: *Filologiya v kontekste kommunikatsii i sovremennoy kul'tury: materialy Mezhdunarodnogo filologicheskogo kon-*

- gressa [Philology in the context of communication and modern culture: materials of the International Philological Congress]. Krasnodar, Kuban State University Publ., 2020, vol. 1, pp. 256–264.
15. Ukhova L. V., Anis'kina N. V. [Communicative-stylistic mimicry as an important technique of creating a “promotional” text]. In: Borisova Ye. G., Vikulova L. G., eds. *Marketingovaya lingvistika. Zakonomernosti prodvigayushchego teksta* [Marketing Linguistics. Patterns of the promotional text]. Moscow, FLINTA, Nauka Publ., 2019, pp. 48–56.
 16. Forsyth P. Marketing in Publishing (Russ. ed.: Surovikova Yu. V., transl. *Marketing v knigoizdanii*. Moscow, Izdatel'skiy dom «Universitetskaya kniga» Publ., 2008. 221 p.).
 17. Khutyz I. P., Kolchevskaya V. A. [Communicative Strategies of Institutional Discourse: Informing and Cooperation]. In: *Filologiya v kontekste kommunikatsii i sovremennoy kul'tury: materialy Mezhdunarodnogo filologicheskogo kongressa* [Philology in the context of communication and modern culture: materials of the International Philological Congress]. Krasnodar, Kuban State University Publ., 2020, vol. 1, pp. 269–276.
 18. Chupryna O. G. [Blurb as a Promotional Text]. In: *Inostrannyye yazyki v vysshey shkole* [Foreign Languages in Tertiary Education], 2020, no. 3 (54), pp. 105–114. DOI: 10.37724/RSU.2020.54.3.010.
 19. Shchipitsina L. Yu. *Komp'yuterno-oposredovannaya kommunikatsiya: lingvisticheskiy aspekt analiza* [Computer-Mediated Communication: Linguistic Aspect of Analysis]. Moscow, URRS Publ., 2017. 296 p.
 20. Shits E. V. [PR-technologies and advertising in the book business as the main means of promoting goods in the Russian and foreign markets]. In: *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Problemy poligrafii i izdatel'skogo dela* [News of higher educational institutions. Problems of printing and publishing], 2010, no. 5, pp. 155–165.
 21. Gea-Valor M. L. Advertising books: a linguistic analysis of blurbs. In: *Ibérica*, 2005, no. 10, pp. 41–62.
 22. Hache-Bissette F. Le paratexte éditorial: quand le livre fait sa publicité. In: *Littérature et publicité. De Balzac à Beigbeder: Actes du colloque international des Arts décoratifs*. Marseille, Éditions Gaussens, 2012, pp. 389–400.
 23. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital. New Jersey, Wiley, 2017. 184 p.
 24. Önder N. Generic structure and promotional elements in best-selling online book blurbs: a cross-cultural study. In: *Ibérica*, 2013, no. 25, pp. 171–194.
 25. Yezhyzhanska T., Krainikova T., Masimova L. Book PR: Do readers influence on the communication of publishing company? In: *Innovative Marketing*, 2019, vol. 15, iss. 4, pp. 66–77. DOI: 10.21511/im.15(4).2019.06.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Зойдзе Элла Амирановна – кандидат филологических наук, доцент кафедры англистики и межкультурной коммуникации Института иностранных языков Московского городского педагогического университета;
e-mail: zoidzeea@mgpu.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ella A. Zoidze – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of Anglistics and cross-cultural communication, Institute of Foreign Languages, Moscow City University;
e-mail: zoidzeea@mgpu.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Зойдзе Э. А. Средства речевого воздействия в маркетинговом дискурсе (на примере сайта книжного магазина “Waterstones”) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 3. С. 14–27.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-14-27

FOR CITATION

Zoidze E. A. Means of speech influence in marketing discourse (on the example of an online bookshop “Waterstones”). In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2022, no. 3, pp. 14–27.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-14-27

УДК 81'42

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-28-37

АКСИОЛОГИЯ МИФА О ВРАЧАХ

Степанова Е. С.*Самарский государственный медицинский университет**443099, г. Самара, ул. Чапаевская, д. 89, Российская Федерация*

Аннотация

Цель данной работы состоит в описании мифа о врачах, его аксиологических параметров, репрезентированных с помощью эмоционально-чувственных метафорических моделей в художественном тексте.

Процедура и методы. В работе прослеживается связь между мифом и метафорой. Описаны три направления ценностного анализа художественного произведения. Анализируется потенциал мифа как художественной и мировоззренческой категории, а также как авторской стратегии, способной расширить понимание мифа как когнитивной категории с точки зрения аксиологии. Описывается отрицательный аксиологический статус мифа о врачах. Представлены два подхода к описанию эмоции как культурного феномена – смысловой и метафорический, в рамках которых по-разному решается задача описания эмоциональной лексики. В данном исследовании были использованы аксиологический подход, описательно-аналитический метод и метод сплошной выборки.

Результаты. Показано, что миф о врачах в художественном произведении, наряду с осуществлением функции аксиологической системы, определяющей ценностные отношения между автором и действующим лицом на микроуровне произведения, репрезентирует аксиосферу автора на мезоуровне. Сделан вывод о том, что отрицательный аксиологический статус мифа о врачах репрезентирован с помощью эмоционально-чувственных метафорических моделей: стыд – это разрушение, печаль – это осознание уязвимости, презрение – это потеря эмпатии, страх постановки диагноза – это боязнь ошибиться.

Теоретическая и/или практическая значимость. Результаты исследования способствуют изучению семантики мифа о врачах, его аксиологических параметров, которые репрезентируются с помощью эмоционально-чувственных метафорических моделей в художественном тексте. В статье обобщён новый материал по анализу авторских ценностных систем и их репрезентации в художественном тексте.

Ключевые слова: аксиология, миф о врачах, статус мифа, культурный феномен, метафора

AXIOLOGY OF THE MYTH ABOUT DOCTORS

E. Stepanova*Samara State Medical University**Chapayevskaya ulitsa 89, Samara 443099, Russian Federation*

Abstract

Aim. The purpose of this work is to describe the myth about doctors, its axiological parameters represented with the help of emotional and sensual metaphorical models in a literary text.

Methodology. The connection between a myth and a metaphor is traced in the paper. Three areas of value analysis of a literary text are described. The potential of the myth as an artistic and ideological

category, as well as the author's strategy that can expand the understanding of the myth as a cognitive category from axiological point of view is analyzed. The negative axiological status of the myth about doctors is described. Two approaches to the description of emotions as cultural phenomena – semantic and metaphorical, within which the task of describing emotional vocabulary is solved in different ways, are presented. In this study the axiological approach, the descriptive-analytical and continuous sampling methods were used.

Results. It is shown that the myth about doctors in a literary text, along with the implementation of the function of an axiological system that determines the value relations between the author and the character at the micro level of the work, represents the author's axiosphere at the mesolevel. It is concluded that the negative axiological status of the myth about doctors is represented with the help of emotional and sensual metaphorical models: shame is destruction, sadness is the awareness of vulnerability, contempt is the loss of empathy, fear of making a diagnosis is the anxiety of making a mistake.

Research implications. The results of the study contribute to the study of the semantics of the myth about doctors, its axiological parameters which are represented with the help of emotional and sensual metaphorical models in a literary text. The article summarizes new material on the analysis of the authors' value systems and their representation in a literary text.

Keywords: axiology, myth about doctors, myth status, cultural phenomenon, metaphor

Введение

Описание особенностей аксиологии мифа о врачах как полифункционального культурного феномена является актуальным в контексте современного изучения образа врача. Исследования в лингвистике и лингвокультурологии расширяют мифологические представления образа врача в плане описания концептуальных доминант медицинской этико-деонтологической картины мира [1], аксиологических параметров, ценностей и антиценностей концепта «врач» [3; 8], профессиональных стереотипов образа врача в обыденном представлении лингвокультурного сообщества [12]. Однако до сих пор остаются неизученными аспекты, касающиеся репрезентации мифа о врачах в художественном тексте на микро- и мезоуровнях (термин Филатова А. В.), а также не описан аксиологический статус мифа о врачах.

Предметом исследования являются мифы о врачах, а также их текстовая реализация на микро- и мезоуровнях художественного текста.

Теоретическая значимость исследования определяется тем, что полученные результаты способствуют изучению семантики мифа о врачах, его аксиологических

параметров, которые репрезентируются с помощью эмоционально-чувственных метафорических моделей в художественном тексте.

Практическая значимость исследования заключается в потенциальном применении исследований мифа по стилистике английского языка в лекционном плане и на практических занятиях, а также при подготовке спецкурсов, которые посвящены изучению мифотворчества писателей, анализу их ценностных систем и их репрезентации в художественном тексте.

Цель исследования состоит в описании мифа о врачах, его аксиологического статуса, репрезентированного с помощью эмоционально-чувственных метафорических моделей в художественном тексте.

Обозначенная цель обусловила задачи исследования:

- 1) описать аксиологические параметры мифа о врачах;
- 2) проанализировать языковые репрезентации аксиологического статуса мифа о врачах.

Обзор литературы

Изучению мифа посвящено множество исследований. Миф затрагивает

совокупность поступков и действий индивидуумов в социуме [7; 9] отражает оценочные идеологические суждения [11; 12], обосновывает критические состояния, с которыми сталкивается индивидуум в обществе [4; 10].

В современной лингвистике исследуется потенциал мифа как художественной и мировоззренческой категории, а также как авторской стратегии, способной расширить понимание мифа как когнитивной категории с точки зрения аксиологии. Миф в художественном тексте интерпретирует ценности современной культуры сквозь идею «героического» с помощью средств и методов символического мышления. В мифе ценности отражают чувственное и рациональное. При восприятии реципиент легко познаёт содержание и истинный смысл, поскольку в мифе всё условно и символично. Миф передаёт ценностные представления человека. Миф преуменьшает определённые ценности, при этом преувеличивает и подчёркивает другие как главенствующие [14, с. 135].

Аксиология мифа отражает общественные интересы – рода, этноса, общества. В мифе отражаются общечеловеческие ценности, связанные с благополучием, стабильностью, а также «самооправдание деятельности человека в мире и снятие ответственности в случае неудачи совершённых действий» [11, с. 28–29]. Данное положение актуально для нашего исследования, поскольку *миф о врачах* обладает аксиологическими параметрами, которые могут быть проанализированы на примере художественного произведения.

Методология и материалы исследования

Материалом для исследования послужило художественное автобиографическое произведение Даниэль Офри (Danielle Ofri) «Что чувствуют врачи: как эмоции влияют на медицинскую практику» («What Doctors Feel: How Emotions Af-

fect the Practice of Medicine»)¹, в котором представлен взгляд на эмоциональную сторону медицины – стыд, страх, печаль, тревогу, сочувствие, которые влияют на уход за пациентами. Основываясь на научных исследованиях, а также на реальных историях из собственной медицинской практики, а также практики других врачей, доктор Даниэль Офри исследует влияние эмоций на медицинскую помощь. Благодаря своему известному вниманию к драматическим деталям доктор Офри переносит нас в медицинский центр ухода за пациентами. Она сталкивается с медицинской ошибкой, которая чуть не убила её пациента с миастенией, редким аутоиммунным заболеванием, и с вечным страхом совершить ещё одну. Она тревожится о том, что её давней пациентке Джулии (Julia), эмигрантке из Гватемалы, отказывают в пересадке сердца.

Приоритетное значение для нашего исследования имеют следующие методы: аксиологический подход, описательно-аналитический метод и метод сплошной выборки. Аксиологический подход, позволяющий описать систему ценностей автора на микро- и мезоуровнях; описательно-аналитический метод, нацеленный на лингвистическое описание отрицательного статуса мифа о врачах с помощью эмоционально-чувственных метафорических моделей; метод сплошной выборки для выявления наиболее часто используемых эмоционально-чувственных метафорических моделей, представляющих статус мифа о врачах.

Методологическую базу исследования составили труды зарубежных и отечественных учёных в области изучения мифа как авторской стратегии, характеризующейся аксиологическими параметрами [11; 14], и мифа как метафоры [5; 13].

¹ Ofri D. What Doctors Feel: How Emotions Affect the Practice of Medicine. Boston: Beacon Press, 2019. 224 p. Далее в скобках будет указываться номер страницы из издания с цитируемым материалом.

Согласно Э. Кассиреру, метафора отражает мифологические представления о мире [5, с. 37]. Проецируясь в плоскость мифа, метафора далее является своеобразной формой «продолжения» жизни мифа, обеспечивая «трансляцию архетипических образов из поколения в поколение, манифестирует мифологическое сознание, поэтому отголоски мифа имеют место в современном языковом сознании» [13, с. 35].

Что касается реализации мифа о врачах как авторской стратегии, характеризующейся аксиологическими параметрами, необходимо отметить, что мифологические сообщения на разных уровнях произведения имеют аксиологический характер. К тому же мифологическое повествование передаёт свою символику через предметные образы, отражающие национальные черты. Важнейшие бинарные оппозиции времени и пространства, космоса и хаоса, жизни и смерти насыщаются мифологической символикой и начинают функционировать как язык, который должен быть понятен автору и читателю [10, с. 18].

Благодаря ярко выраженному аксиологическому характеру оппозиций вся структура мифа ценностно окрашена, что приводит к символизации мифологических образов. Одновременно оппозиции различных уровней вступают в бесконечные парадигматические связи между собой, что приводит к тому, что миф о врачах наделяется положительным или отрицательным аксиологическим статусом. В этой ипостаси миф о врачах подобен художественному тексту, что позволяет применить к нему метод анализа ценностной структуры литературного произведения.

В лингвистике существует три направления ценностного анализа – на макроуровне (исследуется всё произведение и его место в конкретной культуре); на микроуровне (описывается само художественное произведение или его фрагмент как элемент реальности); на

мезоуровне (исследуется система ценностей, оказывающая влияние на творчество автора). Выделенные уровни тесно взаимосвязаны и дополняют друг друга в рамках целостного анализа художественного произведения [14, с. 133–136].

В связи с тем, что для нашего исследования непосредственную важность представляют макроуровень и мезоуровень, рассмотрим их подробнее. На макроуровне в качестве объекта аксиологического анализа выступает целостное художественное произведение. Между читателем и литературным произведением возникают субъектно-объектные ценностные отношения, которые взаимно дополняют друг друга. На данном уровне исследуются проблемы передачи знания автором и его рецепции читателем. На мезоуровне описывается аксиосфера автора. Представление об оценочных суждениях автора можно составить, проанализировав совокупность написанных им произведений, которые отражают идейно-эмоциональное отношение автора к изображённым социальным характеристикам [там же].

Экстраполируя указанный подход на наше исследование, можно утверждать, что миф о врачах в художественном тексте репрезентирует ценностные отношения между автором и действующими лицами на микроуровне произведения и одновременно определяет мировоззрение и систему ценностных отношений автора на мезоуровне.

Результаты и обсуждение

Как показал анализ, миф о врачах используется в качестве литературного приёма, и в процессе его актуализации в художественном тексте автор может как сохранить исходную аксиологию, свойственную мифу, так и трансформировать её отдельные моменты, то есть модифицировать его аксиологический статус. Это соотношение традиции и новаторства в использовании мифологических структур является важной мифопоэтической

стратегией для достижения определённых художественных целей автора. Результаты исследования свидетельствуют о том, что в художественном произведении Даниэль Оффри «Что чувствуют врачи: как эмоции влияют на медицинскую практику» отрицательный аксиологический статус мифа о врачах репрезентирован с помощью эмоционально-чувственных метафорических моделей.

В лингвистике в эмоциональных состояниях учёные анализируют либо смысловую, либо метафорическую сущность. Соответственно учёными поразному решается задача описания эмоциональной лексики. Эмоции подобны ментальным состояниям. Но в отличие от них эмоции с трудом поддаются вербализации. Также малочисленные научные исследования по семантизации эмоций не способствуют решению проблемы, что приводит к отсутствию их точного лексикографического определения. В рамках вышеуказанных подходов мы можем утверждать о концептуализации эмоций [2, с. 27].

А. Вежбицкая, основоположник смыслового подхода к анализу эмоций, описывает эмоции с помощью прототипических ситуаций или сценариев, в которых они возникают. Подход А. Вежбицкой основан на интерпретации эмоций с помощью нетерминологических слов, называющих эмоциональные состояния. Приведём пример: «Х испытывает стыд = Х чувствует то, что чувствует человек, когда он думает, что он сделал нечто плохое или смешное, и когда он хочет, чтобы никто об этом не знал» [15, p. 12–17].

В рамках метафорического подхода Дж. Лакофф и М. Джонсон утверждают, что лингвистические средства, описывающие эмоции, отличаются иносказательностью. Эмоция чаще всего становится подобной чему-то на основе схожего признака. Поэтому наиболее подходящего описания эмоций можно добиться с помощью концептуальной метафоры, которая может относиться к различным

областям знания. Это описание мотивировано нашей физиологией и соотносится с культурным опытом [6, с. 396].

1. Стыд – это разрушение.

В следующем примере с помощью данной модели актуализируется миф о том, что врачи склонны испытывать стыд из-за совершённых ошибок в лечении. Стыд – это настолько глобальное чувство, а его последствия настолько разрушительны, что люди автоматически «возводят стены», чтобы скрыть свой стыд (*erect walls to hide their shame*):

“Shame worms its way into the heart and is remembered like few other things. I sometimes wonder whether doctors are more shame-prone than other professionals” (Стыд проникает в сердце и запоминается, как немногие другие вещи. Иногда я задаюсь вопросом, являются ли врачи более склонными к стыду, чем представители других профессий)¹ [p. 130].

В данном примере используется метафора *“shame worms its way into the heart”* («стыд проникает в сердце»), с помощью которой автор подчёркивает, что самообвинение приводит к признанию личной роли врача в совершённой ошибке. Приведём следующий пример, который также иллюстрирует данную модель:

“Shame is so potent that it prevents doctors from coming forward with a medical error. Most doctors are not aware of the underlying emotions that are influencing their behavior; they are simply reacting to their instincts, which often tell them that it’s better to let sleeping dogs lie and just get on with the job. The sleeping dogs, though, have the potential to wake up, the patient might be the one who gets bitten” (Стыд настолько силен, что не позволяет врачам заявить о врачебной ошибке. Большинство врачей не знают об основных эмоциях, влияющих на их поведение; они просто реагируют на свои инстинкты, которые часто говорят им, что лучше «не будить лихо, пока оно тихо», и просто заняться своей рабо-

¹ Здесь и далее перевод наш – С. Е.

той. Но стоит «разбудить лихо», как все напасти тут же могут обрушиться на разбудившего и в результате навредить пациенту) [p. 133].

Данная модель, репрезентированная с помощью идиомы *“let sleeping dogs lie”* («не буди лихо, пока оно тихо»), актуализирует миф о том, что врач старается не заявлять о врачебной ошибке, что может оказать непосредственное влияние на лечение и последующее выздоровление пациента.

2. Печаль – это осознание уязвимости.

Приведём следующий пример, который иллюстрирует данную модель:

“Grief was pervasive, sticking to the physicians’ clothes when they went home after work and slipping under the doors between patient rooms. Grief had a profound effect on these doctors, spilling into their personal lives and depleting their inner reserves of strength” (Печаль была всепроникающей, прилипая к одежде врачей, когда они возвращались домой после работы, и проскальзывала под дверь между палатами. Печаль оказала глубокое влияние на этих врачей, вылившись в их личную жизнь, что привело к истощению внутренних резервов организма) [p. 107].

Данная модель, репрезентированная с помощью метафор *“grief was sticking to the physicians’ clothes”* (печаль прилипала к одежде врачей), *“grief spilt into their personal lives and depleted their inner reserves of strength”* (печаль выливалась в их личную жизнь и истощала внутренние резервы организма), активизирует миф о том, что почти каждый врач говорит, что необходимо избавиться от печали, которая проникает в их личную жизнь.

В следующем примере данная модель, репрезентированная с помощью метафоры *“a thread of sorrow weaves through the daily life of medicine”* (нить печали пронизывает повседневную жизнь медицины), активизирует миф о том, что печаль и горе никогда не покинут медицину. Нить печали пронизывает повседневную жизнь медицины. Многие врачи призна-

ют, что горе открывает жизненные перспективы, а также порождает смирение в отношении ограничений медицины: *“Sadness and grief will never leave medicine. A thread of sorrow weaves through the daily life of medicine. Many doctors acknowledge that grief offers perspective on life, and a dose of humility about the limits of medicine”* [p. 108].

3. Презрение – это потеря эмпатии.

Проиллюстрируем данную метафорическую модель на следующем примере:

“Doctors have notorious contempt for alcoholics, drug addicts, and morbidly obese patients, and they often make little effort to conceal it. By unspoken rules, these patients are considered fair game for jokes by medical personnel at all levels. Hospital slang for such patients reflects not just disgust but also anger and resentment. It’s not uncommon to hear an obese patient referred to as a beached whale, or a homeless alcoholic called a shpoz or dirtbag” (Врачи испытывают печально известное презрение к алкоголикам, наркоманам и пациентам с патологическим ожирением и часто не прилагают особых усилий, чтобы скрыть это. По негласным правилам эти пациенты являются хорошей мишенью для шуток со стороны медицинского персонала всех уровней. Больничный сленг для таких пациентов отражает не только отвращение, но и гнев, и обиду. Нередко можно услышать, как пациента с ожирением называют выброшенным на берег китом, а бездомного алкоголика – человекообразным или мешком с грязью) [p. 18].

Данная модель, репрезентированная с помощью метафоры *“patients are considered fair game for jokes”* (пациенты являются хорошей мишенью для шуток), а также медицинского сленга *“a beached whale”* (выброшенный на берег кит), *“a shpoz or dirtbag”* (человекообразный или мешок с грязью), актуализирует миф о том, что врач – продукт образовательной системы, которая требует многих лет самодисциплины. Поэтому многие врачи бессознательно рассматривают зависи-

мость и ожирение исключительно как результат лени.

Приведём следующий пример, который также иллюстрирует данную модель:

"The ethanol patients are typically surly, smelly, and demanding. Nearly all of them march right out of the hospital to their next drink and then get readmitted two weeks later. Many of these patients sport records of multi-city tours of rehabs, all of which seem to have amounted to nothing. Whatever inroads a doctor it is handily inundated by the multitude of counterforces that seem to conspire against successful treatment" (Пациенты, злоупотребляющие спиртными напитками, обычно угрюмы, источают неприятный запах и требовательны. Почти все они маршируют прямо из больницы к следующей выпивке, а через две недели их снова госпитализируют. Многие из этих пациентов бьют рекорды по количеству пребывания в реабилитационных центрах в нескольких городах, которые, похоже, ни к чему не привели. Что бы ни предпринимал врач, весь процесс лечения ловко рушится под воздействием множества обстоятельств, которые, кажется, складываются против успешного лечения) [p. 19].

Данная модель, репрезентированная с помощью метафоры *"counterforces conspire against successful treatment"* (обстоятельства складываются против успешного лечения), актуализирует миф о том, что врачи занимают нигилистическую позицию по отношению к пациентам с алкогольной зависимостью и прилагают как можно меньше усилий для их лечения.

4. Страх постановки диагноза – это боязнь ошибиться.

Проиллюстрируем данную метафорическую модель на следующем примере:

"The patient had mysterious symptoms that did not fit easily into a simple diagnostic category. It took two decades before a correct diagnosis was made. The patient turned out to have a rare illness — myasthenia gravis — and this was compounded by the fact that her symptoms were exceedingly atypical for myas-

thenia. It was a needle in the haystack, and the needle didn't look very much like a needle" (У пациентки были загадочные симптомы, которые нелегко было отнести к простой диагностической категории. Потребовалось два десятилетия, прежде чем был поставлен правильный диагноз. У пациентки оказалось редкое заболевание – миастения, и это усугублялось тем, что её симптомы были крайне нетипичны для миастении. Это была иголка в стоге сена, и иголка не очень-то была похожа на иголку) [p. 85].

Данная модель, репрезентированная с помощью метафоры *"myasthenia was a needle in the haystack"* (миастения была иголкой в стоге сена), а также такого стилистического средства, как обрамление (framing) *"... a needle in the haystack, and the needle didn't look very much like a needle"* (иголка в стоге сена, и иголка не очень-то была похожа на иголку), актуализирует миф о том, что страх может варьироваться от жалкой паники при мысли о том, что вы могли убить своего пациента своими действиями, до лёгкого навязчивого беспокойства о том, что вы можете что-то упустить в повседневном уходе за пациентами.

В следующем примере с помощью данной модели актуализируется миф о том, что, несмотря на многолетний опыт и обучение, нет никаких сомнений, что в будущем врач будет совершать ещё больше ошибок, и что он может навредить пациенту. Может быть и здесь, пожалуй, скрывается глубочайший экзистенциальный страх, что он просто недостаточно хорош для того, чтобы быть врачом:

"But it was hard to hold back the bubbling fear of the clinician, of the primary care doctor who sees hundreds of patients with vague, multifaceted, seemingly unrelated symptoms. This type of patient is the daily bread of the general practitioners" (Но было трудно сдерживать клокочущий страх клинициста, врача первичного звена, который наблюдает сотни пациентов с нечёткой совокупностью симптомов, казалось бы,

не связанных между собой. Это тип пациентов, без которых не может существовать врач общей практики) [р. 85].

В данном примере используется такое стилистическое средство, как метафора *“patient is the daily bread of the general practitioners”* (пациент, без которого не может существовать врач общей практики), для того, чтобы подчеркнуть, что перед врачом общей практики стоит гораздо более сложная задача – отличить серьёзные болезни от огромного количества болей, которые испытывает человечество. И врач опасается, что у одного из этих сотен пациентов будет какая-нибудь серьёзная болезнь, и что он её упустит.

Выводы

Описанные нами области ценностного подхода – микро- и мезоуровни – оказывают взаимное влияние в рамках художественного произведения. На каждом уровне происходит взаимодействие,

вызывающее обоюдное изменение в мировоззрении автора, читателя и действующего лица, а также совокупности сложившихся мнений о значении в их жизни вещей и явлений, которые встречаются в социуме.

В нашем исследовании миф о врачах отражает ценностные ориентиры и мировоззренческие взгляды автора и изображаемого им героя на микроуровне произведения, с одной стороны, с другой – является репрезентантом аксиосферы автора на мезоуровне.

Как показал анализ, отрицательный аксиологический статус мифа о врачах репрезентирован с помощью эмоционально-чувственных метафорических моделей: стыд – это разрушение, печаль – это осознание уязвимости, презрение – это потеря эмпатии, страх постановки диагноза – это боязнь ошибиться.

Дата поступления в редакцию 02.02.2022

ЛИТЕРАТУРА

1. Аксенов И. Г. Врачебная коммуникация как область повышенной речевой ответственности (на материале текстов медико-этической направленности) // Язык, культура, менталитет: проблемы изучения в иностранной аудитории: материалы III международной научно-практической конференции. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2004. С. 65–66.
2. Апресян В. Ю., Апресян Ю. Д. Метафора в семантическом представлении эмоций // Вопросы языкознания. 1993. № 3. С. 27–36.
3. Болокова Н. К. Культурные аксиомы концепта «врач/медик» // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2007. № 5 (23). С. 41–44.
4. Владимирова Т. Е. Семантический континуум мифа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2020. Т. 11. № 2. С. 161–174. DOI: 10.22363/2313-2299-2020-11-2-161-174.
5. Кассирер Э. Философия символических форм. Т. 2. Мифологическое мышление. М.: Академический проект, 2017. 279 с.
6. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. С. 387–415.
7. Лосев А. Ф. Диалектика мифа. М.: АСТ, 2021. 448 с.
8. Маджаева С. И. Вербализация концепта «Врач» – лингвокультурный и когнитивный аспекты // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 24 (95). Вып. 8. С. 152–156.
9. Мелетинский Е. М. Поэтика мифа. СПб.: Азбука, 2018. 480 с.
10. Неклюдов С. Ю. Структура и функция мифа // Современная российская мифология / сост. М. В. Ахметова. М.: РГГУ, 2005. С. 9–27 (Серия «Традиция-текст-фольклор: Типология и семиотика»).
11. Родина М. В. К вопросу о сущности мифа и подходах к его интерпретации // Уникальные исследования XXI века. 2015. № 3 (3). С. 26–40.
12. Степанова Е. С. Лингвокогнитивные особенности мифа о врачах // Вестник Марийского государственного университета. 2020. Т. 14. № 3 (39). С. 379–385. DOI: 10.30914/2072-6783-2020-14-3-379-385.

13. Стоянова Е. В. От ритуала и мифа к метафоре // Русистика. 2008. № 4. С. 27–36.
14. Филатов А. В. Аксиология в теории литературы: основные направления ценностного анализа // Сибирский филологический журнал. 2019. № 4. С. 130–140. DOI: 10.17223/18137083/69/11.
15. Wierzbicka A. Emotions across Languages and Cultures: Diversity and Universals (Studies in Emotion and Social Interaction); 1st Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2022. 722 p.

REFERENCES

1. Aksenov I. G. [Medical communication as an area of increased speech responsibility (based on medical and ethical texts)]. In: *Yazyk, kul'tura, mentalitet: problemy izucheniya v inostrannoy auditorii: materialy III mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Language, culture, mentality: problems of studying in a foreign audience: materials of the III International Scientific and Practical Conference]. St. Petersburg, Herzen University Publ., 2004, pp. 65–66.
2. Apresyan V. Yu., Apresyan Yu. D. [Metaphor in the semantic representation of emotions]. In: *Voprosy yazykoznaniya* [Topics in the study of language], 1993, no. 3, pp. 27–36.
3. Bolokova N. K. [Cultural axioms of the concept “doctor / physician”]. In: *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University], 2007, no. 5 (23), pp. 41–44.
4. Vladimirova T. Eu. [Semantic continuum of myth]. In: *Vestnik Rossiyskogo universiteta družby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika* [RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics], 2020, vol. 11, no. 2, pp. 161–174. DOI: 10.22363/2313-2299-2020-11-2-161-174.
5. Cassirer E. *Filosofiya simvolicheskikh form. T. 2. Mifologicheskoye myshleniye* [Philosophy of symbolic forms. Vol. 2. Mythological thinking]. Moscow, Akademicheskii proyekt publ., 2017. 279 p.
6. Lakoff G., Johnson M. [Metaphors We Live By]. In: *Teoriya metafory* [Theory of Metaphor.]. Moscow, Progress Publ., 1990, pp. 387–415.
7. Losev A. F. *Dialektika mifa* [Dialectics of myth]. Moscow, AST Publ., 2021. 448 p.
8. Madzhaeva S. I. [Verbalization of concept “Physician” – lingvocultural and cognitive aspects]. In: *Nauchnyye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnyye nauki* [Belgorod State University Scientific Bulletin. Humanities], 2010, no. 24 (95), iss. 8, pp. 152–156.
9. Meletinskiy Ye. M. *Poetika mifa* [Poetics of myth]. St. Petersburg, Azbuka Publ., 2018. 480 p.
10. Neklyudov S. Yu. [The structure and function of the myth]. In: *Sovremennaya rossiyskaya mifologiya* [Modern Russian mythology]. Moscow, Russian State University for the Humanities Publ., 2005, pp. 9–27.
11. Rodina M. V. [To the question of the essence of the myth and approaches to its interpretation]. In: *Unikal'nyye issledovaniya XXI veka* [Unique studies of the XXI century], 2015, no. 3 (3), pp. 26–40.
12. Stepanova E. S. [Linguocognitive specifics of a doctor's myth]. In: *Vestnik Mariyskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vestnik of the Mari State University], 2020, vol. 14, no. 3 (39), pp. 379385. DOI: 10.30914/2072-6783-2020-14-3-379-385.
13. Stoyanova E. V. [From ritual and myth to metafor]. In: *Rusistika* [Russian Language Studies], 2008, no. 4, pp. 27–36.
14. Filatov A. V. [Axiology in literary criticism: main directions of value analysis]. In: *Sibirskiy filologicheskii zhurnal* [Siberian Journal of Philology], 2019, no. 4, pp. 130–140. DOI: 10.17223/18137083/69/11.
15. Wierzbicka A. Emotions across Languages and Cultures: Diversity and Universals (Studies in Emotion and Social Interaction); 1st Edition. Cambridge, Cambridge University Press, 2022. 722 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Степанова Елена Сергеевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных и латинского языков Самарского государственного медицинского университета;
e-mail: pretty.step@bk.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Elena S. Stepanova – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of Foreign and Latin Languages, Samara State Medical University;
e-mail: pretty.step@bk.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Степанова Е. С. Аксиология мифа о врачах // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 3. С. 28–37.

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-28-37

FOR CITATION

Stepanova E. S. Axiology of the myth about doctors. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2022, no. 3, pp. 28–37.

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-28-37

УДК 81'27

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-38-45

КОРПУСНЫЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ ФРАЗЕОЛОГИИ: АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ ПРОСТРАНСТВО

Юсипова Д. Б.*Военный университет имени князя Александра Невского**Министерства обороны Российской Федерации**123001, г. Москва, ул. Большая Садовая, д. 14, Российская Федерация*

Аннотация

Цель данной работы – показать на конкретных примерах, как использование данных параллельных корпусов может модифицировать и уточнить традиционные представления о межъязыковой эквивалентности в области фразеологии.

Процедура и методы. Исследование основано на сопоставительном анализе данных параллельного корпуса НКРЯ с немецким языком.

Результаты. В ходе работы было выявлено, что лишь сопоставление аутентичных контекстов и их переводов на другие языки позволяет получить результаты, касающиеся эквивалентности на уровне текста, и выявить различия в употреблении и значении фразеологизмов разных языков, традиционно считающимися эквивалентными.

Теоретическая и/или практическая значимость. Проведённый анализ подкрепляет положение о том, что обращение к корпусным данным не только существенно улучшает кросс-лингвистические описания, но и меняет само представление о специфике фразеологии как особого фрагмента лексической системы языка. Результаты исследования могут найти применение в двуязычной лексикографии.

Ключевые слова: фразеология, параллельный корпус, русский язык, немецкий язык, семантическое поле

CORPUS-BASED APPROACH TO PHRASEOLOGY RESEARCH: ANALYSIS OF IDIOMS OF THE SEMANTIC FIELD SPACE

D. Iusipova*Prince Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation**Bolshaya Sadovaya ulitsa 14, Moscow 123001, Russian Federation*

Abstract

Aim. The purpose of this article is to show how the use parallel corpus data can change and clarify the traditional view of interlingual equivalence in phraseology.

Methodology. The study is based on comparative analysis of the data of the parallel corpus of the RNC with the German language.

Results. The study revealed that only the comparison of authentic contexts and their translations into other languages allows to obtain results concerning equivalence at the text level, and to identify differences in the use and meaning of phraseological units of different languages, which are traditionally considered as equivalent.

Research implications. The results of the analysis support the assumption that the use of corpus data not only significantly improves cross-linguistic descriptions, but also changes the very idea of the phraseology specifics as a subsystem of the lexical system of the language. The results obtained maybe applied in bilingual lexicography.

Keywords: phraseology, parallel corpus, Russian, German, semantic field

Введение

Язык в определённой степени отражает феномены национальной культуры, соответствующие ценности и морально-этические установки, фиксирует результаты познания мира. Язык является важнейшим средством формирования знаний человека о мире, в том числе представлений о культурных установках. Совокупность знаний превращается в так называемую языковую картину мира, включающую, помимо запечатлённых в языковой форме понятий о мире, отношение человека к предметам действительности. Языковая картина мира строится на основании системы оценок и отношений, нашедших отображение в языке [8, с. 64].

Запечатлённый в сознании человека образ мира воссоздаётся путём анализа языковых единиц, в частности фразеологизмов. В национальной фразеологии, как особом фрагменте языковой картины мира, отражаются особенности развития культуры этноса, специфика восприятия носителями языка явлений и предметов окружающего мира (о проблемах и методах исследования лингво- и культурноспецифических явлений в языке см. работы Зализняк А. А., Шмелева А. Д.) [4; 5; 10].

Статья посвящена выявлению лингвоспецифических особенностей фразеологизмов немецкого и русского языков, считающихся эквивалентными, на основе параллельных корпусов (прежде всего Национального корпуса русского языка). Именно сопоставительный анализ фразеологизмов в контекстах позволяет определить сходства и различия между семантически близкими идиомами немецкого и русского языков.

Задачей исследования является сопоставление на основе корпусных данных

отдельных пар коррелирующих фразеологизмов немецкого и русского языков с целью выявления различий между ними. В качестве материала анализа используются параллельные подкорпусы Национального корпуса русского языка (далее – НКРЯ)¹: немецко-русский, а также русско-немецкий. Результаты такого анализа могут найти применение в двуязычной лексикографии.

Использование параллельных корпусов в исследовании фразеологии

В специальной литературе представлено мнение, что фразеологический состав свидетельствует об уникальности склада мышления народа с позиции понимания и принятия действительности в соответствии с нравственными и ценностными установками каждого отдельного представителя этнической общности [7, с. 256]. С высказанными в подобной форме утверждениями крайне трудно согласиться. Сравним широко известные примеры наличия в языке фразеологизмов, которые отсылают к противоположным и даже взаимоисключающим ценностным установкам. Вспомним хрестоматийные примеры из русской фразеологии: *Работа не волк, в лес не убежит* и *Без труда не выловишь и рыбку из пруда* [3, с. 41].

Таким образом, фразеологизмы – это не просто устойчивые выражения. Во фразеологических оборотах отражаются элементы национальной культуры: некоторые фразеологизмы отсылают к обычаям и традициям (нем.: *ins Fettnäpfchen treten*, рус.: *встречать хлебом-солью*) или к культурно значимым литературным

¹ Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ruscorpora.ru> (дата обращения: 20.11.2021).

произведениям (*остаться у разбитого корыта*).

Фразеологизмы обычно определяются в семантических терминах как некомпозиционные единицы, значение которых не вытекает из суммы значений их частей. Это определение не исключает возможности многозначности фразеологизмов, а также контекстуально зависимых модификаций их базовой семантики. Для современных – эмпирически ориентированных – подходов к исследованию фразеологии характерно особое внимание к поведению фразеологизмов в различных контекстах и к описанию влияния контекста на их актуальное значение.

Таким образом, сопоставление фразеологизмов разных языков, соответствующее современным представлениям о валидности получаемых результатов, невозможно без анализа контекстов, в которых они употребляются. Проанализировать особенности употребления фразеологизмов двух сопоставляемых языков в конкретных контекстах и грамматических конструкциях можно особенно эффективно с использованием материала корпусов параллельных текстов, в частности параллельных подкорпусов НКРЯ.

Корпусы параллельных текстов в составе НКРЯ представляют собой машиночитаемые базы данных, содержащие тексты оригинала и, по меньшей мере, одного официально опубликованного перевода, в которых может осуществляться поиск языковых единиц как по точной форме, так и по грамматическим и семантическим признакам. Они успешно используются в различных исследованиях по сопоставительной лингвистике и переводоведению, в частности, для подбора иноязычных соответствий лексическим единицам [9, с. 166].

Корпусная лингвистика, зародившаяся в англоязычных странах в 1980-х гг. [11; 12] и с тех пор быстро развивающаяся, стала неотъемлемой частью современной лингвистики, открыв совершенно новые возможности для сбора, обработ-

ки, статистического анализа и содержательной интерпретации материала. В задачи корпусной лингвистики входит, во-первых, конструирование корпусов – больших коллекций определённым образом размеченных и структурированных текстов, а во-вторых, разработка программных способов (полу)автоматического аннотирования входящих в корпус текстов и поиска данных по самым разным – морфологическим, синтаксическим и семантическим – параметрам. Наличие больших корпусов предоставляет исследователю возможность опираться при анализе материала не на собственную интуицию и отдельные случайные примеры употребления исследуемых форм, а на серьёзную эмпирическую базу, что делает его выводы более оправданными, правдоподобными и – что самое главное – проверяемыми, то есть верифицируемыми или фальсифицируемыми. А это, как известно, является одним из главных требований к любому научному исследованию. Тексты – составляющие корпуса – являются частью естественного живого языка в своём аутентичном употреблении, а не специально созданными для целей лингвистического анализа набором предложений.

Использование параллельных корпусов в исследовании фразеологии не только «существенно улучшает кросс-лингвистические описания, но и меняет само представление о специфике фразеологии как особого фрагмента лексической системы языка. В частности, материал корпусов параллельных текстов позволяет выявить лингвоспецифические особенности идиом, традиционно считавшихся полностью эквивалентными» [2, с. 398].

Идиомы семантического поля «пространство»

Объектом исследования является сопоставление идиом семантического поля «пространство» немецкого и русского языков на основе параллельных корпусов.

Семантическое поле представляет собой группу идиом, объединённых общим семантическим признаком – некоторым общим нетривиальным компонентом значения. Это совокупность языковых единиц, объединённых общностью содержания и отражающих понятийное, предметное или функциональное сходство обозначаемых явлений [6].

Семантический признак, лежащий в основе рассматриваемой группы идиом, – пространство.

В тезаурусе русских идиом¹ фразеологизмы семантического поля «пространство» разделены на следующие подгруппы:

– расстояние: далеко, безгранично, высоко – близко, тесно, мало места (*am Arsch der Welt, am Ende der Welt, so voll sein, dass keine Stecknadel zu Boden fallen könnte, wie die Heringe sitzen (stehen); у черта на куличиках, на краю света, яблоку негде упасть, как сельди в бочке*);

– в произвольном месте (*где бог пошлёт, где ни попадя*);

– города, регионы, страны, континенты (*туманный Альбион, Третий Рим*);

– воображаемое, нереальное место (*загробный мир*);

– хорошее-плохое место (*родные пенаты, богом забытое место*);

– ограниченное пространство (*красный угол*);

– везде, всюду (*auf Schritt und Tritt, an allen Ecken und Enden, на каждом шагу, на каждом углу*).

В данной статье мы рассмотрим только идиомы последней подгруппы.

Немецкая идиома *auf Schritt und Tritt* имеет в русском языке стандартный эквивалент *на каждом шагу*. Это подтверждают примеры из НКРЯ:

Hier konnte ich mit den Menschen verkehren, hier erfreute mich auf Schritt und Tritt eine freimütige Natürlichkeit des Lebens, über

welcher adelnd und verfeinernd die Tradition einer klassischen Kultur und Geschichte lag. [Hermann Hesse. Peter Camenzind (1904)]

Здесь я находил с людьми общий язык, здесь меня **на каждом шагу** радовала искренняя естественность жизни, возвышаемая и облагораживаемая традициями классической истории и культуры. [Герман Гессе. Петер Каменцинц (Р. Эйвадис, 1995)]

Ein Glück, daß ich nicht in euch alle mein Gewissen investiert hatte. – Ich stoße nämlich auf Schritt und Tritt auf Leute, die mir grollen, weil ich mich nicht genug christlich an ihnen bewährt habe. [Anna Seghers. Transit (1944)]

Счастье еще, что хоть перед всеми вами у меня совесть чиста. Я теперь **на каждом шагу** встречаю людей, которые меня ненавидят, потому что я обошелся с ними не совсем по-христиански. [Анна Зегерс. Транзит (Л. 3. Лунгина, 1961)]

Однако такой перевод встречается лишь в выражениях со значением «что-то встречается, происходит повсюду, часто».

В значении «следить за каждым шагом, следовать за кем-то» встречаются и другие варианты переводов:

Keine Sorge, Kind! Der Verräter weiß nicht, dass Rakoczy und seine Leute euch auf Schritt und Tritt bewachen werden. [Kerstin Gier. Smaragdgrün (2010)]

– Не волнуйся, дитя! Предатель не знает, что Ракоци и его люди **не спускают с вас глаз**. [Керстин Гир. Изумрудная книга (С. Вольштейн, 2013)]

Als er bemerkt hatte, dass ich ihn sehen konnte, war er so entzückt gewesen, endlich mit jemandem reden zu können, dass er auf Schritt und Tritt hinter mir herrannte oder – flog ... [Kerstin Gier. Rubinrot (2009)]

Когда он заметил, что я его вижу, а главное – слышу, то так расчувствовался, что ходил и летал **за мной хвостиком** ... [Керстин Гир. Рубиновая книга (С. Вольштейн, 2012)]

¹ Тезаурус русских идиом: семантические группы и контексты / Баранов А. Н., Вознесенская М. М., Добровольский Д. О., Киселева К. Л., Козеренко А. Д. / под ред. А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского; 2-е изд., испр. и доп. М.: ООО «ЛЕКСРУС», 2018. 888 с.

Как показывают контексты, немецкая идиома *auf Schritt und Tritt* имеет два значения:

1. (что-либо встречается) везде, повсюду; ≈ *на каждом шагу*.

etwas begegnet jmdm. auf Schritt und Tritt; etwas auf Schritt und Tritt sehen (treffen).

2. (следить за кем-либо) во всех возможных местах его нахождения, то есть везде, повсюду; ≈ *за каждым шагом (чьим-либо)*.

jemandem auf Schritt und Tritt folgen – следовать за кем-либо повсюду;

auf Schritt und Tritt beobachtet (überwacht) sein – быть всегда в поле зрения, на каждом шагу находиться под наблюдением.

Лишь её первое значение (что-либо встречается на каждом шагу) имеет в русском языке идиоматичный перевод. Второе значение идиомы *auf Schritt und Tritt* отсутствует у идиомы русского языка *на каждом шагу* и поэтому, в зависимости от контекста, будет переводиться по-разному.

Похожее значение (везде, повсюду) имеет немецкая идиома *an allen Ecken und Enden*, которая имеет квази-эквивалент в русском языке – *на каждом углу*. Этот квази-эквивалент с формальной точки зрения представляется удачным соответствием немецкой идиомы, но обнаруживает с ней существенные семантические и сочетаемостные различия. Как показывает анализ данных параллельного корпуса НКРЯ идиома *an allen Ecken und Enden* встречается в текстах реже, чем *auf Schritt und Tritt*, и имеет в русском языке обычно перевод, отличающийся от ожидаемого соответствия *на каждом углу*.

Doktor Bertram, der eine junge Frau mitbrachte, hatte von seiner früheren Stellung als Schiffsarzt her Bekanntschaften und Verbindungen an allen Ecken und Enden der Welt und wußte sie für seine neue Heimat zu interessieren. [E. Werner (Elisabeth Birstenbinder). *Fata Morgana* (1896)]

Доктор Бертрам, приехавший с женой, еще будучи корабельным врачом, приобрел знакомства и связи во всех концах света и сумел теперь воспользоваться

ими. [Эльза Вернер. *Мираж* (С. М. Михайлова, 1995)]

Die Scheiben klirrten plötzlich an allen Ecken und Enden, und die Clerks begannen nunmehr wieder fieberhaft rasch Geld auszu-zahlen. Allein, es war zu spät. [Bernhard Kellermann. *Der Tunnel* (1913)]

Стекля окошек зазвенели вдруг во всех концах зала, и тогда клерки с лихорадочной поспешностью принялись выплачивать деньги. Но было уже поздно. [Бернхард Келлерман. *Туннель* (П. С. Бернштейн, 1958)]

В НКРЯ не встретилось ни одного контекста, в котором немецкая идиома *an allen Ecken und Enden* переводилась бы с помощью идиомы *на каждом углу*. Это связано с тем, что русская идиома *на каждом углу* предполагает некоторое застроенное пространство, улицу. Тогда как немецкая *an allen Ecken (und Enden)* может употребляться применительно к «миру», «стране»:

So erzählten, an allen Ecken des Landes, übereinstimmend die verschiedensten. [Lion Feuchtwanger. *Jud Süß* (1925)]

Так во всех концах страны в один голос свидетельствовали разные уста. [Лион Фейхтвангер. *Еврей Зюсс* (Н. Г. Касаткина, 1964)]

Лишь в редуцированном варианте этой идиомы *an allen Ecken* мы можем встретить в некоторых контекстах в качестве эквивалента русскую идиому *на каждом углу*:

Ich gehe mit Albert durch die Straßen. An allen Ecken stehen Gruppen von Menschen. Gerüchte schwirren umher. [Erich Maria Remarque. *Der Weg zurück* (1931)]

Я брожу с Альбертом по улицам. На каждом углу – группки людей. Носятся всякие слухи. [Эрих Мария Ремарк. *Возвращение* (И. А. Горкина, 1988)]

Существенные различия наблюдаются не только между немецкими идиомами

an allen Ecken und Enden и *auf Schritt und Tritt*, но и между русскими выражениями *на каждом шагу* и *на каждом углу*. При том что идиомы *на каждом шагу* и *на каждом углу* схожи по значению – в основе их значения лежит идея ‘везде, всюду’, – они обладают различной сочетаемостью, и во многих контекстах замена одной идиомы на другую невозможна.

Так, идиома *на каждом углу* не употребляется по отношению к нежилым пространствам, так как внутренняя форма этой идиомы жива для носителя языка [1, с. 53].

Различие идиом также заключается в том, что в контекстах с употреблением идиомы *на каждом шагу*, субъект наблюдения следует с говорящим по пути развития ситуации, а при употреблении идиомы *на каждом углу* он лишь наблюдает происходящее со стороны.

Таким образом можно сделать вывод, что немецкие идиомы *auf Schritt und Tritt* и *an allen Ecken* переводятся с помощью русских идиом *на каждом шагу* и *на каждом углу* лишь в значении «что-то встречается на каждом шагу, на каждом углу». При этом контекст употребления идиомы *an allen Ecken* (*на каждом углу*) в русском языке должен содержать в себе некоторое «застроенное пространство», например, улицу. Однако в немецких контекстах данная идиома чаще всего употребляется применительно к «миру» или «стране». В переводе таких контекстов на русский язык употребление слова «угол» не представляется возможным и заменяется на «во всех концах», «во всех частях», «повсюду». Это подтверждают примеры из НКРЯ.

Заключение

Проведённый анализ позволяет сделать следующие выводы. Фразеологизм представляет собой особую лексическую единицу языка, значение которой не выводится из её составляющих. Он позволяет метафорично описать сложные ситуации и выразить своё отношение к происходящему. Фразеологизмы придают речи выразительность и образность, обогащают её, помогают говорящему и пишущему избавляться от речевых штампов.

Изолированное сопоставление фразеологизмов разных языков не даёт полного представления об особенностях их значения и сочетаемости. Лишь сопоставление аутентичных контекстов и их переводов на другие языки позволяет получить результаты, касающиеся эквивалентности на уровне текста и выявить различия в употреблении и значении фразеологизмов разных языков, традиционно считающимися эквивалентными.

Анализ показал, что идиомы немецкого языка, как правило, не имеют в русском языке полных эквивалентов. В большинстве случаев значения идиомы русского и немецкого языков совпадают не полностью. Часто для перевода немецкой идиомы в зависимости от мотивированных контекстом оттенков значения подходят разные идиомы русского языка. В некоторых случаях адекватным оказывается лишь описательный перевод. Таким образом, значение каждой идиомы тесно связано с контекстом.

Дата поступления в редакцию 22.01.2022

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н., Добровольский Д. О. Семантические отношения во фразеологии // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: материалы ежегодной Международной конференции «Диалог-2011» (Бекасово, 25–29 мая 2011 г.). Вып. 10 (17). М.: РГГУ, 2011. С. 51–60.
2. Добровольский Д. О. Корпусный подход к исследованию фразеологии: новые результаты по данным параллельных корпусов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2020. Т. 17. № 3. С. 398–411. DOI: 10.21638/spbu09.2020.303.
3. Добровольский Д. О. Национально-культурная специфика во фразеологии (I) // Вопросы языкознания. 1997. № 6. С. 37–48.

4. Зализняк А. А. Лингвоспецифичные единицы русского языка в свете контрастивного корпусного анализа // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: материалы ежегодной Международной конференции «Диалог». Вып. 14 (21). В 2 т.: Т. 1. М.: РГГУ, 2015. С. 683–695.
5. Зализняк А. А., Шмелев А. Д. Исследования по русской и компаративной семантике. М.: Языки славянской культуры, 2021. 554 с.
6. Кобозева И. М. Лингвистическая семантика; 7-е изд., испр. и доп. М.: URSS, 2021. 360 с.
7. Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов; 2-е изд., испр. и доп. М.: ЧеРо, 2003. 349 с.
8. Маслова В. А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. М.: Академия, 2001. 208 с.
9. Парина И. С. Применение корпусов параллельных текстов для исследования немецкой фразеологии в сопоставительном аспекте // Русская германистика. Т. XVII. М.: Флинта, 2021. С. 166–177.
10. Шмелев А. Д. Язык и культура: есть ли точки соприкосновения? // Труды Института русского языка им. В. В. Виноградова. 2014. № 1. С. 36–119.
11. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 1980. 256 p.
12. Langacker R. W. *Foundations of cognitive grammar. Vol. 2: Descriptive application*. Stanford: California, Stanford University Press, 1991. 561 p.

REFERENCES

1. Baranov A. N., Dobrovol'skij D. O. [Semantic relations in phraseology]. In: *Komp'yuternaya lingvistika i intellektual'nyye tekhnologii: materialy yezhegodnoy Mezhdunarodnoy konferentsii «Dialog-2011» (Bekasovo, 25–29 maya 2011 g.)*. Vyp. 10 (17) [Computational Linguistics and Intellectual Technologies: Proceedings of the Annual International Conference “Dialogue-2011” (Bekasovo, May 25–29, 2011). Iss. 10 (17)]. Moscow, Russian State University for the Humanities Publ., 2011, pp. 51–60.
2. Dobrovol'skij D. O. [Corpus-based approach to phraseology research: new evidence from parallel corpora]. In: *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Yazyk i literatura* [Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature], 2020, vol. 17, no. 3, pp. 398–411. DOI: 10.21638/spbu09.2020.303.
3. Dobrovol'skij D. O. [National and cultural peculiarities in phraseology (I)]. In: *Voprosy yazykoznaviya* [Topics in the study of language], 1997. no. 6, pp. 37–48.
4. Zalizniak A. A. [Russian Language-specific Words as an Object of Contrastive Corpus Analysis]. In: *Komp'yuternaya lingvistika i intellektual'nyye tekhnologii: materialy yezhegodnoy Mezhdunarodnoy konferentsii «Dialog»*. Vyp. 14 (21). V 2 t.: T. 1 [Computational Linguistics and Intellectual Technologies: Papers from the Annual International Conference “Dialogue”. Iss. 14 (21). In 2 vols. Vol. 1]. Moscow, Russian State University for the Humanities Publ., 2015, pp. 683–695.
5. Zalizniak A. A., Shmelev A. D. *Issledovaniya po russkoy i komparativnoy semantike* [Studies in Russian and comparative semantics]. Moscow, Yazyki slavyanskoy kul'tury Publ., 2021. 554 p.
6. Kobozeva I. M. *Lingvisticheskaya semantika* [Linguistic semantics]. Moscow, URSS Publ., 2021. 360 p.
7. Kornilov O. A. *Yazykovyye kartiny mira kak proizvodnyye natsional'nykh mentalitetov* [Language pictures of the world as derivatives of national mentalities]. Moscow, CheRo Publ., 2003. 349 p.
8. Maslova V. A. *Lingvokul'turologiya* [Linguoculturology]. Moscow, Akademiya Publ., 2001. 208 p.
9. Parina I. S. [Application of parallel corpora within the Russian national corpus in comparative analysis of German and Russian phrasemes]. In: *Russkaya germanistika. T. XVII* [Russian German Studies. Vol. XVIII]. Moscow, Flinta Publ., 2021, pp. 166–177.
10. Shmelev A. D. [Language and culture: do they have points of interaction?]. In: *Trudy Instituta russkogo yazyka im. V. V. Vinogradova* [Proceedings of the V. V. Vinogradov Russian Language Institute], 2014, no. 1, pp. 36–119.
11. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago, University of Chicago Press, 1980. 256 p.
12. Langacker R. W. *Foundations of cognitive grammar. Vol. 2: Descriptive application*. Stanford, California, Stanford University Press, 1991. 561 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Юсипова Диляра Булатовна – преподаватель кафедры иностранных языков Военного университета имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации;
e-mail: dilyara_has@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Diliara B. Iusipova – Lecturer, Department of Foreign languages, Prince Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation Ministry of Defence;
e-mail: dilyara_has@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Юсипова Д. Б. Корпусный подход к исследованию фразеологии: анализ фразеологизмов семантического поля *пространство* // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 3. С. 38–45.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-38-45

FOR CITATION

Iusipova D. B. Corpus-based approach to phraseology research: analysis of idioms of the semantic field *space*. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2022, no. 3, pp. 38–45.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-38-45

УДК 81

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-46-53

КРИТИКА ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ ФОРМЕ: КОРПУСНЫЙ АНАЛИЗ

Юсупова С. М.*Чеченский государственный университет имени А. А. Кадырова**364024, г. Грозный, ул. Шерипова, д. 32, Чеченская Республика, Российская Федерация*

Аннотация

Цель. В статье рассматривается семантика английских идиом, выражающих критику, проводится семантический, корпусный анализ близких по значению идиом.

Процедура и методы. Проводится исследование идиом со значением «критика» на материале Британского национального корпуса, Корпуса современного американского языка, Национального корпуса русского языка и Параллельного корпуса.

Результаты. В образах запечатлена информация о переносе сценариев, в которых выполняется некое действие в отношении объекта, критика ассоциируется с нападением, физическим действием. Синонимичные идиомы имеют дополнительные значения, которые влияют на их употребление в контекстах. Варьирование образных составляющих накладывает ограничения на употребление идиом в контекстах и выбор функциональных соответствий при переводе. Корпусный анализ также показывает, что выбор эквивалента при переводе идиом опирается на контекст и может не совпадать со словарным переводом. Наибольшая частотность употребления наблюдается у идиом с наименее живой и более прозрачной внутренней формой. Критика может быть нацелена на причинение вреда, наказание, восприятие критики на себя, критика работодателя, критика за проступок, критика за многое, сильная критика (интенсификация значения). Проанализированные идиомы не являются тождественными по значению, структуре и употреблению, тем не менее, входят в один синонимический ряд, описывающий критическое отношение. Некоторые идиомы обнаруживают дополнительные и новые значения, не зафиксированные в словаре.

Теоретическая и практическая значимость работы заключается в том, что результаты исследования вносят вклад в теорию фразеологии и лексикографии, выступают подтверждением гипотезы о влиянии внутренней формы на значение на основании корпусных данных, выявляют семантические свойства идиом, значимые при составлении двуязычных словарей, а также могут быть использованы в курсах по фразеологии и переводу.

Ключевые слова: идиомы, внутренняя форма, актуальное значение, семантика критики, корпусный анализ

CRITICISM IN A PHRASEOLOGICAL FORM: CORPUS ANALYSIS

S. Yusupova*Kadyrov Chechen State University**Sheripova ulitsa 32, Grozny 364024, Chechen Republic, Russian Federation*

Abstract

Aim. The article considers the semantics of English idioms expressing criticism, a semantic corpus analysis of idioms close in meaning is carried out.

Methodology. The study of the idioms with the meaning 'criticism' on the material of the British National Corpus, the Corpus of Contemporary American English, the Russian National Corpus and the Parallel Corpus is carried out.

Results. The images capture information about the transfer of scenarios in which an action is performed against the object, criticism is associated with assault or physical action. The synonymous idioms have additional meanings which affect their use in contexts. Varying of the image components imposes restrictions on the use of idioms in contexts and the choice of functional correspondences in translation. The corpus analysis also shows that the choice of equivalent in translation of idioms is based on the context and may diverge from the dictionary translation. The greatest frequency of use is observed in idioms with the least alive and more transparent inner form. Criticism may be aimed at causing harm, punishment, perceiving criticism on yourself, criticism of the employer, criticism for misconduct, criticism for many things, strong criticism (intensification of meaning). The analyzed idioms are not identical in their meaning, structure and use, however, they are included in one synonymic chain describing the critical relation. Some idioms detect additional and new meanings that are not mentioned in the dictionary.

Research implications. The theoretical and practical significance of the research is that it contributes to the theory of phraseology and lexicography, confirms the hypothesis of the influence of the inner form on the meaning based on the corpus data, reveals the semantic properties of idioms that are significant in compiling bilingual dictionaries, and can also be used in phraseology and translation courses.

Keywords: idioms, inner form, actual meaning, criticism semantics, corpus analysis

Введение

В современных исследованиях фразеологии актуальным является обращение к природе образности, специфике распределения идиом в семантические поля и реализации семантики идиом в контекстах употребления. Идиомы объединяются в семантические поля по доминантным семантическим признакам [2]. Использование парадигматических отсылок и разделение таксона (группа идиом, объединённых по общности значения) на центральную и периферийную части позволяет отразить сложные семантические отношения, которые присущи фразеологической системе [1].

Восприятие окружающей действительности во многом национально своеобразно, на что накладывает отпечаток менталитет, культура, география, история народа. Фразеологизмы представляют собой пласт лексики наиболее культурно-специфичный. В каждой культуре существуют коды, отображающие наиболее представление о мире. Например, соматический, предметный, мифологический коды [3, с. 74; 8, с. 198]. В ценност-

ной картине мира содержание ценностей может быть раскрыто через выстраивание оппозиций, понятий «хорошо» или «плохо», которые дополняют друг друга, имплицируют и создают некое семантическое пространство [5, с. 171–172]. Синонимичные идиомы классифицируются по степени семантической, структурной (одноструктурные и разноструктурные) и стилистической (идеографическая, стилистическая) близости. Степень тождественности может быть полной, частичной, абсолютной и относительной. По структуре фразеологизмы делятся на одноструктурные и разноструктурные. Анализ фразеологической синонимии и отнесение синонимов к одному или разным синонимичным рядам связан с определением того, что следует считать значением или оттенком значения [6, с. 7]. Исследование разных языков показало, что многие интернациональные фразеологизмы имеют общий источник и интерпретацию, аналоги в разных языках, но разное восприятие и семантику. При этом во всех языках можно встретить культурно-специфичные, авторские

идиомы, характеризующие определённые социальные практики [12, р. 123]. Значение может быть выражено разными лексическими способами, культурно специфичное значение лучше передаётся через такие лексические выражения, как фразеологизмы. Структурные и грамматические характеристики фразеологизмов могут различаться в том, как выражается одна и та же мысль, описывается жизнь нации, её обычаи, идеалы, отношение к вещам [11].

Корпусные исследования способствуют развитию направления, в рамках которого анализируется межъязыковая эквивалентность на уровне текста. «Если для системной перспективы важно само устройство фразеологической системы, то при перспективе, ориентированной на текст, в фокусе внимания оказывается приемлемость и удачность перевода» [4, с. 408]. В корпусных исследованиях выделяются такие направления, как: корпусно-базируемый подход, нацеленный на верификацию существующих теорий и гипотез, корпусно-ориентированный – опирается на факты, которые обнаруживаются в ходе анализа данных и помогает строить новые гипотезы. Был также введён третий – корпусно-вспомогательный подход – исследование функций языка, коммуникативного дискурса [9, р. 1517]. Корпуса стали неотъемлемым ресурсом, позволяющим проводить комплексный анализ текстов и языковых единиц, охватывающий качественную и количественную части, выявлять соответствия при переводе. Качественный анализ позволяет провести интерпретацию полученных количественных данных в рамках реального контекстуального функционирования языка. Автоматически генерируются списки слов, линии конкордансов или таблицы с коллокациями, анализ переводческих сдвигов или ошибок [16, р. 31]. Количественный анализ употребления идиом, раскрывающий частоту их употребления, должен сочетаться с качественным анализом для получения более

объективной и ясной картины функционирования языка [10].

Перевод фразеологизмов может быть фразеологическим и нефразеологическим. В первом случае подбирается устойчивое выражение, при том, что сами фразеологизмы могут быть не полными соответствиями, разной степени близости. Существует три техники фразеологического перевода: использование аналогичной по форме и смыслу идиомы, использование идиомы, отличающейся по форме, но аналогичной по смыслу, образование в языке перевода «новой идиомы», являющейся, контаминацией двух выражений [15, s. 237]. На идиоматичность влияет степень прозрачности, расхождения между формой и значением [13, р. 45].

Языковые выражения содержат различные типы информации, включая отсылки на уже известную информацию, дополнительные комментарии, значимые для говорящего. То, как эта информация организуется в лингвистическое выражение, называется информационной структурой [14]. Образность идиом вбирает в себя объём информации различного плана, выступает связующим звеном между денотативным компонентом и коннотативным, отражает когнитивный аспект, различные способы концептуализации знаний о мире, связанные с культурой, менталитетом и мировоззрением народа. Степень образности идиом зависит от ряда факторов, таких, как компонентный состав, взаимосвязь прототипа с фразеологическим значением, и является важнейшим фактором формирования эмоционально-экспрессивного значения [7]. Для выявления специфики значения требуется анализ всех его компонентов, включая имплицитные значения.

Объект исследования – семантика английских идиом. Предмет исследования – семантика английских идиом со значением «критика» и их функционирование в контекстах. Цель данной статьи – изучить семантические свойства англий-

ских идиом со значением «критика». Материалом исследования послужили английские идиомы, собранные из фразеологического словаря английского языка¹, а также контексты их употребления из Британского национального корпуса, Корпуса современного американского языка, Национального корпуса русского языка, Параллельного корпуса.

Результаты исследования

A hatchet job (on sb / sth) (неофици.) (букв. топорная работа) – «сильный критицизм, который несправедлив или нацелен на причинение вреда кому-л./ чему-л.», «нападки, разносить кого-то в пух и прах». Критика – это использование орудия для причинения вреда. Встретилось 66 контекстов.

a. Was it any surprise he'd lapsed? Had he let petty ambition tempt him into assembling a *hatchet job* on a self-harming narcissist? (BNC, 2018)² / Разве это было сюрпризом, что он провалился? Позволил ли он мелким амбициям искушать его к *самокритике*?³

b. Nevertheless, a *hatchet job* is always at risk of being read as evidence of a vendetta, motivated by a suspiciously personal dislike or rivalry (BNC, 2017) / Тем не менее, *критика* всегда рискует быть прочитанной как доказательство вендетты, мотивированной подозрительно личной неприязнью или соперничеством.

c. If they saw that there was a play with Justice Scalia as the main character done at a theater in the United States, they'd expect to see perhaps a *hatchet job* on the justice (BNC, 2015) / Если бы они увидели, что там была пьеса с Джастис Скалиа в качестве главной героини, сделанная в театре в США, они бы ожидали увидеть, возможно, *нападки* на правосудие.

Be hard on sb (букв. быть твёрдым с кем-то) – 1) «относиться, критиковать или наказывать кого-то слишком строго», 2) «быть несправедливым к кому-л.; быть прискорбным для кого-л., достойным сожаления. Быть строгим. Критика, несправедливость воспринимается как строгость, твёрдость. В корпусе было найдено 7404 контекстов с *be* и *work*.

a. He works so *hard on* the text, he's an inspirational figure. Martin Freeman is incredibly disciplined, unbelievably funny (BNC, 2012) / Он так *усердно работает* над текстом, он вдохновляет. Мартин Фриман невероятно дисциплинирован, невероятно забавен.

b. Standing for long periods of time can get really *hard on* some people, so even if you don't mind standing – maybe bring one for someone who might need a little break in line (BNC, 2012) / Стоять в течение длительных периодов времени может быть *очень тяжело* для некоторых людей, так что, даже если вы не против стоять, – может быть приведёте кого-то, если кому-то может потребоваться небольшой перерыв в очереди.

Сравним с примерами из Параллельного корпуса⁴. В переводах используется описательный, нефразеологический перевод.

a. She says in one of these letters that she knows it will *be hard on* you to have to go away and stay so long, or until she is out of this thing, but that it can't be helped (Theodore Dreiser. An American Tragedy, book III (1925)) / В одном из писем она говорит, что понимает, как вам *трудно* будет уехать и оставаться с нею так долго, – пока она не оправится, – но что тут ничем нельзя помочь (Теодор Драйзер. Американская трагедия (ч. 3). (З. Вершинина, Нора Галь, 1948)).

b. I don't want to *be hard on* ye, but ye must leave Philadelphia (Theodore Dreiser.

¹ Oxford Idioms Dictionary for learners of English; 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2006. 470 p.

² См.: British National Corpus (BNC) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.corpus.byu.edu/bnc/> (дата обращения: 17.01.2022). Здесь и далее в тексте – BNC.

³ Здесь и далее перевод от автора статьи – С. Ю.

⁴ Параллельный корпус (английский) [Электронный ресурс] // Национальный корпус русского языка : [сайт]. URL: <https://ruscorpora.ru/new/search-param.html> (дата обращения: 17.01.2022)

The Financier (1912)) / Я не хочу быть жестоким, но ты должна уехать из Филадельфии (Теодор Драйзер. Финансист (М. Волосов, 1944)).

с. 'No one else to – well, I mustn't be hard on you,' said the Rat with forbearance (Kenneth Grahame. The Wind in the Willows (1908)) / Слова не с кем ... нет, я не должен судить тебя слишком строго, – добродушно заметил дядюшка Рэт (Кеннет Грэм. Ветер в ивах (И. Токмакова, 1988)).

Критика как осуждение, трудность, усердие в работе.

If the cap fits (wear it) (поговорка) (букв. если шапка подходит, носи её) – «если человек чувствует, что критическая ремарка относится к нему значит это так». Отношение к критике проецируется через то, как сам человек воспринимает её. Русск. на воре шапка горит. Выражение встретилось в 2 контекстах.

I care not for what you write for you have revealed yourself (like many others) for what you are, a shallow shadow of a person full of your own self ... so if the cap fits wear it (BNC, 2012) / Я забочусь не о том, что вы пишете, так как вы показали себя (как многие другие), кто вы, мелкая тень человека, сытого собой ... поэтому, если критика подходит вам, принимайте.

Be on the carpet (неофиц., амер.) (букв. быть на ковре) – «быть критикуемым, особенно работодателем или кем-л. у власти, потому что ты сделал что-то неверно». Критика как борьба, ассоциация из спорта. Русск. на ковре. 2 контекста было найдено в корпусе.

I have to have something positive to tell the board or we're both going to be on the carpet (BNC, 2010) / У меня должно быть что-то положительное сказать совету или мы оба будем на ковре.

Сравним с примерами из Параллельного корпуса. В корпусе найдена форма be called on the carpet.

So that I'm not the one to be called on the carpet if this turns out awkwardly. Starting at the sheet, Pavel Nikolaevich began to have second thoughts (Vladimir Savchenko.

Success algorithm (Helen Saltz Jacobson, 1979)) / Чтобы потом не меня упрекали, что я запарол работу. Шишкин было заколебался, глядя на листок (В. И. Савченко. Алгоритм успеха (1965)).

Rap sb over the knuckles / give sb, get, etc. a rap over the knuckles (неофиц.) – «критиковать кого-либо / быть критикуемым за то, что сделал что-то не так». Критика – удар, движение.

Параллельный корпус:

Yet the letter, with the personal grievance, the concern for June, the 'rap over the knuckles,' was all so natural (John Galsworthy. The Man of Property (1906)) / Но вместе с тем письмо, в котором было столько горечи, столько заботы о Джун, и эта угроза «поколотить Босини» казались такими естественными (Джон Голсуорси. Собственник (Н. Волжина, 1946)).

Throw the book at sb (неофиц.) (букв. кинуть книгу в кого-то) – «наказывать или критиковать кого-то за многие вещи», найдено 156 контекстов. Критика – нападение, физическое.

а. They need to pay for what they did to you. I want the judge to throw the book at them (BNC, 2018) / Они должны заплатить за то, что сделали с тобой. Я хочу, чтобы судья наказал их.

б. The police / prosecutors should throw the book at the idiot who was arrested (BNC, 2012) / Полиция/прокуратура должны наказать арестованного идиота.

с. If someone is late to work by a few minutes one day I would not throw the book at them (BNC, 2012) / Если кто-то опаздывает на работу на несколько минут один раз, я бы не наказывал их.

Haul sb over the coals (брит.) (букв. тянуть кого-то через угли), (амер. rake sb over the coals (букв. грести кого-либо через угли) (неофиц.) – «критиковать кого-либо сильно за то, что они сделали». Критика – физическое действие. Этимология восходит к практике переноса еретиков через угли (Католическая церковь) как формы пытки. 205 контекстов вперемешку с rake.

a. However, Joanna and I must be strictly ethical. We wouldn't like to be *hauled over the coals* by the veterinary council for unprofessional conduct (BNC) / Однако мы с Джоанной должны быть строго этичными. Мы не хотели бы, чтобы нас *осудил* ветеринарный совет за непрофессиональное поведение.

b. I had a maths tutor who walked into the class room, and said that he had no idea why there were girls there, they should be doing something useful to them like cookery – today he would have been *hauled over the coals* for such a remark (BNC, 2012) / У меня был репетитор по математике, который вошёл в класс и сказал, что он понятия не имеет, почему там есть девочки, они должны делать что-то полезное для них, как кулинария, – сегодня его бы *осудили* за такое замечание.

Заключение

Таким образом, корпусный анализ показал, что синонимичные идиомы обнаруживают значимые семантические различия на уровне контекстов. Варьирование образных составляющих накладывает ограничения на употребление идиом. Критика может быть нацелена на причинение вреда, наказание, восприятие критики на себя, критика работодателя, критика за проступок, критика за многое, сильная критика (интенсификация значения). Идиомы с прозрачной внутренней формой наиболее частотны в употреблении. В зависимости от контекста идиомы переводятся как фразеологическими, так и нефразеологическими средствами. Детальное исследование синонимичных идиом позволит расширить наши представления о специфике образного варьирования, влияния образов на употребление идиом и способы их перевода.

Дата поступления в редакцию 25.01.2022

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н., Добровольский Д. О. Семантика фразеологизмов: иерархия или сеть? // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: труды Международной конференции «Диалог-2010» (Бекасово, 26–30 мая 2010 г.). Вып. 9 (16). М.: Изд-во РГГУ, 2010. С. 25–30.
2. Баранов А. Н., Добровольский Д. О. Семантические отношения во фразеологии // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: материалы ежегодной Международной конференции «Диалог-2011» (Бекасово, 25–29 мая 2011 г.). Вып. 10 (17). М.: РГГУ, 2011. С. 51–60.
3. Гуревич Т. М., Изотова Н. Н. Энтимологический код японской культуры // Японские исследования. 2019. № 1. С. 73–93. DOI: 10.24411/2500-2872-2019-10005.
4. Добровольский Д. О. Корпусный подход к исследованию фразеологии: новые результаты по данным параллельных корпусов Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2020. Т. 17. № 3. С. 398–411. DOI: 10.21638/spbu09.2020.303.
5. Краснобаева-Чёрная Ж. В. Пространственный код культуры ценностной картины мира (на материале русской, украинской, английской и немецкой фразеологии) // Сибирский филологический журнал. 2018. № 4. С. 169–180. DOI: 10.17223/18137083/65/16.
6. Пестова М. С. Синонимия как одно из явлений фразеологической парадигматики // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. № 2. С. 5–10.
7. Сафина Р. А. Фразеологические единицы, выражающие материально-денежные отношения, в немецком и русском языках: автореф. ... дис. канд. филол. наук. Казань, 2002. 23 с.
8. Сулейманова Р. А. Выражение культуры через фразеологические единицы (на примере башкирского языка) // Язык и культура. 2019. № 48. С. 196–215. DOI: 10.17223/19996195/48/13.
9. Goźdz-Roszkowski S. Corpus Linguistics in Legal Discourse // International Journal for the Semiotics of Law – Revue internationale de Sémiotique juridique. 2021. Vol. 34. P. 1515–1540. DOI: 10.1007/S11196-021-09860-8.
10. Malá M. Phraseology in learner academic English: corpus-driven approaches // Discourse and Interaction. 2020. Vol. 13. No. 2. P. 75–88. DOI: 10.5817/DI2020-2-75.

11. Nazmieva E. I., Andreeva E. A., Sakhibullina K. A. Communicating culture through language (examples of Russian adjectival phraseology) // *Revista EntreLínguas*. 2021. Vol. 7. No. esp. 3, e021041 [Электронный ресурс]. URL: <https://periodicos.fclar.unesp.br/entrelinguas/issue/view/845> (дата обращения: 17.02.2022). DOI: 10.29051/el.v7iesp.3.1569.
12. Cultural peculiarities of the British, Italians and Tatars in phraseological units / Sabirova F. G., Zakirova L. R., Shangaraeva L. F., Acar F. // *PIOABJ*. 2018. Vol. 9. S2. Issue: Multidisciplinary Social Science & Management. P. 121–124.
13. Vašků K. Lexical idioms: what is regular and what anomalous in word-formation // *Linguistica Praagensia*. 2019. Vol. 29. Iss. 1. P. 29–46. DOI: 10.14712/18059635.2019.1.2.
14. Discourse Semantics with Information structure / Venhuizen N. J., Bos J., Hendriks P., Brouwer H. // *Journal of Semantics*. 2018. Vol. 35. Iss. 1. P. 127–169. DOI: 10.1093/jos/ffx017.
15. Wilk G. Особенности перевода русских субстандартных фразеологизмов на польский язык (на материале произведений Александры Марининой) // *Przegląd Rusycystyczny*. 2021, Nr 3 (175). S. 233–250. DOI: 10.31261/pr.11534.
16. Zanettin F. Corpus Methods for Descriptive Translation Studies // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2013. Vol. 95 P. 20–32. DOI: 10.1016/j.sbspro.2013.10.618.

REFERENCES

1. Baranov A. N., Dobrovol'skij D. O. [Semantics of idioms: hierarchy or semantic net?]. In: *Komp'yuternaya lingvistika i intellektual'nyye tekhnologii: trudy Mezhdunarodnoy konferentsii «Dialog-2010»* (Bekasovo, 26–30 maya 2010 g.). Vyp. 9 (16) [Computational Linguistics and Intellectual Technologies: Proceedings of the Annual International Conference “Dialogue-2010” (Bekasovo, May 26–30, 2010). Iss. 9 (16)]. Moscow, Russian State University for the Humanities Publ., 2010, pp. 25–30.
2. Baranov A. N., Dobrovol'skij D. O. [Semantic relations in phraseology]. In: *Komp'yuternaya lingvistika i intellektual'nyye tekhnologii: materialy yezhegodnoy Mezhdunarodnoy konferentsii «Dialog-2011»* (Bekasovo, 25–29 maya 2011 g.). Vyp. 10 (17) [Computational Linguistics and Intellectual Technologies: Proceedings of the Annual International Conference “Dialogue-2011” (Bekasovo, May 25–29, 2011). Iss. 10 (17)]. Moscow, Russian State University for the Humanities Publ., 2011, pp. 51–60.
3. Gurevich T. M., Izotova N. N. [The entomological code of Japanese culture]. In: *Yaponskiye issledovaniya* [Japanese Studies in Russia], 2019, no. 1, pp. 73–93. DOI: 10.24411/2500-2872-2019-10005.
4. Dobrovol'skij D. O. [Corpus-based approach to phraseology research: new evidence from parallel corpora]. In: *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Yazyk i literatura* [Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature], 2020, vol. 17, no. 3, pp. 398–411. DOI: 10.21638/spbu09.2020.303.
5. Krasnobaieva-Chorna Zh. V. [The spatial code of the culture of the axiological world's image (based on Russian, Ukrainian, English and German phraseology)]. In: *Sibirskiy filologicheskiy zhurnal* [Siberian Journal of Philology], 2018, no. 4, pp. 169–180. DOI: 10.17223/18137083/65/16.
6. Pestova M. S. [Synonymy as a phenomenon of phraseological paradigmatism]. In: *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya* [Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and intercultural communication], 2016, no. 2, pp. 5–10.
7. Safina R. A. *Frazeologicheskiye yedinitsey, vyrazhayushchiye material'no-denezhnyye otnosheniya, v nemetskom i russkom yazykakh: avtoref. ... dis. kand. filol. nauk* [Phraseological units expressing material and monetary relations in German and Russian: abstract of PhD thesis in Philological Sciences]. Kazan, 2002. 23 p.
8. Suleymanova R. A. [Expression of culture through phraseological units (on the example of Bashkir language)]. In: *Yazyk i kul'tura* [Language and Culture], 2019, no. 48, pp. 196–215. DOI: 10.17223/19996195/48/13.
9. Goźdz-Roszkowski S. Corpus Linguistics in Legal Discourse. In: *International Journal for the Semiotics of Law – Revue internationale de Sémiotique juridique*, 2021, vol. 34, pp. 1515–1540. DOI: 10.1007/S11196-021-09860-8.
10. Malá M. Phraseology in learner academic English: corpus-driven approaches. In: *Discourse and Interaction*, 2020, vol. 13, no. 2, pp. 75–88. DOI: 10.5817/DI2020-2-75.
11. Nazmieva E. I., Andreeva E. A., Sakhibullina K. A. Communicating culture through language (examples of Russian adjectival phraseology). In: *Revista EntreLínguas*, 2021, vol. 7, no. esp. 3, e021041.

Available at: <https://periodicos.fclar.unesp.br/entrelinguas/issue/view/845> (accessed: 17.02.2022). DOI: 10.29051/el.v7iesp.3.1569.

12. Sabirova F. G., Zakirova L. R., Shangaraeva L. F., Acar F. Cultural peculiarities of the British, Italians and Tatars in phraseological units. In: *IIOABJ*, 2018, vol. 9, S2, iss.: Multidisciplinary Social Science & Management, pp. 121–124.
13. Vašků K. Lexical idioms: what is regular and what anomalous in word-formation. In: *Linguistica Pragensia*, 2019, vol. 29, iss. 1, pp. 29–46. DOI: 10.14712/18059635.2019.1.2.
14. Venhuizen N. J., Bos J., Hendriks P., Brouwer H. Discourse Semantics with Information structure. In: *Journal of Semantics*, 2018, vol. 35, iss. 1, pp. 127–169. DOI: 10.1093/jos/ffx017.
15. Wilk G. [Specificity of the translation of Russian sub-standard phraseological units into Polish (based on the works by Alexandra Marinina)]. In: *Przegląd Rusycystyczny*, 2021, Nr 3 (175), pp. 233–250. DOI: 10.31261/pr.11534.
16. Zanettin F. Corpus Methods for Descriptive Translation Studies. In: *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2013, vol. 95, pp. 20–32. DOI: 10.1016/j.sbspro.2013.10.618

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Юсупова Седя Мусаевна – кандидат филологических наук, доцент, декан факультета иностранных языков Чеченского государственного университета имени А. А. Кадырова; ORCID: 0000-002-4924-1476;

e-mail: seda_linguist@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Seda M. Yusupova – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Dean of the Faculty of Foreign Languages, Kadyrov Chechen State University; ORCID: 0000-002-4924-1476;

e-mail: seda_linguist@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Юсупова С. М. Критика во фразеологической форме: корпусный анализ // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 3. С. 46–53.

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-46-53

FOR CITATION

Yusupova S. M. Criticism in a phraseological form: corpus analysis. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2022, no. 3, pp. 46–53.

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-46-53

УДК 811.111

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-54-64

СЕМАНТИКА ОБЩЕПОТРЕБИТЕЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ В ОПИСАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЯВЛЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ОПИСАНИЯ БРЕКСИТА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ)

Двойнина Е. В.

Российская таможенная академия

110015, Московская обл., г. Люберцы, Комсомольский проспект, д. 4, Российская Федерация

Аннотация

Цель. Выявление семантических особенностей лексики в характеристике Брексита как явления в заголовках статей англоязычного новостного дискурса.

Процедура и методы. Рассмотрены основные семантические группы общеупотребительной лексики, использованные в описании событий Брексита. При проведении исследования применены методы наблюдения, обобщения, описания и интерпретации результатов, дискурсивный и количественный анализ.

Результаты. Выявлены и проанализированы основные семантические группы общеупотребительной лексики, с помощью которых осуществляется воздействие на восприятие реципиента и формируется его оценка Брексита. Сделаны выводы о прагматическом потенциале и эффекте различных семантических групп слов и оценены приёмы, позволяющие снижать положительную прагматическую направленность слов и осуществлять эффективное воздействие семантики этих слов на реципиента.

Теоретическая и/или практическая значимость. Результаты исследования вносят вклад в исследования лексикологии английского языка и речевого воздействия и могут быть востребованы в практике обучения английскому языку.

Ключевые слова: семантика, прагматическая направленность, прагматический потенциал, воздействие, коннотация, оценка

SEMANTICS OF COMMON VOCABULARY IN THE DESCRIPTION OF ECONOMIC PHENOMENA (BASED ON BREXIT DESCRIPTION IN ENGLISH NEWS DISCOURSE)

E. Dvoynina

Russian Customs Academy

Komsomolskiy prospect 4, Lyubertsy 110015, Moscovskaya oblast, Moscow Region, Russian Federation

Abstract

Aim is to identify semantic features of vocabulary in the characteristics of Brexit as a phenomenon in the headlines of articles in English-language news discourse.

Methodology. The main semantic groups of common vocabulary used in the description of Brexit events are considered. The methods of observation, generalization, description and interpretation of the results, discursive and quantitative analysis were used in the study.

Results. The main semantic groups of commonly used vocabulary are identified and analyzed. They help to influence the recipient's perception and his to form the assessment. The author draws the conclusions about the pragmatic potential and effect of various semantic groups of words and techniques, that allow to reduce the positive pragmatic orientation and carry out effective impact on the perception of a recipient.

Research implications. The results of the study contribute to the theory of linguistic expertise, discourse analysis and speech impact.

Keywords: semantics, pragmatic orientation, pragmatic potential, impact, connotation, assessment

Введение

Всем известна фраза Н. М. Ротшильда: «Кто владеет информацией, тот владеет миром». Однако для достижения целей информацией мало владеть, необходимо уметь её применять. Именно благодаря использованию информации современные СМИ стали влиятельны в социуме [4]. Следует отметить, что в процессе эволюции СМИ и успешного освоения ими цифрового пространства информирующая и воздействующая функции СМИ образовали столь тесный симбиоз, что нейтральные сообщения, а тем более заголовки сообщений, найти практически невозможно. И пространство интернета позволяет усилить данное явление, поскольку основной текст статьи скрыт от читателя, и первичное оценивание значимости и привлекательности содержания статьи происходит на уровне заголовка.

Заголовок – не просто обязательное яркое начало статьи. Это «потенциально свернутый знак» [1, с. 794], «один из основных структурных элементов текста» [10, с. 127]. Огромное количество работ посвящено исследованию специфики заголовка. Мы можем выделить следующие основные черты этого элемента текста.

Во-первых, заголовок обладает множеством характеристик, таких как информативность, экспрессивность, оценочность, аттрактивность, рекламность [8].

Во-вторых, заголовок обладает высокой степенью адаптивности, и вместе с развитием СМИ и информационных технологий успешно переключался из газетных текстов в рекламные объявления, анонсы телевизионных новостных сообщений, интернет-сайтов и изданий и продолжает успешно выполнять свои разнообразные функции: рекламно-сенсационную, информационно-разъяснительную (или информативную), функцию привлечения внимания, убеждения, декоративную, экспрессивно-оценочную, побудительную, рекламную, номинативную, графически-выделительную и контактную [2; 5; 6; 7; 9].

В-третьих, исследователи обращают внимание на противоречивую природу заголовка, из-за которой его можно считать и неотъемлемой (заголовок не существует сам по себе и связан с текстом статьи), и абсолютно автономной частью текста (учитывая его информативную и выразительную функции) [12]. Противоречивость его природы, на которую указывают как российские, так и зарубежные исследователи¹ [13–15],

¹ См. также: Nordquist R. What Is Headlines? Why Headlines Are Almost Never Sentences [Электронный ресурс] // ThoughtCo: [сайт]. URL: <https://www.thoughtco.com/what-is-headlines-1690921> (дата обращения: 28.01.2022); Silva C. Headlines Articles Analysis and NLP [Электронный ресурс] // Towards Data Science: [сайт]. URL: <https://towardsdatascience.com/headlines-articles-analysis-and-nlp->

позволяет считать заголовок таким элементом текста сообщения, который является «семантически, прагматически и функционально связанным с текстом сообщения», но стоящим вне его [11, с. 19.]. Эту особенность активно эксплуатируют электронные издания, в которых читатель видит на странице исключительно перечень заголовков и не видит полного текста статьи.

Типы заголовка также разнообразны. С точки зрения выполняемых функций можно выделить рациональный, эмоциональный, возбуждающий любопытство, аттрактивный, провоцирующий и вопросительный¹, фактуальный (передающий информацию, эксплицитную по своей природе, максимально объективно), персуазивный (закрывающий в себе суждение или умозаключение, выражающее результат осмысления явлений реальной действительности адресантом, цель которого убедить адресата в истинности суждений адресанта) и директивный (передающий суждения или умозаключения адресанта, являющиеся результатом его восприятия и осмысления реальной действительности, которые призваны побудить реципиента к совершению конкретных неречевых действий) [3].

Благодаря своей многоаспектности заголовок является предметом пристального изучения различных наук: филологии, журналистики, социологии, стилистики и т. д.

Поскольку первичная оценка значимости содержания статьи происходит на уровне заголовка, особую важность приобретает семантика слов, которые автор статьи использует для информирования, воздействия на эмоциональную сферу реципиента и формирования оценки происходящего.

Брексит, т. е. выход Великобритании из ЕС, стал фактом 1 февраля 2020 года.

4013a66dbac (дата обращения: 28.01.2022).

¹ См.: Фещенко Л. Г. Структура рекламного текста: учебно-практическое пособие. СПб.: Изд-во «Петербургский институт печати», 2003. 232 с.

Это явление отразилось на социальной, экономической и политической жизни Великобритании². Мы предполагаем, что, поскольку слово «Брексит» – это термин нейтральный по своему значению, оценка этого явления и воздействие на восприятие реципиентами будет осуществляться при помощи семантики других слов, использованных в заголовках при описании этого события в новостном дискурсе. Изучение особенностей семантики общеупотребительной лексики и стало целью этой статьи и предопределило её задачи: рассмотреть и проанализировать заголовки новостных сообщений СМИ Британии, в которых содержится термин «Брексит» или события, с ним связанные, его оценка; выявить особенности семантики слов, использованных в описании или оценке этого явления; оценить, какой прагматический эффект семантика слов, описывающих его, оказывает на реципиента, и каков характер этого воздействия.

В качестве материала работы мы обратились к интернет-изданиям таких влиятельных газет, как “The Times”³ и “The Guardian”⁴, а также одному из двух самых авторитетных общественных вещателей Великобритании – BBC⁵. Актуальность данного исследования обусловлена тем, что впервые рассматриваются и анализируются особенности семантики слов, использованных в заголовках статей, по-

² См., например: Fair T., Hagan R., Saxena A. Huge border row erupts as First Minister declares end EU checks [Электронный ресурс] // Express: [сайт]. URL: <https://www.express.co.uk/news/politics/1556539/brexit-live-liz-truss-eu-northern-Ireland-protocol-maros-sefcovic-trumpian-move> (дата обращения: 28.01.2022); Cowburn A., Forrest A. Brexit: Liz Truss given February deadline by DUP to fix protocol [Электронный ресурс] // Independent: [сайт]. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/brexit-liz-truss-protocol-dup-b2002364.html> (дата обращения: 28.01.2022).

³ The Times & The Sunday Times [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thetimes.co.uk> (дата обращения: 28.02.2022).

⁴ The Guardian [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com> (дата обращения: 28.02.2022).

⁵ BBC [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com> (дата обращения: 28.02.2022).

свящённых Брекситу, делаются выводы о прагматическом потенциале и характере воздействия на восприятие реципиента.

Анализ общеупотребительной лексики с нейтральной и положительной семантикой

Любое событие в СМИ может оцениваться как нейтральное, позитивное или отрицательное. Логично было бы предположить, что СМИ будут стремиться к объективной и нейтральной интерпретации событий и явлений Брексита. Следует отметить, что группа слов с нейтральной оценкой самая малочисленная:

NI Supermarkets face new rules for GB meat products (Супермаркеты Северной Ирландии ждут новые правила для мясных продуктов из Великобритании); *Clothes to flowers: What Brexit changed for us* (От одежды до цветов: что для нас изменил Брексит); *Five changes to UK life since Brexit* (Пять изменений в жизни в Великобритании с начала Брексита).

Обращает на себя внимание тот факт, что лишь в случае со словом “change” (менять) можно было бы говорить об отсутствии какой-либо оценки данного события. Однако часто нейтральная оценка превращается в отрицательную в сочетании с другими словами, например: *Brexit trade change ‘challenging’ for car industry* (Изменения в торговле из-за Брексита «бросают вызов» автомобильной промышленности).

Кроме того, хотя слово “new” (новый) обычно содержит положительную оценку, в данном случае положительная оценка неочевидна, так как оно использовано вместе со словом “face” (сталкиваться, подвергаться, грозить). Данный контекст показывает, что в изменениях таится опасность, и у читателя возникают сомнения, что новшества будут к лучшему.

Вторая по численности семантическая группа – «позитивные перемены, улучшение ситуации». В этой группе можно выделить следующие семы:

«рост»:

Northern Ireland businesses increase value of external sales (Бизнес в Северной Ирландии наращивает объём внешней торговли); *Northern Ireland sees fastest economic output rise since 2014* (Северная Ирландия наблюдает самый быстрый рост экономического производства с 2014 года); *Sharp increase in trade across Irish border* (Резкий рост торговли на границе с Ирландией); *Freight traffic between Welsh and Irish ports rises after slump* (Число грузовых перевозок между портами Уэльса и Ирландии растёт после спада);

«улучшение»:

UK exports to Ireland show ‘sharp improvement’ (Экспорт Великобритании в Ирландию показывает «резкое улучшение»); *Irish Sea border trade service ‘gradually improving’* (Торговля на морской границе с Ирландией «постепенно улучшается»);

«выгода»:

Port ‘benefitting’ from NI Protocol grace periods (Портам «выгодны» льготные периоды в протоколе по Северной Ирландии); *NI Protocol ‘beneficial’ to seafood sector* (Протокол по Северной Ирландии «выгоден» для сектора морепродуктов); *Brexit: NI Protocol ‘positive for NI’s seafood sector’* (Протокол по Северной Ирландии «позитивен» для сектора морепродуктов);

«возрождение»:

UK exports to Ireland partially recover (Экспорт Великобритании в Ирландию частично восстанавливается); *UK exports to EU rebound after January’s slump* (Экспорт Великобритании в ЕС восстанавливается после январского падения);

«успех»:

UK’s NI protocol strategy successful, says Coveney (Стратегия Великобритании в Протоколе по Северной Ирландии успешна, говорит Ковни);

«упрощение»:

Visa scheme planned to ease lorry driver shortage (Запланировано введение схемы получения виз, которая облегчит проблему нехватки водителей грузовиков); *Seasonal scheme ‘could ease food worker shortage’* (Схемы сезонного найма «могли бы об-

легчить проблему нехватки работников в пищевой промышленности»); *Brexit issues 'easing at Irish ports'* (Проблемы Брексита «упрощаются в ирландских портах»).

На первый взгляд может показаться, что использование сем с позитивным значением оказывает положительное воздействие на реципиента и формирует в его восприятии положительное отношение к ситуации. Однако, это не так.

Во-первых, обращает на себя внимание тот факт, что подавляющее большинство заголовков статей в данном разделе относятся исключительно к сфере внешней торговли.

Во-вторых, во многих заголовках слова про улучшение взяты в кавычки. И, например, если читатель прочитает текст статей под заголовками *NI Protocol 'beneficial' to seafood sector* (Протокол по Северной Ирландии «выгоден» для сектора морепродуктов); *Brexit: NI Protocol 'positive for NI's seafood sector'* (Протокол с Северной Ирландией «позитивен» для сектора морепродуктов), то он узнает, что кавычки означают не цитату, а переносное значение. Двусмысленность кавычек в данном случае позволяет автору статьи усилить воздействие на реципиента. Благодаря этому положительная оценка и коннотация, по сути, становятся негативными и отрицательными. Более того, такая структура заголовка не успокаивает читателя, а показывает противоречивость явления и вовлекает его в спор по сложной проблеме. Если же читатель удовлетворится только информацией заголовка, то получается, что СМИ настраивают общественное мнение против Северной Ирландии, ведь она лишь выигрывает от выхода из ЕС, и, тем не менее, ещё чем-то недовольна. В результате, на восприятие и оценку пользователя опять оказывается отрицательное воздействие, несмотря на то, что слова имеют положительные и семантическое значение, и коннотацию.

В-третьих, позитивный прагматический потенциал слов с положительной

оценкой существенно снижается, когда в тех же заголовках используются слова с яркими отрицательными коннотациями, например: *Starting pay 'rises sharply' as staff supply falls* (Первоначальный уровень зарплаты «резко растёт» на фоне сокращения числа работников).

В-четвёртых, безусловно, глагол “ease”, использованный авторами заголовков, имеет положительные коннотации. Однако, позитивного положительного потенциала опять недостаточно, чтобы изменить характер воздействия с негативного на позитивный.

В-пятых, некоторые наречия, например, “partially” и “gradually”, дополнительно снижают позитивный прагматический потенциал.

Таким образом, исследованный материал показывает, что слова с положительной семантикой и коннотациями, безусловно, имеют большой аттрактивный и прагматический потенциал, однако из-за малочисленности заголовков с этими семантическими группами слов его явно недостаточно для оказания позитивного воздействия на восприятие реципиента.

Анализ общеупотребительной лексики с отрицательной семантикой

В подавляющем большинстве заголовков (286) использованы слова с отрицательной семантикой и негативной оценкой. Кроме того, семантические группы слов отличаются большим разнообразием.

1. В первую очередь, следует отметить семантическую группу «противостояние, конфликт». Она представлена следующими семами:

«ссора»:

внутри страны: *Parties divided on UK call to amend NI Protocol* (Партии разделились из-за призыва Британии внести поправки в Протокол по Северной Ирландии);

с Францией на границе: *UK boat detained by France amid fishing rights row* (Британские суда задержаны во Франции

из-за ссоры о распределении прав в сфере рыбной ловли);

с Францией на дипломатическом уровне: *UK summons French ambassador amid fishing row* (Британия вызывает посла Франции во время ссоры о рыбной ловле);

с ЕС по геополитическим вопросам: *UK row with EU over Gibraltar's post-Brexit status* (Британия ссорится с ЕС из-за статуса Гибралтара после Брексита);

с ЕС по экономическим вопросам: *EU and UK 'still at odds' over subsidy rules* (ЕС и Британия все ещё «на ножжах» из-за правил выплаты субсидий);

с Северной Ирландией: *NI leaders at odds on Irish sea border meeting* (Лидеры Северной Ирландии выражают несогласие на встрече по вопросу об ирландской морской границе). Проблема несёт угрозу целостности страны: *PM pledges to protect UK integrity amid EU row* (Премьер клянётся защищать целостность Британии в ссоре с ЕС);

Брексит спровоцировал конфликт даже в спорте: *Why politicians dived into the ESL football row* (Почему политикам пришлось погрузиться в ссору Европейской футбольной суперлиги).

«протест, бунт»:

Hundreds gather in Ards to protest Irish Sea border (Сотни собрались в Ардсе, чтобы защитить морскую границу на Ирландском море); *Jersey fishing protest: 'The answer is diplomacy'* (Рыболовный протест в Джерси: «Ответ в дипломатии»); *NI riots: What is Brexit doing to Northern Ireland?* (Бунты в Северной Ирландии: Что делает Брексит с Северной Ирландией).

Оксюморон в заголовке *"Sausages, riots and the Northern Ireland Protocol"* (Сосиски, протесты и Протокол по Северной Ирландии) лишь усиливает ощущение хаоса, охватившего все сферы общества.

«напряжение, трения»:

PM visits Northern Ireland amid unionist tension (Премьер посещает Северную Ирландию на фоне трений с юнионистами); *NI official being sent to US amid UK-EU ten-*

sions (Представитель Северной Ирландии направлен в США на фоне трений Британии с ЕС); *Farmers' opposition to UK-Australia trade deal grows* (Нарастает оппозиция по торговым переговорам Британии и Австралии); *Jersey 'conceded to pressure' over fishing permits* (Джерси уступает давлению по вопросу о рыболовных лицензиях); *'Clear opportunities and frictions' in NI Protocol* («Реальные возможности и трения» в протоколе по Северной Ирландии); *Far more than fish: Risks of rising EU-UK tensions* (Больше, чем рыба: проблема возникновения трений между Британией и ЕС).

2. Не менее разнообразна семантика слов в группе «негативные изменения».

«нехватка, дефицит». Анализ этой семантической группы слов показывает, что в Британии ощущается нехватка всего от топлива (*Fuel shortage could hit food banks, warns charity* (Благотворительные организации предупреждают о негативном эффекте дефицита топлива на продовольственные фонды)) и продуктов питания, некоторые из которых являются, по сути, символом благополучия и старых, добрых британских традиций: *Christmas turkey shortage likely, farmers warn* (Фермеры предупреждают о дефиците рождественских индеек); *M&S to cut Christmas products in Northern Ireland* (Маркс и Спенсер сокращает ассортимент рождественских продуктов в Северной Ирландии), – до персонала во всех отраслях промышленности: *Ros Atkins on ... lorry driver shortages* (Рос Аткинс о ... дефиците водителей грузовиков); *Price rise fear for shoppers 'due to driver shortage'* (Потребители опасаются роста цен из-за «дефицита водителей»); *Hospitality industry 'desperately' short-staffed* (Гостиничный бизнес «отчаянно» нуждается в персонале); *Restaurant stops serving lunch due to lack of staff* (Рестораны перестают подавать ланч из-за нехватки персонала); *Farmer told to dump milk over HGV driver shortage* (фермер сообщил, что вынужден выливать молоко из-за дефицита водите-

лей); *Fruit picker shortage spreads to Christmas workers* (Дефицит сезонных рабочих распространяется на временных работников во время Рождества); *Staff shortages hitting supermarket shelves* (дефицит персонала бьёт по магазинным полкам); *Butcher shortage could lead to culling of pigs* (Дефицит мясников может привести к массовому отстрелу свиней).

В ряде случаев виновник проблемы назван прямо: *Care home boss blames Brexit for staff shortage* (Начальник дома престарелых винит Брексит в дефиците персонала); *Farming labour shortage due to Brexit and pandemic* (Дефицит наёмных рабочих на фермах из-за Брексита и пандемии). Брексит персонифицируется: *Brexit sees M&S cut hundreds of products in NI* (Брексит становится свидетелем того, как Марк и Спенсер сокращает ассортимент из сотни продуктов в Северной Ирландии).

В этой группе также следует выделить следующие семы:

«разорение, увеличение расходов»:

Brexit changes will add to soaring costs in 2022, warn UK manufacturers (Изменения, связанные с Брекситом, усугубят резкий рост расходов в 2022 году, предупреждают производители Британии); *NI losing out on tens of millions of EU funding* (Северная Ирландия теряет финансирование из ЕС на десятки миллионов); *Honda factory closes after making 3.7m cars* (Завод «Хонда» закрывается после производства 3,7 млн автомобилей); *UK food and drink exports to the EU almost halve* (Экспорт продуктов питания и напитков из Британии сократился вдвое); *Fishermen say incomes lost over licence delays* (Рыбаки теряют прибыль из-за задержек с выдачей лицензий). Особенно следует отметить заголовок *“Michelin star restaurant shuts blaming Brexit & Covid”* (Ресторан с мишленовскими звёздами закрывается, обвиняя Брексит и Ковид), где используется значок «&», который традиционно используется для обозначения партнёрства, что, по сути, приравнивает негативные эффекты Брексита к пандемии;

«вред»:

UK lost ‘significant’ access to EU police data (Британия потеряла доступ в базах данных полиции ЕС); *Brexit and Covid hit demand for exports from UK factories* (Брексит и Ковид наносят удар по экспорту с британских заводов); *Impact of Brexit on economy ‘worse than Covid’* (Брексит влияет на экономику хуже, чем Ковид); *Meat sector warns of Brexit production squeeze* (Мясная отрасль предупреждает о сокращении производства);

«задержка»:

Rules for moving goods from NI to GB to be delayed (Выпуск правил по перевозке грузов задерживается); *Bin delays blamed on Covid and driver shortage* (В задержках с вывозом мусора обвиняются Ковид и дефицит водителей). И здесь Брексит и Ковид «действуют сообща»: *Brexit and Covid blamed for bin collection delays* (Брексит и Ковид виноваты в задержках с вывозом мусора).

3. Семантическая группа слов «критическая ситуация» представлена следующими семами:

«проблема, сложность»:

NI Protocol is ‘only solution’ despite challenges (Протокол по Северной Ирландии «единственный выход» несмотря на сложности); *Why touring in EU is problematic for British bands* (Почему британским группам сложно выступать с гастрольями в ЕС); *Irish cross-border trade rise ‘a problem’, UK says* (Трансграничная торговля с Ирландией «провоцирует проблему»); *EU agri-food deal ‘difficult to reach’ – Frost* (Фрост заявляет, что сложно достичь соглашения с ЕС по сельскохозяйственной продукции);

«кризис»:

Plea to PM over post-Brexit touring ‘crisis’ (Обращение к Премьеру о туристическом «кризисе» после Брексита);

«катастрофа, разрушение»:

Sir Elton John fears musicians face ‘catastrophe’ (Сэр Элтон Джон опасается, что музыкантам грозит катастрофа); *No need for chaos at fuel stations, says boss* (Нам не

нужен хаос на заправках); *Business disruption needs to be fixed, says Lewis* (Льюис заявляет, что «Разруху в бизнесе необходимо устранить»); *Brexit: 'the biggest disaster any government has ever negotiated'* (Брексит: самая большая катастрофа, которую нам устроило правительство);

«опасность»:

Food production in the UK at risk, warns industry («Пищевая промышленность в Британии в опасности», – предупреждают промышленники); *EU citizens 'at risk of deportation' post-Brexit* (Гражданам ЕС «грозит» депортация после Брексита); *'Patients at risk' if medicines withdrawn from NI* (Есть угроза жизни пациентам, если в Северную Ирландию перестанут поступать медикаменты); *'Threat to public safety' from lack of club bouncers* (Угроза общественной безопасности из-за нехватки клубных вышибал); *UK 'risks falling behind' EU on workers' rights* (Британия «рискует» отстать от ЕС в плане защиты прав рабочих); *Jewish community 'at risk' over chilled meat ban* (Еврейскому сообществу грозит опасность из-за запрета на охлажденное мясо); *UK-NZ deal a serious threat to NI farmers – Poots* (Путс заявляет, что договор между Британией и Новой Зеландией является угрозой для ирландских фермеров). Иногда сообщения звучат как военные сводки: *UK warns France it could retaliate in fishing row* (Британия предупреждает Францию о возможности ответного удара в рыболовецком споре);

«нестабильность»:

NI Protocol could cause 'instability', MPs told (Члены парламента говорят, что Протокол по Северной Ирландии может вызвать «нестабильность»); *'Level of uncertainty' for automotive industry* (Уровень неуверенности в автомобилестроении); *Triggering Article 16 'would provoke instability'* (Попытки продавить Протокол по Северной Ирландии «могут спровоцировать нестабильность»).

4. Семантическая группа «эмоции» представлена семами:

«беспокойство»:

Frost concerned over EU comments on NI Protocol (Фрост обеспокоен комментариями ЕС по протоколу по Северной Ирландии); *Farmers raise concerns over Australia trade deal* (Фермеры выражают обеспокоенность по торговому соглашению с Австралией);

«злость»:

French anger as UK rejects most fishing permits (Франция злится, так как Британия отозвала большинство рыболовных лицензий); *Anger over UK's failure to get Norway fish deal* (Злость из-за провала попытки договориться с Норвегией о рыбной ловле);

«страх»:

Australian trade deal fears justified, says expert (Эксперты заявляют, что оправдались худшие опасения по поводу торговой сделки с Австралией); *Food price rise fears amid staff shortages* (Люди боятся роста цен на фоне дефицита персонала);

«разочарование»:

NI firms 'disappointed' over cash-back delay (Северная Ирландия «разочарована» задержками в системе кешбэк); *One third of UK farmers could be depressed* (Треть фермеров находится в депрессии);

«ненависть»:

'A frenzy of hatred': how to understand Brexit racism («Безумие ненависти»: как понять расизм Брексита).

Следует обратить внимание на отсутствие заголовков, в которых Брексит характеризуется просто словом “bad”. Такие характеристики возможны только в индизонаторном варианте: *'No-one on Earth knows if Brexit good idea' – Cummings* (Каммингс заявляет: «Никто на свете не может сказать, хорошая ли идея Брексит»). Однако, авторы статей допускают это в характеристике событий и явлений, связанных с ним: *Government 'knew NI Protocol was bad deal'* (Правительство знало, что Протокол по Северной Ирландии – это плохой договор); *North-south relationships 'have never been as bad'* (Отношения севера и юга никогда не были хуже). Тем не менее, сема «плохой» часто присутствует

в качестве дополнительной в оценке многих явлений: *EU medicine supply plans for NI 'unworkable'* (Планы ЕС по поставкам медикаментов в Ирландию «неработоспособны»); *Immigration system 'not meeting' Scotland's needs* (Система иммиграции не отвечает запросам Шотландии).

Заключение

Проведённое исследование позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, хотя сам термин «Брексит» является семантически нейтральным, анализ семантики слов, использованных для описания Брексита или событий и явлений, связанных с ним, показывает, что в подавляющем большинстве семантика слов демонстрирует отрицательное значение.

Во-вторых, авторы сообщений стремятся избегать явной негативной оценки этого события в заголовках, поскольку количество случаев, когда слово Брексит становится синонимом слов «катастрофа» и «разруха» или используется при-

лагательное “bad” (плохой), минимально. Тем не менее, большинство семантических групп слов выражают отрицательную оценку данного явления.

В-третьих, поскольку подавляющее число семантических групп слов имеют отрицательное значение и негативную оценку, их прагматическое воздействие на реципиента также носит негативный характер.

В-четвёртых, нельзя утверждать, что слова с положительной семантикой в характеристике Брексита полностью отсутствуют, однако из-за контекста положительный воздействующий потенциал таких слов существенно снижается.

В-пятых, в течение года семантика слов, характеризующих Брексит, прагматический эффект и характер оказываемого ими воздействия не изменились, что способствует усилению негативного воздействия на восприятие реципиента.

Дата поступления в редакцию 02.02.2022

ЛИТЕРАТУРА

1. Белова Ю. А. Смысл газетного заголовка: трудности интерпретации // Вестник Башкирского университета. 2013. Т. 18. № 3. С. 794–796.
2. Власко Н. К. Использование материалов Британских газет в практике преподавания английского языка // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. №11-2. С. 30–33.
3. Гедгафова Н. А. Специфика иллокутивных моделей заголовков англоязычных газетных статей информационного жанра // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 2017. № 2. С. 170–181.
4. Гордиенко Е. В. Выражение категории оценки в британских газетных заголовках // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. № 18 (816). С. 74–85.
5. Комаров Е. Н. СМИ и современная ценностная картина мира // Евразийский союз ученых. 2014. № 5-4 (5). С. 30–33.
6. Мужев В. С. О функциях заголовков // Ученые записки Московского государственного педагогического института иностранных языков им. М. Тореза. 1970. № 55. С. 1–8.
7. Некрасова А. С. Виды, типы, функции газетного заголовка и его место в тексте статьи СМИ // Актуальные проблемы филологии: материалы III Международной научной конференции (г. Казань, май 2018 г.). Казань: Молодой ученый, 2018. С. 27–31.
8. Никифорова Ж. А. Проблема автономности заголовка в структуре гипертекста газетного номера // Вестник Челябинского государственного университета. 2010. № 11 (192). С. 87–92.
9. Сергеева Д. С. Лингвистические приемы формирования имиджа в медийном пространстве (на материале заголовков газетных статей) // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2016. Т. 15. № 3. С. 179–187. DOI: 10.15688/jvolsu2.2016.3.20.
10. Сосунова Г. А. Заголовок как концепт текста французской таможенной прессы // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2016. № 3. С. 126–132. DOI: 10.18384/2310-712X-2016-3-126-132.

11. Фаткабрарова Ю. М. Слова-«хамелеоны» в языке СМИ // Русская речь. 2007. № 5. С. 54–56.
12. Хазагеров Г. Г. Риторика, грамматика, словообразование // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2018. Т. 22. № 2. С. 357–372. DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-2-357-372.
13. House J. Translation as a Prime Player in Intercultural Communication // Applied Linguistics. 2020. Vol. 41. Iss. 1. P. 10–29. DOI: 10.1093/applin/amz007.
14. Mason S., Hajek J. Language Education and Language Ideologies in Australian Print Media // Applied Linguistics. 2020. Vol. 41. Iss. 2. P. 215–233. DOI: 10.1093/applin/amy052.
15. Poole B. Should we regard question-based media headlines as clickbait?: A discussion of Betteridge's Law and related issues // English Today. First View. 2021. July. P. 1–6. DOI: 10.1017/S0266078421000201.

REFERENCES

1. Belova Yu. A. [Sense of a headline: interpretation difficulties]. In: *Vestnik Bashkirskogo universiteta* [Bulletin of Bashkir University], 2013, vol. 18, no. 3, pp. 794–796.
2. Vlasko N. K. [The use of materials from British newspapers in the practice of teaching English]. In: *Aktual'nyye problemy gumanitarnykh i yestestvennykh nauk* [Actual problems of the humanities and natural sciences], 2016, no. 11-2, pp. 30–33.
3. Gedgafova N. A. [Specificity of illocutionary models of headlines in English-language newspaper articles of the informative genre]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9: Filologiya* [Moscow University Philology Bulletin], 2017, no. 2, pp. 170–181.
4. Gordiyenko Ye. V. [Expression of the category of evaluation in British newspaper headlines]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnyye nauki* [Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities], 2018, no. 18 (816), pp. 74–85.
5. Komarov E. N. [Media and modern value picture of the world]. In: *Yevraziyskiy soyuz uchenykh* [Eurasian Union of Scientists], 2014, no. 5-4 (5), pp. 30–33.
6. Muzhev V. S. [On the functions of headings]. In: *Uchenyye zapiski Moskovskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo instituta inostrannykh yazykov im. M. Tõreza* [Scientific Notes of Maurice Thorez Moscow State Pedagogical Institute of Foreign Languages], 1970, no. 55, pp. 1–8.
7. Nekrasova A. S. [Types, types, functions of a newspaper headline and its place in the text of a media article]. In: *Aktual'nyye problemy filologii: materialy III Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii (g. Kazan', may 2018 g.)* [Actual problems of philology: materials of the III International Scientific Conference (Kazan, May 2018)]. Kazan, Molodoy uchenyy Publ., 2018, pp. 27–31.
8. Nikiforova Zh. A. [The problem of title autonomy in the structure of the hypertext of a newspaper issue]. In: *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Chelyabinsk State University], 2010, no. 11 (192), pp. 87–92.
9. Sergeeva D. S. [Linguistic techniques of image modeling in media space (as exemplified in newspaper headings)]. In: *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2016, vol. 15, no. 3, pp. 179–187. DOI: 10.15688/jvolsu2.2016.3.20.
10. Sosunova G. A. [Headlines as a main concept of the customs French press]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika* [Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics], 2016, no. 3, pp. 126–132. DOI: 10.18384/2310-712X-2016-3-126-132.
11. Fatkabrarova Yu. M. [Words- "chameleons" in the language of the media]. In: *Russkaya rech'* [Russian speech], 2007, no. 5, pp. 54–56.
12. Khazagerov G. G. [Rhetoric, grammar, discourse and homeostasis]. In: *Vestnik Rossiyskogo universiteta družby narodov. Seriya: Lingvistika* [Russian Journal of Linguistics], 2018, vol. 22, no. 2, pp. 357–372. DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-2-357-372.
13. House J. Translation as a Prime Player in Intercultural Communication. In: *Applied Linguistics*, 2020, vol. 41, iss. 1, pp. 10–29. DOI: 10.1093/applin/amz007.
14. Mason S., Hajek J. Language Education and Language Ideologies in Australian Print Media. In: *Applied Linguistics*, 2020, vol. 41, iss. 2, pp. 215–233. DOI: 10.1093/applin/amy052.
15. Poole B. Should we regard question-based media headlines as clickbait?: A discussion of Betteridge's Law and related issues. In: *English Today. First View*, 2021, July, pp. 1–6. DOI: 10.1017/S0266078421000201.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Двойнина Екатерина Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка в таможенной деятельности Российской таможенной академии;
e-mail: dvoynina@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ekaterina V. Dvoynina – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of English in Customs Activities, Russian Customs Academy;
e-mail: dvoynina@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Двойнина Е. В. Семантика общеупотребительной лексики в описании экономических явлений (на примере описания Брексита в англоязычном новостном дискурсе) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 3. С. 54–64.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-54-64

FOR CITATION

Dvoynina E. V. Semantics of common vocabulary in the description of economic phenomena (based on Brexit description in English news discourse). In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2022, no. 3, pp. 54–64.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-54-64

УДК 811.111

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-65-73

ОБУВЬ КАК МЕТАФОРА ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ СОСТОЯНИЙ В РОМАНЕ ДЖ. С. ФОЕРА «ЖУТКО ГРОМКО И ЗАПРЕДЕЛЬНО БЛИЗКО»

Смирнова А. Г.

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20, Российская Федерация*

Аннотация

Цель работы – рассмотреть проблему метафорической концептуализации эмоций при помощи метафоры обуви в произведении Дж. С. Фоеера «Жутко громко и запредельно близко».

Процедура и методы. Предварительно изучив социальные и культурные особенности, формирующие представления о вербализации эмоционального опыта при помощи образа обуви, автор проводит обзор метафорического репертуара Дж. С. Фоеера. В состав методики вошёл дескриптивный метод и метод сплошной выборки.

Результаты. Метафора обуви является достаточно продуктивным конструктом для описания различных эмоциональных состояний в рамках романа «Жутко громко и запредельно близко». Исследуемая метафора обуви часто применяется Дж. С. Фоеером для описания негативных чувств и переживаний.

Теоретическая и практическая значимость заключается в углублении знания о неконвенциональных авторских метафорах для описания эмоционального состояния, а также применении результатов исследования в вузовской и послевузовской практике, в научных исследованиях по английскому языку, стилистике, теории текста и теории когнитивной метафоры.

Ключевые слова: современный английский язык, Дж. С. Фоеер, метафора, индивидуально-авторская метафора, эмоции, лексикализация эмоций

BOOT METAPHOR AS A MEAN OF CONCEPTUALIZING EMOTIONS (BASED ON THE BOOK BY J. S. FOER “EXTREMELY LOUD AND INCREDIBLY CLOSE”)

A. Smirnova

*National Research University Higher School of Economics
Myasnitskaya ulitsa 20, Moscow 101000, Russian Federation*

Abstract

Aim. The study focuses on the problem of metaphorical conceptualization of emotions by means of the boot metaphor. The analysis is based on the book of J. S. Foer “Extremely loud and incredibly close”.

Methodology. The paper examines the social and cultural context that shapes the interpretation of shoes in general and help to verbalize emotions by using the boot metaphor. The study comments on the metaphorical repertoire of J. S. Foer. The methodology includes descriptive and continuous sampling methods.

Results. The author concludes that the boot metaphor is rather productive for describing various emotional states within the novel “Extremely loud and incredibly close”. Such boot metaphors are often used by J. S. Foer to describe negative feelings.

Research implications lie in the enriching knowledge about unconventional author's metaphors for describing the emotional state. The findings may be used in university and postgraduate studies as well as in research of the English language, stylistics, text theory, and the theory of cognitive metaphor.

Keywords: modern English, J. S. Foer, metaphor, individual author's metaphor, emotions, lexicalization of emotions

Введение

Переживая эмоциональный опыт, человек не только его осознает, но и передаёт свои знания другим людям. Такой результат репрезентации знаний и опыта средствами языка является концептом [8, с. 26]. Концепт имеет понятийное ядро, центральную часть и периферию, представленную ценностно-оценочными компонентами. Структуру концепта образуют системы концептуальных метонимий, метафор, родственных концептов, когнитивных сценариев [12, р. 5]. А. А. Кузьмиченко утверждает, что именно метафора представляет собой одну из «базовых ментальных операций, объединяющих две понятийные сферы» и реализует «возможности одной сферы для концептуализации другой сферы» [4, с. 167].

Будучи одной из форм отражения объективного мира, в частности для обозначения чувств и переживаний, эмоции могут быть выражены разными языковыми средствами. Так, опыт человечества в познании эмоций закрепляется в языковых единицах, которые могут быть использованы для выявления способов вербализации базовых общечеловеческих эмоциональных состояний психики [3, с. 146]. А. П. Седых отмечает, что одной из лексических техник описания эмоций является «метафорическая вербализация эмоциональных состояний» [9, с. 113]. О. А. Егорова и В. В. Калашникова также говорят об осуществлении коммуникации внутреннего телесного опыта при помощи метафоры. По их мнению, «метафора как бы связывает реальность субъекта, который испытывает ощущение, с реальностью другого человека, который это ощущение не переживает» [1, с. 190].

Исследование способов концептуализации эмоций является востребованной областью в лингвистике эмоций и в метафорологии. Целью нашего исследования является рассмотрение проблемы метафорической концептуализации эмоций при помощи метафоры обуви в произведении Дж. С. Фоера «Жутко громко и запредельно близко». Для достижения указанной цели были поставлены следующие задачи:

- 1) определить социокультурные предпосылки для исследования;
- 2) произвести отбор и классификацию примеров метафоры обуви в произведении Дж. С. Фоера «Жутко громко и запредельно близко», обозначающих эмоциональное состояние;
- 3) описать отобранные метафоры обуви с целью расширить знания о выражении эмоций в англоязычной лингвокультуре.

В представленной работе были использованы такие методы исследования, как изучение и обобщение научных работ по исследуемой проблеме, синтез полученного знания и данных, метод сплошной выборки, дескриптивный метод, а также обобщение и категоризация полученного материала.

Известно, что некоторые концептуальные метафоры, выражающие эмоции, могут быть не только обусловлены культурно и социально, но и отражать мировоззрение и опыт отдельно взятого человека. Актуальность исследования продиктована необходимостью описания как конвенциональных, так и индивидуально авторских метафор для составления адекватного научного представления о вариантах описания эмоций в англоязычной лингвокультуре.

Важность дальнейшего исследования метафор была подчеркнута Ю. С. Старостиной. Исследовательница установила, что метафоры обладают аксиологическим потенциалом, следовательно, их систематизация может «определить ценностные доминанты, которые составляют аксиосферу англоязычного социума, структурируют отношения и варианты поведения членов лингвокультурного сообщества» [10, с. 129–132].

Несмотря на пристальное внимание исследователей к конвенциональным метафорам, мы считаем, что индивидуальность и единичность определённых концептуальных метафор делает их ещё более интересными и важными для рассмотрения, так как они являются примером лингвокреативности автора. Неконвенциональные авторские метафоры не только показывают, как писатели используют свой опыт в новых, нестандартных ситуациях, но и помогают охарактеризовать профессиональную языковую личность автора, демонстрируют его познания о структуре языка и его конвенциях, а также отражают авторское видение коммуникативных процессов [5, с. 22].

Уникальность исследования заключается в подборке и изучении ранее не рассмотренных неконвенциональных метафор, включенных в метафорический репертуар Дж. С. Фоера. Более того, автор данной статьи применила ранее не использовавшуюся со стороны психолингвистики, лингвистики эмоций и метафорологии классификацию эмоциональных состояний Р. С. Лазаруса [14].

Социокультурные предпосылки для исследования

Обувь уже давно стала частью жизни отдельного человека и социума в целом. Будучи элементом одежды, защищающим ноги и ступни, она служит «прослойкой» между телом и физическим пространством, которое окружает человека.

М. ДеМелло предполагает, что «отсутствие обуви подразумевает отсут-

ствие мобильности – и физической, и социальной»¹. Исследовательница также рассматривает такие аспекты, как: 1) отсутствие обуви как символ смирения и покорности в ряде религиозных практик; 2) отсутствие обуви как символ бедности; 3) обувь как олицетворение её владельца, что объясняется эксклюзивностью и недоступностью обуви до промышленной революции. Этим объясняется нежелание большинства людей носить подержанную обувь из-за её тесной связи с бывшими владельцами².

Пустая бесхозная обувь может служить знаком смерти своего владельца. Показательным является мемориал жертвам Холокоста, установленный в 2005 г. на берегу Дуная в Будапеште и представляющий собой пустую обувь. Ещё одним примером может служить новость об инсталляции, посвящённой 10-й годовщине памяти жертв терактов 11 сентября, где было использовано 3000 пар пустой обуви, символизирующих гибель людей [15, р. 176]. Несколько пар обуви находятся в музее, посвящённом 11/9, в качестве экспонатов; они служат символом того опыта, который пережили спасшиеся владельцы обувных пар³.

Отношение к обуви продиктовано не только социальными, но и культурными факторами: известные произведения литературы и фольклора содержат образ обуви (туфельки, ботинка, башмака). Самым первым упоминанием об обуви в фольклоре можно считать появление образа туфли в одном из популярных английских детских стихов. Им является песня-приговорка (потешка) “There was an Old Woman who lived in a Shoe”, кото-

¹ DeMello M. Feet and footwear: A cultural encyclopedia. ABC-CLIO, 2009. P. 20.

² См.: DeMello M. Feet and footwear: A cultural encyclopedia. ABC-CLIO, 2009. 360 p.

³ The 9/11 Memorial Museum is Home to the Shoes of Survivors [Электронный ресурс] // National September 11 Memorial & Museum: [сайт]. URL: <https://www.911memorial.org/connect/blog/911-memorial-museum-home-shoes-survivors> (дата обращения: 20.04.2021).

рая, по мнению А. и П. Опи, может интерпретироваться как отсылка к брачной традиции¹.

Важность обыденных предметов в жизни человека весьма точно выразила И. Осиновская: «Жизнь и смерть, старое и новое, смешное и высокое, злое и доброе, истинное и ложное – эти простые и сложные смыслы, являющиеся частью человеческого существования, раскрываются в “художественных” образах обуви, впрочем, как и в любых других повседневно-сказочных предметах» [7].

Связь ног, обуви и путешествия также можно проследить в английских поговорках и пословицах. Например, “Your feet will bring you to where your heart is”. Многие другие пословицы, в которых используются образы обуви, отражают идею о том, что обувь связана с душой. Этим объясняется, почему ношение чужей-то обуви говорит о жизненном опыте её владельца или его душевных переживаниях: “Never judge someone until you have traveled a mile in their shoes”.

Образ обуви, в частности “shoes” и “boots”, находит отражение в английских идиомах. Например, английское выражение “to be in one’s shoes” будет иметь значение «испытывать переживания другого человека; находиться в чужом положении или ситуации»². Так, «примерив» чужую обувь, можно почувствовать эмоциональное состояние человека, испытать его жизненный опыт. Интересно подана английская идиома для выражения состояния разочарования, уныния или подавленности из-за нежелательного исхода или поворота событий – “(one’s) heart sinks into (one’s) boots”³.

Таким образом, мы можем заключить, что обувь не является лишь ярким элементом образа и знаком удобства, играет

важную роль в повседневной жизни человека, но и сопряжена с его культурным наследием. Связь обуви и человека прочно закреплена в языке, показана в литературных произведениях и искусстве.

Методология и материалы исследования

В данной работе мы обратимся к образу ботинка (boot) в произведении американского автора Дж. С. Фоера «Жутко громко и запредельно близко»⁴. В романе повествуется о судьбе и переживаниях ребёнка, Оскара Шелла, который потерял своего отца во время теракта 11 сентября 2001 г. Для описания эмоций и чувств автор не раз упоминает такое состояние, как “wear/be in/get heavy boots”. Автор, стилизуя своё повествование под речь от лица ребёнка, пытается вербализовать эмоциональное состояние героя при помощи метафоры.

З. Кёвечеш замечает, что «(потенциально) универсальные телесные переживания могут быть отражены в концептуальных ассоциациях метонимий, связанных с конкретными понятиями, особенно это касается эмоций» [12, р. 5]. Обувь предстаёт достаточно конкретным предметом, который хорошо знаком человеку. В своей работе М. В. Озингин подчёркивает, что элементы одежды и обуви являются одним из наиболее продуктивных источников метафоризации [6, с. 12]. Похожая мысль о метафорическом потенциале семантического поля одежды и обуви высказана в работе О. В. Жуйковой. Исследовательница считает, что «артефактные реалии (т. е. предметы, созданные человеком) являются неисчерпаемым источником метафорических образов» и «используются в разнообразных типах дискурсов в целях вербальной экспликации специфики миропонимания человека и окружающего его мира» [2, с. 177–185].

В работе Дж. Лакоффа и М. Джонсона также можно найти такие концепту-

¹ Opie I., Opie P. The Oxford Dictionary of Nursery Rhymes; 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 1997. P. 434–435.

² См.: Oxford dictionary of English idioms / Ayto J., ed.. Oxford, Oxford University Press, 2010. P. 312.

³ Ibid, P. 40.

⁴ Foer J. S. Extremely loud and incredibly close: A novel. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2013. 368 p.

альные метафоры, как *BAD IS DOWN* и *EMOTIONAL IS DOWN*. Это может быть частичным подтверждением мысли о том, что негативные эмоциональные переживания (*ТРЕВОГА*, *ВИНА*, *ПЕЧАЛЬ*), а также дополнительные эмоции (*СОСТРАДАНИЕ* и *ОБЛЕГЧЕНИЕ*) главного героя сконцентрированы внизу, в ботинках [13, р. 39–40]. В нашем исследовании используется классификация психолога Р. С. Лазаруса, который выделял такие эмоциональные переживания, как *ТРЕВОГА*, *ВИНА*, *ПЕЧАЛЬ*, *СОСТРАДАНИЕ* и *ОБЛЕГЧЕНИЕ* [14].

Так, Дж. С. Фоер сравнивает тяжесть эмоционального состояния с ношением тяжёлых ботинок. Необходимо обозначить, что ввиду неконвенциональности и малой распространённости такой метафоры, как «*ТЯЖЕЛЫЕ БОТИНКИ / ЛЁГКИЕ БОТИНКИ – ЭТО ЭМОЦИЯ*», переводчик В. Арканов не стал сохранять исходный образ при переводе, заменив «тяжёлые ботинки» «гирями на сердце»¹.

В ходе исследования методом сплошной выборки было отобрано 20 метафор, содержащих образ обуви и описывающих состояние героя. Было выделено несколько групп метафор, связанных с обувью. Их можно разделить на две основные: «*ТЯЖЕЛЫЕ БОТИНКИ – ЭТО ОПРЕДЕЛЁННАЯ ЭМОЦИЯ*» и «*ЛЁГКИЕ БОТИНКИ – ЭТО ОПРЕДЕЛЁННАЯ ЭМОЦИЯ*». Такие эмоции, как *ТРЕВОГА*, *СОСТРАДАНИЕ* и *ПЕЧАЛЬ*, являются «зонтичными терминами» и могут покрывать более специфичные эмоции, входящие в их категорию. Например, *ТРЕВОГА* объединяет такие понятия как беспокойство, волнение и тревожность; *СОСТРАДАНИЕ* покрывает такие чувства и эмоции, как жалость, сочувствие, участие, сопереживание; *ПЕЧАЛЬ* приходится «зонтичным термином» грусти и тоске.

Анализ метафоры эмоционального состояния в романе Дж. С. Фоера «Жутко громко и запредельно близко»

Ввиду ограниченного объёма статьи рассмотрим и прокомментируем лишь некоторые, наиболее показательные примеры.

1. ТЯЖЁЛЫЕ БОТИНКИ – ЭТО ТРЕВОГА.

I desperately wish I had my tambourine with me now, because even after everything I'm still wearing heavy boots, and sometimes it helps to play a good beat (p. 2)².

Другим доказательством того, что метафора «тяжёлые ботинки» может передавать чувство, тревоги является следующий отрывок:

I read the first chapter of A Brief History of Time when Dad was still alive, and I got incredibly heavy boots about how relatively insignificant life is, and how, compared to the universe and compared to time, it didn't even matter if I existed at all (p. 86).

В приведённом отрывке автор, используя метафору «тяжёлых ботинок», тоже отражает тревожное состояние героя, размышляющего о жизни в сравнении с вселенной и временем.

2. Единичным примером представлена метафора «ТЯЖЁЛЫЕ БОТИНКИ – ЭТО ВИНА».

She was taking care of me when I was four, chasing me around the apartment like she was a monster, and I cut my top lip against the end of our coffee table and had to go to the hospital. Grandma believes in God, but she doesn't believe in taxis, so I bled on my shirt on the bus. Dad told me *it gave her incredibly heavy boots*, even though my lip only needed a couple of stitches, and that she kept coming across the street to tell him, 'It was all my fault' (p. 100).

Чувство вины, вызванное тем, что главный герой порезал губу, называется эксплицитно по ходу повествования *It*

¹ См.: Фоер Дж. С. Жутко громко и запредельно близко / пер. В. Арканов, ред. М. Яновская. М.: ЭКСМО, 2021. 416 с.

² Здесь и далее примеры приводятся из книги: Foer J. S. Extremely loud and incredibly close: A novel. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2013. 368 p. В скобках указан номер страницы с цитируемым иллюстративным материалом.

was all my fault'. Однако, стилизуя своё повествование под речь одиннадцатилетнего ребёнка, автор пишет, что рассечённая губа, поездка в больницу, залитая кровью рубашка главного героя *gave her incredibly heavy boots*. Подчеркнём и то, что в контекстах, где встречается образ ботинок, могут использоваться разные глаголы, такие как "*wear / give / be / make / put*", что в некотором роде объективирует персонажа: не он решает какие эмоции и чувства переживать, они *выдаются* и *ставят* его в какое-то положение.

3. ТЯЖЁЛЫЕ БОТИНКИ – ЭТО ПЕЧАЛЬ.

Ещё одно состояние, которое может передавать метафора с компонентом «тяжёлые ботинки», – это печаль. Рассмотрим следующий пример, где описывается ситуация, в которой главный герой приходит в дом к женщине. Находясь в чужом доме, главный герой видит множество портретов, но не осмеливается спросить о человеке на рисунках, так как боится, что ответ его опечалит, «выдаст» ему «тяжёлые ботинки»:

I didn't ask who the man in the drawings was, because I was afraid the answer would *give me heavy boots*. You wouldn't draw someone that much unless you loved him and missed him. I told her, 'You're extremely beautiful' (p. 199).

В другой ситуации, где автором используется исследуемая метафора, рассказывается о походе к психологу:

On Tuesday afternoon I had to go to Dr. Fein. I didn't understand why I needed help, because it seemed to me that you *should wear heavy boots* when your dad dies, and if you *aren't wearing heavy boots*, then you need help. But I went anyway, because the raise in my allowance depended on it' (p. 200).

Так, эмоция печали также выражена автором при помощи метафоры "to be in heavy boots".

4. ТЯЖЁЛЫЕ БОТИНКИ – ЭТО СОСТРАДАНИЕ.

Исследуемая метафора используется также для выражения сострадания.

В представленном примере герой рассуждает, кому отдать самодельное украшение, перечисляет людей, которые вызывают у него чувство сострадания (бездомный человек, пожилая женщина, человек в кресле-коляске):

... and I had thought about giving it to Sonny, the homeless person who I sometimes see standing outside the Alliance Fracaise, because he *puts me in heavy boots*, or maybe to Lindy, the neat old woman who volunteers to give tours at the Museum of Natural History, so I could be something special to her, or even just to someone in a wheelchair' (p. 35).

Другим примером передачи сострадания при помощи метафоры «тяжёлые ботинки» в произведении Дж. С. Фоера является ситуация, где главный герой разговаривает с продавцом ключей. Последний повествует о том, что магазинов ключей почти не осталось из-за отсутствия покупателей, но говорит, что продолжит содержать магазин.

'I like keys.' I thought for a minute, and then I *got heavy, heavy boots*. 'Well, if people like me are a dying breed, then what's going to happen to your business?' (p. 39).

Согласимся, что представленный пример может репрезентировать как чувство печали, так и чувство сострадания. Однако уточним, что «каждая эмоция имеет свои характерные знаки, каталог которых формирует семиотику эмоций человека. ... Эта корреляция не является простой моделью типа one-emotion – one-style» [11, с. 13]. Более того, в отличие от грусти, сострадание всегда обращено к переживаниям другого человека или животного. Интерпретируя произведение Дж. С. Фоера, мы склоняемся к тому, что в ходе диалога, где продавец ключей делится своими переживаниями, представленную эмоцию можно определить как сострадание.

5. ЛЁГКИЕ БОТИНКИ – ЭТО ОБЛЕГЧЕНИЕ.

Помимо метафоры «тяжёлые ботинки», в тексте также встречается метафора «лёгкие ботинки» – противоположное

состояние, обозначающее положительные чувства и эмоции. Эта метафора часто применяется Дж. С. Фоером, чтобы показать, как герой облегчает свою душевную боль:

... I wanted to make him crack up, because if I could make him crack up, *my boots could be a little lighter* (p. 5).

... A few weeks after the worst day, I started writing lots of letters. I don't know why, but it was one of the only things that *made my boots lighter* (p. 19).

Рассмешив кого-то, написав письмо важным людям, главный герой испытывает облегчение, а его «тяжёлые ботинки» становятся легче.

Заключение

Подводя итоги исследования, можно заключить, что метафора «тяжёлых» и

«лёгких ботинок» является продуктивной дискурсивной авторской метафорой, описывающей такие эмоции и чувства, как тревога, вина, печаль, сострадание и облегчение. Чаще всего исследуемая метафора помогает автору отразить негативные эмоции, однако чувство вины было описано при помощи этой метафоры лишь единожды.

В целом можно сказать, что такому артефакту, как обувь, уделено недостаточно внимания. Этим продиктована необходимость дальнейшей работы с рассматриваемой темой, с целью выявления не только авторского метафорического репертуара, но и других возможных неконвенциональных способов осмысления и описания эмоциональных состояний.

Дата поступления в редакцию 17.06.2021

ЛИТЕРАТУРА

1. Егорова О. А., Калашникова В. В. Теория концептуальной метафоры в когнитивной лингвистике // Электронный научный журнал. 2016. № 10-1 (13). С. 190–195. URL: <http://co2b.ru/enj.html> (дата обращения: 20.12.2021).
2. Жуйкова О. В. Артефактные метафоры как вербальные средства объективации концепта «Язык» в философском дискурсе В. фон Гумбольдта // Вестник Кемеровского государственного университета. 2018. № 3 (75). С. 177–186. DOI: 10.21603/2078-8975-2018-3-177-186.
3. Красавский Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. М.: Гнозис, 2008. 374 с.
4. Кузьмиченко А. А. Лингвокультурный потенциал концептуальной метафоры // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2017. № 5. С. 167–170.
5. Нагорная А. В. Грани и границы лингвокреативности: Языковые эксперименты Стивена Кинга. М.: URSS, 2019. 306 с.
6. Озингин М. В. Роль метафоры в структурировании и функционировании русской медицинской терминологии: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2010. 23 с.
7. Осинская И. Поэтика сказки: обувь и обувщики // Теория моды: одежда, тело, культура. 2015. Вып. 38. № 4 [Электронный ресурс] URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/teoriya_mody/38_tm_4_2015/article/11687/ (дата обращения: 20.04.2021).
8. Плотникова А. М. Когнитивные аспекты изучения семантики (на материале русских глаголов) Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2005. 140 с.
9. Седых А. П. Природа эмоций и их классификация в гуманитарных науках и языкознании // Научные ведомости Белгородского Государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2012. № 6 (125). С. 108–115.
10. Старостина Ю. С. Аксиологический потенциал метафор в современном англоязычном драматургическом дискурсе // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2020. Т. 26. № 4. С. 128–135. DOI: 10.12287/2542-0445-2020-26-4-128-135.
11. Шаховский В. И. Эмоции: Долингвистика, лингвистика, лингвокультурология. М.: URSS, 2010. 128 с.

12. Kövecses Z. Where metaphors come from: Reconsidering context in metaphor. Oxford: Oxford University Press, 2015. 232 p.
13. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago: University of Chicago Press, 1980. 242 p.
14. Lazarus R. S. The stable and the unstable in emotion // The nature of emotion: fundamental questions / P. Ekman, R. J. Davidson, eds. Oxford: Oxford University Press, 1994. P. 79–85.
15. Turner K., Merrill J. September 11: the burden of the ephemeral // Western Folklore. 2009. Vol. 68. No. 2/3. P. 155–208.

REFERENCES

1. Yegorova O. A., Kalashnikova V. V. Teoriya konceptual'noj metafory v kognitivnoj lingvistike [The theory of conceptual metaphor in cognitive linguistics]. In: *Elektronnyy nauchnyy zhurnal* [The electronic scientific journal], 2016, no. 10-1 (13), pp. 190–195. Available at: <http://co2b.ru/enj.html> (accessed: 20.12.2021).
2. Zhujkova O. V. [Artifact metaphors as verbal means of objectification of the concept “Language” in the philosophical discourse of W. von Humboldt]. In: *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta* [The Bulletin of Kemerovo State University], 2018, no. 3 (75), pp. 177–186. DOI: 10.21603/2078-8975-2018-3-177-186.
3. Krasavskiy N. A. *Emotsional'nyye kontsepty v nemetskoj i russkoj lingvokul'turakh* [Emotional concepts in German and Russian linguistic cultures]. Moscow, Gnozis Publ., 2008. 374 p.
4. Kuz'michenko A. A. [Linguocultural potential of conceptual metaphor]. In: *Vestnik Pskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Sotsial'no-gumanitarnyye nauki* [Bulletin of the Pskov State University. Series: Social and Humanitarian Sciences], 2017, no. 5, pp. 167–170.
5. Nagornaya A. V. *Grani i granitsy lingvokreativnosti: Yazykovyye eksperimenty Stivena Kinga* [Edges and Limits of Linguistic Creativity: Stephen King's Language Experiments]. Moscow, URSS Publ., 2019. 306 p.
6. Ozingin M. V. *Rol' metafory v strukturirovanii i funkcionirovanii russkoy meditsinskoy terminologii: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [The role of metaphor in the structuring and functioning of Russian medical terminology: abstract of PhD thesis in Philological Sciences]. Saratov, 2010. 23 p.
7. Osinovskaja I. *Pojetika skazki: obuv' i obuvshhiki* [The poetics of fairy tales: shoes and shoemakers]. In: *Teoriya mody: odezhda, telo, kul'tura* [Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture], 2015, iss. 38, no. 4. Available at: https://www.nlobooks.ru/magazines/teoriya_mody/38_tm_4_2015/article/11687 (accessed: 20.04.2021).
8. Plotnikova A. M. *Kognitivnyye aspekty izucheniya semantiki (na materiale russkikh glagolov)* [Cognitive aspects of the study of semantics (based on Russian verbs)]. Yekaterinburg, Ural State University Publ., 2005. 140 p.
9. Sedykh A. P. [Nature of emotions and their classification in humanities and linguistics]. In: *Nauchnyye vedomosti Belgorodskogo Gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnyye nauki* [Scientific Bulletin of the Belgorod State University. Series: Humanities], 2012, no. 6 (125), pp. 108–115.
10. Starostina Yu. S. [Axiological potential of metaphors in modern English drama]. In: *Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriya, pedagogika, filologiya* [Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology], 2020, vol. 26, no. 4, pp. 128–135. DOI: 10.12287/2542-0445-2020-26-4-128-135.
11. Shakhovskiy V. I. *Emotsii: Dolingvistika, lingvistika, lingvokul'turologiya* [Emotions: Dolinguistics, Linguistics, Cultural Linguistics]. Moscow, URSS Publ., 2010. 128 p.
12. Kövecses Z. Where metaphors come from: Reconsidering context in metaphor. Oxford, Oxford University Press, 2015. 232 p.
13. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago, University of Chicago Press, 1980. 242 p.
14. Lazarus R. S. The stable and the unstable in emotion. In: Ekman P., Davidson R. J., eds. *The nature of emotion: fundamental questions*. Oxford, Oxford University Press, 1994, pp. 79–85.
15. Turner K., Merrill J. September 11: the burden of the ephemeral. In: *Western Folklore*, 2009, vol. 68, no. 2/3, pp. 155–208.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Смирнова Анна Георгиевна – аспирант Аспирантской школы по филологическим наукам Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»;
e-mail: duis-congue@yandex.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Anna G. Smirnova – Postgraduate student, Doctoral School of Philology, National Research University “Higher School of Economics”;
e-mail: duis-congue@yandex.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Смирнова А. Г. Обувь как метафора эмоциональных состояний в романе Дж. С. Фоера «Жутко громко и запредельно близко» // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 3. С. 74–82.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-74-82

FOR CITATION

Smirnova A. G. Boot metaphor as a mean of conceptualizing emotions (based on the book by J. S. Foer “Extremely loud and incredibly close”). In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2022, no. 3, pp. 74–82.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-74-82

УДК 811.111

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-74-82

АССОЦИИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ)

Стожок Е. В.¹, Халевина С. Н.²

¹ Омский государственный педагогический университет
644099, г. Омск, наб. Тухачевского, д. 14, Российская Федерация

² Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
125993, г. Москва, Ленинградский пр-т, д. 49, Российская Федерация

Аннотация

Цель статьи – показать обоснованность применения методики, предполагающей использование ассоциативных полей при запоминании терминов и терминологических выражений на иностранном (английском) языке.

Процедура и методы. Для экспериментальной базы применялись сравнительно-сопоставительный анализ, а также метод сплошной выборки и анкетирование-опрос.

Результаты. Эксперимент в рамках предлагаемой статьи показал оправданность применения методики ассоциативных полей при запоминании терминов и терминологических выражений на английском языке.

Теоретическая и/или практическая значимость. Полученные результаты могут быть использованы в преподавании иностранного языка и межкультурного общения, а также в сравнительном языкознании и культурологии. Данные, извлечённые методом сплошной выборки, могут послужить основой для терминологического словаря экономического профиля, ассоциативного словаря, а также использоваться при запоминании иностранных слов при помощи ассоциаций.

Ключевые слова: ассоциативные поля, термины и терминологические выражения, профессиональная лексика, формальные понятия

ASSOCIATIONS IN PROFESSIONAL COMMUNICATION (ON THE EXAMPLE OF ENGLISH ECONOMIC TERMINOLOGY)

E. Stozhock¹, S. Khalevina²

¹ Omsk State Pedagogical University
Naberezhnaya Tukhachevskogo 14, Omsk 644099, Russian Federation

² Financial University under the Government of the Russian Federation
Leningradsky prospect 49, Moscow 125993, Russian Federation

Abstract

Aim of the article is to show validity of application of methodology which assumes the use of associative fields for memorization of terms and terminological expressions in foreign (English) language.

Methodology. The main methods of research are: comparative analysis, the method of continuous sampling and questionnaire-survey.

Results. The experiment within the framework of the article revealed the justification of the use of the associative fields technique when memorizing terms and terminological expressions in English.

Research implications. The results obtained may be implemented in teaching a foreign language and intercultural communication, as well as in comparative linguistics and cultural studies. The data extracted by the continuous sampling method can serve as the basis for a terminological dictionary of an economic profile, an associative dictionary as well as in memorizing foreign words with the help of associations.

Keywords: associative fields, terms and terminological expressions, professional vocabulary, formal notions

Введение

Ассоциативные поля состоят из большого количества образов, представлений и понятий. Безусловно, они разнятся у представителей разных языковых сообществ, особенно это касается специфических, узконациональных концептов. Концепты же, которые составляют базис любой народности на любом историческом отрезке, имеют сходные представления, составляющие ядро ассоциативного поля, и в целом, разброс понятий между ядром и периферией ассоциативного поля не слишком велик, а единичные реакции, свидетельствующие о специфике той или иной культуры, никак не влияют на понимание сути данного концепта. Ассоциации, которые вызывают ключевые концепты культуры, являются имплицитными ассоциациями по смыслу. «... Имплицитная ассоциация возникает посредством комбинации элементов или их замещения. Первое относится к ассоциациям по форме (означающее). Замещение, с другой стороны, связано прежде всего с ассоциациями по смыслу (означаемое)» [2, с. 112]. Например: average life – средневзвешенный срок непогашенной части кредита (суммы взвешиваются в соответствии с графиком погашения)¹; calendar life (техн.) – срок службы².

Метафора же представляет собой случай полного замещения: two lives (страх.) – взаимное страхование двух

лиц³; life and limb – страхование жизни и конечностей тела⁴.

Воображаемые представления, которые вызывают слова, обозначающие ключевые концепты любой культуры, сходны у представителей разных языковых сообществ, так как являются носителями ближайшего, или формального значения слова, которое, в свою очередь, является народным.

Рабочая гипотеза исследования в рамках предлагаемой статьи определяется обоснованностью использования ассоциативного ряда при запоминании эмоционально-окрашенных слов общепотребительной речи в качестве терминов.

Процедура и методы

Для подтверждения / опровержения данной гипотезы авторами статьи были использованы следующие методы и способы исследования:

1. Анализ научных трудов, представленных в списке литературы по обсуждаемому вопросу в синхронии [5–8] и диахронии [1–4].

2. Метод сплошной выборки терминов из авторского словаря «Анго-русский словарь терминов, передающих понятие жизненного пути объекта в экономике»⁵ (общее количество – 290 терминов). В связи с тем, что в рамках данной статьи не представляется возможным продемонстрировать многочисленные примеры, авторами было принято решение

¹ См.: Англо-русский словарь терминов, передающих понятие жизненного пути объекта в экономике / сост. Стожок Е. В. Омск: Изд-во «Центр полиграфии Пульсар-98», 2011. С. 15.

² Там же.

³ Там же. С. 29.

⁴ Там же, с. 17.

⁵ Там же. 44 с.

выбрать и подвергнуть анализу термины, содержащие слово **“life” (жизнь)**¹.

3. Оригинальная анкета, разработанная авторами статьи для опроса участников анкетирования «Экспромт-ассоциация».

4. Количественный анализ первичных эмпирических данных.

5. Качественная обработка вторичных данных, подсчёт результатов исследования на основе анкеты и опросных листов.

6. Выводы о проделанной работе.

Эмпирическая база исследования: общее количество студентов – 39 человек в возрасте от 18 до 20 лет. Анкетирование проводилось среди студентов 1 курса факультета естественнонаучного образования и студентов 1 курса факультета экономики, менеджмента, сервиса и туризма ОГПУ, г. Омск.

Для данного опроса-эксперимента опрашиваемые были собраны в аудиторию и проинструктированы о ходе эксперимента. Затем им были розданы анкеты «Экспромт-ассоциация», содержащие список слов-стимулов. После раздачи анкет опрашиваемые в течение 5 минут рядом с каждым словом-стимулом в анкете писали несколько слов-реакций (от 1 до 5), которые первыми пришли им в голову после прочтения данного слова-стимула. В завершении опроса заполненные участниками эксперимента анкеты были собраны для подсчёта результатов.

Результаты анкетирования

По результатам обработки данных было насчитано 86 слов, вызывающих ассоциации к слову **“life”**.

¹ Выбор данного слова для эксперимента определён широтой понятийного спектра слова «жизнь», так как каждый человек обязательно задаёт себе вопрос: «Что такое жизнь?». В определённых источниках это понятие характеризуются как активная форма существования материи, которая в сравнительном смысле выше, чем физическая или химическая форма существования. Но ответ будет зависеть от возраста, образа жизни, пола, мировоззрения и прочих индивидуальных особенностей опрашиваемых.

Полученные данные были рассмотрены со следующих позиций:

- частота повторов при написании ассоциаций у респондентов;
- общий список слов-ассоциаций к слову **“life”**;
- сфера применения указанных ассоциаций;
- морфологическая частотность употребления предлагаемых ассоциаций;
- личностное восприятие ассоциативного ряда при запоминании терминов и терминологических выражений на иностранном (английском) языке.

По результатам обработки данных было насчитано 86 слов и выражений (2), вызывающих ассоциации к слову **“life”**: из 84 лексических единиц были выбраны слова, наиболее часто вызывающие ассоциации (от 21 до 3 повторов), данные для наглядности представлены в виде графика на рис. 1.

Из графика на рис. 1 видно, что ассоциация-антоним указывалась респондентами 5 раз, остальные слова-ассоциации носят позитивный или нейтральный характер.

В табл. 1 приводится общий список выражений и слов-ассоциаций к словам-стимулам в алфавитном порядке с указанием количества употребления опрошенными.

Дискуссия

Исходя из представленных в табл. 1 данных, можно заключить, что слова, вызывающие ассоциации к существительному **“life”** носят, в целом, позитивный или нейтральный характер. Встречаются, однако, и негативные («тревожные») ассоциации, например: смерть (5 человек), разочарование (2 человека), бронежилет (1 человек), конец (1 человек).

Анализируя ассоциации, мы пришли к выводу, что существительное **“life”** ассоциируется у большей части респондентов с семьёй / семейным благополучием, а также является тождественным к обществу и общественной позиции человека (работа, благополучие, труд и т. п.).

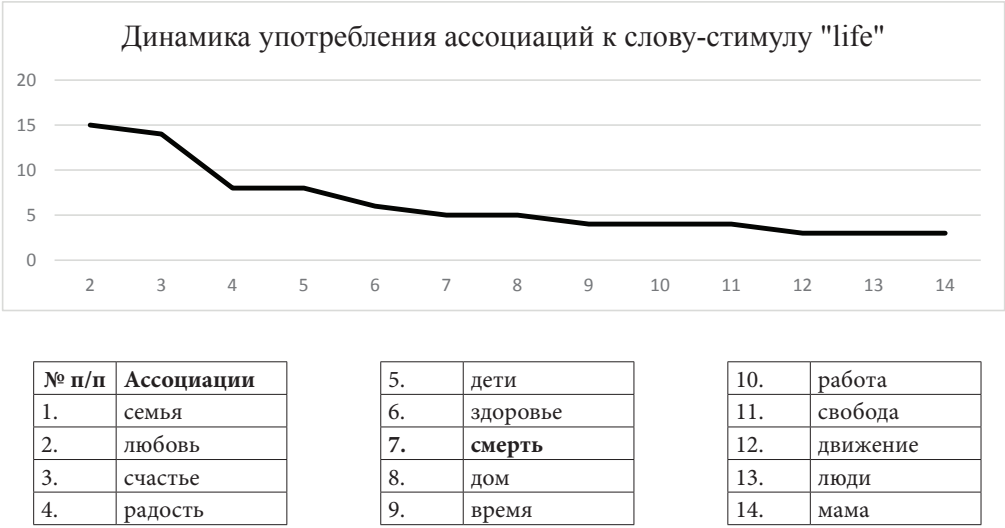


Рис. 1 / Fig. 1. Динамика употребления ассоциаций к слову-стимулу “life” / Dynamics of use of associations to the word-stimulus “life”

Источник: по данным авторов

На рис. 2 представлен график сферы применения указанных ассоциаций, где отчётливо видно смещение от центра на периферию к словам из сферы семьи и семейных отношений (дети, дом, семья, любовь, счастье и проч.), а также сферы общества и общественной деятельности (работа, труд, учёба, цель/цели, упорство и проч.).

Необходимо обратить внимание, что точный подсчёт также осложняется «размытостью» некоторых определений с точки зрения личностного восприятия, так как «счастье», например, у человека может ассоциироваться и семьёй, и с карьерным ростом, и с путешествиями.

С морфологической точки зрения слова-ассоциации распределились следующим образом: 90% респондентов указали существительные; 5% – прилагательные; 3% – наречия, а также 2% использовали выражения. Результаты визуализируются в диаграмме на рис. 3.

На рис. 4 демонстрируются данные диаграммы опросного листа участников эксперимента «Помогают ли на Ваш взгляд

ассоциации при запоминании терминов и терминологических выражений?», которые однозначно указывают на эффективность применения ассоциаций при запоминании эмоционально-окрашенных слов общеупотребительной речи в качестве терминов на иностранном языке (по мнению опрошенных респондентов) и позволяют считать рабочую гипотезу предлагаемого исследования валидной.

По мнению респондентов фонетические ассоциации являются самыми эффективными при преобразовании для запоминания слов и терминов. Преобразование происходит как на уровне рифмы (порт – sport и т. п.), так и по созвучию – при совпадении отдельных букв (muss – брасс – класс). Также отмечаются визуальные, личностные и контекстные ассоциации. Полученные данные иллюстрирует и мнение Ш. Бали, который полагает, что «ассоциации связываются либо с означающим, вызывая чувственные ощущения, либо с означаемым, трансформируя концепт в воображаемое представление» [2, с. 108].

Таблица 1 / Table 1

Общий список ассоциаций к слову-стимулу “life” / General list of associations to the word-stimulus “life”

№	Ассоциация	Частотность употребления	№	Ассоциация	Частотность употребления
1.	«измени себя прежде, чем менять мир»	1	44.	общение	1
2.	амбиция	1	45.	общество	1
3.	благополучие	2	46.	отношения	1
4.	борьба за выживание	1	47.	пища	1
5.	бронежилет	1	48.	планета	1
6.	будущее	2	49.	поддержка	1
7.	быстро	1	50.	поиск	1
8.	быстротечность	1	51.	правда	1
9.	вера	2	52.	приключения	1
10.	веселье	1	53.	природа	3
11.	взросление	1	54.	путешествие	2
12.	вода	1	55.	путь	1
13.	впечатления	1	56.	работа	4
14.	время	4	57.	радость	8
15.	выбор	1	58.	развитие	1
16.	движение	3	59.	разочарование	2
17.	деньги	1	60.	ребенок	1
18.	дерево	2	61.	рождение	1
19.	дети	8	62.	росток	1
20.	долго	2	63.	рутина	1
21.	долгожитель	1	64.	свет	1
22.	дом	5	65.	свобода	4
23.	дружба	1	66.	семья	21
24.	друзья	1	67.	сердце	1
25.	душа	1	68.	сердцебиение	1
26.	дыхание	2	69.	смерть	5
27.	еда	1	70.	смех	1
28.	желания	1	71.	смысл	1
29.	животные	1	72.	солнце	2
30.	жизнелюбие	1	73.	страна	1
31.	здоровье	6	74.	существование	1
32.	зеленый	1	75.	счастье	14
33.	земля	1	76.	течение	1
34.	конец	1	77.	труд	2
35.	любовь	15	78.	трудности	1
36.	люди	3	79.	удовольствие	1
37.	мама	3	80.	упорство	1
38.	мгновение	1	81.	учеба	1
39.	мечта / мечты	2/1	82.	цели / цель	2
40.	мир	1	83.	человек	1
41.	моменты	2	84.	человечество	1
42.	начало	1	85.	эмоции	2
43.	обучение	1	86.	этапы	1

Источник: по данным авторов

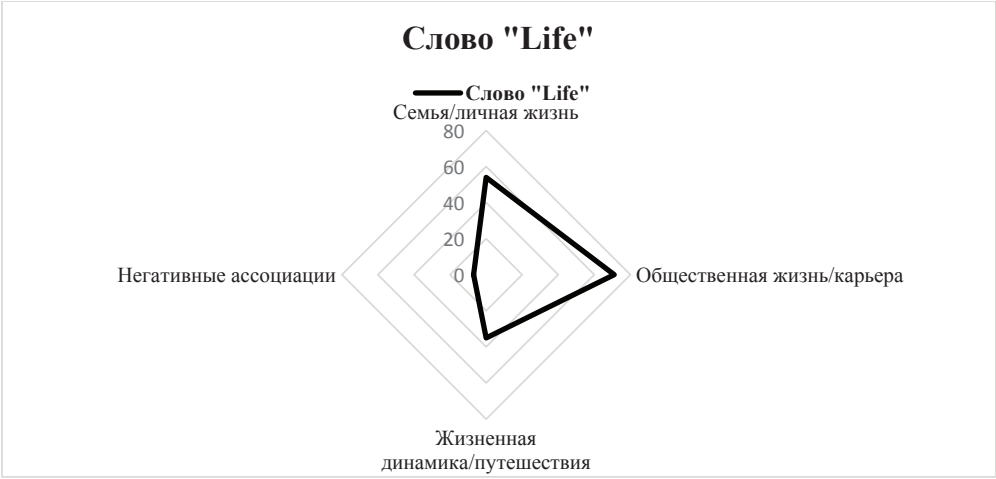


Рис. 2 / Fig. 2. Сфера применения ассоциаций к слову-стимулу “life” / Scope of associations to the word-stimulus “life”

Источник: составлено авторами

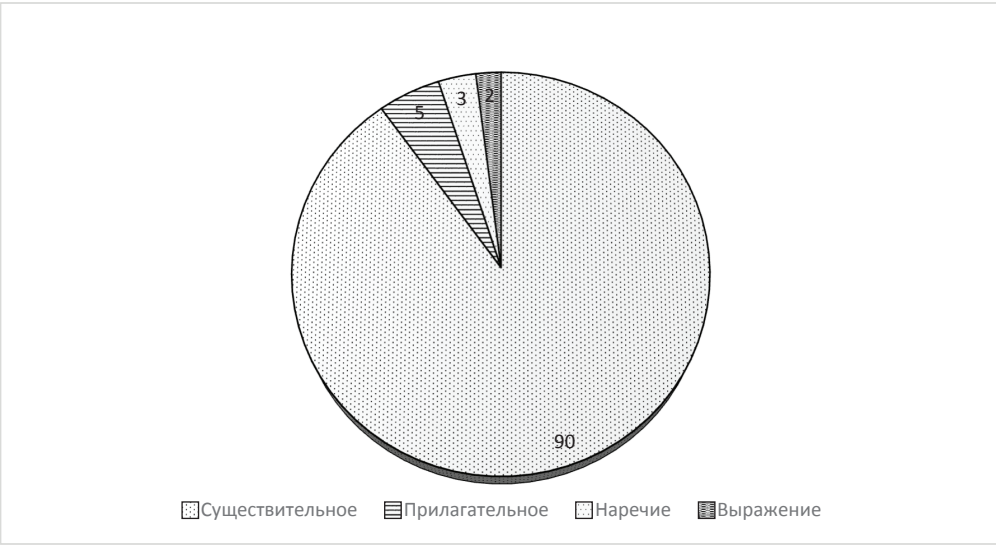


Рис. 3 / Fig. 3. Диаграмма «Морфологическая частотность употребления ассоциаций к слову-стимулу “life” / Diagram “Morphological frequency of use of associations to the word-stimulus “life”

Источник: составлено авторами

Выводы и результаты

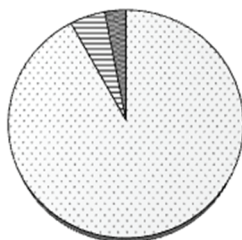
Исходя из проделанного анализа, представляется возможным заключить, что цель предлагаемой статьи показать обоснованность применения методики, предполагающей использование ассоциативных полей при запоминании терминов

и терминологических выражений на иностранном (английском) языке достигнута.

Учитывая вышесказанное, допускается сделать следующие выводы в рамках материала предлагаемой статьи:

1. Исследуемые ассоциативные ряды в большей степени имеют позитивный

Помогают ли на Ваш взгляд
ассоциации при запоминании
терминов и
терминологических
выражений?



- Эффективен при запоминании
- Не эффективен при запоминании
- ⊗ Затрудняюсь ответить

Ответ респондента	Результат, %
Эффективен при запоминании	92
Не эффективен при запоминании	5
Затрудняюсь ответить	3

Рис. 4 / Fig. 4. Диаграмма «Помогают ли на Ваш взгляд ассоциации при запоминании терминов и терминологических выражений?» / Diagram “Do associations help in memorizing terms and terminological expressions, according to your opinion?”

Источник: составлено авторами

или нейтральный характер, что и выбранные для экспериментальной части слова терминов и терминологических выражений из словаря. Данное обстоятельство позволяет считать нашу рабочую гипотезу о правомерности использования ассоциативного ряда при запоминании эмоционально-окрашенных слов общеупотребительной речи в качестве терминов валидной.

2. Ассоциации, по мнению большинства респондентов, позволяют лучше представлять себе термин или терминологическое выражение образно, что способствует как звукоподражанию, так и визуализации, и как следствие улучшает процесс запоминания.

3. Термины и терминологические выражения, особенно те из них, которые имеют в своем составе лексические единицы общеупотребительной речи, способствуют улучшению коммуникации в узкой профессиональной среде.

4. Следует отметить, что все респонденты указали к английскому слову “life” ассоциацию на родном (русском) языке. Авторы сознательно не указывали язык для слов-ассоциаций, а данный факт, что ассоциации были воспроизведены на родном (русском) языке, может быть подвергнут дополнительному исследованию в области психолингвистики как дисциплины, изучающей взаимосвязь языка, мышления и сознания.

Дата поступления в редакцию 09.02.2022

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 895 с.
2. Балли Ш. Язык и жизнь. М.: URSS, 2018. 230 с.
3. Вежицкая А. Семантические универсалии и описание языков. М.: Языки русской культуры, 1999. 780 с.

4. Кацнельсон С. Д. Содержание слова, значение и обозначение. М.: Наука, 1965. 110 с.
5. Смахтин Е. С., Васьбиева Д. Г., Калугина О. А. Особенности вербализации эмоций в публицистических текстах экономической направленности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 4-2 (82). С. 388–395. DOI: 10.30853/filnauki.2018-4-2.40.
6. Galishnikova E. M., Khalevina S. N., Meshcheryakova O. V. Strategies on how to teach neologisms for EFL students majoring in economics // *Xlinguae*. 2017. Vol. 10. Iss. 4. P. 357–366. DOI: 10.18355/XL.2017.10.04.29.
7. Klimova I. I., Kopus T. L. Designing Online Course for Curriculum Internationalizing: Blended Learning Format // *INTED2019: Proceedings of 13th International Technology, Education and Development Conference (Valencia, Spain, 11–13 March 2019)*. Spain: IATED Academy, 2019. P. 3080–3085. DOI: 10.21125/inted.2019.0814.
8. Verbalizing emotions in texts of economic mass media / Sidorova N. A., Smakhtin E. S., Klimova I. I., Arkhipova V. S., Shalamova O. O., Andrievskii K. V. // *Xlinguae*. 2018. Vol. 11. Iss. 3. P. 103–113. DOI: 10.18355/XL.2018.11.03.10

REFERENCES

1. Arutyunova N. D. *Yazyk i mir cheloveka* [Language and the human world]. Moscow, Yazyki russkoy kul'tury Publ., 1999. 895 p.
2. Bally Ch. *Yazyk i zhizn'* [Language and life]. Moscow, URSS Publ., 2018. 230 p.
3. Wierzbicka A. *Semanticheskiye universalii i opisaniye yazykov* [Semantic universals and description of languages]. Moscow, Yazyki russkoy kul'tury Publ., 1999. 780 p.
4. Katsnelson S. D. *Soderzhaniye slova, znachenije i oboznachenije* [The content of the word, meaning and designation]. Moscow, Nauka Publ., 1965. 110 p.
5. Smakhtin Ye. S., Vas'biyeva D. G., Kalugina O. A. [Peculiarities of emotion verbalization in economic publicistic texts]. In: *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philology. Theory & Practice], 2018, no. 4-2 (82), pp. 388–395. DOI: 10.30853/filnauki.2018-4-2.40.
6. Galishnikova E. M., Khalevina S. N., Meshcheryakova O. V. Strategies on how to teach neologisms for EFL students majoring in economics. In: *Xlinguae*, 2017, vol. 10, iss. 4, pp. 357–366. DOI: 10.18355/XL.2017.10.04.29.
7. Klimova I. I., Kopus T. L. Designing Online Course for Curriculum Internationalizing: Blended Learning Format. In: *INTED2019: Proceedings of 13th International Technology, Education and Development Conference (Valencia, Spain, 11–13 March 2019)*. Spain, IATED Academy, 2019, pp. 3080–3085. DOI: 10.21125/inted.2019.0814.
8. Sidorova N. A., Smakhtin E. S., Klimova I. I., Arkhipova V. S., Shalamova O. O., Andrievskii K. V. Verbalizing emotions in texts of economic mass media. In: *Xlinguae*, 2018, vol. 11, iss. 3, pp. 103–113. DOI: 10.18355/XL.2018.11.03.10

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Стожок Екатерина Викторовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Омского государственного педагогического университета; ORCID 0000-0002-8358-9521; e-mail: kategilt@yandex.ru;

Халевина Светлана Николаевна – кандидат филологических наук, доцент Департамента иностранных языков и межкультурной коммуникации факультета международных экономических отношений Финансового университета при Правительстве Российской Федерации; e-mail: snhalevina@fa.ru.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Ekaterina V. Stozhock – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of Foreign languages, Omsk State Pedagogical University; ORCID 0000-0002-8358-9521; e-mail: kategilt@yandex.ru;

Svetlana N. Khalevina – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of Foreign Languages and Intercultural Communication, Faculty of International Economic Relations, Financial University under the Government of the Russian Federation; ORCID 0000-0002-7458-0015;
e-mail: snhalevina@fa.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Стожок Е. В., Халевина С. Н. Ассоциации в профессиональной коммуникации (на примере английской экономической терминологии) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 3. С. 38–46.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-38-46

FOR CITATION

Stozhock E. V., Khalevina S. N. Associations in professional communication (on the example of English economic terminology). In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2022, no. 3, pp. 38–46.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-38-46

УДК 811.133.1'367.628

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-83-90

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФРАНЦУЗСКОГО МЕЖДОМЕТИЯ В СОПОСТАВЛЕНИИ С ДРУГИМИ ЧАСТЯМИ РЕЧИ

Епифанцева Н. Г., Кабаш А. Н.

Московский государственный областной университет

141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д. 24, Российская Федерация

Аннотация

Цель написания статьи состоит в выявлении особенностей грамматической природы и функциональных возможностей французских междометий и их сопоставительной характеристике с другими частями речи.

Процедура и методы. Методология, используемая для решения поставленных задач, включает лингвистические методы наблюдения, сравнения, описания, приёмы замещения, контекстного анализа. Теоретические положения проиллюстрированы примерами из художественных произведений классических и современных авторов.

Результаты. В ходе работы были выявлены дистинктивные характеристики, а также составлены структурно-семантические классификации французских междометий в сопоставлении со знаменательными и служебными частями речи. В заключении статьи подведены итоги исследования функциональных и семантических особенностей междометий в предложении и в тексте.

Теоретическая и практическая значимость. Проблемный характер вопросов и нерешённость ряда положений определяют актуальный характер исследования, а рассмотрение функционирования междометий в речи свидетельствуют о новом подходе и его значимости для дискуртологии как современного направления развития лингвистики.

Ключевые слова: междометие как часть речи, функции междометий, структурно-семантическая классификация междометий, дискурсивные характеристики междометия

FUNCTIONAL AND SEMANTIC CHARACTERISTICS OF THE FRENCH INTERJECTION IN COMPARISON WITH OTHER PARTS OF SPEECH

N. Epifantseva, A. Kabash

Moscow Region State University

Very Voloshinoy ulitsa 24, Mytishchi 141014, Moscow Region, Russian Federation

Abstract

Aim. The purpose of the article is to identify the features of the grammatical nature and functionality of French interjections and their comparative characteristics with other parts of speech.

Methodology. The main methods of research are observation, comparison, description, substitution techniques, contextual analysis. The theoretical positions are illustrated by examples from the literary works of classical and modern authors.

Results. The article reveals the distinctive characteristics and the structural and semantic classification of French interjections in comparison with functional parts of speech. In the conclusion of the article the results of the study of the functional and semantic features of interjections in the sentence and in the text are summarized.

Research implications. The problematic nature of the issues and the unresolved questions determine the relevance of the study, while the consideration of the functioning of interjections in speech indicates a new approach and its significance for discourse study as a modern branch of linguistics development.

Keywords: interjection as a part of speech, interjection functions, structural and semantic classification of interjections, discursive characteristics of interjection

Введение

В статье рассматриваются теоретические аспекты междометий в системе французского языка: их частеречные признаки и функциональные возможности в предложении и в тексте, структурно-семантическая классификация французских междометий в сопоставлении со знаменательными и служебными частями речи, способность междометий к переходу в другие части речи и обратный процесс – потенциальная возможность использования других разрядов слов, а также словосочетаний и предложений в качестве междометий.

Междометию отводится особое место в исследованиях французской грамматики. До настоящего времени сущность междометий, их изолированность в предложении и функционирование в речи вызывают дискуссии. Нерешёнными остаются вопросы грамматической природы междометий, их места в системе частей речи французского языка, способности к переходу в другие части речи и к обратному процессу – использованию других разрядов слов как междометий и, главное, особенности их функционирования в предложении и в речи.

Проблема места междометия в системе французских частей речи

От истоков грамматики до современного периода в определении сущности междометий существуют разно-

гласия. Слово «междометие» произошло от латинского *“interiectio”*, означающего «пересечение, вставка». Таким образом, междометие можно рассматривать как своего рода вставку, не имеющую синтаксических связей с другими членами предложения [2, с. 75]. Римский грамматист Марк Теренций Варрон выделял междометия в самостоятельный класс слов. В своей работе «О латинском языке» он отмечал отсутствие у них времён и падежей, подчёркивая неизменяемость этой единицы речи [14].

Следует признать, что и в других языках, например, в русском, междометия выделены в особую часть речи, но считаются противоречивой категорией с неопределёнными и субъективными характеристиками. Л. В. Щерба называл междометия «неясной и туманной категорией» [12, с. 81]. М. В. Ломоносов [7], А. А. Шахматов [11], В. В. Виноградов [5] определяли междометия словом и частью речи, в то время как А. М. Пешковский относил их к рефлексорным выкрикам. В. В. Виноградов подчёркивал, что «междометия составляют в современном русском языке живой и богатый пласт чисто субъективных речевых знаков, служащих для выражения эмоционально-волевых реакций субъекта на действительность, для непосредственного эмоционального выражения переживаний, ощущений, аффектов, волеизъявлений» [5].

Результаты исследования

Классификации французских междометий

В классификации частей речи французского языка междометия выделены в особый разряд: они не относятся ни к знаменательным, ни к служебным словам и определяются как восклицания, выражающие движения души, непосредственную реакцию на какое-либо действие или высказывание: *Interjection c'est un "élément très librement construit, servant à exprimer directement un sentiment plus ou moins vif"*¹.

Структурная классификация междометий

Междометия распределены по трём разрядам, которые включают собственно междометия, слова и выражения в функции междометий и звукоподражания (см. табл. 1)².

В своём труде «Французский язык. Теоретическая грамматика. Морфология. Синтаксис» Н. М. Васильева и Л. П. Пицкова, как и другие лингвисты, придерживаются традиционной классификации междометий, то есть разделяют междометия по структурному и смысловому критериям [3, с. 137]. В «Морфологии современного русского языка. Место междометий в системе частей речи» этой точки зрения придерживается Е. В. Середа [8, с. 17–18].

В современном французском языке неопределённость статуса междометий в системе частей речи остаётся до настоящего времени ключевой проблемой: «Междометия либо не признаются словами и рассматриваются как рефлекторные выкрики, звуки, родственные крикам животных, либо признаются словами и, значит, относятся к языковым явлениям» [6, с. 4]. Одни лингвисты придерживаются мнения, согласно которому границы междометий определяются достаточно широко: по мнению Ш. Балли, междометие – всякое предложение, которое завершается на письме восклицательным знаком, автор обозначает междометием любое восклицание [1]. В современной теории частей речи рассматривается вопрос диффузности, их взаимного перехода. Так, в предложении «Далече грянуло ура» междометие выступает в роли подлежащего. «Soit» – грамматическая форма глагола *être* в Subjonctif также выступает в функции междометия [9]. Подобные факты свидетельствуют о том, что отнесение слова к той или иной части речи в определённой степени условно [10, с. 155].

Другие исследователи определяют границы междометий достаточно конкретно: М. Гревисс приводит конкретный перечень междометий и междометных оборотов [13, р. 1002–1007]. Согласно толковому словарю «Petit Robert» во французском языке насчитывается 184 междометия³.

Таблица 1 / Table 1

Классификация французских междометий / Classification of French interjections

Interjections proprement dits	Mots ou locutions, employés comme Interjections	Onomatopées (imitant des bruits)
Ah, ha, heu, ouf, pst, fi (de...)	Allons, garde (à...), silence, ma foi, bigre, dame, courage, paix	Pif, paf; cric, crac; vlan; pan

Источник: составлено авторами.

¹ См.: Nouveau Quillet-Flammarion. Dictionnaire usuel Quillet Flammarion: par le texte et par l'image. Paris: Librairies Quillet-Flammarion, 1993. P. 713.

² Там же.

³ См.: Le Petit Robert, dictionnaires Le Robert. Paris: Dictionnaires Le Robert, 1988. P. 1021.

Семантическая классификация французских междометий

По семантическому признаку классификация междометий включает три

разряда: эмоциональные междометия, междометия волеизъявления и междометия-формулы этикета, представленные в табл. 2.

Таблица 2 / Table 2

Семантическая классификация междометий / Semantic classification of interjections

Эмоциональные междометия, выражающие:	Междометия волеизъявления	Междометия-формулы этикета
<i>Сожаление: Hélas!</i> nous nous hâtons d'être heureux, comme si nous avions deviné que nous ne pouvions pas l'être longtemps ¹ .	<i>Призыв к тишине: Chut!</i> dit Prudence en prêtant l'oreille ² .	<i>Приветствия: Bonjour</i> , répondit-elle sans chaleur ³ . <i>Salut</i> , p'pa, c'est moi. Tout va bien? ⁴ <i>Adieu</i> , alors! ⁵
<i>Удивление, изумление: Bah!</i> je ne désespère pas de vous voir un jour dans le fond de sa loge ⁶ .	<i>Призыв к вниманию: Tiens!</i> voilà un explorateur! s'écria-t-il, quand il aperçut le Petit prince ⁷ .	<i>Благодарность, извинения: Merci</i> , mon ami ⁸ . Ah ! <i>pardon</i> , fit le petit prince ⁹ .
<i>Сомнение: Heu...</i> Je n'ai pas vraiment dit ça et de toute façon, tu n'as pas pu m'entendre ¹⁰ .	<i>Предупреждение: Il s'avança sur la chaussée et leva le bras pour héler une voiture.</i> – <i>Нер! Нер!</i> – Arrêtez de hurler, vous êtes ridicule ¹¹ .	<i>Ответная реплика: – Est-ce que je dois mépriser les riches? – Non plus !</i> Tu ne dois pas juger les gens en fonction de leur argent mais en fonction de leur comportement ¹² .
<i>Удивление, раздражение, возмущение: Quoi!</i> tu pars au Brésil? ¹³	<i>Побуждение к действию, приказание: À genoux!</i> Tout le monde à genoux, dépêchez- vous! ¹⁴	
<i>Боль: Aïe!!!</i> C'est pas vrai, vous le faites exprès ou quoi? ¹⁵		

Источник: составлено авторами статьи на материале аутентичных произведений французских авторов.

¹ Dumas fils A. La dame aux camellias. М.: Издательство «ИКАР», 2018. С. 172. Далее – Dumas fils A. La dame aux camellias.

² Там же. С. 72.

³ Musso G. Et après. Paris, XO Editions. 2004 [Электронный ресурс]. URL: <http://frekb.ru/wp-content/uploads/2013/10/Guillaume-Musso-Et-apres.pdf> (дата обращения: 25.01.2021). Далее – Musso G. Et après.

⁴ Musso G. Et après.

⁵ Dumas fils A. La dame aux camellias. С. 79.

⁶ Там же. С. 64.

⁷ Saint-Exupéry A. Le Petit Prince [Электронный ресурс]. URL: http://www.cmls.polytechnique.fr/perso/tringali/documents/st_exupery_le_petit_prince.pdf

⁸ Dumas fils A. La dame aux camellias. М.: Издательство «ИКАР», 2018. С. 43.

⁹ Saint-Exupéry A. Le Petit Prince [Электронный ресурс]. URL: http://www.cmls.polytechnique.fr/perso/tringali/documents/st_exupery_le_petit_prince.pdf (дата обращения: 25.01.2021). Далее – Saint-Exupéry A. Le Petit Prince.

¹⁰ Musso G. Et après.

¹¹ Там же.

¹² Там же.

¹³ Там же.

¹⁴ Там же.

¹⁵ Там же.

Классификация французских междометий по способу образования

Междометия могут быть распределены по морфологическому признаку (способу образования), классификация в этом случае включает два разряда.

Первичные междометия, которые представляют собой простые возгласы, обычно состоящие из нескольких звуков – гласной в сочетании с согласными:

Chut! répondit le malheureux homme¹. / «Тише!» – ответил несчастный человек².

Bah! bah! peine perdue³. / Ба! ба! Напрасный труд.

Hélas! combien j'en riais!⁴ / Увы! сколько я смеялся!

Однако можно заметить и наличие междометий, состоящих только из гласных (одной или нескольких) и даже из согласных: St!, Pst!:

Aïe! se retint-elle de crier alors qu'une ado décomplexée lui écrasait le pied sans un mot d'excuses.⁵ / «Ай!» – она едва удержала себя от крика, когда юноша наступил ей на ногу и даже не извинился.

Вторичные междометия образованы на основе других частей речи.

– *Существительных, употребляющихся самостоятельно или в сопровождении определения, детерминатива или предлога:*

Paix! répliqua le père, je supprime la liberté de la presse⁶. / «Успокойтесь!» – ответил отец. – Я подавляю свободу прессы».

Mon Dieu! être heureux, être aimé, n'est-ce que ça?¹² / Боже мой! быть счастливым, быть любимым, не так ли?

O ciel! serait-il un Danton, se dit Mathilde⁷. / «Боже мой! будет ли он Дантоном?» – сказала Матильда.

– *Прилагательных:*

“Salut Jon, c'est Marcus. Euh ... j'ai eu un p'tit souci avec la 4L : une fuite d'huile qui ... **bon**, je t'expliquerai plus tard”⁸. / «Привет, Джон, – это Маркус. – Э-э ... У меня была небольшая проблема с 4L: утечка масла, которая ... ну, я объясню позже!»

– *Наречий или наречных выражений:*

Ben, j'en sais rien en fait⁹. / Ну, я ничего не знаю об этом по факту.

Alors ? interrogea le géographe¹⁰. / «Так что?» – спросил географ.

– *Местоимений:*

Comment! tu es tombé du ciel!¹¹ / **Как!** ты упал с небес!

– *Глаголов (чаще всего в форме повелительного наклонения):*

Tiens! dit-il à sa fille, voilà une inscription de dix mille livres de rente, envoie-la à ton Julien¹². / «Смотри! – сказал он своей дочери. – Вот запись на десять тысяч франков в год, отправьте её своему Жюльену».

Tenez, le premier époux de Mlle de La Mole était un fou, mais non pas un méchant homme, un scélérat. Il fut absurde de faire tomber cette tête ...¹³ / Послушайте, первый муж мадемуазель де ла Моль был сумасшедшим, но не плохим человеком, негодяем. Было нелепо сбивать эту голову ...

К группе вторичных междометий так же можно отнести целые предложения:

Quoi donc! se disait-il, si dans soixante jours je devais me battre en duel avec un homme très fort sur les armes, est-ce que j'aurais la faiblesse d'y penser sans cesse, et la terreur dans l'âme¹⁴. / «Что же тогда? – он сказал себе. – Если бы через шестьдесят дней мне пришлось сражаться на дуэли с

¹ Hugo V. Les misérables. М.: Иностранная литература, 1980. С. 205. Далее – Hugo V. Les misérables.

² Здесь и далее перевод авторов статьи – Н. Е. и К. А.

³ Stendhal. Le Rouge et le Noir. [Электронный ресурс]. URL: <https://beq.ebooksgratuits.com/vents/Stendhal-rouge.pdf> (дата обращения: 30.01.2021). Далее – Там же.

⁴ Там же.

⁵ Musso G. L'appel de l'ange. [Электронный ресурс]. URL: <http://frekb.ru/wp-content/uploads/2013/10/Guillaume-Musso-Lappel-de-lange.pdf> (дата обращения: 30.01.2021). Далее – Musso G. L'appel de l'ange.

⁶ Hugo V. Les misérables. С. 603.

⁷ Stendhal. Le Rouge et le Noir.

⁸ Musso G. L'appel de l'ange.

⁹ Там же.

¹⁰ Saint-Exupéry A. Le Petit Prince.

¹¹ Там же.

¹² Там же.

¹³ Там же.

¹⁴ Там же.

очень сильным человеком, разве у меня была бы слабость, чтобы думать об этом непрерывно, и с ужасом в моей душе?

Отличительные характеристики французских междометий

Дистинктивные характеристики французских междометий определяются их грамматической природой и функциональными возможностями. Из комплекса характерных признаков междометий, которые свойственны этой единице речи, прежде всего, следует отметить следующие.

1. Отсутствие лексического значения, а также отсутствие обычных форм словообразования и словоизменения¹. Вместе с тем, содержание (значение) междометий выражается разнообразной и богатой интонацией и сопровождается соответственной мимикой и жестами: *Miséricorde!* (Помилуйте!), *hi, hi* (хи-хи), *quille!* (больно!).

2. Другим признаком междометий может служить тот факт, что они не являются членом предложения (что подтверждает их синтаксическую обособленность) и более того не служат для связи слов и предложений. Междометия также не вносят в предложение дополнительных смысловых оттенков, как, например, ча-

стицы. В то же время междометия могут быть эквивалентами слов и даже целых предложений [4]: *Que diable!* (Какого черта!), *Garde au voleur* (Держи вора!).

3. Ещё одной закономерностью междометий является возможность их редуплицирования: *hum, hum; tiens, tiens*.

4. Отличительными признаками междометий признаются отсутствие номинативной функции и обязательное наличие в семантике междометий эмоциональной семы (то есть междометия выражают эмоции, чувства, настроения, не называя их): *Mon Dieu! Parbleu!*

Заключение

Анализ перечисленных характеристик междометий позволил выявить их функциональные особенности. В плане выполняемых ими функций, во-первых, междометия выражают чувства и эмоции говорящего, соответственно, они выполняют экспрессивную или побудительную функцию. Во-вторых, междометия помогают поддерживать контакт между говорящими, что является коммуникативной функцией. Также междометия могут выполнять функцию вводного элемента в предложении (находясь в начале предложения, в общем виде междометие будет передавать реакцию говорящего, которая затем более ясно раскрывается в самом предложении). Кроме того, междометия способны заменять определённые слова, словосочетания и даже целые выражения, например: *“bah”* (удивительно), *“hum”* (не знаю).

Дата поступления в редакцию 18.11.2021

ЛИТЕРАТУРА

1. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. М.: Издательство иностранной литературы, 1955. 412 с.
2. Бахмутова Е. А. Когнитивно-дискурсивный аспект английских междометий: дис. ... канд. филол. наук. Архангельск, 2006. 202 с.
3. Васильева Н. М., Пицкова Л. П. Французский язык. Теоретическая грамматика, морфология, синтаксис. М.: Юрайт, 2018. 473 с.
4. Германович А. И. Междометия русского языка. Киев: Радянська школа, 1996. 171 с.

5. Виноградов В. В. Русский язык (Грамматическое учение о слове) [Электронный ресурс] // BookRee.org : [сайт]. URL: <https://bookree.org/reader?file=632451&pg=2> (дата обращения: 22.10.2021).
6. Кустова Е. Ю. Функционально-прагматическая характеристика междометных речевых единиц французского языка: дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 1997. 172 с.
7. Ломоносов М. В. Российская грамматика, 1755 // ImWerden: электронная библиотека Андрея Никитина-Петренского. URL: https://imwerden.de/pdf/lomonosov_rossijskaya_grammatika_1755.pdf (дата обращения: 17.02.2012).
8. Середа Е. В. Морфология современного русского языка. Место междометий в системе частей речи. М.: Флинта Наука, 2013. 160 с.
9. Скуратов И. В. Выражение видовых значений в формах Subjonctif (к вопросу о грамматической категории вида и способах глагольного действия): дис. ... канд. филол. наук. М., 1986. 160 с.
10. Уссейну Талл. Проблема выделения частей речи в русском языке // Психолингвистика и лексикография: сборник научных трудов. Вып. 7 / науч. ред. А. В. Рудакова. Воронеж: ООО «РИТМ», 2020. С. 153–156.
11. Шахматов А. А. Синтаксис русского языка. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 620 с.
12. Щерба Л. В. О частях речи в русском языке // Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. Л.: Наука, 1974. С. 77–100.
13. Grevisse M., Goosse A. Le Bon Usage: Grammaire française avec des remarques sur la langue française d'aujourd'hui ; 14e ed. Paris: Duculot, 2008. 1160 p.
14. Varro M. T. On the Latin Language / with an English translation by Ronald G. Kent. Vols 1–2. London: W. Heineman, 1938. 675 p.

REFERENCES

1. Bally Ch. *Obshchaya lingvistika i voprosy frantsuzskogo yazyka* [General linguistics and questions of the French language]. Moscow, Izdatel'stvo inostrannoy literatury Publ., 1955. 412 p.
2. Bakhmutova Ye. A. *Kognitivno-diskursivnyy aspekt angliyskikh mezhdometiyy: dis. ... kand. filol. nauk* [Cognitive-discursive aspect of English interjections: PhD thesis in Philological Sciences]. Arkhangelsk, 2006. 202 p.
3. Vasil'yeva N. M., Pitskova L. P. *Frantsuzskiy yazyk. Teoreticheskaya grammatika, morfologiya, sintaksis* [French language. Theoretical grammar, morphology, syntax]. Moscow, Yurayt Publ., 2018. 473 p.
4. Germanovich A. I. *Mezhdometiya russkogo yazyka* [Interjections of the Russian language]. Kiyev, Radyan'ska shkola Publ., 1996. 171 p.
5. Vinogradov V. V. [Russian language (Grammatical doctrine of the word)]. In: *BookRee.org*. Available at: <https://bookree.org/reader?file=632451&pg=2> (accessed: 22.10.2021).
6. Kustova Ye. Yu. *Funktsional'no-pragmaticheskaya kharakteristika mezhdometnykh rechevykh yedinit frantsuzskogo yazyka: dis. ... kand. filol. nauk* [Functional and pragmatic characteristics of interjectional speech units of the French language: PhD thesis in Philological Sciences]. Pyatigorsk, 1997. 172 p.
7. Lomonosov M. V. [Russian grammar, 1755]. In: *ImWerden: elektronnaya biblioteka Andrey Nikitina-Petrenskogo* [ImWerden: electronic library of Andrey Nikitin-Petrensky]. Available at: https://imwerden.de/pdf/lomonosov_rossijskaya_grammatika_1755.pdf (accessed: 17.02.2012).
8. Sereda Ye. V. *Morfologiya sovremennogo russkogo yazyka. Mesto mezhdometiy v sisteme chastey rechi* [Morphology of the modern Russian language. Place of interjections in the system of parts of speech]. Moscow, Flinta Nauka Publ., 2013. 160 p.
9. Skurатов I. V. *Vyrazheniye vidovykh znacheniy v formakh Subjonctif (k voprosu o grammaticheskoy kategorii vida i sposobakh glagol'nogo deystviya): dis. ... kand. filol. nauk* [Expression of specific meanings in the forms Subjonctif (to the question of the grammatical category of aspect and modes of verbal action): PhD thesis in Philological Sciences]. Moscow, 1986. 160 p.
10. Ussainu Tull. [The problem of singling out parts of speech in Russian]. In: *Psikholingvistika i leksikografiya: sbornik nauchnykh trudov. Vyp. 7* [Psycholinguistics and lexicography: a collection of scientific papers. Issue. 7]. Voronezh, ООО «РИТМ» Publ., 2020, pp. 153–156.
11. Shakhmatov A. A. *Sintaksis russkogo yazyka* [Syntax of the Russian language]. Moscow, Editorial URSS Publ., 2001. 620 p.

12. Shcherba L. V. [On the parts of speech in the Russian language]. In: Shcherba L. V. *Yazykovaya sistema i rechevaya deyatel'nost'* [Language system and speech activity]. Leningrad, Nauka Publ., 1974, pp. 77–100.
13. Grevisse M., Goosse A. *Le Bon Usage: Grammaire française avec des remarques sur la langue française d'aujourd'hui*; 14e ed. Paris, Duculot, 2008. 1160 p.
14. Varro M. T. *On the Latin Language / with an English translation by Ronald G. Kent*. Vols 1–2. London, W. Heineman, 1938. 675 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Епифанцева Наталия Глебовна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры переводоведения и когнитивной лингвистики Московского государственного областного университета;

e-mail: ng.epifantseva@mgou.ru;

Кабаш Алена Николаевна – аспирант кафедры романской филологии Московского государственного областного университета;

e-mail: alyonakabash@yandex.ru.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Natalia G. Epifantseva – Dr. Sci. (Philology), Prof., Department of Translation Studies and Cognitive Linguistics, Moscow Region State University;

e-mail: ng.epifantseva@mgou.ru

Alyona N. Kabash – Postgraduate Student, Department of Romance Philology, Moscow Region State University;

e-mail: alyonakabash@yandex.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Епифанцева Н. Г., Кабаш А. Н. Функционально-семантическая характеристика французского междометия в сопоставлении с другими частями речи // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 3. С. 83–90.

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-83-90

FOR CITATION

Epifantseva N. G., Kabash A. N. Functional and semantic characteristics of the French interjection in comparison with other parts of speech. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2022, no. 3, pp. 83–90.

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-83-90

СРАВНИТЕЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ, ТИПОЛОГИЧЕСКОЕ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 81'255

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-91-103

РЕАЛИИ АФГАНСКОГО ГЛЮТТОНИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В ПЕРЕВОДЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Неровная М. А.

Московский государственный областной университет

141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д. 24, Российская Федерация

Аннотация

Цель. Проведение лингвокультурологического и переводческого анализа афганских глюттонимов.

Процедура и методы. Изучены аутентичные романы Халеда Хоссейни и Нади Хашими. На основе выявленных в них афганских глюттонимов сформирован корпус реалий для дальнейшего анализа. В рамках тематических групп описаны лингвокультурологические особенности афганских глюттонимов, рассмотрены модели их перевода на русский язык. В качестве основных методов исследования выступили: метод классификации, контекстуальный анализ и сравнительно-сопоставительный метод.

Результаты. Расширены знания по проблеме функционирования национальной афганской глюттонической лексики в художественной литературе. Рассмотрены вопросы, связанные с трактовкой глюттонических наименований, уточнены способы их перевода на русский язык.

Теоретическая и практическая значимость. Материалы статьи могут быть использованы при составлении учебных пособий по теории и практике перевода. Полученные выводы, а также корпус анализируемых глюттонимов могут применяться в курсах по теории межкультурной коммуникации и страноведению.

Ключевые слова: глюттоним, перевод, лексико-семантический анализ, афганская культура, художественный текст

AFGHAN GLUTTONIC DISCOURSE: THE SPECIFIC FEATURES OF TRANSLATION INTO RUSSIAN

M. Neronaya

Moscow Region State University

Very Voloshinoy ulitsa 24, Mytishchi 141014, Moscow Region, Russian Federation

© CC BY Неровная М. А., 2022.

Abstract

Aim. The study aims at linguoculturological and translation analysis of Afghan gluttonyms.

Methodology. The paper presents the analysis of Afghan gluttonyms in the novels of Khaled Hosseini and Nadia Hashimi. Within the framework of the thematic groups, the linguocultural features of Afghan gluttonyms are described with the main accent on the problem of their interpretation and translation. The complex methodology includes: the method of classification, comparison and the method of contextual analysis.

Results. The study contributes to knowledge on the cultural, linguistic and translation peculiarities of Afghan gluttonic vocabulary in a literary text.

Research implications. The theoretical significance of the study is associated with the possible use of its results in cross-cultural communication. The findings of the research may find practical application in the theory and practice of translation.

Keywords: gluttonym, translation, lexical semantic analysis, Afghan culture, literary text

Введение

Передача реалий в художественном тексте остаётся сложнейшей задачей для переводчиков, так как процесс интерпретации национально-специфических образов усложняется необходимостью воспроизводить внеречевой, экстралингвистический контекст. В представленной работе мы обратились к гастрономическим реалиям, по праву занимающим важное место в художественном текстовом пространстве. Именно с едой связаны многие традиции и обычаи культур. Питание – особый ритуал, совершаемый изо дня в день и способствующий сближению людей. В кафе назначаются встречи, для проведения времени с друзьями и семьёй устраиваются пикники, а кухня в доме превращается «в культурную доминанту существования» [7, с. 399].

Современные лингвисты, занимающиеся исследованиями в области гастрономического дискурса [2; 3; 5; 7; 9], используют различные наименования: глуттонический, кулинарный, ресторанный и др. Отметим, что термин «глуттонический» введён в научный обиход А. В. Оляничем [7, с. 13]. Мы вслед за учёным под глуттонией понимаем не только обозначения еды, но также номинации, связанные с процессом добычи пищи, её переработкой, приготовлением и употреблением [7, с. 402]. В настоящей работе в русле контрастивной лингвистики осуществлён анализ перевода и интер-

претации реалий, которые номинируют *кулинарные блюда, места покупки пищи, предметы для приготовления и сервировки еды*¹.

Классификация глуттонимов произведена на основе лексических единиц (далее ЛЕ) из англоязычных художественных текстов, созданных представителями исламской культуры. В частности, проанализированы способы интерпретации и передачи глуттонических реалий в романах *Халеда Хоссейни* и *Нади Хашими*, которые рассказывают всему миру о жизни людей в Афганистане и их обычаях. Отметим, что выбор материала исследования продиктован, с одной стороны, потребностью изучать особенности интерпретации и передачи национальных реалий, с другой стороны, необходимо сформировать гармоничные межкультурные связи с исламским миром.

1. Интерпретация и перевод названий продуктов питания и блюд

Афганская кулинарная традиция формировалась под влиянием кухонь соседних регионов (Таджикистан, Узбекистан, Туркменистан и др.), однако она имеет свои отличительные черты. Распространёнными ингредиентами афганской кухни являются рис, мясо, овощи, зелень и фрукты. Особое место в ней также отводится *кисломолочным продуктам*. Хотя

¹ Объём выборки представлен на рис. 1.

употребление сырого молока не характерно для афганцев, из него готовятся *maska*, *panir*, *mast* и *chaka* (масло, сыр, йогурт и творог)¹. Также популярен молочный напиток *dogh*, который готовится путём смешивания воды и йогурта. В него добавляют мяту и употребляют в холодном виде.

Перевод ЛЕ *dogh* в романах осуществлён двумя способами. В первом случае используется генерализация значения – *йогурт*², что, безусловно, приводит к нейтрализации культурных связей. Во втором случае переводчик транскрибирует название с заменой гласной фонемы – *дуг*³, по всей вероятности, опираясь на уже имеющийся вариант перевода. Национальный колорит в этом случае сохраняется, однако ввиду того, что не применяются дополнительные средства для пояснения инородной реалии, прагматическая функция номинации не реализована в полной мере, и что из себя представляет напиток *дуг* остаётся за пределами понимания читателя. Сразу отметим, что мы выступаем за сохранение глуттонических вкраплений в тексте перевода (далее ТП), так как подобная лексика – это особая черта идиостиля художественного произведения, в котором автор стремится создать «портрет» культуры, географического пространства и времени.

Любопытный пример в тематической группе «кисломолочные продукты» представляет *каймак*, который считается национальным блюдом многих тюркоязычных народов. Отметим, что само наименование переводится как «сметана» (густые сливки)⁴, хотя на правах экзотиз-

ма слово уже достаточно давно вошло в русский язык. В Афганистане этот молочный продукт также используется в качестве самостоятельного блюда, например, для приготовления бутербродов. Интересной с точки зрения языковой манифестации находим оппозицию «каймак – прокисшее молоко», представляющую собой сравнение в форме противопоставления:

“Some days men crave **qaimaq**. Other days they make do with **spoiled milk**.” Benafsha’s voice was cool and even”⁵.

«Обычно мужчины предпочитают **свежий каймак**, но бывают дни, когда они довольствуются **прокисшим молоком**, – холодно и зло бросила Бинафша ...»⁶.

В этом отрывке Бинафша, одна из наложниц эмира, сравнивает себя с соперницей, которая всё чаще бывает в покоях господина. В контексте глуттонические номинации ввиду этнокультурной специфики приобретают неожиданное смысловое наполнение: каймак – аппетитная и желанная женщина, прокисшее молоко – малопривлекательная дурнушка. Бесспорно, большое значение при создании женского образа в картине мира носителя исламской культуры имеет красота. Мы находим этому подтверждение в пословицах и поговорках народов Востока, в которых в качестве сравнения также выступают пищевые номинации (например: *запах лука изо рта красавицы лучше запаха розы в руках уродины*⁷).

¹ Food Culture of the World. Encyclopedia / ed. Albala K. Santa Barbara, California: Greenwood, 2011. P. 12.

² Хоссейни Х. И эхо летит по горам: роман / пер. с англ. Ш. Мартыновой. М: Фантом Пресс, 2016. С. 177. Далее – Хоссейни Х. И эхо летит по горам.

³ Хоссейни Х. И эхо летит по горам. С. 212.

⁴ Русско-пушту-дари словарь: около 20000 / сост. Лебедев К. А., Яцевич Л. С., Конаровский М. А.; 2-е изд., стереотип. М.: Рус. яз., 1989. С. 645.

⁵ Hashimi N. The Pearl that Broke Its Shell. William Morrow. 2014. [Электронный ресурс]. URL: https://royallib.com/book/Hashimi_Nadia/the_pearl_that_broke_its_shell.html (дата обращения: 29.09.2021). Далее – Hashimi N. The Pearl that Broke Its Shell.

⁶ Хашими Н. Жемчужина, сломавшая свою раковину: роман; пер. с англ. Ю. Крусановой. СПб.: Аркадия, 2018. С. 285. Далее – Хашими Н. Жемчужина, сломавшая свою раковину.

⁷ Короглы Х. Персидские пословицы, поговорки и крылатые слова. На персидском и русском языках; изд. 2-е, доп. М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1973. С. 506.

Сохранение в ТП пищевых метафор необходимо, так как они служат инструментом для трансляции культурного опыта. Методы их интерпретации зависят от степени популяризации блюда в русской языковой среде: чем известней реалья, тем меньше средств затрачивает переводчик для её пояснения. В анализируемом фрагменте Ю. Крусанова прокомментировала значение блюда *каймак* в подстрочной сноске, что мы находим вполне обоснованным.

Рассмотрим другие случаи, в которых продукты питания выполняют функцию антропонимической номинации, на примерах интерпретации и перевода *названий мясных блюд*, получивших широкое распространение в афганском обществе. В процессе исследования проанализированы глуттонимы, обнаруживающие негативную аксиологическую нагрузку и представляющие собой вторичный способ номинации с целью создания новых окказиональных значений. Для понимания идейного содержания глуттонических антропонимов, обладающих потенциалом для установления корреляций между языком и культурными особенностями людей, весьма полезно обращаться к этимологии и переводу названий, особенно если реалья не относится ни к тексту источника (далее ТИ), ни к ТП. Следующий пример иллюстрирует глуттоническое иноязычное вкрапление, относящиеся к фарси:

“What happened to you? We heard that they call you shola-face. Did you put **shola** on your face?”¹.

«Говорят, тебя называют **Шола**. Что с тобой случилось? Ты положила себе на лицо **шола**?»².

Шола – традиционное афганское блюдо, включающее в себя кашеобразный, разваренный рис. В кулинарии бытует несколько вариантов его приготовления: в виде сладкого десерта, который в неко-

торых других лингвокультурах называют пудингом, или с овощами, мясом и приправами. *Шола* в переводе с персидского языка означает «каша». Существует и другое название блюда из сладкого риса – *shola-e-zard*, которое дословно переводится как «жёлтая каша»³. Обращаясь к контексту романа, следует сказать, что в детстве его главный персонаж – женщина – сильно обожгла лицо, поэтому стала объектом насмешек и травли. Используемое сравнение (*shola-face*) получает семантическую экспликацию в виде глуттонического переосмысления. Подобные метафоры апеллируют к зрительным образам и кодируют значения, которые говорящий стремится передать.

Что касается интерпретации иноязычного вкрапления в ТИ и ТП, следует добавить, что автор романа “*The Pearl that Broke Its Shell*” поясняет его значение при помощи главного ингредиента – *rice* (анг. рис): “as her skin resembled the lumpy soft **rice**”⁴, тогда как переводчик производит замену: «кожа на обожженной части лица напоминала комковатый кусок **теста**»⁵. Такой выбор переводчика может показаться несколько спорным. В рамках контрастивного подхода мы изучаем особенности глуттонических фразеологических единиц в сравнении с аналогичными единицами «своей» и «чужой» лингвокультуры. В русском языке существуют идиомы, в которых слово каша используется с негативной коннотацией: заварить кашу, каша на дороге, превратиться в кашу, расхлёбывать кашу и т. п. Именно поэтому мы находим вполне уместным в представленном примере использовать глуттоническую реалью, совпадающую по своему понятийному содержанию с ТИ (комковатая рисовая каша).

С точки зрения семантического подхода в массиве изучаемых нами назва-

¹ Hashimi N. The Pearl that Broke Its Shell.

² Хашими Н. Жемчужина, сломавшая свою раковину. С. 67.

³ Персидско-русский словарь. Том 2 / ред. Ю. А. Рубинчик. М.: Русский язык, 1970. С. 112.

⁴ Hashimi N. The Pearl that Broke Its Shell.

⁵ Хашими Н. Жемчужина, сломавшая свою раковину. С. 28.

ний отметим ещё одно блюдо – *haleem*, в тексте представляющее собой глюттоним вторичной номинации, в основе которого лежит тот же ассоциативный характер: уродливое лицо главного персонажа = *haleem*:

«Похоже на **халим**, верно? Шекиба вздохнула. Ей не впервые приходилось слышать подобное сравнение. – О да! Какой кошмар! – Проклятье! Ну зачем ты это сказала? Знаешь же, что я обожаю **халим** ... Только что ты навсегда лишила меня любимого блюда»¹.

Представляющее собой густую кашу из цельной пшеницы и мясного фарша блюдо имеет религиозную подоплёку, так как мусульмане его едят, чтобы разговеться после поста Рамадан, а также готовят во время праздника Мухаррам (*Muharram*), в случае, если он выпадает на зимнее время года². Отметим, что приём пищи в исламской культуре действительно имеет важный религиозный смысл. Многие тексты о жизни Пророка содержат информацию о специфике питания мусульман. Многие халифы интересовались кулинарией и принимали участие в приготовлении разнообразных блюд [4, с. 17].

С религиозной точки зрения интересным представляется понятие *halal* (*халяль*), занимающее центральное место в исламской системе ценностей. Рассмотрим пример из романа “*The Kite Runner*”:

“He sounds annoyed with the endless praying, the ritual of making the **meat halal**”³.

«Его утомили бесконечные молитвы, неизменная часть ритуала приготовления **чистого мяса – халяля**»⁴.

Само слово *halal* арабского происхождения и переводится как «разрешённый, дозволенный»⁵. Термин, применяемый к различным сферам жизнедеятельности людей (межличностные отношения, работа, одежда, формы досуга и прочее), наиболее часто употребляется для обозначения дозволенной мусульманам еды. Мясо считается *халяльным* при условии соблюдения ряда правил. Например, мясные продукты не должны содержать свинину; забой животного следует осуществлять с молитвой⁶. С переводческой точки зрения контекстуальное расширение при помощи прилагательного «чистый» с целью пояснения референциального значения ЛЕ – весьма хороший способ, который, с одной стороны, не перегружает текст, с другой стороны, не отвлекает читателя. Отметим, что мы не склонны рассматривать глоссарий как самый удачный способ пояснения иноязычных реалий ввиду того, что он отвлекает от повествования и вынуждает читателя всё время прерываться; зыбкое чувство «погружения» в историю при этом теряется.

В целом, несмотря на ограничения и запреты, которые накладывает религия, восточная кухня славится изобилием мясных блюд. Одно из самых популярных – *кебаб* – колбаски продолговатой формы, поджаренные на углях; блюдо стало любимым кушаньем по всему миру. Примечательно, что существует много разновидностей *кебабов*, их мы в изобилии встречаем в изучаемых романах: например, малоизвестное для русского читателя угощение *chapli kabob* получило своё название в результате сходства с плоской подошвой сандалии: *чанли* – «сандалии»⁷. Тенденция перевода глут-

¹ Хашими Н. Жемчужина, сломавшая свою раковину. С. 286.

² Food Culture of the World. Encyclopedia / ed. Albala K. Santa Barbara, California: Greenwood, 2011. P. 15.

³ Hosseini Kh. The Kite Runner. A Riverhead book. New York: TKR Publications: LLC, 2007. P. 83. Далее – Hosseini Kh. The Kite Runner.

⁴ Хоссейни Х. Бегущий за ветром / пер. с англ. С. Соколова. М.: Фантом Пресс, 2016. С. 92. Далее – Хоссейни Х. Бегущий за ветром.

⁵ Восканян Г. А. Русско-персидский словарь: ок. 30000 слов. М.: АСТ: Восток-Запад, 2008. С. 575.

⁶ См.: Коран / пер. Крачковского И. Ю.; 18-е изд. Ростов н/Д: Феникс, 2016. С. 87, 120.

⁷ Food Culture of the World. Encyclopedia / ed. Albala K. Santa Barbara, California: Greenwood, 2011. P. 16.

тонима во всех романах схожа: переводчики производят замену звуков *о* на *а* (*kabob/кебаб*), используя привычное для русскоязычного читателя название блюда. В романе “*A Thousand Splendid Suns*” мы встречаем наименование с изменением порядка слов языка оригинала (*chopan kabob / кебаб чопан*). В связи с этим уточним, что для русскоязычного читателя привычнее звучит наименование *чапли-кебаб* или *чопан-кебаб* по аналогии с известным блюдом *люля-кебаб*.

Религиозную коннотацию в исламской культуре имеют также названия некоторых *десертов*. В целом, говоря о выпечке, стоит сразу подчеркнуть, что хлеб мусульмане считают священным продуктом. Честь хозяина предложить хлеб гостям, который он не режет ножом, а ломает руками. Дурным тоном считается падение хлеба со стола. Если появляются хлебные крошки, их необходимо собрать и съесть. Считается, что человек, выбрасывающий крошки, обнаруживает свою гордыню [6, с. 47]. Хлеб приобретает разные гастрономические выражения: пита, лепёшка, лаваш, сангак. Само слово *хлеб* в персидском языке звучит как «*наан*», «*нун*»¹. Модификация фонем объясняется разной системой гласных звуков в афганском, иранском или, например, таджикском персидском. В произведениях, выбранных в качестве материала исследования, используются разные наименования. В переводе ЛЕ *naan* на русский язык также возможны альтернативы. Одним из самых удачных методов, как нам кажется, является передача глуттонима при помощи контекстуального пояснения и транскрипции реалии (“have tea with a slice of *naan*”² / «выпить в кухне чаю с *лепешкой нан*»³; “boiled eggs with kofta sandwiches – meatballs and pickles wrapped in *naan*”⁴ / «яйца вкрутую и коф-

та – завернутые в *лепешки нан* тефтели из молотой баранины с маринованными овощами»⁵).

При этом спорным остаётся вопрос, насколько удачна транскрипция слова «*нан*». Поясним, что в персидской фонологии гласные звуки классифицируются по длительности, поэтому дублирование позволило бы точнее воспроизвести реальное звучание. Пример удвоения мы встречаем в романе “*And the Mountains Echoed*”, который также иллюстративен с точки зрения грамматического освоения глуттонима (“How she had scooped up the last grains of rice with a folded piece of *naan* ...”⁶ / «Как она сгребла остатки риса сложенным кусочком *наана* ...»⁷). В соответствии с правилом в русском языке существительные среднего рода, имеющие иноязычное происхождение и обозначающие неодушевлённые предметы, не склоняются⁸ (напр.: *харчо, лобио, лечо*). В слове *наан* использование родительного падежа мы находим допустимым ввиду аналогий с существительным мужского рода «хлеб» (напр.: хлеб / с кусочком хлеба; наан / с кусочком наана; лаваш / с кусочком лаваша и др.).

В ходе исследования интерес вызвала лексика *обрядового питания*. Ритуал праздников предполагает обязательное наличие некоторых кушаний. В каждой культуре существуют особые традиции в приготовлении и подаче блюд, обусловленные образом жизни людей, их национальными пристрастиями, религией. В ходе изучения романов обнаружены глуттонимы мусульманского сватовства, суть которого заключается в принятии семьёй предложения о заключении брака.

⁵ Хоссейни Х. Бегущий за ветром. С. 23.

⁶ Hosseini Kh. And the Mountains Echoed. Riverhead Books. New York: Penguin Group LLC, 2014. P. 290. Далее – Hosseini Kh. And the Mountains Echoed.

⁷ Хоссейни Х. И эхо летит по горам: роман / пер. с англ. Ш. Мартыновой. М.: Фантом Пресс, 2016. С. 286. Далее – Хоссейни Х. И эхо летит по горам.

⁸ Розенталь Д. Э. Справочник по правописанию и литературной правке / под ред. И. Б. Голубь; 16-е изд. М: Айрис-пресс, 2012. С. 200.

¹ Восканян Г. А. Русско-персидский словарь: ок. 30000 слов. М.: АСТ: Восток-Запад, 2008. С. 767.

² Hosseini Kh. The Kite Runner. P. 284.

³ Хоссейни Х. Бегущий за ветром. С. 291.

⁴ Hosseini Kh. The Kite Runner. P. 15.

В Афганистане до свадьбы у молодых людей, как правило, нет романтических отношений, семейные пары складывают родители, которые подбирают для своих детей кандидатуры, учитывая репутацию и благосостояние семьи. Рассмотрим глоттоническое наименование из романа *“The Pearl that Broke Its Shell”*, иллюстрирующее особенность национальной афганской свадьбы:

“With my father standing over her shoulder, my mother reluctantly made three baskets of **shirnee**”¹.

«Мама-джан нехотя приготовила три корзинки сладостей для **ширин-хури**»².

Ширин-хури (*shirnee khoree*) – символическое выражение согласия родителей отдать дочь замуж. Словосочетание с объектной связью между компонентами дословно переводится на русский язык как «есть сладости». *Ширин-хури* – это действие, развивающееся после сватовства, когда родители невесты выносят красиво оформленный поднос со сладостями. Традиционно семья жениха приносит подарки для членов семьи будущей невесты, в то время как семья невесты организует еду для встречи³.

Что касается передачи наименования на русский язык, то внимание переводчика фокусируется на национально-культурных особенностях глоттонима. В переводе, как мы видим, не используется фонетическая калька или замена реалии на известные понятия «помолвка» / «смотрины», следовательно, переводчик разобрался в сути обряда, использовал полный вариант наименования и сохранил этническую окраску. Смысл национального обряда *ширин-хури* для читателя поясняется в контексте: «К нам в комнату заглянул отец и велел маме-джан приготовить что-нибудь сладкое для **ширин-**

хури, в знак того, что наша семья принимает предложение»⁴.

Встречается в романах другое гастрономическое наименование, символизирующее плодородность, счастье и богатство для будущей семьи, – афганский десерт *malida / molida* или *changali*, который подают новобрачным во время свадебной церемонии. Блюдо готовится из муки, манки, масла и молока, посыпают сладость засахаренным миндалём⁵. Согласно традиции, сначала жених из чайной ложки кормит десертом невесту, затем – наоборот, невеста угощает жениха: «Двое смотрят друг на друга под вуалью, расшитой золотой нитью, кормят друг друга с ложки сладким шербетом и **малидой**»⁶. В контексте романа *“And the Mountains Echoed”* читателю ясно, что десерт едят молодожёны. Вероятнее всего, поэтому культурологическую информацию переводчик посчитал лишней.

Известно, что существуют две ключевые концепции в передаче реалий: доместикация и форенизация [8, с. 44], хотя справедливо будет отметить, что большинство лингвистов всё же склоняются к поиску «золотой середины». В качестве иллюстрации «отчуждения» иноязычных вкраплений рассмотрим некоторые названия бобовых культур и овощей. С этой целью обратимся к примеру из романа *“The Pearl that Broke Its Shell”*, в переводе которого *roasted chickpeas* (жареный нут) меняется на *леблеби* – лакомство из сушёных бобов, распространённое в Иране, Турции и ряде других исламских стран. *Лэб* или *лаб* (пуштунский вариант произношения) в переводе означает губы⁷, соответственно, название блюда можно перевести на русский язык как «губа к губе».

⁴ Хашими Н. Жемчужина, сломавшая свою раковину. С. 187.

⁵ Food Culture of the World. Encyclopedia / ed. Albala K. Santa Barbara, California: Greenwood, 2011. P. 19.

⁶ Хоссейни Х. И эхо летит по горам. С. 77.

⁷ Лебедев К. А., Яцевич Л. С., Конаровский М. А. Русско-пушту-дари словарь: около 20000; 2-е изд., стереотип. М.: Рус. яз., 1989. С. 174.

¹ Hashimi N. The Pearl that Broke Its Shell.

² Хашими Н. Жемчужина, сломавшая свою раковину. С. 191.

³ Food Culture of the World. Encyclopedia / ed. Albala K. Santa Barbara, California: Greenwood, 2011. P. 18.

Используя гипонимические замены, переводчик даёт возможность ощутить близкий контакт с культурой, в которой развивается действие романа, и погружает читателя в атмосферу восточной жизни. С другой стороны, в таких случаях грань между переводческим решением и переводческой вольностью зыбка, и замена на гипероним может привести к вольному переводу. Выбирая стратегию передачи иноязычных вкраплений, переводчик обычно ориентируется и на то, как к ним относится сам автор произведения. В нашем случае чужеродные глуттонимы не относятся к языку оригинала, следовательно, можно сделать вывод о том, что использованы они целенаправленно для культурного обогащения произведения. Обратимся к примерам из романа “*When The Moon is Low*”:

“Did you bring the **khormaa**?¹ / «А ты купила **финики**»²

“He was on his way home with his friends when they stopped to get some **nakhod** from one of the vendors in the bazaar”³.

«Что ж, возвращался он домой с друзьями, и тут они решили купить на базаре **горошка**»⁴.

В основном в переводе подобных реалий наблюдается закономерность: иноязычные элементы передаются с помощью транскрипции, а пояснение их смысла выносится в сноску [1, с. 80]. Знаменательно, что *khormaa* и *nakhod* – это слова, взятые из персидского языка, которые так и переводятся: финик, горох⁵. ЛЕ отличаются по внешней форме, совпадая по содержанию. Здесь формой прагматической адаптации выступает метод

перевода / подбора эквивалента, однако «язык национальной гастрономии», соответственно и авторский эстетический посыл, теряются. Думается, что следует использовать комплементарные стратегии перевода подобных иноязычных включений с варьированием степени доместикации и форенизации, ибо картина мира доминантной культуры в подобных художественных произведениях играет ключевую роль. Примером частичной доместикации глуттонима может послужить фрагмент из романа “*A Thousand Splendid Suns*”:

“Even after Mariam put the rice and the lamb and **okra qurma** in front of him, he wouldn’t touch it ...”⁶.

«... Рашид уже ест хлеб с редиской и не обращает ровно никакого внимания на только что принесенные женой рис, баранину и **курму из бамии** ...»⁷.

Курма – широко распространённое блюдо в Центральной и Западной Азии, для приготовления которого используют разные ингредиенты: овощи, мясо, йогурт, приправу. *Курма* может быть вегетарианской (овощной) или мясной⁸. С. Соколов не употребляет в тексте наименование *окра* (*okra*), но заменяет его на ЛЕ *бамия*. В русской лингвокультуре прижились различные названия овоща, и, судя по всему, переводчик посчитал, что название бамия имеет более широкое употребление. Тем не менее, что из себя представляет угощение *курма*, в романе не поясняется, что, на наш взгляд, может привести к непониманию художественного смысла, особенно когда глуттоним используется в переносном, метафорическом значении, как в следующем фрагменте:

¹ Hashimi N. When the Moon Is Low. New York: William Morrow. 2015. P. 37. Далее – Hashimi N. When the Moon Is Low.

² Хашими Н. Пока не взошла луна. Белгород: Клуб семейного досуга, 2016. С. 35. Далее – Хашими Н. Пока не взошла луна.

³ Hashimi N. When the Moon Is Low. P. 64.

⁴ Хашими Н. Пока не взошла луна. С. 65.

⁵ Восканян Г. А. Русско-персидский словарь: ок. 30000 слов. М.: АСТ: Восток-Запад, 2008. С. 761, 113.

⁶ Hosseini Kh. A Thousand Splendid Suns. New York: Riverhead Books: ATSS Publications: LLC, 2008. P. 84. Далее – Hosseini Kh. A Thousand Splendid Suns.

⁷ Хоссейни Х. Тысяча сияющих солнц / пер. с англ. С. Соколова. М.: Фантом Пресс, 2016. С. 92. Далее – Хоссейни Х. Тысяча сияющих солнц.

⁸ Food Culture of the World. Encyclopedia / ed. Al-bala K. Santa Barbara, California: Greenwood, 2011. P. 195–196.

“And what are they saying? That we’re canoeing down the River of Sin,” he said. “Eating a slice of Impiety Cake.” Riding the Rickshaw of Wickedness?” Laila chimed in. “Making Sacrilege **Qurma**”¹.

«– И о чем они судачат? Что мы плывем в лодке по Реке Греха, – серьезно произнес Тарик. – И жуем при этом Пирог Дерзости. А ниже по течению нас поджидает Рикша Злонравия? – подхватила Лейла. – С **Курмой** Святотатства наготове. Они засмеялись»².

В Афганистане уединение не связанных узами брака людей противоположного пола возбуждается. Персонажи романа – друзья с детства, а теперь влюблённые – с риском для репутации нарушают социальное правило и с долей самоиронии размышляют о последствиях их уединённого общения, продолжая которое, они, выражаясь фигурально, вкушают «яблоко греха». Оценочная метафора актуализирует подтекстовый смысл, апеллируя при этом к зрительно-му, вкусовому и обонятельному восприятию. Семантическое значение гастрономических реалий не всегда прозрачно; дополнительные пояснения в подобных примерах не стоит игнорировать, ведь иногда именно они служат межкультурным мостиком в попытках прагматической адаптации текста оригинала.

2. Интерпретация и перевод названий мест покупки пищи, предметов для приготовления и сервировки еды

В ходе исследования для анализа выделена группа реалий, представляющих собой *глюттонические эргонимы* или названия предприятий общественного питания. С точки зрения коммуникативно-прагматического потенциала для нас особый интерес представляют мотивационные установки подобных онимов. Правильно выбранное название оказывает воздействие на потенциального покуп-

теля, передавая информацию не только о виде и качестве предлагаемых продуктов, но и атмосферу заведения. В таких названиях присутствует различная добавочная коннотация: 1) этническая принадлежность; 2) акцент на главное блюдо; 3) имя владельца заведения; 4) топонимическое обозначение, апеллирующее к кухне конкретной национальности или указывающее на территориальное расположение ресторана.

Изучая различные наименования в романах Халеда Хоссейни и Нади Хашими, мы обратили внимание на то, что для некоторых из них характерен переход от антропонима или топонима в эргоним. Например, отмечены двухкомпонентные и трёхкомпонентные наименования *Khyber Restaurant*, *Abe’s Kabob House*, представляющие собой языковой «гибрид», поскольку входящие в состав эргонима элементы заимствованы из разных языков. В подобных наименованиях превалирует лексическая, эксплицитная гибридизация, которая иллюстрирует продуктивный способ образования новых имён. Рассмотрим примеры употребления и перевода эргонимов в контексте:

“Baba used to take me to **Khyber Restaurant** there for kabob”³.

«Когда-то мы с Бабой ели здесь кебабы в **ресторане “Хайбер”**»⁴.

Название *Khyber Restaurant* включает в себя топонимический компонент *Khyber* – Хайберский проход, находящийся в хребте горы Сафедкох (с языка дари «белые горы») и расположенный с южной стороны реки Кабул, на границе Афганистана и Пакистана. Топоним в наименовании ресторана выполняет локализационную (пространственную) функцию, помогая автору сделать сюжет произведения подлинным с точки зрения национальности и культуры. Конечно, не каждый читатель сможет сопоставить подобное название с географическим

¹ Hosseini Kh. A Thousand Splendid Suns. P. 180.

² Хоссейни Х. Тысяча сияющих солнц. С. 181.

³ Hosseini Kh. The Kite Runner. P. 280.

⁴ Хоссейни Х. Бегущий за ветром. С. 287.

объектом, так как для этого необходимы уверенные фоновые знания. Однако стоит отметить, что в таких случаях денотативный компонент способен прийти на помощь и облегчить толкование иноязычного онима. Например, вариант перевода «ресторан “Хайберский перевал”» представляет собой явную отсылку к этимологии названия.

Рассмотрим другой пример из романа “*And the Mountains Echoed*”:

“By the time I was in high school, days at **Abe’s Kabob House** dragged long and hot”¹.

«Когда училась уже в старших классах, дни в “**Кебаб хаусе Эйба**” стали долгими и жаркими»².

Входящее в состав названия английское слово *house* транскрибируется в ТП, ввиду чего ассоциативная связь с характеристиками объекта номинации несколько теряется. С этой точки зрения вариант перевода «Кебабная Эйба», на наш взгляд, выигрывает. Подобная морфологическая модель, кстати, весьма характерна для русского языка (блинная, шашлычная, пельменная, чайная, чебуречная и др.).

Однако стоит отметить, что в современном глуттоническом дискурсе наблюдается тенденция использовать «гибридные» онимы вроде «Кебаб Хаус» в надежде привлечь посетителей «чужеродным» и необычным названием, хотя англоязычная ЛЕ не имеет отношения к восточной кухне. Кстати, говоря об эрго-нимах, мы можем отметить, что в Афганистане чайную (*chaikhana*) иногда называют *samovar*³.

В рамках гастрономической коммуникации анализировались объекты для приготовления и сервировки пищи. В этой тематической группе переводчики используют в основном два метода передачи реалий: собственно перевод (*sofra* / *скатерть*), транскрипцию с ори-

ентацией на устоявшийся в русском языке вариант звучания (*tandoor* / *тандыр*).

Обратим внимание, что некоторые глуттонимы, совпадая с реалиями русской кулинарной культуры, не требуют особых усилий в интерпретации (*samovar* / самовар). Нас интересуют те гастрономические реалии, которые могут представлять собой сложность в переводе. Рассмотрим некоторые из них в контексте романа “*A Thousand Splendid Suns*”:

“All around them, women bolted in and out of the kitchen, carried out bowls of *qurma*, platters of *mastawa*, loaves of bread, and arranged it all on the *sofrah* spread on the living-room floor”⁴.

«Женщины сновали из кухни в гостиную с мисками курмы, тарелками маставы, караваемы хлеба, расставляя снесь на **скатерти**, расстеленной на полу»⁵.

Приведённый отрывок изобилует глуттонимами (*qurma*, *mastawa*, *sofrah* и др.). В рамках анализируемой группы нас интересует название *sofrah*, которое переведено с помощью ЛЕ «скатерть». *Sofrah* представляет собой низкий, круглый стол на 8–10 человек, используемый мусульманами в разных странах для сервировки еды. В переводе с фарси слово означает «сервированный стол»⁶. Люди в Афганистане преимущественно едят на полу, хотя стоит сказать, что в некоторых семьях эта традиция не популярна и приём пищи происходит за столом. Перед трапезой расстилается тонкий коврик, который называется *disterkhan* (или *sofrah*)⁷. Переводчик перевёл ЛЕ на русский язык, однако колорит, который выделяет афганские реалии, при этом потерян. Оптимальным приёмом перевода реалий в таких случаях мы находим сохранение иноязычного вкрапления с пояснением его содержания

⁴ Hosseini Kh. *A Thousand Splendid Suns*. P. 177.

⁵ Хоссейни Х. Тысяча сияющих солнц. С. 178.

⁶ Восканян Г. А. Русско-персидский словарь: ок. 30000 слов. М.: АСТ: Восток-Запад, 2008. С. 682.

⁷ Food Culture of the World. Encyclopedia / ed. Albala K. Santa Barbara, California: Greenwood, 2011. P. 14, 56.

¹ Hosseini Kh. *And the Mountains Echoed*. P. 400.

² Хоссейни Х. И эхо летит по горам. С. 394.

³ Food Culture of the World. Encyclopedia / ed. Albala K. Santa Barbara, California: Greenwood, 2011. P. 15.

в контексте, например: «расстеленная на полу скатерть *софра*».

Заключение

В ходе работы над статьёй проанализированы 67 лексических единиц, встречающихся в 165 фрагментах романов Халеда Хоссейни и Нади Хашими. Некоторые выявленные номинации знакомы русской культуре питания, однако в основном названия малоизвестны для читателя; более того, многие из них обладают «высоко контекстуальным» характером, поэтому требуют к себе особого внимания.

В ходе изучения афганских глуттонических реалий установлено, что для

их перевода и пояснения в русскоязычных романах используются такие методы, как генерализация, синтаксические трансформации, а также контекстуальное развёртывание. Отмечается графическое выделение иноязычных кулинарных вкраплений (*курсив*), нацеленное на привлечение внимания читателя. Другим средством интерпретации стал глоссарий, составленный переводчиком романа “*And the Mountains Echoed*” и вмещающий в себя встречающиеся исламские понятия. Тематические группы анализируемых афганских глуттонимов, а также количественное соотношение методов их перевода на русский язык, наглядно представлены на рис. 1.

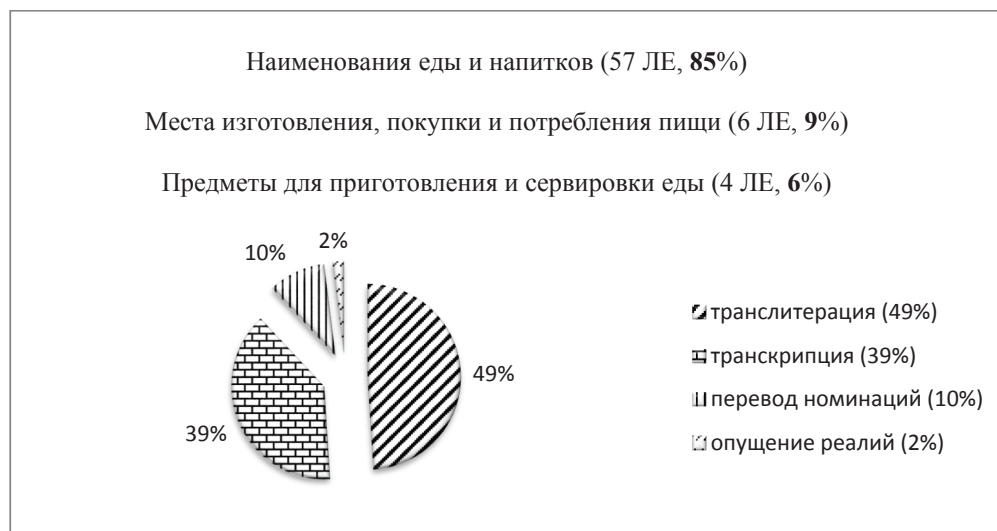


Рис. 1 / Fig. 1. Тематические группы глуттонимов. Методы перевода / Thematic groups of gluttonyms. Translation methods

Источник: составлено автором по результатам проведённого исследования

Полученные данные свидетельствуют о том, что переводчики в большинстве случаев стремятся сохранить национальную аутентичность художественного произведения. Безусловно, афганские глуттонимы, встречающиеся в англоязычных романах, требуют знания бытовой действительности в первую очередь от переводчика, задача которого – подобрать вариант перевода с мак-

симально близким планом содержания – как лексическим, так и прагматическим. Имея дело с подобными номинациями, разумно сохранить их этнографическую окраску, используя методы транскрипции и транслитерации с контекстуальным пояснением значения реалий, при необходимости приведённым в сноске. Полное опущение глуттонимов оправдано тогда, когда смысловое значение

слов восстанавливается в контексте. Тем не менее, гастрономические реалии задают особый смысловой и эмоциональный тон в художественном произведении, поэтому их сохранение крайне желательно.

Дата поступления в редакцию 25.10.2021

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексейцева Т. А. Иноязычные вкрапления в переводе // Проблемы современной науки и образования. 2017. № 1 (83). С. 80–83. DOI: 10.20861/2304-2338-2016-83.
2. Вареник Е. С. Особенности кулинарного дискурса как субжанра инструкции // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2021. № 4 (846). С. 30–42. DOI: 10.52070/2542-2197_2021_4_846_30.
3. Грунина Ю. А. Особенности перевода гастрономических реалий с испанского языка на русский // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. Том 13. № 7. С. 283–286. DOI: 10.30853/filnauki.2020.7.56
4. Зауали Л. Исламская кухня / пер. с итал. К. Тименчик. М.: Новое литературное обозрение, 2008. 224 с.
5. Капкова С. Ю. Средства репрезентации эксцентричности в наименовании сладостей в сказке Р. Даля “Charlie and the chocolate factory” // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2020. № 1. С. 88–94. DOI: 10.18384/2310-712X-2020-1-88-94.
6. Мусульманская кухня / сост. Расул К. СПб.: Издательство «ДИЛЯ», 2011. 207 с.
7. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса: монография. Волгоград: Парадигма, 2004. 507 с.
8. Чибиров Т. Н. Форенизация и доместикация: проблема интерпретации обрядовой лексики в рассказе С. К. Гадиева «Азау» // Вестник Владикавказского научного центра. 2019. Т. 19. № 4. С. 44–50. DOI: 10.23671/VNC.2019.4.43322.
9. Traditional food in the perspective of culinary linguistics / Fitrisia D., Sibarani R., Mulyadi, Ritonga M. U. // International Journal of Multidisciplinary Research and Development. 2018. Vol. 5. Iss. 2. P. 24–27.

REFERENCES

1. Alekseytseva T. A. [Foreign language insertions in translation]. In: *Problemy sovremennoy nauki i obrazovaniya* [Problems of modern science and education], 2017, no. 1 (83), pp. 80–83. DOI: 10.20861/2304-2338-2016-83.
2. Varenik Ye. S. [Features of culinary discourse as a subgenre of instruction]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnyye nauki* [Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities], 2021, № 4 (846), pp. 30–42. DOI: 10.52070/2542-2197_2021_4_846_30.
3. Grunina Yu. A. [Peculiarities of translating gastronomic realia from Spanish into Russian]. In: *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philology. Theory & Practice], 2020, vol. 13, no. 7, pp. 283–286. DOI: 10.30853/filnauki.2020.7.56
4. Zaouali L. L'Islam a tavola (Russ. ed.: Timenchik K., transl. *Islamskaya kukhnya*. Moscow, Novoye literaturnoye obozreniye, 2008. 224 p.).
5. Kapkova S. Yu. [Means of representing eccentricity of the sweets names in the fairy tale “Charlie and the chocolate factory” by R. Dahl]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika* [Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics], 2020, no. 1, pp. 88–94. DOI: 10.18384/2310-712X-2020-1-88-94.
6. Rasul K., comp. *Musul'manskaya kukhnya* [Muslim cuisine]. St. Petersburg, «DILYA» Publ., 2011. 207 p.
7. Olyanich A. V. *Prezentatsionnaya teoriya diskursa* [Presentation theory of discourse]. Volgograd, Paradigma Publ., 2004. 507 p.
8. Chibirov T. N. [Foreignization and domestication: the problem of interpretation of ritual vocabulary in S. K. Gadiev's story «Azaw» (into Russian and English)]. In: *Vestnik Vladikavkazskogo nauchnogo tsentra* [Vestnik of Vladikavkaz Scientific Centre], 2019, vol. 19, no. 4, pp. 44–50. DOI: 10.23671/VNC.2019.4.43322.

9. Fitrisia D., Sibarani R., Mulyadi, Ritonga M. U. Traditional food in the perspective of culinary linguistics. In: *International Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 2018, vol. 5, iss. 2, pp. 24–27.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Неровная Маргарита Анатольевна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры теории и практики английского языка Института лингвистики и межкультурной коммуникации Московского государственного областного университета;
e-mail: MA.Nerovnaya@mgou.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Margarita A. Nerovnaya – Cand. Sci. (Philology), Senior Lecturer, Department of Theory and Practice of the English Language, Institute of Linguistics and Intercultural Communication, Moscow Region State University;
e-mail: MA.Nerovnaya@mgou.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Неровная М. А. Реалии афганского глуттонического дискурса в переводе на русский язык // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 3. С. 91–103.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-91-103

FOR CITATION

Nerovnaya M. A. Afghan gluttonic discourse: the specific features of translation into Russian. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2022, no. 3, pp. 91–103.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-91-103

УДК 81'272

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-104-112

ПСЕВДОДИСФЕМИЯ СУДЕБНОГО ДИСКУРСА СРЕДНЕВЕКОВОГО КИТАЯ В ЗЕРКАЛЕ ЛИТЕРАТУРЫ

Филиппова И. Н., Вековищева С. Н.

Московский государственный областной университет

141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д. 24, Российская Федерация

Аннотация

Цель. Статья посвящена изучению вербальных средств передачи концептуальной картины мира в художественной литературе. Центр исследовательской проблематики составляет национально специфичное, культуроцентричное понимание правосудия.

Процедура и методы. Материалом служат основанные на реальных литературных памятниках эпохи Тан детективные повести Роберта ван Гулика о судье Ди, отражающие речевые и поведенческие стереотипы практики судопроизводства в средневековом Китае. Этнокультурная специфика концепта правосудия в изображаемых коммуникативных ситуациях значимо отличается от принятых в европейских и американской лингвокультурах. На основе произвольной выборки из эмпирической базы свыше 148 п. л. (на языке перевода) экстрагированы лексемы сниженной стилистики и отрицательные прагмемы. Семантика оценочности исследуемых единиц и их прагматическая задача эксплицируют интенцию к дисфемизации вербального и невербального протокола официального и неофициального регистра коммуникации. Методами дискурсивного, компонентного, стилистического, количественного анализа с привлечением логических операций анализа, синтеза, обобщения и абстрагирования выявлены и изучены 240 маркированных единиц: 98 вербальных репрезентантов и 142 репрезентанта невербального поведения в судебном дискурсе средневекового Китая.

Результаты. Выявленные и исследованные языковые факты и невербальные стереотипы способны оказать отрицательный коммуникативный эффект и провоцировать диссонанс в межкультурной коммуникации. Реакцию отторжения инокультурной специфики обуславливают существенные расхождения дискурсивной практики и аксиологической нормы контактирующих культур: оригинальной китайской и принимающей европейской.

Теоретическая значимость. Проведённое исследование даёт основание к выдвижению тезиса о псевдодисфемии – своеобразной национальной трансформации феномена дисфемии (в его европейском и американском понимании) в рамках лингвокультурной специфики Китая эпохи Тан.

Ключевые слова: дисфемизм, речевая стратегия, лингвокультура, концептуальная картина мира, языковая картина мира, Китай эпохи Тан, Роберт ван Гулик

PSEUDODISPHEMY OF THE JUDICIAL DISCOURSE OF MEDIEVAL CHINA IN FICTION

I. Filippova, S. Vekovishcheva

Moscow Region State University

Very Voloshinoy ulitsa 24, Mytishchi 141014, Moscow Region, Russian Federation

Abstract

Aim. The research relies on Robert van Gulik's detective stories about Judge Dee based on real literary monuments of the Tang era, reflecting speech and behavioral stereotypes of judicial practice in medieval China. The ethno-cultural specificity of the concept of justice in the depicted communicative situations significantly differs from those accepted in European and American linguistic cultures.

Methodology. Random sampling from the empirical base of over 148 printed pages made it possible to extract lexemes with reduced stylistic connotation and negative pragmemes. The semantics of the evaluation of the studied units and their pragmatic task explicate the intention to dysphemize the verbal and nonverbal protocol of the official and unofficial register of communication. By methods of discursive, component, stylistic, quantitative analysis involving logical operations of analysis, synthesis, generalization and abstraction, 240 labeled units were identified and studied: 98 verbal representatives and 142 representatives of nonverbal behavior in the judicial discourse of medieval China.

Results. The identified and investigated linguistic facts and non-verbal stereotypes can have a negative communicative effect and provoke dissonance in intercultural communication. The reaction of rejection of foreign cultural specifics is caused by significant discrepancies in the discursive practice and axiological norms of the contacting cultures: the original Chinese and the host European.

Research implications. The analysis provides the basis for the thesis that pseudodysphemia may be considered as a kind of national transformation of the phenomenon of dysphemia (in its European and American understanding) within the framework of the linguistic and cultural specifics of China of the Tang era.

Keywords: dysphemism, speech strategy, linguoculture, conceptual world picture, linguistic world picture, China of the Tang era, Robert van Gulik

Введение

Вне всякого сомнения, национальный культурно-исторический опыт разных социумов уникален по определению и в связи с этим может представлять в равной степени объект сильного притяжения для носителей других культур и языков и точку отчуждения из-за принципиального различия стереотипов – культурных, аксиологических, вербальных. Постигание иного: иной концептуальной картины мира [1; 2; 3], иной системы ценностей, иной литературы, иного языка, – требует особого внимания к отличительным чертам и некоторой готовности «примерить» иную систему координат к своему привычному миру (миру родной культуры и родного языка) [4]. Отличия могут носить характер частных несовпадений или системной асимметрии – вплоть до полярности.

В настоящей статье мы попытаемся выявить факты уникальной вербальной стереотипии средневекового китайского дискурса судопроизводства и сопоставить маркеры лингвокультуры в инсти-

туциональном дискурсе со стратегией дисфемизации. Не имея доступа к оригинальным материалам судопроизводства заявленного периода китайской истории, используем в качестве основы отраженные в художественной литературе реалии. Эмпирическую базу составляет цикл детективных повестей Роберта ван Гулика о судьбе Ди, а также авторские комментарии к ним, которые в совокупности создают яркую и достаточно достоверную картину судопроизводства (сыска, делопроизводства, административной и исполнительной власти) эпохи Тан. О надёжности и правдоподобности художественной демонстрации свидетельствует указание на информационную базу в комментариях Р. ван Гулика, которую составляют достоверные источники – реальные литературные и исторические памятники культуры эпохи Тан. Отметим также, что в значительной степени достоверность изображаемого в детективах обеспечена фактом существования исторического лица – главного персонажа Р. ван Гулика – гениального сыщика – судьбы Ди. Со-

вокупный объём материалов, подвергнутых анализу, превышает 148 п. л.

Методология и эмпирическая база исследования

Из указанного объёма методом произвольной выборки экстрагированы лексические единицы, отражающие речевые и поведенческие стереотипы судопроизводства, в количественном выражении соответственно 98 и 142 единицы. К таковым относим маркированные лексемы, имеющие отрицательную коннотацию в персонажной и авторской речи. На первый взгляд, таковые единицы могут быть отнесены к дисфемизмам или негативным прагмемам: *ублюдок, шлюха, подлец, нечестивый пёс, собачье отродье, судейский пёс, прихвостни, рывкнуть, бросить на помост, бросить на колени, ничтожный, негодяй, заставить, подвергнуть пытке, визжать от боли, порка, плеть, кнут, тиски, заломить руки за спину, бросить в тюрьму, казнь, отсечь голову, «медленная смерть»* и др.

Дисфемизм трактуется в лексикографических и научных источниках по-разному. Оставляя за рамками краткой статьи эту проблематику, примем за рабочее определение дефиницию О. С. Ахмановой: «троп, состоящий в замене естественного в данном контексте обозначения какого-либо предмета более вульгарным, фамильярным или грубым»¹. Движение вниз по шкале функционально-стилистической окраски в феномене дисфемизации сопряжено с осознанной стратегией продуцента. Эту идею поддерживает определение дисфемизмов в словаре Л. Л. Нелюбина: «такие выражения и обороты, воздействие которых на слушателя (читателя) или аудиторию носит шокирующий, оскорбительный, в ряде случаев унижающий человеческое достоинство характер»². Целевой аспект

дисфемии выдвигается на передний план в определении М. В. Лысяковой: «Дисфемизм – бранное, грубое, просторечное или даже нейтральное (реже с мелиоративной окраской) слово или выражение, употребленное с целью дискредитации адресата или выражения негативной оценки со значением неодобрения, пренебрежения, презрения» [6, с. 52]. Такое понимание дисфемизма смыкается со стратегией дискредитации, тактикой оскорбления [4, с. 160], речевым действием «игры на понижение» (*downplay*) [8], агрессией, маркером конфликтной ситуации и т. д.

Для объективной оценки языковых фактов необходимо провести анализ условий коммуникации, коммуникативных ролей, лингвокультурных стереотипов (вербальных и невербальных).

Обсуждение результатов

Прагмалингвистика (в её функциональном аспекте) требует принимать в расчёт «коммуникативную ситуацию»³, в которой фигурируют анализируемые единицы. Судья и сотрудники суда (чиновники управы) используют маркированную лексику в институциональном дискурсе (в процессе судопроизводства) и в профессиональной коммуникации (в неформальном регистре). Так, обсуждая дело с ближайшими помощниками, судья характеризует подозреваемого как лстывого развратника⁴, а офицер суда (прямолинейный и откровенный), устав от изворотливости преступника и стремясь помочь судье доказать вину правонарушителя, не стесняется бранной лексики: *Сукин сын!* и недвусмысленной угрозы: *... я выбью из него полное признание*⁵ (см. рис. 1). В докладе судье о проделан-

¹ См.: Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М.: Едиториал УРСС, 2004. С. 137

² См.: Нелюбин Л. Л. Толковый переводоведческий словарь; 9-е изд., перераб. М.: Флинта: Наука, 2018. С. 48.

³ См.: Миньяр-Белоручев Р. К. Методический словарь. Толковый словарь терминов методики обучения языкам. М.: Стелла, 1996. С. 44.

⁴ Гулик Р. ван. Пейзаж с ивами / пер. с англ. А. Кабанова. СПб.: Амфора, 2001. С. 126. Далее – Пейзаж с ивами.

⁵ Пейзаж с ивами. С. 111.



Рис. 1 / Fig. 1. Неформальный (с судьёй) и официальный (с арестантом) регистр общения офицеров суда / Informal (with the judge) and official (with the prisoner) register of communication of court officers

Источник: Гулик Р. ван. Пейзаж с ивами. СПб: Амфора, 2001. С. 11; Гулик Р. ван. Убийство по-китайски: Лабиринт. М.: Иностранка, 2001. С. 83.

ной розыскной работе этот же помощник судьи Ди прибегает к стилистически сниженной ярко отрицательной лексике: *Эти ублюдки организовали нечто вроде полурелигиозной общины ...*¹. Сам судья использует такие формулы обращения к допрашиваемым как *непристойная женщина, бесстыдная особа*², *дерзкий негодяй, собачья голова, пес*³. Яркий контраст задействованных единиц с обращением к судье, который *для простых людей, все равно что отец и мать*⁴ впечатляет представителей других культур не меньше, чем процессуальные нормы суда.

¹ Пейзаж с ивами. С. 157.

² Гулик Р. ван. Знаменитые дела судьи Ди / пер. с англ. И. И. Мансурова. М: Центрполиграф, 2005. С. 98, 182, 24. Далее – Знаменитые дела судьи Ди.

³ Гулик Р. ван. Убийство по-китайски: Лабиринт / пер. с англ. И. Кормильева. М.: Иностранка, 2001. С. 158, 294. Далее – Убийство по-китайски: Лабиринт.

⁴ Знаменитые дела судьи Ди. С. 182.

Невербальная составляющая лингвокультурной традиции значима не в меньшей степени, чем речевые стереотипы. Она представлена европейским читателям в самом повествовании (авторским текстом) и затекстовыми комментариями (предисловиями и послесловиями автора). Р. ван Гулик вплетает в сюжет повести мировоззренческие представления средневековых жителей Китая о правосудии как высшей справедливости, которая направлена на гармонизацию порядка, нарушенного преступлением. Эта система ценностей может показаться странной представителям других культур.

Национальная концептуализация мира выражена в широте полномочий судьи (как верховного правителя административной единицы – в разных вариантах перевода *кантона, провинции, уезда*), обладающего полной административной, исполнительной и судебной властью. С ним всем следует *разговаривать вежли-*

во, оказывать ему почтение глубокими поклонами и прочими поведенческими

стереотипами в любом факте общения (см. рис. 2).

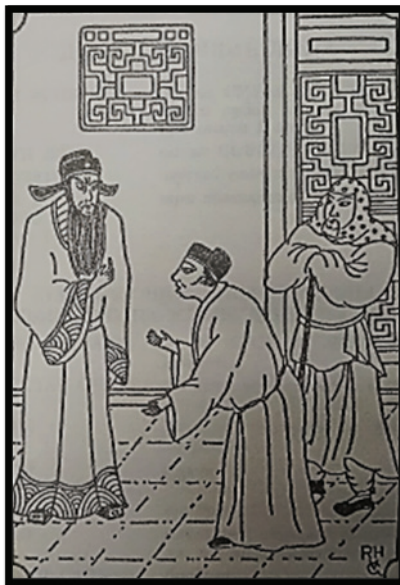


Рис. 2 / Fig. 2. Поведенческий стереотип выражения почтения судье / Behavioral stereotype of paying homage to the judge

Источник: Гулик Р. ван. Убийство в цветочной лодке. СПб: Амфора, 2001. С. 113; Гулик Р. ван. Убийство на улице Полумесяца. СПб.: Амфора, 2000. С. 91.

Отражением в художественном тексте этого порядка служит описание впечатляющего судебного церемониала¹ допроса свидетелей и (особенно!) подозреваемых и виновных брошенных на колени перед помостом², которых он призван повергать в ужас, а также многочисленные упоминания о суровых правилах судебного следствия и решительных методах, которыми оно пользуется³. Подчиняющиеся правилам незначительная женщина или покорный слуга, ничтожный и т. п., почтительно бьют головой, чтобы приветствовать⁴ судью (см. рис. 3).

Для ожидаемого перлокутивного эффекта в отношении тех, кто бросает вы-

зов законам своей земли, используются допросы с пристрастием⁵ (см. рис. 4): Если вы сейчас же не сознаетесь, я допрошу вас под пыткой! ... Если понадобится, я буду пытать вас весь день⁶. Начальник стражи с помощью кнута может заставить допрашиваемого замолчать, стражники по знаку судьи обрушивают свои дубинки на нарушителей порядка, наносят сорок и более ударов кнутом⁷, а затем дабы привести подсудимого в чувство, лют на него воду ведрами⁸.

⁵ Знаменитые дела судьи Ди. С. 182–183.

⁶ Гулик Р. ван. Убийство по-китайски: смертоносные гвозди / пер. с англ. М. Рубинштейн. М.: Иностранка, 2001. С. 158. Далее – Убийство по-китайски: смертоносные гвозди.

⁷ Убийство по-китайски: смертоносные гвозди. С. 158.

⁸ Убийство в цветочной лодке. С. 202–203.

¹ См.: Знаменитые дела судьи Ди. С. 98.

² Гулик Р. ван. Убийство в цветочной лодке / пер. с англ. Е. Звягина, Н. Кучеровой. СПб.: Амфора, 2001. С. 202–203. Далее – Убийство в цветочной лодке.

³ Убийство в цветочной лодке. С. 202–203.

⁴ Там же. С. 170.



Рис. 3 / Fig. 3. Невербальный протокол судебного разбирательства / Non-verbal protocol of the trial

Источник: Гулик Р. ван. Пейзаж с ивами. СПб.: Амфора, 2001. С. 195; Гулик Р. ван. Убийство в цветочной лодке. СПб: Амфора, 2001. С. 77.



Рис. 4 / Fig. 4. Процессуальная норма допроса «с пристрастием» / Procedural norm of interrogation “with partiality”

Источник: Гулик Р. ван. Убийство по-китайски: смертоносные гвозди. М.: Иностранка, 2001. С. 159.

Сцены пыток достаточно детально описывают процесс и могут шокировать неподготовленную европейскую публику: *Стражники принесли железную сковородку с раскаленными углями и бросили на них несколько футов тонкой цепи. Когда цепь накалилась докрасна, стражники схватили ее щипцами и бросили на пол. Стащив с Шао штаны и, держа его за руки, они опустили его голыми коленями на цепь. Шао пронзительно закричал от боли. Зал суда наполнился запахом горящего мяса. Затем крики Шао перешли в стоны, и он потерял сознание. ... Старший принес чашу уксуса и вылил на тлеющие угли. Один неприятный запах смешался другим. Шао постепенно пришел в себя. Лицо его было совершенно белым, черты искажены¹. Однако, такие крайние меры предупреждают кратные увещевания и воззвания судьи к обвиняемым, а получение признания в содеянном влечёт за собой смягчение: оказание медицинской помощи (судья велит дать сознавшемуся успокоительное и наркотик², поднести несколько чашек крепкого чая³ и т. п.), смягчение наказания (замена «медленной казни» быстрой смертью). Эта судебная практика средневекового Китая требует пояснения автора, которым в комментариях отводится немало места. Они раскрывают европейским читателям инокультурные компоненты изложения и (в значительной степени) компенсируют «инакость контактирующих лингвокультур». В результате этой затекстовой компенсации реципиентам, удалённым от оригинала во времени и пространстве, становится очевидным отсутствие личной агрессии, стратегии дискредитации, тактики «игры на понижение» в институциональном судебном дискурсе Китая эпохи Тан, в его речевом и поведенческом аспекте. Таким образом, правомерным представляется вывод о различиях*

средств лингвистической реализации норм поведения.

Выводы

Завершая обзор судебного вербального и невербального протокола средневековой практики судопроизводства Китая, необходимо дать оценку наблюдаемым языковым фактам. Отвлекаясь от переводческой проблематики (и оставляя степень адекватности межъязыковой передачи на попечение переводчиков), отметим тенденции рецепции обозначенных явлений европейскими читателями и выявим объективное (культуро-нейтральное) понимание проблемы.

1. Прагматический эффект описанных языковых фактов и невербальных стереотипов на современного европейского читателя может быть отрицательным и провоцировать культурный диссонанс. Причиной такого диссонанса мы считаем глубокие расхождения дискурсивной практики и аксиологической нормы контактирующих культур: оригинальной китайской и принимающей европейской. Для коррекции поспешного отторжения инокультуры Р. ван Гулик использует комментарии (предисловия и послесловия), расширяющие представления о концептуальной картине изображаемого мира.

2. Аксиогенная коммуникация, представленная в авторском произведении по мотивам оригинальных исторических и литературных источников средневековой китайской культуры, представляет в инокультурном (европейском) пространстве «лингвистически реализованные нормы поведения» [5].

3. В анализируемом материале не представлена стратегия дисфемии (в её классическом европоцентристском понимании). В употреблении маркированных единиц судьи и его подопечными явлено не намерение оскорбить или унижить достоинство преступника, выразить к нему личностную неприязнь или дискредитировать его в глазах окружающих, т. е. презентировать оценку личности или

¹ Знаменитые дела судьи Ди. С. 248.

² Там же.

³ Убийство по-китайски: Лабиринт. С. 237.

«взломать» социально-этические табу» [7]. Маркированные единицы эмпирической базы отражают лишь стремление восстановить справедливость, вернуть гармонию в мироздание, нарушенную преступлением, т. е. характеризовать происходящее в глазах закона. Речевая стереотипия и невербальный протокол отражают лингвокультурную традицию подчинения высшему порядку, в том числе и подчинение самого судьи инстанции более высокого ранга.

Заключение

В связи с выявленными противоречиями считаем необходимым предложить термин «псевдодисфемия», содержание которого понимаем как асимметрию вербальных и поведенческих стереотипов при межкультурном и межъязыковом взаимодействии, провоцирующую ошибки идентификации нейтральной речевой стратегии как дисфемичной (оскорбления, унижения, дискредитации и т. п.).

Уместно ставить вопрос о дифференциации дисфемии как регрессивной стратегии (инвектива, пейоратива) от речевой лингвокультурной практики как отражения аксиологической системы (системы ценностей) и концептуальной

картины мира. Взаимосвязь языковой и концептуальной картин мира могут изменить традиционное для европейской и американской культур понимание феномена дисфемии. В этом направлении возможен дальнейший научный поиск лингвокультурного своеобразия, взаимосвязи концептуальной и языковой картин мира и дискурсивных практик.

Представленная работа может быть полезна в дальнейших исследованиях межкультурной коммуникации, инокультурных дискурсивных традиций, вербальной и невербальной стереотипии, лингвокультурно детерминированных поведенческих норм. Вклад в теоретические дисциплины языкознания обусловлен началом нового подхода к актуальной проблематике дисфемии и речевой стратегии, расширением терминологического аппарата (представлением нового термина – раскрывающего горизонты предмета и объекта прагмасемантики). В прикладном аспекте материалы и результаты исследования обладают широкой перспективой внедрения в теорию и практику перевода (в частности – произведений художественной литературы).

Дата поступления в редакцию 07.02.2022

ЛИТЕРАТУРА

1. Блох М. Я. Концепт и картина мира в философии языка // Пространство и время. 2010. № 1 (1). С. 37–40.
2. Блох М. Я. Проблема понятий концепта и картины мира в философии языка // Преподаватель XXI век. 2007. № 1. С. 101–105.
3. Вековищева С. Н., Иванова Н. А., Улиткин И. А. Соотношение понятий «дух народа» и «язык» в работах В. фон Гумбольдта // Вильгельм фон Гумбольдт и его наследие: классика и современность: материалы Всероссийской заочной научно-практической конференции (Москва, 20.02.2017 г.). М.: МГОУ, 2017. С. 42–46.
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи; 5-е изд. М.: ЛКИ, 2008. 288 с.
5. Карасик В. И. Нормы поведения в языковой картине мира // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2019. № 4. С. 35–49. DOI: 10.18384/2310-712X-2019-4-35-49
6. Лысякова М. В., Гаева А. А. Лексико-грамматические свойства дисфемизмов (на материале политического дискурса) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. Т. 9. № 1. С. 50–76. DOI: 10.22363/2313-2299-2018-9-1-50-76.
7. Темиргазина З. К., Бачурка М. С. Речевые акты агрессивного характера в педагогическом дискурсе // Жанры речи. 2017. № 1 (15). С. 51–57. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-51-57.
8. Larson Ch. U. Persuasion: reception and responsibility. Belmont: Wadsworth Publishing Company. 1995. 422 p.

REFERENCES

1. Blokh M. Ya. [Concept and the picture of the world in the philosophy of language]. In: *Prostranstvo i vremya* [Space and Time], 2010, no. 1 (1), pp. 37–40.
2. Blokh M. Ya. [The problem of the concepts of the concept and the picture of the world in the philosophy of language]. In: *Prepodavatel' XXI vek* [Lecturer XXI century], 2007, no. 1, pp. 101–105.
3. Vekovishcheva S. N., Ivanova N. A., Ulitkin I. A. [Notions 'National Spirit' and 'Language' in works of Wilhelm von Humboldt]. In: *Vil'gel'm fon Gumbol'dt i yego naslediye: klassika i sovremennost': materialy Vserossiyskoy zaochnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (Moskva, 20.02.2017 g.)* [Wilhelm von Humboldt and his legacy: classics and modernity: materials of the All-Russian Correspondence Scientific and Practical Conference (Moscow, February 20, 2017)]. Moscow, Moscow Region State University Publ., 2017, pp. 42–46.
4. Issers O. S. *Kommunikativnyye strategii i taktiki russkoy rechi* [Communication strategies and tactics of Russian speech]. Moscow, LKI Publ., 2008. 288 p.
5. Karasik V. I. [Norms of behaviour in linguistic worldview]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblasnogo universiteta. Seriya: Lingvistika* [Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics], 2019, no. 4, pp. 35–49. DOI: 10.18384/2310-712X-2019-4-35-49.
6. Lysyakova M. V., Gayevaya A. A. [Lexico-grammatical properties of dysphemisms (on the material of political discourse)]. In: *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika* [RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics], 2018, vol. 9, no. 1, pp. 50–76. DOI: 10.22363/2313-2299-2018-9-1-50-76.
7. Temirgazina Z. K., Bachurka M. S. [Speech acts of aggressive character in the pedagogical discourse]. In: *Zhanry rechi* [Speech Genres], 2017, no. 1 (15), pp. 51–57. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-51-57.
8. Larson Ch. U. *Persuasion: reception and responsibility*. Belmont, Wadsworth Publishing Company. 1995. 422 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Филиппова Ирина Николаевна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры перевода и когнитивной лингвистики Московского государственного областного университета; e-mail: little_lion06@mail.ru

Вековищева Светлана Николаевна – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой восточных языков Московского государственного областного университета; e-mail: vekovishcheva_sn@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Irina N. Filippova – Dr. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Prof., Department of the Translation Studies and Cognitive Linguistics, Moscow Region State University; e-mail: little_lion06@mail.ru

Svetlana N. Vekovishcheva – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Departmental Head, Department of Eastern Languages, Moscow Region State University; e-mail: vekovishcheva_sn@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Филиппова И. Н., Вековищева С. Н. Псевдодисфемия судебного дискурса средневекового Китая в зеркале литературы // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 3. С. 104–112.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-104-112

FOR CITATION

Filippova I. N., Vekovishcheva S. N. Pseudodisphemy of the judicial discourse of Medieval China in fiction. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2022, no. 3, pp. 104–112.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-104-112

УДК 81'25

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-113-124

ОБ ИГРАХ ПЕРЕВОДЧИКА В ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ши Пэй, Ху Гумин*Уханьский университет**430072, ул. Баи, д. 299, г. Ухань, Хубэй, Китайская Народная Республика***Аннотация**

Цель данной работы заключается в исследовании отношений между участниками процесса перевода и их влияния на перевод с точки зрения теории игр.

Процедура и методы. В качестве примера приводятся фрагменты китайского перевода «Анны Карениной» Цао Ина. При проведении исследования применяются методы наблюдения, классификации, интерпретации и обобщения.

Результаты. В статье процесс перевода определяется как многосторонние игры с ненулевой суммой между переводчиком и автором оригинала, читателями перевода, другими переводчиками, инициатором перевода и другими участниками.

Теоретическая и/или практическая значимость. Результаты исследования вносят вклад в теорию игр и переводоведения.

Ключевые слова: перевод, теория игр, многосторонняя игра, двусторонняя игра, равновесие Нэша

A STUDY OF TRANSLATORS' GAMES IN TRANSLATION ACTIVITIES

Shi Pei, Hu Guming*Wuhan University,**No.299 Bayi Rd 299, Wuhan 430072, Hubei, People's Republic of China***Abstract**

Aim. The aim of this paper is to study the relationship between the participants in the translation process and their impact on translation from the point of view of game theory.

Methodology. The main methods of research are: observation, classification, interpretation, synthesis.

Results. The article defines the translation process as a multiparty zero-sum game between the translator and the original author, target language readers, other translators, translation initiators, and other translation participants.

Research implications. The research results contribute to the theory of games and translation theory.

Keywords: Translation; Theory of games; Multiparty game; Bilateral game; Nash equilibrium

Введение

Известный экономист Кен Бинмор (Ken Binmore) сказал, что всякий раз, когда что-то происходит между людьми, это игры [10, 17]. Игры существуют во всех сферах нашей жизни и означают, что в случае конкуренции, сотрудничества и конфликта две или более стороны полностью понимают информацию и на этой основе выбирают оптимальное решение для получения максимальной выгоды для себя.

Исследования теории игр начались в 1944 году, Джон фон Нейман (John von Neumann) и Оскар Morgenштерн (Oskar Morgenstern) ввели игру в область экономики в своей монографии «Теория игр и экономическое поведение» (*The Theory of Games and Economic Behavior*). С 1940-х годов в результате непрерывного развития теории игр игра не только оказала значительное влияние на многие области, такие как математика, физика и военное дело, но и также широко использовалась в исследованиях во многих областях гуманитарных наук.

Жири Леви (Jiří Levý), чешский теоретик перевода, был первым, кто применил теорию игр к переводческим исследованиям. В статье «Перевод как процесс принятия решений» (*Translation as a Decision Making Process*) он предположил, что перевод – это серия последовательных ситуаций, как набор ходов в игре, которые заставляют переводчика делать выбор между определённым числом (часто чётко определённым числом) вариантов [7, p. 1171]. Элизабет Брусс (Elizabeth Bruss) делит игры между различными участниками процесса перевода на три типа: игра с нулевой суммой, игра со смешанной мотивацией и кооперативная игра [6, p. 171]. В Китае Сюй Синьтао анализировал игры между объективным обоснованием и субъективностью переводчика при переводе терминологии [13, 90页]. Ма Цзесэнь анализировал применение переводческой игры в рамках экоперевода [9, 93页]. С точки зрения теории игр Чжао Даньдань исследовал стратегии перевода китайских фестивалей в стихах династии Тан [14, 186页]. Оуян Цзин отмечает, что перевод – это не только игры между переводным текстом и оригинальным текстом, но и игры между читателями и переводчиком [11, 17页].

В России профессор Куницына Е. Ю. добилась больших результатов в изучении сочетания теории игр и перевода. Она опубликовала много интересных научных работ, в том числе «Перевод и

правила игры (лингвопрототипический аспект)» (2012), «Дилемма заключенного и задача переводчика: теоретико-игровой аспект» (2015), «Что перевод? Игра!» (2017), «Игры, в которые играют автор и переводчик стендапа (лингвистический аспект)» (2018) и т. д., а также монографию «Шекспир – Игра – Перевод» (2009). В научной статье Куницыной Е. Ю. «Поэтический перевод как посттворчество: игра автора vs игра переводчика» предлагается взгляд на поэтический перевод как посттворчество. С опорой на положения философской герменевтики и юридической теории художественного перевода поэтический перевод рассматривается в соотношении игры автора и игры переводчика [4, с. 3]. А статья «Игры, в которые играют автор и переводчик стендапа (лингвистический аспект)» посвящена исследованию лингвистического аспекта перевода в рамках юридической теории перевода, которая предполагает такие переводческие игры, как игра с нулевой суммой и кооперативная игра [3, с. 57]. Глухенькая Л. Н. считает, что актуальной проблемой современной науки о переводе является переосмысление трёх составляющих понятий переводческой деятельности – переводческой задачи, переводческой проблемы и переводческой стратегии – с позиции игровой природы переводческой деятельности [1, с. 75]. Она делит переводческие игры на шесть видов и отмечает, что учёт игровых аспектов переводческой деятельности представляет собой новый подход к анализу перевода [2, с. 149]. В статье «О возможности применения методик теории игр к процессу перевода» Ушакова А. О. проанализировала механизмы принятия переводческого решения с позиции теории игр, объяснила возможности применения теории игр в переводе [5, с. 24].

1. Перевод с точки зрения теории игр

Теория игр – очень полезный аналитический инструмент в области экономи-

ки, политологии, социологии и т. д. Это наука, которая изучает, как принимать стратегические решения и предпринимать стратегические действия в стратегической среде. В своей книге «Игры и информация: Введение в теорию игр» Эрик Расмусен (Eric Rasmusen) отмечает, что теория игр фокусируется на поведении лиц, принимающих решения, которые осознают, что их действия будут влиять друг на друга [12, 13 стр.]. Четыре элемента игры – это участники, информация, стратегия и выплата. При принятии решения о том, какую стратегию принять, каждый участник игр должен учитывать всю известную информацию, возможное влияние своих решений на других и возможные последствия реакции поведения других участников, выбирать наилучший план действий для максимизации выплаты и полезности. Иными словами, игра – это процесс, в котором индивиды или организации выбирают стратегии и реализуют их одновременно или последовательно один или несколько раз при определённых условиях и установленных правилах с целью получения определённых результатов.

Существует несколько способов классификации игр. Игры можно разделить на разные категории по разным критериям. Например, по количеству участников можно различать «одностороннюю игру», «двустороннюю игру» и «многостороннюю игру». По сумме интересов всех участников игры можно разделить игры на «игру с нулевой суммой» и «игру с ненулевой суммой». В «игре с нулевой суммой» выгода одной стороны обязательно означает убыток другой стороны в условиях жёсткой конкуренции. Общая сумма выгоды и убытка всех сторон игры всегда равна нулю, и нет никакой возможности сотрудничества между двумя сторонами. «Игра с ненулевой суммой» – это игра, в которой сумма выгоды и убытка всех сторон игры не равна нулю.

Перевод – это тоже своего рода игра, и все её элементы включены в перевод.

Участники (переводчики) имеют определённый объём информации о других участниках (авторах оригиналов, читателях переводов, издателях и т. д.) и их интересах и стратегиях, а также многократно принимают решения, чтобы максимизировать свой собственный интерес (качество перевода). Таким образом, перевод – это, по сути, многосторонняя игра с ненулевой суммой, в центре которой находится переводчик. При достижении «Равновесия Нэша» между переводчиком и другими участниками игр может быть гарантирована эффективная реализация выгоды перевода и коммуникативной функции перевода¹. Выгода перевода, в основном, относится к выгоде переводного текста, которая определяется социальными, экономическими, духовными и другими факторами. Прежде чем принять решение, участники игр всесторонне рассматривают все факторы, предсказывают решение другой стороны и делают оптимальный выбор.

С точки зрения теории игр, в этой статье будет анализироваться процесс принятия решения переводчиком с помощью модели теории игр, и влияние отношений между переводчиком и другими участниками на процесс перевода. В статье в качестве примера приводятся фрагменты китайского перевода «Анны Карениной» Цао Ина². При проведении исследования применяются методы наблюдения, классификации, интерпретации и обобщения.

2. Многосторонняя игра в процессе перевода

Как конечный результат переводческих игр перевод делается переводчиком.

¹ «Равновесие Нэша» относится к комбинации стратегий, состоящей из оптимальных стратегий всех участников, то есть у каждого из участников имеется оптимальная стратегия в том случае, если у всех остальных участников есть определённые стратегии.

² 列夫·托尔斯泰. 安娜·卡列尼娜[M]. 草婴译. 南京: 译林出版社, 2014, 764页. Далее в тексте указываются номера страниц с цитируемым иллюстративным материалом.

Среди многих участников игр в процессе перевода переводчик всегда занимает центральное место. Переводчик ведёт диалог и переговоры с различными участниками на пересечении исторического и реалистического измерений. И этот процесс диалога и переговоров – процесс, в котором переводчики делают выбор между многими стратегиями перевода. Другими словами, в силу своих собственных потребностей переводчикам неизбежно приходится играть в многосторонние игры с авторами оригиналов, читателями перевода, инициаторами перевода, издателями, критиками перевода и другими переводчиками, чтобы найти равновесие. Как пишет Юджин Найда (Eugene Nida), «переводчик должен осуществить тысячи выборов и решений, адаптироваться к другой культуре, к другому языку, к разным редакторам и издателям и, наконец, к читателям перевода» [8, р. 10]. Поэтому изучение игр в переводческой деятельности необходимо начинать с социальных отношений и изучать то, как переводчики постоянно корректируют свои решения, соотнося их с изменениями поведения других участников перевода.

2.1. Игры между переводчиком и автором оригинала

В своей деятельности переводчик должен в первую очередь иметь дело с автором оригинала. Отношения между

переводчиком и автором оригинала одновременно гармоничны и противоречивы. Оба они хотят, чтобы переводная работа не только была близка к оригиналу, но и находила отклик у читателей перевода. Однако из-за различий в языковом и культурном фоне, ценностях, идеологии, творческой мотивации, стиле, читателях произведения и т. д. происходит двусторонняя игра между переводчиком и автором оригинала.

Игра между переводчиком и автором оригинала может быть объяснена с помощью модели «Дилемма заключённого», которая описывает, как воры А и Б были схвачены и допрошены по отдельности. В полиции им сказали, что если они не сознаются, то их обоих обвинят в ношении оружия и приговорят к 2 годам тюрьмы. Если один сознается и обвинит другого, а другой нет, то сторона, признавшая вину, будет оправдана, а другая сторона, не признавшая вину, будет приговорена к 10 годам тюрьмы. Если оба сознаются и обвинят друг друга, оба будут приговорены к 8 годам тюрьмы (см. табл. 1). В игровой модели «Дилемма заключённого», если вор принимает «стратегию преимущества», то есть делает лучший выбор для индивида, то результатом будет восьмилетнее тюремное заключение для обоих воров. Это показывает, что оптимальное решение индивида не обязательно является оптимальным решением целого.

Таблица 1 / Table 1

Дилемма заключённого / The Prisoner's Dilemma

		Вор А	
		Сознаться	Не сознаться
Вор Б	Сознаться	(8,8)	(0,10)
	Не сознаться	(10,0)	(2,2)

Источник: составлено авторами.

Переводчик и автор оригинала подобны двум заключённым. Если они решают преследовать максимальные интересы одной стороны и игнорируют интересы

другой стороны, то результат игр не будет оптимальным. Тогда переводчики должны не только учитывать односторонние интересы, но и должны идти на

компромиссы ради окончательного текста перевода, чтобы игра достигла равновесия Нэша.

Итак, игра между переводчиком и автором оригинала – это двусторонняя игра с ненулевой суммой. При создании оригинального текста автор оригинала проявляет в произведении свой стиль и индивидуальность, отражает свой жизненный опыт, передаёт свои чувства, эмоции и ценности.

Переводчикам необходимо прочитать оригинальные авторские беседы, интервью, жизнеописание и проч. или посетить родственников, друзей или студентов автора и т. д., чтобы понять историческое прошлое, ценностные ориентации, литературные идеи, идеологию автора и т. д. Переводчик должен стараться выразить в переводе мысли, концепции, литературный характер, коммуникативную интенцию и стилистические особенности автора оригинала. Он не должен переводить текст, ориентируясь на собственные предпочтения, но и не должен механически переводить слово за словом. Переводчику следует использовать игровое мышление, чтобы сбалансировать интересы всех сторон переводных игр и принять оптимальное решение.

Рассмотрим примеры из китайского перевода «Анны Карениной», сделанные Цао Инем, чтобы проиллюстрировать игры между переводчиком и автором оригинала непосредственно в переводческой деятельности.

а) В переводе «Анны Карениной» переводчик Цао Ин играет в игру с автором оригинала Львом Толстым. Чтобы сохранить литературную окраску оригинала, он отказался от дословного перевода и использовал в переводе большое количество идиом, состоящих из четырёх китайских иероглифов и отвечающих за литературную окраску на китайском языке. Как показано в следующих трёх примерах, переводчик точно и тонко выразил смысл оригинала и достиг равновесия в игре с его автором. Например:

– Он не стоит того, чтобы ты страдала из-за него, – продолжала Дарья Александровна, **прямо приступая к делу.**

“你犯不着为他痛苦。”陶丽单刀直入 (119页)。

Когда они подъехали к дому, он высадил её из кареты и, сделав усилие над собой, с привычною учтивостью простился с ней и произнес те слова, **которые ни к чему не обязывали его**; он сказал, что завтра сообщит ей своё решение.

他们回到家里, 他扶她下了马车, 竭力克制自己的感情, 像平日一样彬彬有礼地同她道了别。作为**缓兵之计**, 他说明天将把他的决定告诉她 (263页)。

Он чувствовал, что, не ответив на письмо Дарьи Александровны, своею невежливостью, о которой он без краски стыда не мог вспомнить, он **сжѣг свои корабли** и никогда уж не поедет к ним.

他由于现在想起来都不能不脸红的粗野无礼, 当时没有给陶丽写回信。这个行为真是**破釜沉舟**, 使他再不好意思到他们家去了 (317页)。

б) В некоторых случаях, чтобы сохранить стиль и литературную окраску оригинала, Цао Ин также использовал метафорические приёмы для перевода слов в оригинальном тексте. Например:

Дети бегали по всему дому, как **потерянные**; англичанка поссорилась с экономкой и написала записку приятельнице, прося приискать ей новое место; повар ушёл ещё вчера со двора, во время обеда; **чёрная кухарка и кучер просили расчёта.**

孩子们像**野小鬼**一样在房子里到处乱跑; 英籍家庭女教师跟女管家吵了嘴, 写信请朋友替她另找工作; 厨子昨天午餐时走掉了; 厨娘和车夫也都辞职不干了 (3页)。

В этом предложении переводчик перевёл слово «потерянные» как «野小鬼», чем не только точно выразил смысл оригинала, но и показал состояние детей, оставшихся в одиночестве, когда их родители поссорились. На китайском языке переводчик использует метафору, чтобы сохранить литературную окраску оригинала и достигнуть равновесия в игре

между переводчиком и автором оригинала.

в) Иногда, когда переводчик играет в игры с автором оригинала, он отказывается от буквального перевода и использует для перевода некоторые китайские слова с очевидными эмоциональными коннотациями, чтобы передать оттенки эмоций оригинального текста. Например:

– *Как это ты не побрезгал найти меня в этом вертепе?* – сказал Степан Аркадьич ...

“你怎么屈驾到这鬼地方来找我呀?”
奥勃朗斯基说 (17页).

В данном предложении переводчик переводит «не побрезгать» как «屈驾», «вертеп» как «鬼地方», тем самым не только выражая смысл оригинала, но и показывая саркастическую окраску слов Облонского.

г) Когда переводчик играет в игры с автором оригинала, он также должен учитывать коммуникативное намерение автора оригинала и использовать соответствующий метод перевода. Например:

Прошу вас заметить, что я приписываю особенное значение исполнению этой моей просьбы.

请您务必注意, 我亟盼您能实行我的要求 (267页).

Это фраза из письма Каренина к Анне. Учитывая коммуникативную интенцию оригинала, переводчик отказался от буквального перевода, перевёл словосочетание «приписываю особенное значение» как «亟盼», которое в китайском языке является жёстким и формальным письменным словом, чем ещё больше подчеркнул жёсткий тон мужа Карениной, так что игра между переводчиком и автором оригинала достигает равновесия Нэша.

2.2. Игры между переводчиком и читателями

В процессе перевода переводчику часто приходится учитывать потребности читателей. Только тогда, когда потребности читателей удовлетворены, могут быть

реализованы потребности переводчика, и переведённый текст может вызвать тот же функциональный эффект, что и оригинальный текст у своих читателей. Однако существуют некоторые различия в культурном фоне, ценностях и идеологиях между читателями оригинала и читателями перевода, поэтому переводчику необходимо, прежде чем приступить к какой-либо переводческой деятельности, определить читателей перевода, спрогнозировать и проанализировать фоновую информацию и принять соответствующие переводческие решения. В некотором смысле читатель перевода является проводником переводчика, потому что игры между переводчиком и читателями в основном фокусируются на принятии и реакции от чтения читателей. Если на читателей в процессе чтения перевод производит то же впечатление, что и оригинал на своих читателей, то перевод успешен, это также свидетельствует о том, что игры между переводчиком и читателями достигли равновесия Нэша.

Игра между переводчиком и читателями перевода может быть объяснена с помощью модели «Битва полов». В «битве полов» муж и жена смотрят телевизор дома, муж хочет смотреть бокс, а жена хочет смотреть балет. Хотя и муж, и жена эгоистичны, но они любят друг друга так сильно, что при необходимости пожертвуют своими предпочтениями, чтобы позаботиться друг о друге (см. табл. 2). В битве полов есть два равновесия Нэша. Лучшая стратегия для каждого из супругов зависит от выбора другого, и то, кто сделает первый шаг, имеет решающее значение. Участники игр, которые начинают действовать первыми, имеют преимущество. Если муж первым выбрал бокс и желает максимизировать свою собственную выгоду, то и жена не будет возражать, поскольку её лучшая стратегия – быть в согласии со своим мужем, и наоборот.

Отношения между переводчиком и читателями перевода подобны отношениям между мужем и женой в «битве

Таблица 2 / Table 2

Битва полов / Battle of the sexes

		Жена (Wife)	
		Бокс (Box)	Балет (Ballet)
Муж (Husband)	Бокс (Box)	2, 1	0, 0
	Балет (Ballet)	0, 0	1, 2

Источник: составлено авторами.

полов», которые представляют собой двусторонние игры с ненулевой суммой. Фокус игры между переводчиком и читателями перевода лежит в конфликте между натурализацией и диссимиляцией. Если обе стороны не согласны друг с другом, то перевод не будет принят читателями перевода. Если обе стороны выберут натурализацию, то читатели перевода могут легко его прочесть, перевод будет успешным, а переводчик получит всеобщее признание. Если обе стороны выберут диссимиляцию, то, хотя читатели перевода будут испытывать трудности в чтении, у них будет больше шансов узнать иностранную культуру, что значительно расширит кругозор читателей перевода. Однако натурализация и диссимиляция не являются абсолютными. Во-первых, во многих случаях переводчик может найти такой способ перевода, который сможет не только выразить культурные особенности чужой страны, но и сделать перевод легко понятным для читателей. Во-вторых, натурализация и диссимиляция не являются единственными методами перевода для полного текста перевода. Переводчики будут выбирать различные методы перевода в соответствии с различными культурными традициями, коммуникативными намерениями и стилями слов, фраз и предложений оригинала.

Приведём ещё примеры из романа «Анна Каренина» в переводе Цао Ина с целью иллюстрации игры между переводчиком и читателями перевода.

а) Игра между переводчиком и читателями перевода впервые проявляется в переводе русских имён. Русское имя со-

стоит из трёх частей: имени, отчества и фамилии, – что сложнее, чем китайское имя. В разных общественных случаях формы имени, в том числе его уменьшительно-ласкательные и уменьшительно-уничижительные формы, также различны. Из-за разнообразия и сложности русских имён буквальный перевод сбил бы с толку китайских читателей, поэтому переводчик Цао Ин привёл русские имена к единообразию и в некоторых особых случаях внёс небольшие изменения. Например:

Глаза Степана Аркадьича весело заблестели, и он задумался, улыбаясь.

奥勃朗斯基高兴得眼睛闪闪发亮 (4页)。

Однако ты мне не ответил на мой вопрос, – прибавил он, с отчаянным усилием прямо глядя в глаза Облонскому.

“不过你并没有回答我的问题。”他补充说，竭力想正视奥勃朗斯基的眼睛 (13页)。

В двух приведённых выше примерах переводчик и читатели перевода играют в игру, в которой они отказываются от буквального перевода имён, но предпочитают переводить «Степан Аркадьич» и «Облонский» как «奥勃朗斯基» (Облонский), чтобы китайским читателям было легче воспринять эту фамилию.

б) Как уже упоминалось выше, Цао Ин использовал единообразные русские имена, но он отступал от этого правила в особых случаях. Например:

Вронский вспомнил теперь, что это была Каренина.

伏伦斯基这才想起，她就是卡列宁夫人 (61页)。

– Нелзя ли что-нибудь сделать для неё? – взволнованным шёпотом сказала Каренина.

“不能替她想点办法吗？”安娜激动地低声说 (63页)。

В контексте первого предложения мы видим, что Вронский впервые встретил Анну, и поэтому переводчик перевёл «Каренина» как «卡列宁夫人» (госпожа Каренина), выражая отношение отстранённости и уважения китайским почтительным обращением. Но во втором примере Вронский и Анна уже знакомы, и переводчик перевёл «Каренина» как «安娜» (Анна), передавая тем самым их близкие и тесные отношения. Такое изменение способа перевода имени человека легче вводит читателя в сюжет романа и поможет понять психологические изменения персонажей. Именно это изменение в способе перевода может свидетельствовать об игре между переводчиком и читателями перевода.

в) В ходе игры между переводчиком и читателями переводчик иногда добавляет некоторую информацию для лучшего понимания текста перевода. Например:

Мать его была в молодости блестящая светская женщина, имевшая во время замужества, и в особенности после, много романов, известных всему свету.

他母亲年轻时是个社交界红极一时的人物，婚后，特别是在丈夫去世后的孀居生活中，有过许多风流韵事，在社交界闹得沸沸扬扬 (55页)。

В этом предложении буквальный перевод заставит читателей ошибочно думать, что это женщина, «имевшая во время замужества, и в особенности после развода, много романов». Но из контекста мы можем узнать, что она не разведена, но её муж рано умер. Таким образом, переводчик учёл информацию оригинала, понимание читателей и добавил дополнительную информацию «特别是在丈夫去世后的孀居生活中» (и в особенности после смерти мужа), в результате чего было достигнуто игровое равновесие между переводчиком и читателями перевода.

г) При переводе некоторых слов из историко-культурной сферы переводчик всегда выбирает определённый способ перевода комментариев. Например:

– От Нильсон? – с ужасом спросила Бетси, которая ни за что бы не распознала Нильсон от всякой хористки.

“去听尼尔生^①唱歌吗？”培特西惊奇地问，她怎么也不承认尼尔生的歌喉有什么出众的地方。

^①瑞典著名歌星，当时在彼得堡和莫斯科演出，轰动一时。(124页)

(^①Известная шведская певица, выступавшая в то время в Петербурге и Москве.)

«Нильсон» незнакома китайским читателям, без объяснения им будет трудно понять этот фрагмент текста. После игры с читателями переводчик буквально перевёл «Нильсон» как «尼尔生» и сделал комментарий к данному слову. Такой метод перевода диссимилиации не только сохраняет экзотическую окраску дискурса персонажей, но и помогает читателям понять коннотацию оригинала, благодаря чему в игре между переводчиком и читателями перевода может быть достигнуто равновесие.

2.3. Игры между переводчиком и другими переводчиками

Между различными переводчиками существует сотрудничество и конкуренция. Переводчики, которые сотрудничают друг с другом для выполнения одной и той же задачи перевода, одновременно и конкурируют друг с другом, чтобы выполнить свои собственные задачи перевода, именно это и есть игра. Из-за разных эпох, разницы в культурном фоне, мотивации перевода, концепции перевода и проч. у каждого переводчика существует своё понимание одного и того же произведения, что ведёт к разным версиям перевода. Различные переводы конкурируют в течение долгого времени. Можно сказать, что любой совершенный перевод литературных произведений редко выполняется одним переводчиком в течение ограниченного времени, но яв-

ляется результатом игр между многими переводчиками и постоянной корректировки их переводческих стратегий.

Роман «Анна Каренина» известного русского писателя Льва Толстого представляет большую литературную и лингвистическую ценность и глубоко любим китайскими читателями. Существует более 20 вариантов китайских переводов и более 80 их версий. С увеличением разнообразия переводов «Анны Карениной» разные переводчики в разные периоды углубляли своё понимание Толстого и его произведений в процессе взаимных игр. Они оптимизируют качество перевода, повышают выгоду игр, так что перевод становится всё более приемлемым для читателей перевода.

Приведём примеры различных переводов знаменитой первой фразы, с которой начинается «Анна Каренина»:

Все счастливые семьи похожи друг на друга, каждая несчастливая семья несчастлива по-своему.

幸福的家庭家家相似，不幸的家庭各不相同。(Цао Ин)

幸福的家庭都是相似的，不幸的家庭各有各的不幸。(Чжоу Ян)

幸福的家庭每每相似，不幸的家庭各有各的苦情。(Ли Ган)

幸福的家庭彼此相似，不幸的家庭各有不同。(Ли Чуньжун)

幸福的家庭，家家相似；家庭的不幸，户户不同。(Ян Нань)

2.4. Игры между переводчиком и инициатором перевода

С точки зрения традиционной теории перевода, перевод – это поведенческий процесс, включающий только три элемента: исходный текст, переводчик и переводный текст. Однако теоретические и практические исследования доказали, что, хотя некоторые специалисты внутри и вне литературной системы непосредственно не участвуют в переводческой деятельности, они играют определённую роль и оказывают влияние на процесс и результаты перевода. Эта теория побуж-

дает нас изменить точку зрения и не только сосредоточиться на авторе оригинала, переводчике и читателях перевода, но и добавить в сферу нашего исследования другие субъективные элементы, которые окажут важное влияние на процесс перевода. Инициатором перевода является такой субъективный элемент, который непосредственно не участвует в переводческой практике, но оказывает влияние на процесс и результаты перевода.

Независимо от того, в каком виде перевода будет работать переводчик, обязательно существует инициатор перевода, который может быть самостоятельным участником игры, и тем более распространённой является идентичность участников, которые сочетаются с такими участниками игры, как издатели, автор оригинала, читатели перевода и сам переводчик. В принципе, если переводчик является инициатором перевода, то он может осуществлять перевод независимо. Если инициатором перевода является кто-то другой, то неизбежно возникает игра между переводчиком и инициатором перевода.

Игра между переводчиком и инициатором перевода – это двусторонняя игра с ненулевой суммой. Перед началом переводческой деятельности обе стороны часто достигают соглашения об условиях и требованиях переводческого сотрудничества, а также о распределении выгоды в переводческом сотрудничестве и формируют обязательное соглашение. Инициатор перевода всегда преследует коммерческую ценность перевода (другие случаи не обсуждаются) и требует от переводчика принятия стратегии перевода, наиболее способствующей реализации коммерческой ценности перевода. Потребности переводчиков можно разделить на две категории: материальные и духовные. Под материальными потребностями понимаются потребности переводчиков в получении соответствующего вознаграждения за труд посредством переводческой деятельности. Духовные

потребности означают, что переводчики удовлетворяют эстетические потребности читателей, осознают собственную ценность, получают общественное уважение и признание читателей посредством перевода. В игре между переводчиком и инициатором перевода обе стороны принимают соответствующие стратегии на основе контракта, чтобы достичь равновесия выгоды обеих сторон.

2.5. Игры между переводчиком и другими лицами или организациями

В переводческой деятельности переводчики также играют в игры с издателями, критиками перевода, цензорами перевода, маркетологами перевода и другими участниками. Эти игры многосторонни и непрерывны. Переводчики постоянно идут на компромиссы в многосторонней игровой сети, стараясь сделать так, чтобы перевод отвечал требованиям всех сторон и достигал состояния равновесия интересов.

Заключение

Перевод – это очень сложная работа, включающая в себя множество аспектов. Переводчик не является единственным субъектом, определяющим текст перевода. Переводчики должны конкурировать и сотрудничать с теми, кто не имеет прямого контакта с переводом (например, с автором оригинала, читателями перевода, издателем и т. д.), принимая во внимание различные аспекты информации, такие как язык, литература, культура, общество, политика и др., чтобы произвести перевод.

С быстрым развитием теории игр устойчивой тенденцией стал анализ кон-

куренции и сотрудничества в переводческой деятельности с помощью теории игр. Благодаря применению модели теории игр в переводоведении можно объективно проанализировать игру между участниками перевода и конкретно интерпретировать абстрактный процесс принятия решений переводчиками. По сути, процесс перевода – это многосторонние игры с ненулевой суммой между переводчиком и автором оригинала, читателями на целевом языке, другими переводчиками, инициатором перевода и другими участниками игр. Переводчик занимает центральное место в процессе многосторонних игр. Он постоянно стремится к точке равновесия Нэша, к максимизации выгоды, к формированию перевода.

Данное исследование многосторонних игр в переводческой деятельности призвано типизировать и классифицировать игры, но не является исчерпывающим. Исследование показало, что анализ переводческой деятельности с позиций теории игр, во-первых, позволяет развивать игровое мышление у переводчиков с целью учёта многогранности процесса перевода, проводить рациональный анализ и принимать оптимальные решения; во-вторых, он также может помочь переводчику думать о проблемах перевода с точки зрения других участников игр и обращать внимание на важность информации; наконец, это может ещё больше расширить исследовательские идеи теории перевода, что имеет определённое теоретическое и практическое значение.

Дата поступления в редакцию 21.06.2021

ЛИТЕРАТУРА

1. Глухенькая Л. Н., Лукинова М. Ю. Перевод – игра с неопределённым исходом // Переводческий дискурс: междисциплинарный подход: материалы I всероссийской научно-практической конференции (Симферополь, 27–29 апреля 2017 года) / гл. ред. М. В. Норец. Симферополь: Типография «Ариал», 2017. С. 75–80.
2. Глухенькая Л. Н. Стратегии в игре перевода: миф или реальность? // Мировая литература на перекрестке культур и цивилизаций. 2017. № 1–2 (17–18). С. 145–154.
3. Куницына Е. Ю., Пегов Р. И. Игры, в которые играют автор и переводчик стендапа (лингвистический аспект) // Язык, культура, наука и техника в современном мире: материалы студен-

- ческой научно-практической конференции с международным участием (Иркутск, 17 апреля 2018 г.). Иркутск: Иркутский национальный исследовательский технический университет, 2018. С. 57–65.
4. Куницына Е. Ю. Поэтический перевод как посттворчество: игра автора vs игра переводчика // Вестник Московского университета. Серия 22: Теория перевода. 2020. № 1. С. 3–26.
 5. Ушакова А. О. О возможности применения методик теории игр к процессу перевода // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. 2016. № 1. С. 24–33. DOI: 10.15593/2224-9389/2016.1.3.
 6. Bruss E. W. The Game of Literature and Some Literary Games // *New Literary History*. 1977. Vol. 9. № 1. P. 153–172.
 7. Levy J. Translation as a Decision Process // *To Honor Roman Jakobson: Essays on the Occasion of his Seventieth Birthday*. The Hague: De Gruyter Mouton, 1967. Vol. 2. P. 1171–1182. DOI: 10.1515/9783111349121-031.
 8. Nida E. A Fresh Look at Translation // *Investigating Translation: Selected Papers from the 4th International Congress on Translation (Barcelona, 1998)* / ed. Beeby A., Ensinger D., Presas M. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2000. P. 3–12.
 9. 马杰森. 博弈论视域下的生态翻译学——以鲁迅小说英译为例[J]. 惠州学院学报, 2018, 38(05): 89–94.
 10. 肯·宾默尔. 谢识予等译. 博弈论教程[M]. 上海: 格致出版社, 2010. 584页.
 11. 欧阳静. 博弈论视域下《毛泽东选集》英译策略研究[J]. 传媒论坛, 2018, 1(20): 16–17.
 12. 拉斯穆森. 韩松等译. 博弈与信息: 博弈论概论(第四版)[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2009. 640页.
 13. 徐鑫涛. “博弈论”视阈下译者主体性在术语翻译中的演绎——以《三国演义》罗慕士译本为例[J]. 外国语文研究, 2020, 6(01): 85–91.
 14. 赵丹丹. 翻译博弈论视角下古诗词英译中的节日文化[J]. 长江丛刊, 2018(34): 184+186.

REFERENCES

1. Glukhen'kaya L. N., Lukinova M. Yu. [Translation is a game with an uncertain outcome]. In: *Perevodcheskiy diskurs: mezhdistsiplinarnyy podkhod: materialy I vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (Simferopol', 27–29 aprelya 2017 goda)* [Translation discourse: an interdisciplinary approach: materials of the I All-Russian Scientific and Practical Conference (Simferopol, April 27–29, 2017)]. Simferopol, Tipografiya «Ariol» Publ., 2017, pp. 75–80.
2. Glukhen'kaya L. N. [Strategies in the game of translation: myth or reality?]. In: *Mirovaya literatura na perekrest'ye kul'tur i tsivilizatsiy* [World literature on the crossroads of cultures and civilizations], 2017, no. 1–2 (17–18), pp. 145–154.
3. Kunitsyna Ye. Yu., Pegov R. I. [Games author and translator of stand-up comedy play (linguistic aspect)]. In: *Yazyk, kul'tura, nauka i tekhnika v sovremennom mire: materialy studencheskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (s mezhdunarodnym uchastiyem) (Irkutsk, 17 aprelya 2018 g.)* [Language, culture, science and technology in the modern world: materials of a student scientific and practical conference with international participation (Irkutsk, April 17, 2018)]. Irkutsk, Irkutsk National Research Technical University Publ., 2018, pp. 57–65.
4. Kunitsyna Ye. Yu. [Poetic translation as re-creation: author's play vs translator's game]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 22: Teoriya perevoda* [Moscow University Translation Studies Bulletin], 2020, no. 1, pp. 3–26.
5. Ushakova A. O. [About feasibility to apply methods of game theory to translation process]. In: *Vestnik Permskogo natsional'nogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Problemy yazykoznaniya i pedagogiki* [PNRPU Linguistics and Pedagogy Bulletin], 2016, no. 1, pp. 24–33. DOI: 10.15593/2224-9389/2016.1.3.
6. Bruss E. W. The Game of Literature and Some Literary Games. In: *New Literary History*, 1977, vol. 9, no. 1, pp. 153–172.
7. Levy J. Translation as a Decision Process. In: *To Honor Roman Jakobson: Essays on the Occasion of his Seventieth Birthday*. The Hague, De Gruyter Mouton, 1967, vol. 2, pp. 1171–1182. DOI: 10.1515/9783111349121-031.
8. Nida E. A Fresh Look at Translation. In: Beeby A., Ensinger D., Presas M., eds. *Investigating Transla-*

- tion: *Selected Papers from the 4th International Congress on Translation (Barcelona, 1998)*. Amsterdam; Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 2000, pp. 3–12.
9. 马杰森. 博弈论视域下的生态翻译学——以鲁迅小说英译为例[J]. 惠州学院学报, 2018, 38(05): 89-94.
 10. 肯·宾默尔. 谢识予等译. 博弈论教程[M]. 上海: 格致出版社, 2010. 584页.
 11. 欧阳静. 博弈论视域下《毛泽东选集》英译策略研究[J]. 传媒论坛, 2018, 1(20): 16-17.
 12. 拉斯穆森. 韩松等译. 博弈与信息: 博弈论概论(第四版)[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2009. 640页.
 13. 徐鑫涛. “博弈论”视阈下译者主体性在术语翻译中的演绎——以《三国演义》罗慕士译本为例[J]. 外国语文研究, 2020, 6(01): 85-91.
 14. 赵丹丹. 翻译博弈论视角下古诗词英译中的节日文化[J]. 长江丛刊, 2018(34): 184+186.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Ши Пэй – аспирант кафедры русского языка Института иностранного языка и литературы Уханьского университета;
e-mail: shipei129@163.com

Ху Гумин – доктор гуманитарных наук, профессор кафедры русского языка Института иностранных языков и литературы Уханьского университета;
e-mail: 2427912308@qq.com

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Shi Pei – Postgraduate Student, Department of Russian Language, Institute of Foreign Languages and Literature, Wuhan University;
e-mail: shipei129@163.com

Hu Guming – Dr. Sci. (Humanities), Prof., Department of Russian Language, Institute of Foreign Languages and Literature, Wuhan University;
e-mail: 2427912308@qq.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Ши Пэй, Ху Гумин. Об играх переводчика в переводческой деятельности // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 3. С. 113–124.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-113-124

FOR CITATION

Shi Pei, Hu Guming. A study of translators' games in translation activities. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2022, no. 3, pp. 113–124.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-113-124



ВЕСТНИК МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБЛАСТНОГО УНИВЕРСИТЕТА

Рецензируемый научный журнал «Вестник Московского государственного областного университета» основан в 1998 г. Сегодня выпускается десять журналов (предметных серий) «Вестника Московского государственного областного университета»: «История и политические науки», «Экономика», «Юриспруденция», «Философские науки», «Естественные науки», «Русская филология», «Физика-математика», «Лингвистика», «Психологические науки», «Педагогика». Журналы включены в составленный Высшей аттестационной комиссией «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание учёной степени кандидата наук, на соискание учёной степени доктора наук» по наукам, соответствующим названию серии. Журналы также включены в базу данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ).

Печатные версии журналов зарегистрированы в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

Полнотекстовые версии журналов доступны в интернете на платформе Научной электронной библиотеки (www.elibrary.ru), на платформе Научной электронной библиотеки «КиберЛенинка» (<https://cyberleninka.ru>), а также на сайтах Вестника Московского государственного областного университета (www.vestnik-mgou.ru) и Вестника Московского государственного областного университета. Серия: «Лингвистика» (<https://linmgou.elpub.ru/>).

ВЕСТНИК МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБЛАСТНОГО УНИВЕРСИТЕТА

СЕРИЯ: ЛИНГВИСТИКА

2022. № 3

Над номером работали:

Литературный редактор М. С. Тарасова
Переводчик А. Ю. Назарова
Корректор М. С. Тарасова
Компьютерная вёрстка – А. В. Тетерин

Адрес редакции:
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А, офис 98
тел. (495) 780-09-42 (доб. 6101)
e-mail: info@vestnik-mgou.ru
сайт: www.vestnik-mgou.ru

Формат 70x108/16. Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура «Minion Pro».

Тираж 500 экз. Усл. п. л. 8, уч.-изд. л. 9,25.

Подписано в печать: 20.06.22. Выход в свет: 22.06.22. Заказ № 2022/06-07.

Отпечатано в МГОУ
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А