



eISSN 2311-2468
Том 12, № 3. 2024
Vol. 12, no. 3. 2024

электронное периодическое издание
для студентов и аспирантов

Огарёв-онлайн Ogarev-online

<https://journal.mrsu.ru>



ГРИШИНА Е. А.

**ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ
МАЛОФОРМАТНОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ХЭШТЕГА**

Аннотация. В статье рассматривается явление малоформатности текста в интернет-коммуникации. На примере англоязычного хэштег-текста выявлен ряд лексических средств реализации малоформатности, в число которых вошли аббревиатуры, акронимы, инициализмы и графические сокращения. В результате исследования было установлено, что данные лексические средства выполняют ряд функций в англоязычном хэштег-тексте.

Ключевые слова: хэштег, малоформатность, интернет-коммуникация, аббревиатура, языковая компрессия.

GRISHINA E. A.

**LANGUAGE MEANS OF IMPLEMENTING
COMPACTNESS OF ENGLISH HASHTAG**

Abstract. The article explores the phenomenon of text compactness in Internet communication. Considering the English hashtag, lexical means of implementing compactness, such as abbreviations, acronyms, initialisms and graphical shortenings, are identified. As a result of the study, it was found that abbreviation performs a number of functions in English hashtags.

Keywords: hashtag, compactness, Internet communication, abbreviation, language compression.

Хэштег – это комбинация символа «решетка» (#) и текстовой информации для обозначения тематической принадлежности сообщения или публикации в социальных сетях. Термин «хэштег» образован от англоязычного слова «hashtag» (от англ. hash – решетка + tag – метка). Впервые хэштег стал использоваться в сетях IRC (англ. Internet RelayChat) для маркировки сообщений, принадлежащих определенной теме [1; 2]. Широкое распространение хэштег получил благодаря росту популярности социальных сетей в мире.

В лингвистике хэштег стал основой такого понятия как хэштег-текст. По определению Ю. С. Наволоки, хэштег-текст – это «письменное сообщение любой протяжённости, состоящее из одного или нескольких хэштегов, принадлежащее одному участнику коммуникации, имеющее свою прагматическую установку (т.е. рассчитанное на воздействие на адресата) и обладающая такими свойствами, как цельность, связность, континуум, завершенность, информативность» [3, с. 570].

Главная особенность хэштегов, заключается в их малоформатности, т.е. способности передать большой объём информации с использованием минимального количества языковых

единиц [3]. Другими словами, в малоформатных текстах осуществляется процесс языковой компрессии, который заключается в сжатии или сокращении лексических единиц, морфологических форм и синтаксических конструкций с сохранением объема передаваемого сообщения. Интернет-коммуникация является наиболее распространенным местом реализации явления малоформатности. Использование хэштегов в социальных сетях позволяет экономить время, символы при написании сообщений, а также придать коммуникации неформальный и индивидуальный характер. В этой связи возникает необходимость выявить языковые средства, позволяющие реализовать малоформатность как текстовую особенность хэштега.

Материалом исследования послужили англоязычные актуальные хештеги, функционирующие в сети Интернет. Для отбора использовался специализированный сайт tagdef.com. Данный ресурс позволяет осуществлять поиск хэштегов, проводить мониторинг их популярности, а также на нем представлены дефиниции к большинству хэштегов с помощью пользователей [4]. Степень популярности хэштега определяется голосованием пользователей. Общий объем анализируемого материала составляет 58 примеров хэштегов, отобранных методом сплошной выборки.

Проведенный анализ показал, что аббревиация является наиболее частотным языковым средством, которое используется для образования хэштега. Аббревиатуры – это сокращение слов или выражений, которые состоят из первых букв слов фразы. К популярным и общепринятым аббревиатурам относятся, например, NATO (North Atlantic Treaty Organization), NASA (National Aeronautics and Space Administration) и др.

Современные лингвисты делят аббревиатуры на 2 большие группы: формальные и неформальные.

Формальные аббревиатуры – общепринятые сокращения, применяемые в различных сферах профессиональной деятельности, а также в официальных документах. По данным сайта tagdef.com, к популярным хэштегам, образованном по модели формальной аббревиатуры, относятся сокращения, которые встречаются в политической сфере.

- (1) #usa (related to the United States of America)
- (2) #eu (European Union, economic and political union of 27 states)
- (3) #un (United Nations with headquarters in New York City)
- (4) #uk (related to the United Kingdom)
- (5) #g7 (Group of Seven)
- (6) #wto (World Trade Organization)

Неформальные аббревиатуры – это краткая форма слова, выражения или фразы, которые распространены в повседневной жизни и используются в неформальной обстановке, например, в переписке в социальных сетях, чатах или разговорной речи. Часто неформальные аббревиатуры имеют локальный характер, т.е. понятны определенной группе людей. Сегодня в хэштегах можно найти огромное количество неформальных сокращений, типичных для интернет-коммуникации. Приведем примеры наиболее частотных хэштегов, образованных по данной модели [4].

(7) #b4 (Before)

(8) #lol (Laughing Out Loud, to tag something as funny)

(9) #asap (As Soon As Possible)

(10) #thx (stands for "Thanks")

(11) #cu (See You)

(12) #hru (How Are You?)

(13) #idk (I Don't Know)

(14) #bff (Best Friends Forever)

В ходе анализа популярных хэштегов было отмечено использование словообразовательных моделей некоторых разновидностей аббревиатур.

1. Акронимы. Они представляют собой объединение первых букв выражения или фразы. Образованная комбинация букв используется в качестве отдельного слова и полностью произносится [4].

(15) #unesco (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization is an agency of the United Nations)

(16) #nato (North Atlantic Treaty Organization: Military Alliance of nations in North America and Europe)

(17) #sos (SOS is the "help" abbreviation "Save Our Souls", and is the maritime distress signal. Use #sos to ask for help)

(18) #fifa (Fédération Internationale de Football Association)

(19) #aids (Acquired Immunodeficiency Syndrome)

2. Инициализмы. Это тип аббревиатур, читающийся по буквам. Инициализмы составляют большую часть аббревиатур в английском языке [5].

(20) #fbi (an agency of the US Department of Justice that serves as both a federal criminal investigative body & an internal intelligence agency. The FBI has investigative jurisdiction over violations of more than 200 categories of federal crime. Its motto is "Fidelity Bravery Integrity")

(21) #imf (International Monetary Fund)

(22) #ceo (Chief Executive Officer)

(23) #diy (Do It Yourself, meaning to make, build, assemble, sew, design, or otherwise do something yourself, rather than buying a finished product or having an expert or professional do it)

(24) #tbt (Throwback Thursday!)

(25) #imho (In My Humble Opinion)

(26) #ootd (outfit of the day. . .it is used on fashion blogs and sites all the time)

(27) #icymi (In Case You Missed It)

(28) #wcw (Woman Crush Wednesday)

(29) #fb (Follow Back)

(30) #iykyk (If You Know, You Know)

3. Графические сокращения. Эти сокращения имеют неполную форму написания, но при чтении произносятся полностью [6].

(31) #dr (Doctor)

(32) #mrs (Missis)

(33) #mr (Mister)

В результате анализа словообразовательных моделей популярных хэштегов были выявлены их частотные функции в интернет-коммуникации.

1. Хэштеги-аббревиатуры, которые используются в контексте неформального общения. Эта группа хэштегов включает в себя как общепринятые, так и сленговые сокращения [4].

(34) #brb (Be Right Back)

(35) #btw (By The Way)

(36) #lmk (Let Me Know)

(37) #ttyl (Talk To You Later)

2. Хэштеги-деловые сокращения или аббревиатуры, которые широко применяются в официальной переписке [5].

(38) #b2b (Business to Business)

(39) #crm (Customer Relationship Management)

(40) #pr (Public Relations)

(41) #ceo (Chief Executive Officer)

3. Хэштеги-аббревиатуры, которые являются сокращениями географических объектов, единиц измерения, локаций, месяцев, дней недели и др [4].

(42) #blvd (Boulevard)

(43) #ave (Avenue)

(44) #wed (Wednesday)

(45) #fri (Friday)

(46) #feb (February)

(47) #apr (April)

Исходя вышесказанного, можно сделать вывод о том, что аббревиатуры реализуют в хэштегах ряд важных функций.

1. Функция языковой компрессии, основной задачей которой является сжатие информации. Это позволяет экономно распоряжаться временем и пространством при написании текста.

2. Функция престижа, которая способна привлекать огромное количество пользователей и повышать значимость создаваемого контента. Чем популярнее используемый хэштег, тем больше пользователей просматривают контент, за которым он закреплён.

3. Рекламная функция. Использование аббревиатур в хэштегах дает возможность привлечь внимание потребителей к бренду или продукту, другими словами способствовать его продвижению [6].

(48) #bmw (Bayerische Motoren Werke)

(49) #kfc (Kentucky Fried Chicken)

(50) #lg (Lucky-Goldstar)

4. Оперативная функция. Аббревиатуры в хэштегах могут использоваться для обозначения каких-либо общественно-значимых событий. Это позволяет собрать новости и посты, которые связаны с этим событием [6].

(51) #covid19

(52) #election2020

(53) #oscar2022

(54) #grammys2022

5. Коннотативная функция, которая позволяет выразить через хэштег эмоцию или личное отношение к теме [6].

(55) #lol (Laughing Out Loud, to tag something as funny)

(56) #rofl (Rolling On Floor Laughing)

(57) #omg (Oh My God)

(58) #wth (What The Hell)

Таким образом, аббревиация является ключевым словообразовательным средством реализации малоформатности хэштега. Кроме того, аббревиация в англоязычном хэштеге выполняет широкий спектр функций, среди которых можно отметить коннотативную функцию, функцию языковой компрессии, рекламную функцию, функцию престижа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ильина И. А. Хэштег как лингвистический феномен // Ученые записки Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики. – 2016. – № 3 (55). – С. 4–44.
2. Кан Е. В. Хэштеги как новое лингвистическое явление // Филологический аспект. – Нижний Новгород, 2017. – № 1 (21). – С. 91–98 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://scipress.ru/philology/articles/kheshtegi-kak-novoe-lingvisticheskoe-yavlenie.html?ysclid=lf1nig16ou690518825> (дата обращения: 30.11.2023).
3. Наволока Ю. С. Хэштег-текст как новый формат текста в интернет-пространстве (на примере социальной сети «Инстаграм») // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – № 12-3 (90) – С. 568–573.
4. Tagdef [Электронный ресурс]. – Режим доступа: tagdef.com (дата обращения 01.12.2023).
5. VKontakte [Электронный ресурс]. – Режим доступа: vk.com (дата обращения 02.12.2023).
6. YouTube [Электронный ресурс]. – Режим доступа: youtube.com (дата обращения 02.12.2023).

АРЮШКИНА И. Г.

**СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОКРАЩЕНИЙ В
ИСПАНОЯЗЫЧНЫХ ЖУРНАЛАХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ**

Аннотация. Статья посвящена исследованию сокращений как одного из продуктивных способов словообразования в испанском языке. Анализируются структурно-функциональные особенности сокращений в текстах испаноязычных журналов экономической направленности. По результатам исследования приводятся наиболее частотные типы сокращений, а также рассматривается функциональный потенциал сокращений в испанском языке.

Ключевые слова: словообразование, сокращение, сигла, акроним, аббревиатура, эргоним.

ARYUSHKINA I. G.

**STRUCTURAL AND FUNCTIONAL ANALYSIS OF ABBREVIATIONS
IN SPANISH ECONOMIC JOURNALS**

Abstract. The article is devoted to the study of shortening as a productive way of word formation in the Spanish language. The analysis of structural and functional features of shortenings used in the texts of Spanish economic journals is presented. As a result, the most frequent types of shortenings are identified and the functions of shortenings in Spanish are considered.

Keywords: word formation, shortening, sigla, acronym, abbreviation, ergonym.

В последнее десятилетие в некоторых европейских языках можно наблюдать тенденцию возрастания роли продуктивности сокращения как способа образования новых слов [2]. Сокращение представляет собой процесс количественного уменьшения элементов исходного выражения. Продуктивность данной словообразовательной модели может быть обусловлена различными факторами. Прежде всего, нельзя не учитывать влияние современных информационно-коммуникационных технологий на жизнь человека, изменивших условия речевой коммуникации и обусловивших перенос в сторону письменной коммуникации, где особенно заметно употребление сокращений.

Некоторые исследователи объясняют распространение сокращений закономерным процессом развития языка, принципом экономии или так называемым «законом экономии речевых средств», поскольку сокращения позволяют экономить время и усилия на создание и распознавание сообщения [1]. Другие учёные полагают, что механизм компрессии, лежащий в основе сокращения языковых единиц, обусловлен когнитивными процессами человеческого сознания [4; 6]. В связи с этим пополнение словообразовательного фонда

различных языков новыми сокращениями, а также использование сокращений в различных сферах человеческой деятельности требует изучения особенностей их образования и функционирования.

Сокращения в испанском языке на современном этапе его развития представляют собой обширный пласт лексики. Одна из сфер активного употребления сокращений – экономика. Использование сокращений в экономической сфере имеет свои особенности. Исследование данного способа словообразования позволяет понять тенденции языкового развития, а также специфику структурно-функционального аспекта сокращений в испанском языке.

Целью данного исследования является анализ особенностей образования, структурного состава и функционирования сокращений в текстах испаноязычных журналов экономической направленности за период с января по июль 2023 года следующих периодических изданий: Alternativas Económicas, Carta Financiera, Expansión, Portafolio, Gestión, Banca & Desarrollo, Summa. Отобранный материал составляет 820 страниц, на которых методом сплошной выборки было выявлено и проанализировано 685 сокращений.

Типы сокращений в испаноязычных журналах экономической направленности

- Аббревиатуры
- Инициальные сокращения
- Усечения
- Слоговые сокращения
- Смешанные сокращения с элементами усечения и инициального сокращения
- Нумеронимы
- Сокращения других типов

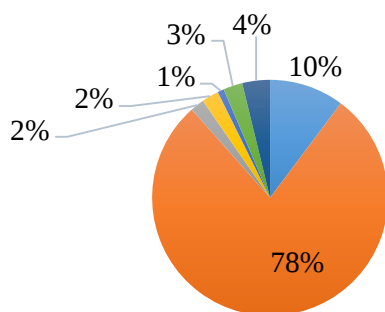


Диаграмма 1. Типы сокращений в испаноязычных журналах экономической направленности.

Сокращения в исследуемом материале представлены различными структурными типами. По результатам проведённого исследования структурных типов испаноязычных сокращений в журналах экономической направленности были выделены следующие продуктивные типы сокращений в испанском языке.

1. Графические сокращения (аббревиатуры) представляют собой сокращения, используемые на письме [8]. При использовании данных сокращений в устной речи приводится их полная форма. Процентное соотношение аббревиатур в материале исследования составляет 10% от числа всех сокращений (диагр. 1). Исходя из результатов анализа, аббревиатуры в испанском языке представлены сокращениями, заимствованными из латинского языка: a.m. < ante meridiem, p.m. < post meridiem, A. D. < Anno Domini, etc. < etcetera, i. e. < id est. Также можно выделить типичные сокращения, используемые на письме для экономии места и времени: m. < millón, no. < número, kW < kilowatt, CAN < Canadá, Ene. < Енеро. Кроме этого, к аббревиатурам испанского языка относятся сокращения с удвоенными буквами для внешнего отображения множественного числа выражения: CCAA < Comunidades Autónomas, CCOO < Comisiones Obreras. При этом можно отметить вариативность написания подобных аббревиатур: EEUU / EE.UU / EE UU < Estados Unidos.

2. Лексические сокращения – сокращения, которые являются самостоятельными единицами языка, имеющими материальную и смысловую стороны и способные образовывать дериваты [3]. Лексические сокращения испанского языка представлены следующими типами:

2.1. Усечения – лексические единицы, образованные в результате сокращения части исходного слова или словосочетания: tele < televisión, bici < bicicleta, aero < aeropuerto, Uni < Universidad, profe < profesor/a. Некоторые усечения в испанском характеризуются определённой стилистической окраской, обозначая принадлежность нового слова к разговорному разряду словарного состава языка.

2.2. Слоговые сокращения – сокращения, образованные путём слияния сокращённых основ двух и более исходных единиц: IBEX < Iberia Index, UNITEC < Universidad Tecnológica, Telnor < Teléfonos del Noroeste.

2.3. Сокращения смешанного типа, образованные путём усечения и инициального сокращения: TVE < Televisión Española, AEMET < Agencia Estatal de Meteorología, ICREG < Índice de Competitividad Regional.

2.4. Нумеронимы – сокращения, сочетающие номинативную часть с цифровым компонентом: ODS8 < Objetivo de Desarrollo Sostenible, IC500 < Integridad Corporativa 500, 15-M < Movimiento de 15 de Mayo – протестное движение в Испании, которое было основано

как протест, произошедший при выборах 15 мая 2011 года с целью расширения демократических прав и свобод и отмены двухпартийной системы.

2.5. Инициальные сокращения – сокращения, которые образованы из начальных элементов прототипа. Доля сокращений инициального типа составляет 78%, что говорит о продуктивности данного способа словообразования. Среди инициальных типов можно выделить несколько подтипов:

- Сиглы – инициальные сокращения буквенного типа, которые читаются в соответствии с алфавитным прочтением элементов, составляющих сокращение. UE < Unión Europea, CNSF < Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, ACM < Asociación Colombiana de Minería.

- Акронимы – инициальные сокращения звукового типа, имеющие фонетическую структуру. PERTE < Proyectos Estratégicos para la Recuperación y Transformación Económica, PIB < Producto Interior Bruto, CEPA < Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma.

- Буквенно-звуковые инициальные сокращения – сокращения, совмещающие в себе прочтение сигл и акронимов: PSOE < Partido Socialista Obrero Español, TLCAN < Tratado de Libre Comercio de América del Norte, BNDES < Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social.

- Макронимы – инициальные сокращения, в структуре которых заложены другие акронимы: IAMSA < Inversionistas en Autotransportes Mexicanos SA, где SA < Sociedad Autónoma.

- Сиглоиды – инициальные сокращения, которые включают в себя служебные части речи: UdG < Universidad de Girona, ZAD < Zonas a Defender, MIYM < Mexicana de Industrias y Marcas. Данный тип инициальных сокращений выделил испанский лингвист Мануэле Касадо Веларде, отметивший данную особенность формирования сокращений в испанском языке [7].

Тот факт, что инициальные сокращения составляют значительную долю всех сокращений в исследуемом материале, говорит о необходимости остановиться подробнее на анализе данного способа словообразования в испанском языке. Компонентный анализ сокращений инициального типа в испанском языке демонстрирует преобладание трёхкомпонентных сокращений, что составляет 48% от всей доли сокращений инициального типа (диагр. 2). Менее распространёнными являются четырёх и пятикомпонентные сокращения, доля которых составляет 28% и 10% соответственно. Наименее распространёнными являются двухкомпонентные (7%), шестикомпонентные, а также инициальные сокращения с числом компонентов больше шести (7%).

Что касается подтипов инициальных сокращений, превалирующее положение принадлежит прежде всего сиглам. Однако можно видеть тенденцию, что с увеличением количества компонентов, составляющих сокращение, возрастает вероятность того, что такое сокращение будет иметь сллабическую структуру. Можно высказать предположение о том, что сллабическая структура, обеспечивающая удобство использования сокращения в речи, компенсирует его многокомпонентность.

Инициальные сокращения в испанском языке могут образовываться не только из начальных букв или звуков исходных выражений, но также из начальных слогов, что позволяет создать более удобное для функционирования сокращения благодаря его внешней форме, имеющей сллабическую структуру: ADIMUR < Asociación de Directivas de la Región de Murcia, PROMESA < Promotora de un Mejor Entorno Social y Ambiental, SEDATU < Secretaría de Desarrollo Territorial y Urbano, FOGASA < Fondo de Garantía Salarial, ESNEIN < Escuela de Negocios Internacionales.

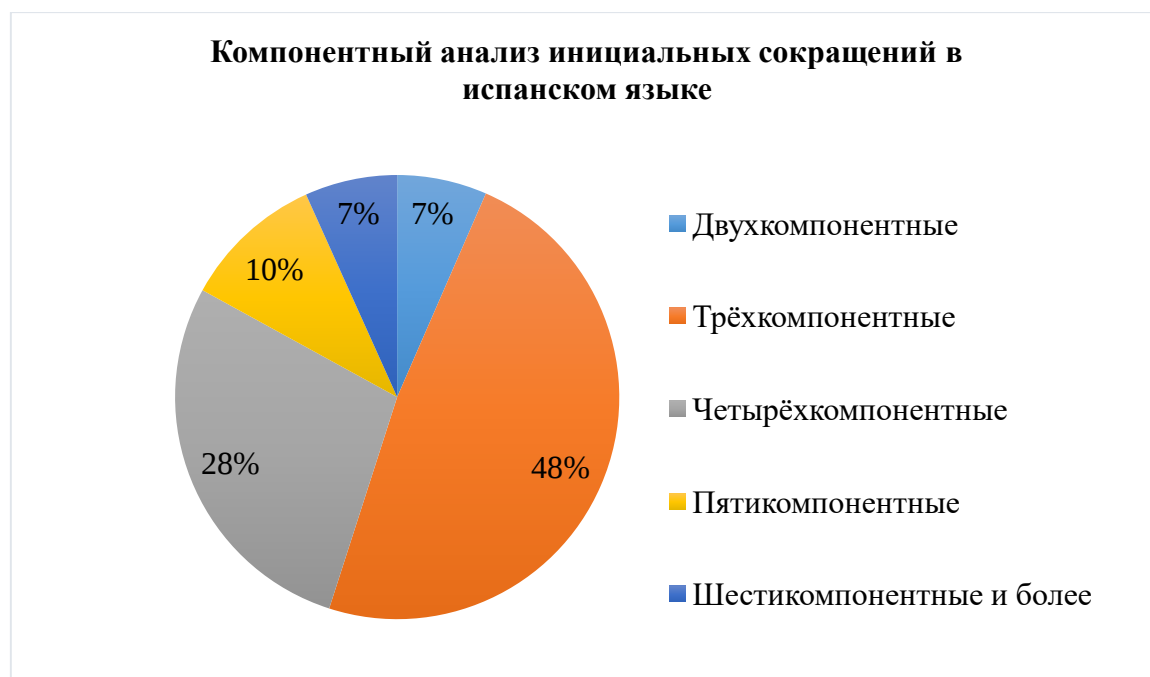


Диаграмма 2. Компонентный анализ инициальных сокращений в испанском языке.

Большая доля сокращений в проанализированном материале представляет собой эргонимы – названия организаций и предприятий (банков, политических партий, экономических блоков, союзов, объединений, международных организаций, учебных заведений и других учреждений). Помимо эргонимов сокращения используются для обозначения экономических понятий и терминов, стран, международных валют.

В структурном плане такие сокращения представляют собой инициальный тип сокращений. Кроме этого, особенностью испаноязычных журналов является использование

интернациональных и заимствованных сокращений, большинство из которых являются эргонимами и поэтому не адаптируются под систему испанского языка. Сокращения подобного рода могут расшифровываться с приведением полного наименования на языке создания сокращения для удобства читателей: англ. TRAC < Transparency in Reporting Anti-Corruption, фр. IFRI < Institut Français des Relations Internationales, порт. BIRD < Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento.

Перейдём к рассмотрению функций сокращений в испаноязычных экономических журналах. Прежде всего, стоит отметить компрессивную функцию, свойственную всем сокращениям, поскольку они способствуют повышению информативности текста путём сокращения материального знака. Кроме того, сокращениям выполняют номинативную функцию, поскольку каждое сокращение называет какой-либо объект или явление действительности: LOMLOE < Ley Orgánica por la que se Modifica la Ley Orgánica de Educación. Отметим также когнитивную функцию сокращений, проявляющуюся в том, что за сокращением «стоят смыслы, согласно которым можно объединить их в референтные классы» [5, с. 6].

По результатам исследования было выявлено, что сокращения могут использоваться и в стилистических целях, позволяя, таким образом, выделить экспрессивную функцию сокращений. Данная функция проявляется в использовании сокращений с целью привлечения внимания в заголовках статей, в иронических и юмористических целях, что достигается благодаря материальной формы сокращения.

Рассмотрим пример реализации экспрессивной функции сокращений. Так, статья, посвящённая требованиям к производственным помещениям, содержит подзаголовок «kVas, kVas, kVas...», где повторно используется сокращение kVas < kilovoltioamperios. Обратившись к тексту статьи можно обнаружить пояснение такого употребления данного сокращения:

«Ya no pensamos sólo en *location*, *location*, *location*, como se decía antes, ahora pensamos en kVas, kVas, kVas» [9, с. 170].

Автор цитаты хочет сказать, что если раньше основным требованием к производственному помещению было его расположение, то в настоящее время необходимо также принимать во внимание потребности в электроэнергии. В связи с этим, повторным использование сокращения, а также его использования в подзаголовке позволяет привлечь внимание читателя к проблеме и донести основную мысль.

Таким образом, по итогам проведённого исследования были выделены особенности использования сокращений в испаноязычных журналах экономической направленности, их структурные и функциональные характеристики. Продуктивность сокращения как способа

словообразования современного испанского языка, а также недостаточной изученности в различных сферах человеческой деятельности говорит о необходимости проведения дальнейшего исследования данного способа словообразования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка: учебное пособие. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. – 376 с.
2. Бабенкова Е. А., Тетянникова К. В. Продуктивность словообразовательных моделей англоязычных неологизмов периода пандемии COVID-19 // Вестник Марийского государственного университета. – 2022. – Т.16. – № 1. – С. 71–77.
3. Борисов В. В. Аббревиация и акронимия. Военные и научно-технические сокращения в иностранных языках / Под ред. А. Д. Швейцера. – М.: Военное издательство Министерства обороны СССР, 1972. – 320 с.
4. Головач О. А. Принцип экономии в лингвистике // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. – 2011. – № 3 (17). – С. 137–139.
5. Дюжикова Е. А. Функции аббревиатур в свете когнитивно-дискурсивной парадигмы (на материале английского языка) [Электронный ресурс] // Электронный журнал «Вестник МГОУ». – 2013. – № 3. – Режим доступа: <https://www.evestnik-mgou.ru/jour/article/view/697/694> (дата обращения 19.10.2023).
6. Канашина С. В. Когнитивный механизм компрессии в интернет-мемах [Электронный ресурс] // Филологические науки в МГИМО. – 2015. – №1. – С. 30–39. – Режим доступа: https://mgimo.ru/library/publications/kognitivnyy_mekhanizm_kompressii_v_internet_memakh/?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com (дата обращения 20.10.2023).
7. Casado Velarde M. Creación léxica mediante siglas [Электронный ресурс] // Revista Española de lingüística. – Madrid, 1979. – Núm. 9. – Vol. 1. – P. 67–88. – Режим доступа: <http://revista.sel.edu.es/index.php/revista/article/view/623> (дата обращения 06. 09. 2023).
8. Rodríguez Gonzálz Félix. Origen y evolución de las siglas. – Universidad de Alicante, 2012. – P. 355–379. – Режим доступа: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/46047> (дата обращения 20. 09. 2023).
9. Revista Junio 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://expansion.mx/revista-digital-junio-2023> (дата обращения 18.11.2023).

СТЕПАНОВА А. М., АФТАЙКИНА С. Д.
СТРАТЕГИИ ПЕРЕДАЧИ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ АНТРОПОНИМОВ
С НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Аннотация. В статье представлены описание и анализ функционирования имен собственных в немецкоязычном художественном тексте. Комплекс антропонимов систематизирован методом сплошной выборки из текстов сказок братьев Гримм. Определены приемы передачи имен собственных литературных героев при переводе проанализированных художественных текстов с немецкого языка на русский язык.

Ключевые слова: антропоним, перевод, семантическое значение, транскрипция, транслитерация.

STEPANOVA A. M., AFTAİKINA S. D.
STRATEGIES FOR RENDERING LITERARY PROPER NAMES
FROM GERMAN INTO RUSSIAN

Abstract. This article describes and analyzes the functioning of proper names in German literary text. The proper names are systematized by the method of continuous sampling from the texts of fairy tales by the Brothers Grimm. The techniques for rendering proper names when translating the fairy tales under analysis from German into Russian are determined.

Keywords: proper name, translation, semantic meaning, transcription, transliteration.

Имя собственное представляет широкое поле для изучения. Оно несёт в себе глубокое культурное, социальное, историческое и лингвистическое значение. Так как имя собственное, а в частности, личное имя несёт в себе большое количество имплицитной информации, перевод таких лексических единиц сопряжён с некоторыми сложностями.

В художественном тексте имена собственные добавляют образности. Сами имена собственные усложняются по мере развития текста, а также расширяют свое значение. Часто имя собственное соотносится с несколькими смыслами и значениями, что усиливает его связь с произведением. Кроме того, имя собственное выполняет эстетическую функцию, что становится возможным благодаря выполнению стилистической функции. Ономастическое пространство того или иного народа становится своеобразной призмой, через которую в преломленном виде можно наблюдать общество и культуру, а антропонимы могут выполнять многообразные экспрессивные функции, используя контекстуальные связи и внетекстовые возможности [5].

Антропонимы, включающие в себя имена, фамилии, прозвища персонажей, являются важным элементом перевода. Их корректная передача позволяет правильно понять концепцию

переводчика [1]. Существует пять основных способов передачи имён собственных: транскрипция, транслитерация, калькирование, транспозиция, аналоговая замена. Далее рассмотрим каждый из вариантов более детально.

Транслитерация – «формальное побуквенное воссоздание исходной лексической единицы с помощью алфавита переводящего языка; буквенная имитация формы исходного слова» [4]. Такой приём становится возможным благодаря тому, что латиница, греческий алфавит и кириллица, на которых базируется большинство языков, имеют общую основу. Графические обозначения часто совпадают во многих языках, что способствует сохранению наиболее приближенного к оригиналу варианта имени собственного. Главный недостаток такого способа перевода – искажается звучание имени, так как фонетическая система, в отличие от знаковой, имеет гораздо больше вариаций в языках. Такая ситуация становится причиной того, что имя собственное может настолько поменять своё звучание, что в устной речи может не сразу быть понятно, о ком идёт речь. Именно поэтому такой способ применяют в основном для письменной речи, и в настоящее время практически не используется в чистом виде, так как большинство звуков и звукосочетаний латинского и греческого алфавитов либо утратили, либо видоизменили своё звучание.

Широко используемой практикой является перенос – приём, при котором имя переносится из языка в язык в исходном виде, без каких-либо переводческих преобразований. Особенно часто его можно встретить в специальных, медицинских текстах.

Следующий приём – транскрипция. В отличие от предыдущего способа перевод имени осуществляется не за счёт передачи букв, а с помощью звукового изложения имени собственного. Таким образом, сохраняется звуковое оформление имени, которое в разных языках выражается разными графическими знаками. Сейчас это наиболее распространённый приём в переводе. Как и любой способ перевода, он не является идеальным и уникальным, а сопряжён рядом трудностей. Первый из которых – это работа с такими языками, как французский или английский, в которых многие сочетания либо не произносятся, либо звучат непривычным для носителей других языков образом. В таком случае важно правильно понимать, как именно должно звучать имя на языке оригинала, чтобы предложить наиболее оптимальный перевод.

Ещё одной сложностью, связанной с транскрипцией, является принципиальное различие фонетических систем языков. Речь идёт о наличии или отсутствии в языках уникальной фонетической системы. Это приводит к тому, что практически каждый язык располагает такими звуками, которых нет в других. Например, разнообразие гласных звуков во французском, согласных в арабском и английском языках; разница по твердости/звонкости,

долготе/краткости. Из-за всех перечисленных факторов переводчик вынужден подбирать другие, похожие на оригинальные, звуки. А из-за этого меняется исходное звучание слова.

Следующий приём – калькирование. Суть этого метода заключается в переводе частей слова, эквиваленты которых уже закреплены в словаре. При переводе антропонима таким образом часто происходит использование транскрипции, транслитерации, трансформация некоторых составных компонентов.

Кроме вышеперечисленных способов перевода антропонимов можно отнести приближённый перевод, или уподобление, что ещё может называться аналоговая замена. В таком случае смысл имени останется прежним, однако его графический и фонетический образ будет соотнесён с лингво-и социокультурными реалиями переводимого языка.

Говоря об именах-характеристиках, стоит обратить внимание на сказку братьев Гримм «Schneewittchen» [6], что на русский язык переводится как «Белоснежка» [2]. В этом имени реализуются сразу две задумки автора: описать внешность девушки и показать связь с ее внутренним обликом. Видно, что название является составным существительным, в состав которого входят два слова: «Schnee» и «Wittchen». Последнюю составляющую часть можно рассмотреть более подробно, так как оно не является реальным словом в немецком языке. Это – выдуманное автором имя, которое ассоциируется со словом «weiß» – «белый». Благодаря суффиксу «chen» мы понимаем, что речь идёт о ком-то или чём-то маленьком, небольшом или юном. В результате приёму автор реализует свою задумку: наделить героиню такими качествами, как нежность, невинность, благородство, доброта. Ведь Белоснежка не только внешне была белая, как снег, но и чиста внутренне. Такое имя отражает её внешность и состояние души: «Bald darauf bekam sie ein Töchterlein, das war so weiß wie Schnee, so rot wie Blut und so schwarzhaarig wie Ebenholz und ward darum Schneewittchen genannt» [6]. Здесь описывается, что девушка при рождении имела белую, как снег кожу, поэтому было решено назвать героиню, опираясь на характерную часть её внешности. Интересен тот факт, что в немецкой культуре «Schneewittchen» может переводиться и как «Снегурочка», и как «Белоснежка». Само слово в немецком языке является неологизмом, поэтому и переводится на русский язык, вероятнее всего, будет с помощью неологизма. Слово «Белоснежка» таковым и является.

В различных вариантах перевода имя главной героини сказки братьев Гримм «Frau Holle» передано по-разному. Самым точным и приближённым к оригиналу считается перевод под редакцией П. Н. Полевого. В таком варианте имя собственное переведено как «Госпожа метелица» [3]. Именно такой вариант считается наиболее распространённым. «Nun war es eine Zeitlang bei der Frau Holle, da ward es traurig und wußte anfangs selbst nicht, was ihm fehlte, endlich merkte es, daß es Heimweh war» [6]. Таким образом выглядит пример функционирования

антропонима в оригинальном тексте. Самый распространенный способ перевода – «Госпожа Метелица», также при переводе данной сказки используются варианты – «Бабушка вьюга», «Бабушка метелица», «Хозяйка подземелья». Каждый переводчик, выполняя перевод этого имени собственного, руководствовался собственными предпочтениями.

Если разбирать слово более детально, то можно отметить, что словосочетание «Frau Holle» состоит из двух слов: «Frau», что переводится как «женщина», «мадам», «госпожа» и «Holle», что имеет значение «чуб», «хохолок» «вихор», то есть выступающая прядь волос на голове, которая может появиться из-за интенсивной физической работы. Для того, чтобы разобраться в том, удачен ли был такой перевод относительно сказки или нет, необходимо обратить внимание на её содержание. Речь идёт о том, как две девушки попадают в царство к пожилой женщине, которая даёт гостям выполнить определённую домашнюю работу. В основном, девушкам нужно взбивать перину, перья из которой представляют особую ценность. Одна из сестёр работает добросовестно, а вторая подходит к делу пренебрежительно, показывая своё нежелание выполнять её. Как выясняется позже, эта женщина является зимой, в некоторых вариантах сказки – вьюгой или некой силой, контролирующей зимнюю погоду, а перья из взбиваемой перины – снег, который должен выпадать зимой. Та девушка, которая выполняла все поручения хозяйки, получает награду, а её сестра – наказание. Как видно из содержания сказки, работа Госпожи Метелицы тяжела и ответственна, ведь именно она отвечает за снег в зимнее время года. Именно от взбивания перины у неё может появиться такая прядь.

Другой вариант «Бабушка вьюга» тоже отвечает нормативным требованиям перевода. Слова «бабушка» и «госпожа» имеют такие отличительные признаки, которые не влияют в данном случае на содержание. А так как слово «Frau» относится к лицу женского пола, без указания на возраст, то вариант «бабушка» не является противоречивым. В сказке речь идёт о хозяйке подземного царства, куда попадают сёстры. А в тексте подчёркивается, что это – опытная, строгая и справедливая женщина, которая добра к «хорошим» людям и строга, но не жестока к «плохим». То же самое можно сказать об имени собственном «Бабушка метелица». Варианты использования и творческие преобразования были отмечены выше, а смешение двух вариантов не влияет на смысл сказки.

Интересный вариант перевода «Хозяйка подземелья» был предложен Э. И. Ивановой [2]. В этом случае переводчик отходит от оригинального названия и исходит из семантического значения. Сёстры оказались в гостях у этой женщины не просто так, а упав в колодец. Одна из сестёр провалилась в него случайно, а вторая специально прыгнула туда, чтобы спасти девушку. Опираясь на знание о том, что колодец находится под землёй, можно с уверенностью утверждать, что сёстры оказались в подземелье.

Рассмотрим отрывок из другой сказки: «...ein Beet, das mit den schönsten Rapunzeln bepflanzt war» «erschien sogleich die Zauberin, gab dem Kinde den Namen Rapunzel und nahm es mit sich fort...» [6]. Данная часть взята из сказки «Рапунцель» братьев Гримм. Её сюжет такой: один крестьянин ради своей беременной жены пошёл воровать салат на огород жившей по соседству ведьмы. Когда та поймала мужчину, то разрешила брать столько растения, сколько потребуется взамен на первенца крестьянской пары. Родившаяся девочка получила в дальнейшем имя Рапунцель. «Rapunzel» в переводе с немецкого означает «валерьяница», «капуста». Также существует слово «Rapunzel-Glockenblume», что означает «колокольчик». Несмотря на то, что в русский язык имя героини сказки вошла как «Рапунцель», существуют и такие варианты: «Колокольчик», «Валерьяница», «Салаточка». Как мы видим, были попытки перевода путём использования калькирования и аналоговой замены, однако такие варианты не прижились и наиболее удачным переводом является тот, который выполнен при помощи транслитерации и транскрипции.

Вспомним одного из самых неоднозначных героев немецкой классической литературы. С именем Румпельштильцхен связано большое количество различных историй, в каждой из которых он появляется в новом облики. Это проказник и злодей, авторы сказки создают неологизм «Rumpelstilzchen». Это слово является носителем как морфологических, так и грамматических явлений, которые в совокупности создают уникальный образ, понятный даже тем, кто не знаком с сюжетом. В переводе с немецкого языка «Rumpel» означает «шум, грохот», «Stil» – «стиль, манера, вкус» а суффикс «chen» имеет уменьшительно-ласкательное значение. Таким образом, имя обозначает такую обстановку, при которой всегда будет грохот и шум, а суффикс иронично нивелирует масштаб разрушений, приносимый героем. При переводе был использован приём транслитерации и транскрипции. Несмотря на сохранение оригинальных акцентных шипящих сочетаний, на русский язык не была передана внутренняя живая форма этого слова.

Таким образом, на основе рассмотренных выше примеров можно сделать вывод о том, что имена собственные играют важную роль в повествовании и создании образности в художественном тексте. Благодаря им писатель даёт фоновую информацию о героях и вводит дополнительную информацию о них. Это – играющий большую роль приём, который, являясь неупомянутым напрямую, дополняет сюжет и по-своему развивает его. Именно поэтому семантико-структурное значение имени собственного не должно быть потеряно при переводе. Для достижения этой цели существуют различные способы перевода, каждый из которых вносит свой вклад в сохранение задуманного автором значения антропонимов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Афтайкина С. Д., Баукина С. А. Межъязыковые трансформации как основные приемы передачи национально-культурного колорита при переводе художественного текста // Гуманитарные науки и образование. – 2023. – № 4 (56). – С. 130–134.
2. Братья Гримм. Полное собрание сказок / Перевод Ивановой Э. И. – М.: Олма-Пресс, 2002. – 480 с.
3. Гримм Я., Гримм В. Страшные сказки братьев Гримм / Перевод Полевого П. Н. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2023. – 544 с.
4. Плешков Е. С. Значение имени собственного как лингвистическая проблема [Электронный ресурс] // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2017. – № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-imeni-sobstvennogo-kak-lingvisticheskaya-problema/viewer> (дата обращения 30.01.2024).
5. Исаева Е. Ф. Функции антропонимов в художественном тексте: на материале произведений испанских и русских авторов конца XX - начала XXI века: дисс. ... канд. филол. н. – М., 2012. – 248 с.
6. Grimms Märchen: Kinder- und Hausmärchen [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.grimmstories.com/de/grimm_maerchen/index?page=1 (дата обращения 30.01.2024).

AKHMATOVA YU. S., SEDINA I. V.

LACUNAE IN TRANSLATIONS OF POETIC TEXT: A STUDY OF ENGLISH
TRANSLATIONS OF "EUGENE ONEGIN" BY A. S. PUSHKIN

Abstract. This article is aimed at studying the theory of lacunae in Russian and international research works. The authors identify lacunae in the text of the novel in verse "Eugene Onegin" by A. S. Pushkin in Russian and study the ways of rendering them into English.

Keywords: lacunae, translation transformations, translation techniques, lacunae classification.

АХМАТОВА Ю. С., СЕДИНА И. В.

ЛАКУНЫ В ПЕРЕВОДАХ ПОЭТИЧЕСКОГО ТЕКСТА (НА МАТЕРИАЛЕ
АНГЛИЙСКИХ ПЕРЕВОДОВ «ЕВГЕНИЯ ОНЕГИНА» А. С. ПУШКИНА)

Аннотация. Данная статья направлена на изучение теории лакун в российских и зарубежных исследованиях. Авторы выявляют лакуны в тексте романа в стихах А. С. Пушкина «Евгений Онегин» на русском языке и анализируют способы их передачи на английский язык.

Ключевые слова: лакуна, переводческие трансформации, методы перевода, классификация лакун.

The problem of communication between cultures is particularly acute not only in real life, but also when studying the spiritual heritage of another culture and country, and therefore the study of works of art of other peoples, the identification of meanings enclosed by their creators have become especially important in the first quarter of the XXI century. The individuality of each of the languages, and therefore the cultural identity of a particular nationality, can be revealed by studying lacunary vocabulary.

Being a native Russian work of the XIX century, the novel in verse by A. S. Pushkin "Eugene Onegin" contains a large number of realia characteristic of that era, which are represented by lacunae and therefore is an ideal material for studying lacunary vocabulary. Lacuna (from Latin *lacuna* – cavity, depression, from French *lacune* – emptiness, gap) is the absence in the language of the designation of a concept present in another language. We can find the following definition of a lacunae in relation to linguistics and literary studies in the "Explanatory Dictionary of the Russian language" S. I. Ozhegov: "a gap, a missing place in the text" [5].

For the first time, the existence of the above-mentioned layer of vocabulary was noticed by foreign linguists J.-P. Vinay and J. Darbelnet. They introduced the term "lacunae" into scientific discourse [6]. In addition, the French linguist A. Malblanc was engaged in the study of lacunae [10].

In Russian linguistics, the theory of lacunae was studied by many scholars, including Y. A. Sorokin, L. S. Barkhudarov, E. V. Vereshchagin, V. G. Kostomarov, V. L. Muravyev, V. G. Gak, V. I. Zhelvis, I. A. Sternin, Z. D. Popova and others.

According to Yu. S. Stepanov, lacunae are "dictionary gaps", "white spots" in the language that are invisible to its native speaker [4]. Moreover, the linguist distinguishes between the concepts of "culture-specific words" and "lacunae" and believes that the national and cultural identity of the linguistic community is manifested in both of the above layers of vocabulary. E. V. Vereshchagin believes that the term "lacunae" is synonymous with the term "culture-specific words" [1]. Speaking about elements that are specific to a particular nationality and prevent communication and a full understanding of the two cultures, G. D. Gachev calls them "hangnails", which are "slipped up in the process of intercultural communication" [2].

Thus, at the moment there is no single definition of the term "lacunae" in the linguistic community, however, most linguists understand lacunae as the basic elements of the national specifics of the linguistic and cultural community, which make it difficult for representatives of other cultures and languages to understand some fragments of the text.

Let's pay attention to the classification of lacunae. The first classification was presented by the French-Canadian linguists J.-P. Vinay and J. Darbelnet. They identified two types of lacunae [6]:

- intralanguage lacunae – words that are absent in the language, but have synonyms within a certain lexical paradigm;
- interlanguage – lexical units that are absent in one of the languages, but are present in the vocabulary of another language. Thus, interlanguage gaps can be identified only when comparing two languages.

Following J.-P. Vinet and J. Darbelnet, Y. S. Stepanov proposed his own classification of lacunae. He identified two large groups – relative and absolute lacunae [5]. The scientist notes that absolute lacunae are words that have no linguistic equivalent and that can only be identified when compiling bilingual dictionaries (for example, the Russian words "именинник", "ровесник", "кипяток"). The group of relative lacunae includes words that are used quite rarely and under exceptional circumstances (the Russian words "тоска", "душа", "судьба").

V. L. Muravyev, for his part, identified lexical, ethnographic, stylistic and associative lacunae [3].

The discrepancy between the conceptual volumes of words from different languages leads to the appearance of lexical lacunae. Thus, the Russian verbs "жениться" and "выйти замуж" are lacunae for the English language, since they have only one common equivalent – the verb "to marry", which is a generic term [3].

Ethnographic lacunae reflect differences in cultures and mentalities in an extralinguistic aspect – these are the spheres of everyday life, morality, socio-cultural context, as well as differences in geographical names. In the Russian language, you can find the following words that are lacunae for the English language: "кокошник", "кафтан", "балалайка", "самовар", "лапти" [3].

Stylistic lacunae are found in the absence of a word or a stable combination in one of the languages with the same emotional and stylistic coloring as the word in the source language. Russian modal particles "неужели", "разве", "ведь", "же", "-то", etc., are a vivid example of a stylistic lacuna [3].

Associative lacunae are based on associations caused by differences in the linguistic pictures of the world of different cultures. So, the number 3 is significant for Russian folk tales, epics, proverbs, phraseological units ("за тридцать земель", "потеряться в трех соснах", etc.). Due to different historical experiences, the frequent use of the number 3 in literature remains incomprehensible for other cultures [3].

Based on the classification of V. L. Muravyev, we will consider ethnographic, associative, lexical and stylistic lacunae and ways of their translation into English in the translations of "Eugene Onegin" by J. Falen [8] and Ch. Johnston [9].

According to V. L. Muravyev's classification, ethnographic lacunae include the names of units of measurement, titles, vehicles, food and beverages, etc. [3]. The following example is of great interest for analysis from the point of view of translation transformation. The word "дрожки" used in the original text (chapter 1, stanza XXXIII) («...Уносят *дрожки* удалые / По петербургской мостовой...») means "light open carriage" [4]. Not having picked up an equivalent, the translator J. Falen transcribes the word: "... In racing *drozhkies* bound for pleasure / Along the Petersburg chaussee...", and Ch. Johnston transliterates it: "... by *drozhkies* jaunting at full power / over the Petersburg pavé ..." However, none of the translators gives a translation commentary on the word used, and therefore a foreign reader is likely to perceive the passage inappropriately.

Associative lacunae need historical commentary, interpretation, because in translation it is important to preserve background information that may be unavailable to a foreign reader due to different historical experiences of cultures [3].

A perfect example is the following lines: «...Да та, которая грустна / И молчалива, как *Светлана*...» (chapter 3, stanza V). Describing Tatiana Larina, the author compares her with another literary character – the heroine of the ballad "Svetlana" by V. A. Zhukovsky. It is known that by nature Svetlana was humble, shy, silent, and that unites her with the heroine of A. S. Pushkin Tatiana Larina. Let us pay attention to the translation comments proposed by J. Falen and Ch. Johnston. J. Falen notes: "Svetlana: the reference is to the heroine of a ballad by Vasily Zhukovsky (1783-1852), a talented poet and Pushkin's friend." Ch. Johnston gives the following comment: "Heroine of

Zhukovsky's poem of the same name." It is worth noting that J. Falen gives a more complete commentary than Ch. Johnston, which allows the reader to understand why A. S. Pushkin refers to the text of V. A. Zhukovsky.

Let us pay attention to the lexical lacunae that are associated with the absence of a one-word equivalent in one language compared to another [3]. An example of a lexical lacunae is the word "венчаться" (chapter 2, stanza XVIII). Let us quote the original text: «...Да как же ты *венчалась*, няня?» As already noted, the Russian hyperonyms "выходить замуж", "жениться", and "венчаться" do not match the same hyperonyms in English and are translated by the hyponym "to marry". This very translation that both translators offer us: "... Then how'd you come to *marry*, nanny?" (J. Falen) and "... How did you come to *marry*, nyanya?" (Ch. Johnston). Having failed to find a one-word equivalent in the target language, translators resort to generalization.

Now we are going to consider stylistic lacunae. According to V. L. Muravyev, stylistic lacunae are characterized by the absence of an adequate stylistic component in the target language, which leads to incomplete translation match [3].

The colloquial particle "авось", used in the following context – «...Уж как он Танюю прельщался, / ... / Я думала: пойдёт *авось*; / Куда! и снова дело врозь...» (chapter 7, stanza XXVI), expresses the desire of Tatiana's nanny that the girl will get married. J. Falen transforms the lexeme "авось" into the modal verb "might", expressing the assumption, the probability of an action: "... My word, that little devil courted! / I thought she *might* accept him then; / But no! the deal fell through again..." Thus, by different means of languages (particle and modal verb) the authors convey the same idea – hope, the probability that Tatiana will get married, but the translator could not convey the stylistic coloring of the vernacular dialect of Tatiana's nanny. Ch. Johnston conveys the nanny's hopes with the introductory construction "I thought" and the adverb "perhaps": "...he found Tatiana so attractive, / ... / *I thought*, she'll go this time, *perhaps* / far from it! just one more collapse ..." Paraphrasing, the translator retains the denotative component, however, Ch. Johnston also fails to convey the stylistic coloring of the word by means of the English language.

Summarizing all the above, the main translation transformations in the process of translating lacunae of a Russian poetic text into English are generalization, lexeme replacement, transcription and transliteration as well as translation commentary.

REFERENCES

1. Верещагин Е. М. Язык и культура. – М.: Русский язык, 1976. – 248 с.
2. Гачев Г.Д. Национальные образы мира. Космо-Психо-Логос. – М.: Прогресс, 1994. – 479 с.

3. Муравьев В. Л. Лексические лакуны (на материале лексики французского и русского языков). – Владимир, ВГПИ, 1975. – 97 с.
4. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 100000 слов, терминов и выражений. – М.: Мир и образование, 2015. – 547 с.
5. Степанов Ю. С. Французская стилистика [Учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз.]. – М.: Высш. шк., 1965. – 356 с.
6. Darbelnet J. Stylistique comparée du français et de l'anglais. Méthode de traduction [Electronic source]. – URL: <https://archive.org/details/VinayDarbelnetStylistiqueCompareDuFranaisEtDeLanglais> (accessed on 12.05.2023).
7. Ertelt-Vieth A. How to Analyze and Handle Cultural Gaps in German Everyday Life (from the Perspective of Exchange Students) [Electronic source]. – URL: <https://nbnresolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-452108> (accessed on 12.05.2023).
8. Falen J. E. Eugene Onegin: A Novel in Verse [Electronic source]. – URL: https://www.liveinternet.ru/community/learning_english/post98880822/ (accessed on 13.05.2023).
9. Jonston Ch. H. A. S. Pushkin. Eugene Onegin (tr. Ch. Johnston) [Electronic source]. – URL: https://thelib.ru/books/pushkin_a_s/eugene_onegin_trchjohnston-read.html (accessed on 13.05.2023).
10. Malblanc A. Stylistique comparée du français et d'allemand. – Paris: Didier, 1961. – 184 p.

БУЛКА Д. В., ЕГОШИНА Н. Г.
ОБРАЗНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ КОНЦЕПТА HOUSE
(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРОЗЫ)

Аннотация. В статье рассматривается вопрос о структуре концепта. На материале англоязычных текстов художественной прозы выделяются языковые средства, которые служат для вербализации образной составляющей концепта HOUSE. Авторы приходят к выводу о большой доле антропоморфных и мифологических метафор в процессе репрезентации образного компонента концепта HOUSE в английской литературе.

Ключевые слова: концепт, house, образная составляющая, метафора, английская литература.

BULKA D. V., EGOSHINA N. G.
IMAGERY COMPONENT OF THE CONCEPT HOUSE:
A STUDY BASED ON ENGLISH PROSE

Abstract. The article touches upon the issue of the concept structure. Various linguistic means of verbalization of the imagery component of the concept HOUSE are pointed out. The analysis is carried out using the texts of English prose. The authors come to the conclusion that anthropomorphic and mythological metaphors prevail in the representation of imagery component of the concept HOUSE in English literature.

Keywords: concept, house, imagery component, metaphor, English literature.

Система знаний о мире как единое целое, содержащаяся в сознании человека, состоит из «структурно-организованных элементов – фрагментов общего знания, или концептов» [2, с. 26]. Вопросы структуры концептов, их типов и разновидностей исследуются учеными с разных позиций и точек зрения. Сторонники когнитивного направления лингвистики разделяют точку зрения Е. С. Кубряковой о том, что концепт предполагает те смыслы, «которыми оперирует человек в процессах мышления и которые отражают содержание опыта и знания, содержание результатов всей человеческой деятельности и процессов познания мира в виде неких *квантов* знания...» [4, с. 90].

Представители семантико-когнитивного направления используют лексическую и грамматическую структуру языка как «средства доступа к содержанию концептов» [6, с. 12].

Третье направление в изучении концептов определяется как культурологическое. Его основатель Ю. С. Степанов использует фактические материалы из области философии, социологии, политологии, истории и ряда других гуманитарных наук для описания

концептов [7]. В рамках культурологического направления изучения концептов можно выделить его разновидность – лингвокультурологическое, последователи которого ограничивают рамки своих исследований концептов культуры только языковым материалом.

Отдельное место в лингвокультурологии занимает область изучения художественных концептов, которые отражают индивидуальность автора текста и его специфические представления об окружающем мире. Художественные концепты в большинстве своем выражены образной формой, которая, по словам Д. С. Лихачева, вносит «серьезный вклад в формирование общей концептосферы национального языка» [5].

Рассматривая вопрос о структуре концепта, большинство ученых говорят о его полевой организации и выделяют единицы разных уровней. И. А. Стернин полагает, что в структуре концепта присутствует ядро как базовый слой и периферия как интерпретационная часть [6]. В. И. Карасик отмечает, что концепт включает «три компонента: понятийный, образный и ценностный». Образная сторона, по мнению ученого, это «характеристики, полученные через органы чувств, предметов, явлений, событий, отраженных в нашей памяти» [3, с. 129]. Концепт как трехкомпонентную структуру рассматривает в своих работах и С. Г. Воркачев. Он выделяет понятийную, образную и значимостную составляющие. Исследователь подчеркивает, что образная составляющая «фиксирует когнитивные метафоры» [1, с. 80].

А. П. Чудинов придерживается мнения, что «основной формой экспликации концептуальных структур является метафора» [8]. В качестве инструмента изучения концептов ученый предлагает методику анализа фреймовой структуры концептуальной метафоры. Вслед за представителями научной школы А. П. Чудинова, мы исследовали англоязычный художественный концепт HOUSE (рус. «дом»), опираясь на разработанную им методику.

В ходе анализа 47 художественных прозаических произведений английских и американских авторов, отобранных методом сплошной выборки, нами были выявлены основные типы метафор, используемых авторами для моделирования образной области концепта HOUSE. Рассмотрим их в порядке убывания по частотности употребления.

Антропоморфная метафора представлена фреймом «Человек». Данный фрейм включает в себя несколько слотов.

1. Действия, которые совершает человек – дома в произведениях могут «открывать глаза», «установиться друг на друга», «хмуриться», «выходить вперед», «высовывать вперед свои части»; веранда/терраса может «бежать», окна – «смотреть» и «щуриться»; крыши – «кувыркаться» и «царапать небо»; а стены – «обнимать», строение – «балансировать на краю» или «притаиться/спрятаться»: *My rush light tower had opened white eyes in the ghostly*

wall [23, c. 319]; Two irregular rows of tall meagre houses, which seemed to have stared each other out of countenance, years ago [25, c.155]; Some London houses... frowned upon by stacks of chimneys [25, c.15]; Some churches looked as if they had advanced out of the murk that usually enshrouded them [24, c. 749]; Just at that point a certain sinister block of building thrust forward its gable on the street [50]; A piazza, running along the front, ... gave the place an air superior to the common farmhouses [17, c. 28]; Outside was a terrace running the whole length of the house [12, c. 15]; The high-sloping roof was almost Danish. Two little ducky windows looked out of it [32, c. 33]; Multiple chimneys rose from the tiled roof and three levels of leadlight windows winked conspiratorially in the sun [44]; As we got into the town, the tile roofs seemed to tumble uphill one upon another, in the oddest disorder [49]; The building was a massive, imposing fortress, with towering spires that seemed to scrape the sky [39]; The Marshalsea walls again embraced her in their shadows [24, c. 759]; The building, square in shape and pale opal, seemed to balance on the very edge of the hill between the lit square and the gloomy hills and the sea [11]; Church - a light wooden structure - lurking behind the trees [51].

2. Части тела человека (соматизмы) – у зданий авторы описывают «лицо», «лоб», «глаза», «рот», «тело», «плечи», «руки», «пальцы», «колени», «сердце», «артерии» и пр.: The face of the house, white and creepered, looked unreal ... as if powdered [31, c. 257]; The heaviness of the upper dimensions gave the tower the appearance of a broad frowning forehead... the two small windows... like the close-set eyes... the narrow doorway ... like a thin repellent mouth [18, c. 2]; It was two storeys high; nothing but a door on the lower storey and a blind forehead of discoloured wall [50]; The gables were peculiar...forming a stone-linked chain which embraced the body of the house [18, c. 2]; When she departed from her father's house forever, she had left a home whose lines were as beautiful and flowing as a woman's body [43]; Houses sprang up story after story, neighbour mounting upon neighbour's shoulder [48]; They (the roofs) did not attain above the knees of the cathedral, which stood, upright and solemn, over all [49]; It was itself like a great human heart, with a life of its own [18, c. 36]; The castle was a massive stone structure and its towers reaching up like fingers to grasp the clouds [37]; The House came with its hands in its pockets [26, c. 72]; This boulevard, after a few was already called Italian, ... was one of the main arteries of the city [51].

3. Чувства и эмоции, которые испытывает или демонстрирует человек. Дома в произведениях «равнодушные», «надменные», «манящие», «горделивые», «насупившиеся», «печальные», «мрачные», «смелые», «ответственные», «терпеливые»: Indifferent buildings give pain to the sensitive [48]; A pale pink stucco house built in the French colonial style, set high from the ground in a dainty manner; ... a dim, rich house, gracious but aloof [43]; The new brick and limestone house fronts ... fresh and inviting [54, c. 5]; The crimson brick lodge came first... ,

the house stood proudly [34]; The house... How frowning it looks [25, с. 129]; Building of greenish stone, was in the old English style... melancholy looking [27, с. 60]; The house was not always so dilapidated, so inexcusably gloomy [16]; There are daring and gaudy buildings that manage to be offensive, without being contemptible [48]; Ten thousand responsible houses surrounded him [24, с. 31]; I wonder ... our house can have the patience to stay there [21, с. 77].

4. Единичными примерами представлены слоты «Состояние здоровья/Болезни», «Возраст», «Родственники», «Одежда» – дома могут впадать в «летаргию», быть «слепыми», «мертвыми», «дряхлыми от старости»; они могут быть накрыты «плащами» или «накидками», а их части могут быть сестрами по отношению друг к другу: *The rooms settled down into a gloomy lethargy [24, с. 55]; It is a street of perishing blind houses [21, с.149]; ... a dead sort of house [24, с. 619]; A place with deadly dull walls [51]; How the rustiness and infirmity of age gathered over the venerable house itself [36, с. 49]; On every side the seven gables pointed sharply towards the sky, and presented the aspect of a whole sisterhood of edifices, breathing through the spiracles of one great chimney [36, с. 41]; A hop-vine... was beginning to clamber over it, but would be long in covering the roof with its green mantle [36, с. 106]; Old house in the City, wrapped in the mantle of soot [24, с. 170].*

В образной составляющей концепта HOUSE довольно распространена **мифологическая метафора**. В этой связи фрейм «Мифические существа» представлен следующими слотами.

1. «Привидения/ Духи»: *Little house... it stood behind two poplar trees, tall, thin, white, like a ghost [31, с. 77]; As one approached down the Home Paddock the house and its ghost gums took the eye first [42]; ... the tall, stiff chairs; one of which stood close by her bedside, and looked as if some old fashioned personage had been sitting there all night, and had vanished only just in season to escape discovery [36, с. 92]; The front door, as a mysterious portal of the Temple [23, с. 88]; Tapestry looked more like a ghost [27, с. 226]; A creak accompanied a walker about the house like a spirit [35, с. 57]; The creaking staircase resembled the rustle of dead people's garments [36, с. 238]; Wildernesses of corner houses with barbarous old porticos; horrors that came into existence under some wrong-headed person [24, с. 307]; Baskerville shuddered as he looked up the long, dark drive to where the house glimmered like a ghost at the farther end [15].*

2. «Чудовища»: *The church was a towering behemoth of stone, with gargoyles leering down from its roof like fiends [10]; A poor small house... like the giant in his travelling boots, has made a stride and passed it, and has set his brick-and-mortar heel a long way in advance [22]; That be Paul's Church... What a monster! [25, с. 469]; Florence lived alone in the great dreary house...and the blank walls looked down upon her with a vacant stare, as if they had a Gorgon-like mind to stare her youth and beauty into stone [22].*

3. «Добрые силы/Ангелы»: *The cathedral was a living, breathing thing, with its vaulted ceilings soaring up to the heavens like the wings of angels [30]; Jackson Square is in the heart of the French Quarter, with the beautiful St. Louis Cathedral towering over it like a benediction [46].*

Анализ показал, что на третьем месте по степени распространенности в художественном дискурсе для создания образной составляющей концепта HOUSE находится **натурморфная метафора**. В нее входят фреймы «Живая природа» и «Неживая природа». Первый фрейм представлен следующими слотами.

1. «Животные»: *The church was a great, Gothic beast, with its spires reaching up to the heavens like claws [20]; The house loomed before us like a giant animal, with long legs of columns and narrow eyes of windows [14]; The whole structure seemed to sustain itself like an animal upon its deep-dug paws [18, с. 2]; ... a landmark, outlined clearly against the opal sky like the inert body of a gigantic elephant [18, с. 2]; A mantelpiece bare of ornaments save for an enormous block of white marble shaped like a bear [13].*

2. «Птицы»: *The house was of stone, long, low and with a small wing [17, с. 28]; The curtains... some of the thunder-gusts caught them up and waved them like spectral wings [26, с. 119].*

3. «Рыбы/подводные обитатели»: *The house was a sprawling mansion of stone, with its wings and towers reaching out like the arms of an octopus [40]; The church was built from pieces of local flint, resembling huge oyster shells [52].*

Фрейм «Неживая природа» состоит из следующих слотов.

1. «Растения/Цветы/Плоды»: *Old villas rotted like water lilies [29, с. 33]; Far behind the corner of the house—which rose like a geranium bloom against the subdued colours around stretched the soft azure landscape [34]; Beneath her feet a marvelous carpet was like green moss [45, с. 27]; The village was a cluster of cottages with crooked, narrow streets winding between them like the tendrils of a vine [33]; Day by day, one new villa, one new object of offence, is added to another; all around Newington and Morningside, the dismallest structures keep springing up like mushrooms [48]; ...was a new building, half constructed, the first fruit of Sir Charles's South African gold [15].*

2. «Деревья»: *The skyscrapers rose up like trees, their branches reaching for the sun and their roots anchored deep in the earth [38].*

3. «Природные объекты»: *The ceilings were so fantastically clouded by smoke and dust [24, с. 55]; In the distance, in the canyon of huge stone houses, he saw a bridge [51]; Watch the iron roofs float down the Boulevard de Clichy like a black ocean [51].*

Последнее место в нашей классификации занимает **артефактная метафора**. Анализ художественных текстов позволил выделить такие фреймы, как «Строения», «Утилитарные предметы», «Корабли/Лодки». Наиболее часто встречаются метафоры из первого фрейма, представленного следующими слотами.

1. «Волшебный дворец/замок»: *The estate sat deep in a dell, surrounded by thick, briar-tangled woods, just like houses must in fairy tales [44]; On the other side was a stately stone mansion, ...this fine house seemed a kind of enchanted palace, full of splendors and delights [9]; Here and there among the greenery were palace-like buildings [53]; The main building of gray granite with gabled roofs and four massive towers looked like a baronial castle [19].*

2. «Храм/Церковь/Монастырь»: *The principal entrance, which had almost the breadth of a church-door, was in the angle between the two front gables [36, с. 42]; That was all the road meant now – a road to Ashley and the beautiful white-columned house that crowned the hill like a Greek Temple [43]; the Big House ... Its lines, long and horizontal, broken only by lines that were vertical and by the lines of juts that were always right-angled, were as chaste as those of a monastery [41].*

Фрейм «Утилитарные объекты» более разнообразен и включает такие слоты, как «Продукты питания», «Предметы искусства», «Металлы», «Оружие/Войска». Здания и их части сравниваются с пудингом, кружевом, серебром, дугой лука, с шеренгой солдат: *There was something in a cathedral... the place was dark, but very rich – like a Christmas pudding! [31, с. 245]; A few minutes later we had reached the lodge-gates, a maze of fantastic tracery in wrought iron [15]; The roofs of the houses were like dull silver [55]; The facade of the building was a grand, sweeping curve, like the arc of a bow, poised to shoot an arrow straight into the heart of the city [28]; The houses on the boulevard were of a purely Flemish style ... like the strict ranks of a puritan army, stretched out at the command "Attention!" [51].*

Фрейм «Корабли/Лодки» представлен единичными примерами – образными метафорическими сравнениями с линкором и устаревшим кораблем-развалиной. Сюда же мы отнесли образ дома как тихой гавани: *As it flanges out in three wide terraces and settles down broadly on the earth, it looks like the poop of some great old battle-ship [49]; The hilly country in the middle of Sussex ...the house has been built so as to resemble the after part of an old-fashioned high-pooed ship [47]; The corner where the doctor lived ... his house... it was a cool spot, a very harbour from the raging streets [26, с. 110].*

Суммируя вышеизложенное, можно заключить, что концепт HOUSE является одним из ключевых в англоязычной лингвокультуре. Мы предприняли попытку охарактеризовать образно-метафорическую составляющую указанного концепта. Было установлено, что в большинстве случаев она носит антропоморфный характер, что подчеркивает тесную связь человека и дома как места его обитания или предмета его творения. Полученные данные

подтверждают положение о доминирующей антропоцентричности художественного текста. Проведенное исследование позволило выявить основные тенденции образного представления указанного концепта, доминирующими среди которых являются мифологическая, натурморфная и артефактная метафоры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Воркачев С. Г. Методологические основания лингво-концептологии // Теоретическая и прикладная лингвистика. Вып. 3: Аспекты метакоммуникативной деятельности. Воронеж, 2002. – С. 79–95.
2. Дзюба Е. В. Концепт «ум» в русской лингвокультуре: монография / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2011. – 224 с.
3. Карасик В. И. Языковой круг: Личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
4. Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов / Под общ. ред. Е. С. Кубряковой. – М.: Филол. фак-т МГУ им. Ломоносова, 1996. – 245 с.
5. Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. М.: Academia, 1997. – 320 с.
6. Попова З. Д., Стернин И. А. Семантико-когнитивный анализ языка. Монография. – Воронеж: Истоки, 2006. – 226 с.
7. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. – М.: Языки славянской культуры, 1997. – 825 с.
8. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 256 с.
9. Alcott L. M. Little Women [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gutenberg.org/files/514/514-h/514-h.htm> (дата обращения 15.11.2023).
10. Balfour Ch. The Paris Architect [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.academia.edu/33530378/Architects_Handbook (дата обращения 15.11.2023).
11. Banner C. The House at the Edge of Night [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.livelib.ru/book/72604/readpart-dom-na-krayu-nochi-ketrin-benner> (дата обращения 16.11.2023).
12. Christy A. Hercule Poirot's Christmas [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://engshop.ru/Hercule-Poirot-s-Christmas-skachat/> (дата обращения 16.11.2023).

13. Christy A. And Then There Were None [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pustaka.unp.ac.id/file/abstrak_kki/EBOOKS/And%20Then%20There%20Were%20None.pdf (дата обращения 20.11.2023).
14. Coates T. The Water Dancer [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.overdrive.com/media/4639681/the-water-dancer> (дата обращения 20.11.2023).
15. Conan Doyle A. The Hound of Baskervilles [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gutenberg.org/files/2852/2852-h/2852-h.htm> (дата обращения 21.11.2023).
16. Connolly J. Night Music [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://librebook.me/muzyka_nochi_djon_konnolly/vol1/1 (дата обращения 21.11.2023).
17. Cooper J. F. The Spy. – М.: Progress Publishers, 1975. – 430 p.
18. Cronin A. Hatter's House [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://anylang.net/ru/books/en/zamok-broudi> (дата обращения 25.11.2023).
19. Cronin A. Shannon's Way [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://libking.ru/books/prose-/prose-classic/67655-56-archibald-kronin-put-shennona.html#book> (дата обращения 25.11.2023).
20. Davidson A. The Gargoyle [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.overdrive.com/media/163588/the-gargoyle> (дата обращения 25.11.2023).
21. Dickens Ch. The Bleak House [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.literaturepage.com/read/dickens-bleak-house.html> (дата обращения 25.11.2023).
22. Dickens Ch. Dombey and Son [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gutenberg.org/files/821/821-0.txt> (дата обращения 25.11.2023).
23. Dickens Ch. Great Expectations. – London: Wordsworth Edition, Ltd, 1992. – 410 p.
24. Dickens Ch. Little Dorrit. – London: Wordsworth Edition, Ltd, 1996. – 801 p.
25. Dickens Ch. Nickolas Nickleby. – London: Wordsworth Edition, Ltd, 1995. – 776 p.
26. Dickens Ch. A Tale of Two Cities. – Moscow: Progress, 1974. – 414 p.
27. Elliot G. Middlemarch. – Great Britain: Wordsworth Editions Ltd., 1994. – 702 p.
28. Fitzgerald F. Scott. The Great Gatsby [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gutenberg.org/cache/epub/64317/pg64317-images.html> (дата обращения 25.11.2023).
29. Fitzgerald F. Scott. Tender is the Night. – Moscow: Raduga Publishers, 1983. – 393 p.
30. Follett K. The Pillars of the Earth [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://liteka.ru/english/library/3948-the-pillars-of-the-earth#appMainContent> (дата обращения 25.11.2023).

31. Galsworthy J. A Modern Comedy. The Swan Song. – Moscow: Progress Publishers, 1976. – 267 p.
32. Galsworthy J. A Modern Comedy. The White Monkey. – Moscow: Progress Publishers, 1976. – 303 p.
33. Hannah K. The Nightingale [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://allbookshub.com/the-nightingale-pdf/> (дата обращения 30.11.2023).
34. Hardy T. Tess of the d'Urbervilles [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gutenberg.org/files/110/110-h/110-h.htm> (дата обращения 30.11.2023).
35. Hardy T. Far from the Madding Crowd. – Great Britain: Wordsworth Editions Ltd., 2000. – 331 p.
36. Hawthorne N. The House with Seven Gables [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://anylang.net/ru/books/en/dom-o-semi-frontonah/read> (дата обращения 30.11.2023).
37. Ishiguro K. The Buried Giant [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.goodreads.com/book/show/22522805-the-buried-giant> (дата обращения 30.11.2023).
38. Jemisin, N.K. The City We Became [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.livelib.ru/book/1004091370-the-city-we-became-n-k-jemisin> (дата обращения 30.11.2023).
39. King S. The Dark Tower [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.goodreads.com/series/40750-the-dark-tower> (дата обращения 30.11.2023).
40. Larsson S. The Girl with the Dragon Tattoo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://readli.net/chitat-online/?b=153603&pg=1> (дата обращения 30.11.2023).
41. London J. The Little Lady of the Big House [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gutenberg.org/cache/epub/6455/pg6455-images.html> (дата обращения 28.11.2023).
42. McCullough C. The Thorn Birds [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://anylang.net/en/books/en/thorn-birds/read> (дата обращения 28.11.2023).
43. Mitchell M. Gone with the Wind [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gutenberg.net.au/ebooks02/0200161.txt> (дата обращения 28.11.2023).
44. Morton K. The Lake House [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.onlinereadfreebooks.com/en/The-Lake-House-537101/2> (дата обращения 28.11.2023).
45. Porter E. Pollyanna. – Great Britain: Wordsworth Editions Ltd., 2011. – 383 p.

46. Sheldon S. If Tomorrow comes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.allfreenovel.com/Page/Story/5893/page-1-of-If-Tomorrow-Comes/1/34> (дата обращения 28.11.2023).
47. Show B. Heartbreak House [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gutenberg.org/files/3543/3543-h/3543-h.htm> (дата обращения 28.11.2023).
48. Stevenson R. L. Edinburg [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gutenberg.org/files/382/382-h/382-h.htm> (дата обращения 27.11.2023).
49. Stevenson R. L. An Inland Voyage [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gutenberg.org/files/534/534-h/534-h.htm> (дата обращения 27.11.2023).
50. Stevenson R. L. The Strange Case Of Dr. Jekyll And Mr. Hyde [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gutenberg.org/files/43/43-h/43-h.htm> (дата обращения 27.11.2023).
51. Stone I. Lust for Life [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://anylang.net/en/books/en/lust-life/read> (дата обращения 27.11.2023).
52. Stone I. The Origin [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.goodreads.com/book/show/158413.The_Origin (дата обращения 27.11.2023).
53. Wells H. The Time Machine [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gutenberg.org/cache/epub/35/pg35-images.html> (дата обращения 27.11.2023).
54. Wharton E. The House of Mirth. – Great Britain: Wordsworth Editions Ltd., 2002. – 294 p.
55. Wilde O. Lord A. Savile's Crime [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wilde-online.info/lord-arthur-saviles-crime-page8.html> (дата обращения 27.11.2023).

ПЛАТОНОВ Д. А.
ОСОБЕННОСТИ ГРАФИЧЕСКОГО ОФОРМЛЕНИЯ
ТЕКСТОВ ФАНФИКШН НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Аннотация. В статье рассматриваются графические параметры текстов фанфикшн на английском языке. В результате анализа англоязычных фанатских текстов по роману Стивена Кинга «Оно» были выявлены частотные графические средства, используемые в процессе их оформления. Определены функции графических средств в англоязычных текстах фанфикшн.

Ключевые слова: графика, фанфикшн, курсив, капитализация, шрифтовое выделение.

PLATONOV D. A.
GRAPHIC FEATURES OF ENGLISH FAN FICTION TEXTS

Abstract. The article considers graphic features of fan fiction texts written in English. The analysis English fan fiction texts based on Stephen King's novel "It" shows frequently used graphic means. The functions of graphic means in the fan fiction texts under analysis are defined.

Keywords: graphics, fan fiction, italics, capitalization, font selection.

В современной реальности, вследствие быстрого развития интернет-коммуникации, наблюдается стремительное распространение любительских художественных текстов, созданных на основе оригинальных художественных произведений. Тексты такого рода принято называть фанфиками, а литературный жанр – фанфикшн.

В филологии существует множество трактовок понятия «фанфикшн». В частности, Н. И. Васильева определяет фанфикшн как «творчество поклонников коммерчески успешных книг и/или фильмов, создаваемое по мотивам этих произведений, преимущественного обличенное в литературную форму и несущее некоммерческий характер» [1, с. 222]. Таким образом, творчество фанфикшн включает только любительские художественные тексты, что отличает фанфики от профессиональных художественных текстов, которые носят коммерческий характер. В этой связи самыми известными интернет-сайтами, где можно найти тексты фанфикшн на английском языке являются FanFiction, Quotev, Wattpad, Fanfics.me, TeenFic.Net, FictionHunt.

Как и в профессиональных художественных текстах, при написании фанфиков, авторы прибегают к использованию различных графических средств, которые помогают более точно передать эмоции персонажа, его внутреннее состояние, намерения или сконцентрировать внимание читателя на фрагменте текста, играющего важную роль в его понимании. Следует заметить, что аналогичным образом графика является средством реализации эмоционального состояния автора текста [3]. В этой связи Л. В. Чалова определяет следующую группу

графических средств: дефисация, удвоение (утроение) отдельных графем, написание слова или предложения особым шрифтом, отличительным от шрифта всего текста (курсив, подчеркивание, капитализация, разрядка), многоточие, тире [4].

С целью выявления особенностей графического оформления текстов фанфикшн на английском языке рассмотрим фанфики по роману Стивена Кинга «Оно» (Stephen King, It). Выбор произведения обусловлен его высокой популярностью, что вызвало большое количество текстов фанфикшн по нему. Анализируемые тексты размещены на интернет-сайтах FanFiction.net [5] и Wattpad [6].

Проведенный анализ показал, что курсив является самым частотным графическим средством. В частности, этот прием был отмечен в ряде фанфиков: “Like It Matters” by MiaGhost, “Deer in Deadlight” by BrittleBoneGabe, “Remember” by DaNextDarkLord, “We never left, not really” by ochreish [5].

- (1) He loved her, he realised, for like the millionth time, he loved her *hard*.
- (2) Michael Hanlon woke with a sense of unease. For a minute, he swore he was back in his home town. Derry. *Derry? What... I can't remember.*
- (3) Eddie and Richie stumble through the cave, escaping those cursed *not scary at all, or very scary* doors which they couldn't stop thinking about.
- (4) “He's not a *Loser*” Richie surprised them both again with the venom in his tone, the defensive growl of his words.
- (5) “*I know what you are,*” Pennywise told Mike in almost a singsong voice, laughing again before getting closer. “*A mad man...*” It's voice echoed, giving It time to unhinge It's jaws, revealing rows upon rows of sharp teeth that Mike could only assume would cause his demise.
- (6) Or maybe it was actually funny; the man might have gotten off a good one, having some good chucks. *Where did that come from?*
- (7) *You should join the Club*, he usually would say, *We don't have jerseys but we do have a Clubhouse and a secret handshake*. But Eddie knew that, and it didn't need to be said.
- (8) Without thinking, I jumped down and threw my arms around him, nearly crying with how relieved I was. *I was alive.*
- (9) Surely, *it* was intrigued too because the balloon was leaning towards me, trying to float its way out of Uncle Ricky's grasp.
- (10) The memories faded into an incoherent blur of an old library, a Cape Cod house with a neat garage, and a more puzzling image of a dog. *Mr Chips.*

Использование курсива в данных примерах позволяет говорить о графически выделенных участках текста, которые выполняют функцию привлечения внимания читателей на следующие компоненты его информационной структуры: мысли персонажей (2), (6); чувства персонажей (1), (3); речь персонажей (5), (7); предмет ситуации/обсуждения (4), (9), (10).

Важно также отметить разницу в использовании курсивных вставок при введении новой, ранее неизвестной информации (ремы). И. П. Зырянова в своей работе отмечает, что зачастую авторами художественного текста выделяются безударные части речи (местоимения, предлоги) [2]. Однако при анализе текстов фанфикшн также было отмечено оформление курсивом глаголов.

- (11) The indecisive anxiety in his eyes did what it always had, Richie's grin growing wide, the urge to *push* burning up under skin.
- (12) The pressure *hurt*, as if there was a bruise there that was beginning to heal.
- (13) I *hated* whenever they did that, mostly because it usually meant that an important decision was being made *for* me rather than with me, which I'd much prefer, thank you very much

Выделение глаголов курсивом в примерах 11–13 обуславливается тем, что авторы фанфиков пытаются с первых страниц привлечь внимание читателей, а затем воздействовать на них графически изменяя слово. В данном случае глагол играет важную роль, так как с помощью него вводится закономерная изменчивость событий (11) или же обозначаются изменения эмоционального состояния героев (12), (13).

Капитализация встречается в текстах фанфикшн в качестве одного из графических инструментов. Рассмотрим несколько примеров использования данного графического средства в текстах фанфикшн "The Siren" by ShiTiger, "The summer that Changed IT" by TheOleanderKing87, "Mama, He's Crazy" by EddieKaspbrakTozier [5; 6].

- (14) It was obvious that, out of the four of them, he CLEARLY didn't believe in Ben's so-called mermaid.
- (15) Perhaps Pennywise was playing with him, and the chubby human in the water above was the MAIN COURSE!
- (16) The other monster was eyeing HIS boys, Billy realized, watching as the children tromped off through the woods on their way home.
- (17) I hate you! I HATE YOU!" Eddie screams so loud the back of his throat hurts.
- (18) "What have YOU DONE! BROTHER! WHAT HAVE YOU DONE TO ME?!" The turtle said nothing.
- (19) "PULL ME UP YOU PIECE OF- Bill! Georgie!"

(20) “What is WRONG with me?” Pennywise chuckled a piece of rock at the ceiling.

(21) Glancing around, the siren realized that the other creature had left him all alone, with no intention of joining him. HOW DARE IT TOY WITH HIS FEELINGS!

Данный графический прием используется преимущественно для передачи напряженного состояния персонажа фанфика, выражаемого высоким тоном повествования или криками (17), (18), (19), (21), а также при выделении важного слова в контексте (14), (15), (16). Функционал капитализации в тексте фанфикшн совпадает с ее функционалом в оригинальном художественном тексте.

Одним из графических средств текста фанфикшн является использование жирных вставок, или употребление жирного шрифта. Среди творчества поклонников романа «Оно» Стивена Кинга, данный прием можно найти в таких фанфиках как “We never left, not really” by ochreish, “The Siren” by ShiTiger и “Rogan” by GeologyRocks [5].

(22) The siren felt his predator side rising to the surface, and his conscious mind fled in the face of such overwhelming hunger.

FOOD, EAT, HUNT

DEVOUR!

(23) He saw the vicious glint in her eyes, it meant (*death! hate! fear!*)

(24) “*Don’t you wish you could get rid of them, Lily?*” It was the same voice from yesterday

(25) These boys would be **fish to the slaughter** if they did not leave soon.

В примерах 22-23 использование жирного шрифта указывает на большую важность или эмоциональную силу выделенных слов или фраз в фанфиках.

В отличие от оригинального художественного текста Стивена Кинга, в фанфиках наблюдается употребление малых графических средств, таких как подчеркивание и умножение графем в слове [5].

(26) “*Tasty, tasty fear, how nicely it seasons the fleshhhh,*” he hissed.

(27) “NOT YOURS, HENRRRRYYYY!” Screamed the Clown, blood coming up as he screeched.

(28) “Oh, but I do know, Patrick! I know *alllllllll* about your *little secret*,” said Pennywise, stepping even closer to the tall boy.

(29) *So.... you’re Bob Gray...my, what a sad, sad life you’ve had...*

What? What is this, who...who are you?

I’m your mind. You’ve been ignoring me lately; I figured I’d remind you that I existed.

What?

В примерах (26), (27), (28) авторы используют умножение графем для передачи просодических особенностей высказывания. В примере (29), для того, чтобы разделить

реплики говорящих друга от друга автор использует нижнее подчеркивание. Кроме того, мы можем наблюдать, что подчеркивание и умножение графем, будучи нераспространенными графическими средствами, используются в тексте параллельно с другими графическими элементами, которые являются более значимыми в структурно-функциональном плане (курсив, жирный шрифт, капитализация).

Крайне важно упомянуть такой графический прием как дефисация. Среди отечественных и зарубежных лингвистов до сих пор ведутся споры о принадлежности данного знака. Несмотря на тот факт, что дефис является пунктуационным знаком в текстах различных типов дискурса, в художественном тексте он часто выступает в качестве графического средства для обозначения определенных оттенков эмоционального состояния персонажа, поэтому будет целесообразным рассмотреть это явление в качестве графического параметра фанатского текста. Этот прием довольно часто встречается в фанфиках “The Siren” by ShiTiger и “The summer that Changed IT” by TheOleanderKing87 [5; 6].

(30) “A-a-alright R-Richie, what was so important that y-you needed to see us all on a S-S-s-Saturday?” Asked Bill.

(31) “H-how do you k-know my n-name?” Billy asked, meeting the man’s golden gaze.

(32) “R-r-richie, ALL of our p-puh-parents have yelled at you for a s-suh-solid hour before,” said Bill, which brought on a boat of laughter from the group.

(33) She was holding his unconscious form as she swam them closer to the shallows.

“S-she’s coming here,” Eddie whispered with a squeak of fear.

Итак, в примерах 30-33 можно видеть, что дефис используется в словах, разрывая их на отдельные графемы, показывая замешательство, растерянное состояние героя или же демонстрируя особенности речи (заикание в нашем случае).

Проанализировав графические параметры англоязычных текстов фанфикшн, мы определили следующие особенности их употребления. В текстах фанфикшн курсив является самым частотным графическим средством (66 случаев употребления в 15 текстах фанфикшн). Капитализация является вторым по частотности употребления графическим средством (48 случаев употребления). Жирный шрифт также присутствуют в творчестве работ фанатов, но частотность его использования не так высока (19 случаев употребления). Прочие графические средства, к которым относятся подчеркивание (5 случаев употребления), увеличение графем (6 случаев употребления) и дефисация (8 случаев употребления), встречаются в англоязычных фанфиках не часто.

Таким образом, мы наблюдаем большее разнообразие графических средств в англоязычном фанатском художественном тексте по сравнению с оригинальным художественным текстом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Васильева Н. И. Фольклорные архетипы в современной массовой литературе: романы Дж. К. Роулинг и их интерпретация в молодежной субкультуре: дисс. ... канд. филол. наук. – Нижний Новгород, 2005. – 243 с.
2. Зырянова И. П. Прагматическая интерпретация графических средств в художественном тексте // Вестник Курганского государственного университета. – 2019. – № 3. – С. 28–31.
3. Панфилова С. С. Графико-пунктуационные средства реализации эмотивного компонента в англоязычном гипертексте // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. – 2015. – № 7. – С. 49–53.
4. Чалова Л. В. Графические средства выражения эмоций в рассказах О. Генри [Электронный ресурс] // Концепт: научно-методический электронный журнал. – 2012. – № 5. – Режим доступа: <https://e-koncept.ru/2012/1251.htm>. (дата обращения 24.03.2023).
5. FanFiction [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fanfiction.net> (дата обращения 10.04.2023).
6. Wattpad [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wattpad.com> (дата обращения 27.04.2023).

ГОРЕЛОВА В. С., ВАГАНОВА Е. Н.

**СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ АКТУАЛИЗАЦИИ КОМИЧЕСКОГО
В ПРОЗЕ ВЛАДИМИРА КАМИНЕРА**

Аннотация. В статье рассматриваются стилистические приемы передачи юмора и определяются языковые особенности выражения комического эффекта в прозаическом произведении В. Каминера «Russendisko». В фокусе исследовательского внимания находятся языковые средства немецкого языка, которые анализируются с точки зрения передачи комического эффекта.

Ключевые слова: комический эффект, немецкий язык, художественный текст, юмор, писатель-эмигрант.

GORELOVA V. S., VAGANOVA E. N.

STYLISTIC MEANS OF COMIC EFFECT IN VLADIMIR KAMINER'S PROSE

Abstract. The article considers stylistic and language means of conveying humor and achieving the comic effect in the prose work “Russendisko” by V. Kaminer. The focus of the study is on the German language used in creative writing which is analyzed from the point of view of achieving the comic effect.

Keywords: comic effect, German language, literary text, humor, emigrant writer.

В современном мире наблюдается активизация межкультурной коммуникации. Отчасти это связано с переездом людей в другие страны. Среди писателей-эмигрантов нередко можно встретить талантливых авторов, которые добились успеха и признания благодаря своим произведениям на иностранном для них языке и непревзойденному юмору как инструменту познания жизни за границей. Такие авторы представляют особый интерес, так как их книги не только оставляют особые впечатления после прочтения, но и способствуют установлению взаимопонимания между представителями разных культур в профессиональной сфере и быту. Каждый автор использует определённые стилистические приёмы для выражения пережитых событий, вследствие чего стиль и язык произведения обретают неповторимые черты и особое звучание.

В немецкоязычной литературе несомненный интерес представляет книга Владимира Каминера «Russendisko» [12], в которой современный автор рассказывает с юмором, долей иронии о русских, живущих за рубежом, используя при этом личные наблюдения, анекдотические ситуации из жизни эмигрантов, делится своими воспоминаниями о жизни на родине, прибегая к различным средствам выражения юмора. Писатель умело использует

самые разные приёмы и средства для достижения комического эффекта, его юмористические произведения отличаются лаконичностью изложения, жизнеутверждающим оптимизмом и простотой структур предложений. В. Каминер пытается обнаружить точки соприкосновения двух разных картин мира, русской и немецкой. С одной стороны, он является выходцем из Советского Союза, в которой присутствуют свои ценности. С другой стороны, он принимает «чужую» культуру, ассимилируясь с ней, не утрачивает национальную идентичность. Он старается не касаться табуированных в немецкой культуре тем. В результате в художественном тексте возникает диалог двух культур: русской и немецкой.

Комическое – это какое-либо явление, вызывающее смех. Комическое вызвано часто тем, что собеседник (читатель) обнаруживает несоответствие между формой и содержанием, противопоставление ожидаемого и действительности (эффект обманутого ожидания). Функционирование лексики в нетипичных стилистических условиях, комбинирование разных стилей, использование в одном контексте слов, разных по значению или наоборот сходных по звучанию, сохранение истинности при наличии противоречий способны создавать комический эффект. Рассказы В. Каминера привлекают внимание немцев, прежде всего, тем, что описывают жизнь русских в юмористическом отношении в иной лингвокультуре, но это еще и взгляд на себя со стороны. Они ироничные, смешные и развлекательные, автор использует тонкий юмор, секрет которого кроется в наблюдательности автора.

Целью данного исследования является установление стилистических средств передачи юмора и определение языковых особенностей выражения комического эффекта в немецкоязычном произведении В. Каминера «Russendisko». Научная новизна исследования состоит в том, что языковые и стилистические средства анализируются с точки зрения передачи комического эффекта. Практическая значимость заключается в том, что материалы исследования могут быть полезны всем тем, кто изучает немецкий язык с целью расширения спектра знаний о языковых средствах достижения комического эффекта и развития умений анализировать немецкоязычные художественные тексты под этим углом зрения.

Интерес к проблеме комического известен с античных времен. Аристотель назвал «внутреннюю несообразность» причиной комического характера явлений. Комическое как эстетическая категория привлекает внимание специалистов самых разных гуманитарных наук, таких как филология, философия, эстетика, антропология, психология, логика [1; 5; 8; 9; 10; 11], рассматриваются формы комического в литературе [2], выделяются комические дискурсы и дискурсивные жанры комического [6], анализируется специфика юмора в разных культурах [7], комический текст изучается с точки зрения выражения в нем этнического

мировидения [4]. А. В. Елисеева рассматривает произведение В. Каминера «Русская дискотека» через призму жанра «анекдот» [3].

Комическое в художественной литературе – это намеренно создаваемое автором «отклонение от нормы», реакцией на комическое является смех. «Смеются на том, что принимают за глупость, нелепость, абсурд, несовместимость, противоречие, ложь, неразумные проекты, нелогичность, непредусмотрительность, необдуманные действия, неловкость, ошибочные суждения» [1, с. 13]. Необходимо отметить, что жизненные явления, понимаемые как комические, зависят от многих факторов. В течение жизни меняется картина мира человека, то, что сегодня смешно, завтра может восприниматься как трагедия, и наоборот. Не всегда эстетично и комическое содержание, так как причиной смеха нередко могут быть пошлости и непристойности [ibid., с. 8].

Существуют четыре формы комизма – сатира, юмор, ирония, сарказм. Для их реализации в своих произведениях В. Каминер использует следующие стилистические приёмы: сравнение, олицетворение, гипербола, эпитет, каламбур, метафора, перифраз и ирония.

В частности, в книге «Russendisko» были обнаружены следующие стилистические приёмы, реализующие комический эффект.

1. *Сравнение*. Im Zorn gleicht die russische Braut **einem Tiger**; Fabrice wurde gleichgültig, **schief wie ein Baby**; Masja (eine Katze) benahm sich **wie ein echter Macho**.

2. *Эпитет*. In ihren Armen fing der **tote** Elektriker an, Lebenszeichen von sich zu geben. Die **süßen** Früchte des entwickelten Kapitalismus einfach zu genießen, war es ihm zuwider. Die ganze Zeit ist Helena in der Stadt unterwegs, um die “**interessanten** Russen“ aus den **trüben** Gewässern Berlins rauszufischen. “Er ging zum “Chirur gen”, einem **illegalen russischen** Arzt, der in seiner **illegalen** Praxis **illegale** Patienten von **legalen** Krankheiten heilt”.

3. *Каламбур*. Kurz nach ihrer Ankunft fand dort der berühmte Ausbruch des Vulkans Iturup statt, an dem **sie aktiv teilnahm**; Aber es hat sich gelohnt: Jetzt hat der Mann **eine Braut und eine Gehaltserhöhung dazu**.

4. *Олицетворение*. **Die Statistik lügt**, sie **hat** auch früher immer **gelogen**; *гипербола* In den USA, **dem Land der unbegrenzten Anzahl von Gesetzen**, dürfen die Frauen zum Beispiel seit einiger Zeit im Zuge der Gleichberechtigung in der New Yorker U-Bahn mit entblößten Brüsten fahren.; Ich war gerade nicht zu Hause, als bei uns plötzlich der Strom ausfiel. Die Versorgungspanne betraf nicht nur unser Haus, sondern **den ganzen Brenzlauer Berg**.

5. *Метафора*. Im Saal **herrscht Friedhofsstille**. Unerwartet für uns alle war Andrej dann der Erste, der aus dem „**Garten der Liebe**“ in die große weite Welt türmte.

Перейдем к рассмотрению отдельных фрагментов и анализу языковых средств актуализации комического: “Mein Freund und Namensvetter Wladimir aus Vilna ist ein schüchterner Mensch. Besonders leidet er bei der Vorstellung, bei einem Pflichtbesuch im Sozialamt mit der Beamtentante über seine Zukunft sprechen zu müssen. Jedes Mal, wenn seine Sachbearbeiterin ihn gleich einer Wespe mit Sätzen sticht wie “Denken Sie doch mal über Ihre Zukunft nach” und “Sie können doch nicht ewig von Sozialhilfe leben”, wird Wladimir rot, kuckt zu Boden und schweigt wie ein Partisan in Gestapo-Haft” [12, S. 103].

В данном текстовом фрагменте органы социального обеспечения ‘*Sozialamt*’ обращаются с ходатайством о получении социального пакета, который включает в себя оплату стандартных потребностей, расходов на проживание и отопление, медицинское страхование и другие нужды. В рассматриваемом фрагменте две социальные роли – служащий ‘*Beamtentante*’ и лицо, обратившееся за помощью ‘*Wladimir aus Vilna*’. Использование данных языковых средств лексического уровня ‘*Beamtentante*’ и ‘*Wladimir aus Vilna*’ в данном контексте уже вызывает улыбку. В создании комического эффекта участвует образное сравнение. Служащая сравнивается с насекомым – осой, которая способна жалить или кусать. Осиное жало воздействует на жертву силой и токсичностью яда. В приведенном примере ответственное лицо ‘*Sachbearbeiterin*’ пытается убедить посетителя, что социальное пособие выдается не на целую вечность, своими наставлениями она вгоняет и без того застенчивого Владимира в краску и заставляет его реагировать молчанием, как ведут себя партизаны, которые в годы Великой Отечественной считались образцом выдержки, мужества и отваги. Ее вразумления сравниваются с самыми страшными пытками нацистского гестапо. Невзирая на давление со стороны сотрудницы ведомства, вильнюсец сохраняет молчание, демонстрирует удивительную стойкость. Он смущен, его страдальческий взгляд устремлен не на собеседницу, его глаза сверлят пол.

Забавные приключения своей мамы, которая путешествовала по Европе, В. Каминер передает в следующем ироничном повествовании, который изобилует странностями, несуразностями, граничащими с элементами абсурдности, имеет место апелляция к парадоксальности происходящих событий: In Wien erzählte die Reiseleiterin meiner Mutter, dass die Wienerwürste dort Frankfurter heißen, ferner, dass man dort anständigen Kaffee nur im Restaurant vor dem Rathaus bekomme und dass Stapo die Abkürzung für Polizei sei. In Paris fand der Busfahrer keinen Parkplatz, und sie mussten den ganzen Tag mit dem Bus rund um den Eiffelturm fahren. Am Wolfgangsee kaufte meine Mutter echte Mozartkugeln, die rundesten Pralinen der Welt, die ich seither immer zu Weihnachten geschenkt bekomme. In Prag wären sie

um ein Haar auf der Karlsbrücke mit dem Touristenbus eines anderen Veranstalters zusammengestoßen. In Amsterdam feierte die Königin gerade ihren Geburtstag, und viele schwarze Mitbürger танцтовали vor Freude auf der Straße, als der *Roland*-Bus mit meiner Mutter dort ankam. In Verona besichtigte sie das Denkmal der Shakespeare'schen Julia, deren linke Brust von den vielen Touristenhänden bereits ganz klein und glänzend geworden ist. Nach London konnte meine Mutter nicht fahren, weil England nicht zu den Schengenstaaten gehört und sie erst in Calais feststellte, dass sie für England ein Extra-Visum brauchte. Dafür fotografierte sie dann über Nacht jedes zweite Haus in Calais. Am nächsten Tag war der Bus bereits auf der Heimfahrt und nahm meine Mutter wieder mit – zurück nach Berlin [12, S. 34–35].

В данном текстовом фрагменте упоминаются важные туристические центры, каждый из которых славится своей историей, культурой, природными красотами и удивительной атмосферой. Но автор строит повествование в ином ракурсе, использует такие лексические единицы, которые выступают эффективным приемом, побуждающим читателя к нестандартному мышлению. Например, использование превосходной степени прилагательного '*rund*', самые круглые шоколадные конфеты в мире '*die rundesten Pralinen der Welt*', которые были изобретены через 100 лет после кончины В. А. Моцарта зальцбургским кондитером Паулем Фюрстом в 1890 году. Еще один важный гастрономический комментарий к лексеме '*Wienerwürste*' под названием франкфуртер '*Frankfurter*', это особой формы сосиски, длинные сосиски; рецепт изготовления которых был завезён в Вену в 1805 мясником из Франкфурта Ланером (Lahner). Он придумал более тонкую мясную смесь из жареной свинины и говядины, которую набивал в овечьи кишки, поэтому они тонкие и мягкие для более чувствительного венского вкуса. За пределами Австрии их называют «венские сосиски» – *Wiener Würstchen*.

Ассоциативный ряд не исчерпывается упоминанием приведенных гастрономических доминант столицы Австрии, кофейный напиток и кофейня со своей уютной атмосферой и утонченной изысканностью имеют давние традиции и являются неотъемлемой частью венской культуры. Поэтому вкусом оригинального напитка '*anständiger Kaffee*' можно насладиться не только в ресторане перед ратушей, а во многих других легендарных кофейнях. В создании комизма участвует и фразеологизм '*um ein Haar*' – чуть не, едва не. Возникает очевидный вопрос, почему именно левая грудь главной героини шекспировской пьесы вызывает у туристов больший интерес, чем правая, которая стала меньше и поблескивает от частых прикосновений романтиков. Хотя согласно местной легенде, все совсем наоборот. Тот, кто погладит правую грудь Джульетты, у того будет такая же любовь, как описал ее Шекспир в своей бессмертной трагедии.

Перейдем к рассмотрению еще одного фрагмента текста, в котором право на получение убежища 'Asylrecht' персонифицируется и сравнивается с капризной женщиной, предпочтения и отказы которой не вполне объяснимы. В кого-то она влюбляется с первого взгляда, других вышвыривает 'in den Arsch treten': Das Asylrecht in Deutschland ist launisch wie eine Frau, deren Vorlieben und Zurückweisungen nicht nachvollziehbar sind. In den einen Asylbewerber verliebt sich das Asylrecht auf den ersten Blick und lässt ihn nicht mehr gehen. Den anderen tritt es in den Arsch [12, S. 87].

Таким образом, стилистические и языковые средства обладают потенциалом создания комического эффекта, если их использование ведёт к наличию какого-либо противоречия, контраста ожидаемого и неожиданного, реального и мнимого. Выбор того или иного средства выразительности зависит от сюжета, героев, отношения автора к описанным событиям, что делает стиль автора уникальным и неповторимым. Анализ романа В. Каминера «Russendisko» позволяет увидеть использование самых разных стилистических приёмов и языковых средств для достижения комического эффекта, который чаще всего реализуется в виде неожиданных сравнений и олицетворений, а также мнимого объединения разнородных явлений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арутюнова Н. Д. Эстетический и антиэстетический аспекты комизма // Логический анализ языка: Языковые механизмы комизма / Российская акад. наук, Ин-т языкознания; отв. ред. Н. Д. Арутюнова. – М.: Изд-во «Индрик», 2007. – С. 5–17.
2. Аулов А. М. Формы комического: сатира, юмор, собственно комическое // Вестник Луганского национального университета имени Тараса Шевченко. – 2019. – № 1 (30). – С. 48–53.
3. Елисеева А. В. Анекдотический дискурс о национальностях и странах в немецкой литературе рубежа XX-XXI веков // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2015. – № 2-2. – С. 74–79.
4. Лубина Л. Н. Комический эффект как трансформация нормы, национально-культурное в комическом // Вестник Югорского государственного университета. – 2011. – № 1 (20). – С. 85–88.
5. Мартыанова Е. В. Вербальная репрезентация иронии как категории комического (на материале немецкого языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – 20 с.

6. Никифоров А. Н. Комический дискурс и дискурсивные жанры комического в Китае // Молодежная научная весна. Материалы I Научно-практической конференции молодых исследователей ЗабГУ / Отв. ред. А. Е. Селин. – Чита, 2023. – С. 67–70.
7. Новосельцева О. Н., Артёменкова М. С. Роль юмора и сатиры в межкультурном общении // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. – 2009. – Т. 15. – № 1. – С. 255–258.
8. Нухов С. Ж. Языковая игра как одна из форм проявления общеэстетической категории комического // Вестник Башкирского университета. – 2012. – Т. 17. – № 1. – С. 171–178.
9. Сильченко Г. В. Комическое как эстетическая категория (Обзор основных теорий комического) // Вестник Ишимского государственного педагогического института им. П. П. Ершова. – 2014. – № 3 (15). – С. 141–146.
10. Федотов А. Н., Нудельман М. А. Комическое как эстетическая категория [Электронный ресурс] // Наука и Образование. – 2023. – Т. 6. – № 1. – Режим доступа: <https://opusmgau.ru/index.php/see/article/view/5409/5618> (дата обращения 30.03.2024).
11. Ширяева Н. В. Лингвокогнитивная репрезентация категории комического в немецком языке (на материале типа текста «анекдот»): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – 26 с.
12. Kaminer W. Russendisko. – München: Goldmann, 9 Aufl. 2002. – 191 S.

САКАНЯН В. Р.

**ПРИНЦИПЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ
ПРОДУЦЕТА И РЕЦИПИЕНТА В МЕДИАДИСКУРСЕ**

Аннотация. В статье описаны принципы коммуникативных стратегий продуцента и реципиента, необходимые для их исследования в рамках современного медиадискурса. Цель исследования состоит в выявлении наиболее актуальных принципов коммуникативной стратегии для определения ее понятия, структуры и роли в речевом акте.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, медиадискурс, продуцент, реципиент.

SAKANIAN V. R.

**PRINCIPLES OF STUDYING COMMUNICATION STRATEGIES
OF PRODUCER AND RECIPIENT IN MEDIA DISCOURSE**

Abstract. The article describes the principles of the communicative strategies of the producer and recipient which are necessary for their study in modern media discourse. The purpose of the study is to identify the most relevant principles of the communication strategy to determine its concept, structure, and position in a speech act.

Keywords: communicative strategy, communicative tactics, media discourse, producer, recipient.

Когнитивная теория употребления языка подтверждает сложную организованность и системность внутренней коммуникации адресата, которая включает осмысление, классификацию, концептуализацию и умозаключение. Также ее основы и особенности являются целью коммуникативного воздействия адресанта. Изучение когнитивной теории способствует раскрытию процессов планирования и продуцирования речи, а также выявляет критерии и условия успешности речевого акта между продуцентом и реципиентом сообщения в общих и в каждой конкретной ситуации коммуникативного взаимодействия. Успешность речевых актов достигается за счет наличия поставленной цели, где говорящий может сознательно выбирать оптимальный способ достижения этой цели, то есть коммуникативной стратегии.

В современной лингвистике существует три подхода к изучению коммуникативных стратегий:

– *дискурсивый*, в котором коммуникативная стратегия рассматривается как общая инструкция для интерпретации сообщения в каждой конкретной ситуации служащая средством достижения цели [3]. Тён ван Дейк описывает коммуникативную стратегию как

социокультурное взаимодействие и подчеркивает принципы универсальности и функциональности;

– *когнитивный*, где коммуникативная стратегия определяется в качестве осознанного выбора коммуникативных действий и языковых средств говорящего, реализующий комплекс целей в структуре коммуникации [7]. М. Л. Макаров выделяет принципы системности, многоуровневости и функциональности;

– *прагматический*, в рамках которого коммуникативная стратегия состоит из комплекса речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели [4]. О. С. Иссерс иллюстрирует функциональный принцип. Следует отметить, что прагматический подход наиболее тесно связан с оригинальным понятием стратегии, пришедшей из военного дела, но в то же время, включает наименьшее количество коммуникативных и когнитивных принципов стратегии, выставляя на первый план прагматический компонент общения.

Мы считаем, что нужно объединить принципы коммуникативной стратегии из предыдущих определений в единое понятие. *Так, под коммуникативной стратегией продуцента и реципиента мы понимаем комплекс интенций, реализуемых в конкретной последовательности речевых ходов в соответствии с целями дискурса и в рамках реализации их жанров.*

Мнения авторов совпадают в толковании коммуникативных стратегий как долгосрочного плана, однако различаются в суждении о содержании этого плана и методологии планирования коммуникации. В системе коммуникации коммуникативная стратегия является центром, в ней сосредоточена направленность на реципиента и учет особенностей возможного восприятия текста. В отличие от замысла, который находится над коммуникативной стратегией и является только выражением мыслей автора и не берет во внимание фоновые знания аудитории, коммуникативная стратегия располагает инструментарием разного порядка. Первое – это набор речевых ходов, который выбирается исходя из большой цели автора. Второе – конкретная коммуникативная тактика – отдельный речевой ход, который наиболее воздействует на читателя и замечается им. Третье – языковые единицы, обслуживающие речь. Структуру коммуникативной стратегии можно представить в виде схемы на рисунке 1.

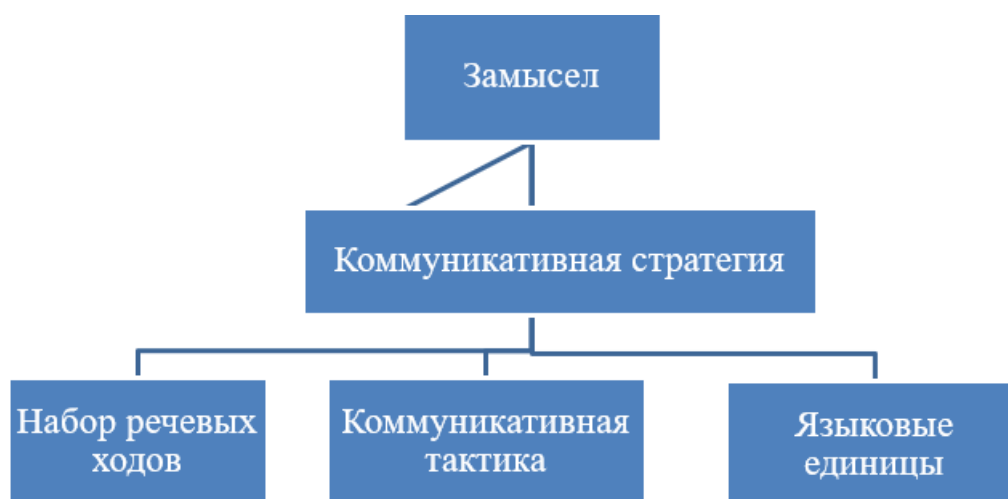


Рис. 1. Структура коммуникативной стратегии.

Модель коммуникации в СМИ антропоцентрична, так как человек – источник мысли, и он же – цель информационного воздействия. Разумно полагать, что такая модель базируется на векторности, взаимодействии и многообразии мнений. Она ориентирована на ценностные и социальные принципы, которые обеспечивает деятельность медиасистемы.

В. И. Тюпа утверждает, что компонентом любого высказывания является адресованность, то есть сообщение обладает рецептивной компетенцией [8]. А степень активности реципиента зависит от жанровой принадлежности текста. Так, в экономическом медиадискурсе реципиенту отведена позиция соучастника коммуникативного события, так как СМИ отличаются открытостью и даже призыву к коммуникативному взаимодействию, начиная с уровня речепроизводства продуцента сообщения: знание языка, так как автор подбирает значения, доступные для участников коммуникации, знание мира, так как учитывает установки и представления аудитории.

М. М. Бахтин выделяет рекреативную компетенцию, как следствие заинтересованности читателя [1]. Он определяет реципиента как участника речи, от которого продуцент ожидает «активного ответного понимания», подчеркивая установление малой конвенции между автором и читателем. Перечисленные филологи настаивали на активной позиции получателя сообщения, но в науке пока не разработаны общепринятые типологии, классификации или схемы распознавания коммуникативных стратегий читателя. Кроме того, что побуждает читателя перейти в позицию автора своего комментария, тоже не известно.

Так как получатель – активный участник дискурса, ему необходимо реагировать на дискурс, стратегии автора. Коммуникация в СМИ всегда стремится скрытому влиянию, хотя, как правило, для конвенциональных технологий инструменты коммуникации не являются средствами управления, они открыты для участников общения. Но только грамотный

читатель способен распознать стратегию автора, в том числе манипуляцию. В решении этого вопроса помогает построение алгоритма успешной классификации характеристик текста читателем, представленного на рисунке 2.



Рис. 2. Алгоритм успешной классификации характеристик текста читателем.

1. Читатель определяет тематику экономической статьи и выделяет характеристики информационного события.
2. Определяет подтему, вспомогательный контур управления.
3. Раскрывает замысел и его большую утилитарную цель.
4. Замечает, какими речевыми ходами автор пытается реализовать цель.
5. Исследует оценку автора и выбранные языковые средства.
6. Формирует собственную реакцию на дискурс.

Успешность воздействия на читателя лежит в релевантной конвергенции фоновых знаний автора и читателя. Поэтому определение успешности коммуникативной стратегии автора в СМИ лежит в наблюдении отличительных особенностей коммуникативных стратегий читателя. Читатель может использовать разные коммуникативные тактики и языковые средства, но если совпадение происходит на уровне фоновых знаний и стратегии, то цель автора можно назвать реализованной. Модель можно представить по следующим параметрам сравнения, которая показана в таблице.

**Схема анализа успешности реализации
коммуникативных стратегий продуцента и реципиента**

Автор	Читатель
Конвергенция фоновых знаний автора и читателя: релевантны или нет	
Стратегия	Стратегия
Комплекс речевых ходов	Комплекс речевых ходов
Конкретная коммуникативная тактика	Конкретная коммуникативная тактика
Оценка результативности	Оценка результативности
Результат: критерии успешной реализации коммуникативной стратегии автора	

Таким образом, для изучения коммуникативных стратегий продуцента и реципиента необходимо учитывать такие принципы, как многоуровневость, системность, функциональность и адресованность. Коммуникативная стратегия продуцента и реципиента обладает одинаковым количественным, но разным качественным набором характеристик, что обусловлено уровнем владения письменной речью и степенью свободы альтернативности выражения оценки или позиции участника коммуникативного акта. Структура коммуникативной стратегии в качестве надсистемы включает замысел, который не являет утилитарные цели продуцента убедить аудиторию. Замысел в медиадискурсе – это большая социальная цель, предполагающая конвенцию между продуцентом и реципиентом сообщения.

Для раскрытия коммуникативной стратегии автора необходимо придерживаться парадигмальной иерархии в структуре коммуникативной стратегии и помнить, что языковые средства только обслуживают речь, а не демонстрируют прагматику высказывания. Поэтому исследование коммуникативных стратегий начинается на уровне набора речевых ходов и изучения отдельной коммуникативной тактики, а анализ языковых единиц может подтвердить выбранные речевые конструкции в соответствии с целями высказывания. Алгоритм успешной классификации характеристик текста читателем учитывает характеристики антропоцентричной модели коммуникации в медиадискурсе, а именно многообразие мнений, векторность и диалогичность. Данный алгоритм объединяет случаи конвенции и манипуляции в СМИ и помогает реципиенту манкировать манипуляции, переходя в результате в позицию автора комментария. На этом этапе и доказывается обязательность исследования коммуникативных стратегий продуцента и реципиента в сопоставлении.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 170 с.
2. Григорьева В. С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты: монография. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 288 с.
3. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Москва: Прогресс, 1989. – 300 с.
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: монография. – 5-е изд. – М.: ЛКИ, 2008. – 288 с.
5. Кравец М. А. Коммуникативная стратегия: систематизация определений, подходы к разработке // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Экономика и управление». – 2013. – № 1. – С. 149–153.
6. Красных В. В. Структура коммуникации в свете лингво-когнитивного подхода: коммуникативный акт, дискурс, текст: дис. ... докт. филол. наук. – М., 1999. – 188 с.
7. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. – М.: Гнозис, 2003. – 280 с.
8. Тюпа В. И. Кризис как инвариантный конструктивный фактор жанра рассказа // Кризисные ситуации и жанровые стратегии: сб. науч. тр. – М.: Эдитус, 2017. – С. 56–62.
9. Тюпа В. И. Дискурсные формации: очерки по компаративной риторике. – М.: Языки славянской культуры, 2010. – 320 с.
10. Язык и моделирование социального взаимодействия / сост. В. М. Сергеев, П. Б. Паршин. – М.: Прогресс, 1987. – 464 с.

БОРОДИНА Л. В., СТАРОСТИНА А. О.
СИНТАКСИЧЕСКАЯ КОМПРЕССИЯ В ТЕКСТАХ МАЛОГО ФОРМАТА
(НА ПРИМЕРЕ ФРАНЦУЗСКИХ АНЕКДОТОВ)

Аннотация. В статье анализируется синтаксическая компрессия в текстах малого формата на примере французских анекдотов. Исследование показало, что анекдот как текст малого формата широко использует предложения с неполным предикатом в первой и второй репликах диалога. Предикат можно легко восстановить и его опущение играет роль в создании комического эффекта.

Ключевые слова: синтаксическая компрессия, анекдот, текст малого формата, неполная предикация.

BORODINA L. V., STAROSTINA A. O.
SYNTACTIC COMPRESSION IN SMALL FORMAT TEXTS:
A STUDY OF FRENCH JOKES

Abstract. The article provides an analysis of syntactic compression in small format texts. The material of the study includes French jokes. The study showed that a joke as a small-format text widely uses sentences with an incomplete predicate in the first and second lines of the dialogue. The predicate can be easily restored and its omission plays a role in creating the comic effect.

Keywords: syntactic compression, joke, small format text, incomplete predication.

Специфика разговорной речи накладывает отпечаток на построение анекдота как малоформатного текста. Как известно, основной формой разговорной речи является диалог, на котором построено большинство анекдотов. Они относятся к жанру устного творчества, что определяет широкое использование синтаксической компрессии в виде неполных предложений.

В исследованиях И. А. Поповой неполные предложения используются для обозначения самых разнообразных синтаксических структур, в которых неполно представлены основные составы предложения [4]. По мнению Н. А. Шигаревской, термин «неполный» подчеркивает смысловую и синтаксическую связанность реплик диалога, составляющих синтаксический период, показывает их взаимозависимость, вне которой не существует процесс коммуникации, а также вышеназванный термин отражает семантическую и синтаксическую сущность такого

вида предложений, понять значение которых можно лишь при соотнесении с предыдущими репликами [6].

Таким образом, наличие большого количества неполных предикатов в диалогическом единстве объясняется тесной связью и взаимозависимостью реплик. Так как глагол является частью предиката, то именно безглагольные конструкции определяются лингвистами как неполные. Неполные реплики в виде безглагольных конструкций обычно встречаются в анекдотах на втором месте, и служат для построения ответно-вопросных реплик.

Рассмотрим ряд примеров французских анекдотов.

(1) *Quand j'ai commencé à flirter, à seize ans, raconte une nana, je notais chaque soir le détail de mes amours sur un journal intime. Et puis, après que mes parents sont venus s'installer à Brest, je me suis mise à fréquenter presque exclusivement des marins. Et j'ai abandonné la tenue quotidienne de mon journal.*

- *Depuis, tu ne décris plus tes galipettes en détail ?*

- *Si, mais sur mon Livre de bord [1].*

[Перевод: Когда я начала встречаться с парнями в 16 лет, рассказывает одна девица, то начала записывать свои похождения в личном дневнике. Когда мы с родителями переехали в Брест, то встречалась я уже исключительно с моряками, и я перестала вести свой дневник.

- С тех пор ты не ведешь свой дневник?

- Веду, только бортовой журнал.]

(здесь и далее перевод авторов – Бородиной Л.В. и Старостиной А. О.)

В примере (1) в завершающей ответной реплике происходит опущение глагола «décrire», который легко можно восстановить по контексту. (-Si, mais je le décris sur mon Livre de bor.).

(2) *Le patron questionne une de ses secretaries:*

- *Mademoiselle Cathy, depuis combien de temps travaillez-vous dans cette maison ?*

- *Environ huit mois, monsieur.*

- *Bien. Alors, je pense que vous avez eu le temps de vous préparer à la révélation que je vais vous faire, aujourd'hui : dans votre bureau, il y a d'autres machines dont vous pouvez avoir l'usage que la machine à café [1].*

[Перевод: Начальник спрашивает одну из секретарш:

- Кати, сколько времени вы работаете в этой компании?

- Почти восемь месяцев, господин.

- Тогда у вас, наверное, было достаточно времени, чтобы узнать, что у нас есть еще другие машины кроме кофе машины, которые можно использовать.]

В примере (2) в ответной реплике происходит опущение глагола «travailler», который легко можно восстановить по предыдущей реплике.

(3) - *Comment appelle-t-on quelqu'un qui parle trois langues ?*

- *Un trilingue.*

- *Comment appelle-t-on quelqu'un qui parle deux langues?*

- *Un bilingue.*

- *Comment appelle-t-on quelqu'un qui ne parle qu'une langue ?*

- *Un Français* [1].

[Перевод: - Как называют того, кто говорит на трех языках?

- Трехязычный.

- Как называют того, кто говорит на двух языках?

- Двухязычный.

- Как называют того, кто говорит на одном языке?

- Француз.]

В примере (3) в ответной реплике опущен глагол «s'appeler», который также легко можно восстановить по контексту. Опускание данного предиката способствует созданию комического эффекта в данном анекдоте.

(4) *La maman demande à Julien:*

- *Que fais-tu?*

- *Rien*

- *Et ton frère?*

- *Il m'aide!* [1].

[Перевод: Мама спрашивает Жюльена:

- Что ты делаешь?

- Ничего

- А твой отец?

- Мне помогает!]

В примере (4) во второй и третьей реплике отсутствует глагол «faire», который легко можно восстановить.

Следует обратить внимание и на анекдоты, в которых на первое место выходят реплики, содержащие вопрос. Они могут состоять из одного вопросительного слова, что, по мнению Шигаревской Н. А., характерно для разговорной речи и показывает стремление автора выделить или подчеркнуть что-то важное [6]. Для анекдота такие конструкции являются базой для создания юмористического эффекта.

Рассмотрим ряд примеров, иллюстрирующих данное утверждение.

(5) *C'est l'histoire d'un gars qui dit à un autre:*

- *Quoi ?*

- *T'as une banane dans l'oreille !*

- *Quoi ?*

- *T'as une banane dans l'oreille !*

- *Parle plus fort, j'ai une banane dans l'oreille! [1].*

[Перевод: Один говорит другому:

- Что?

- У тебя банан в ухе!

- Что?

- У тебя банан в ухе!

- Говори громче: у меня банан в ухе!"]

В примере (5) в репликах содержится вопросительное слово «quoi», которое играет ключевую роль в создании юмористического эффекта.

(6) - *Quoi de neuf ?*

- *Oh, pas grand'chose. Ah...si!...Je viens d'enterrer ma belle-mère! Elle avait 98 ans et elle fumait deux paquets de cigarettes par jour! Avant chaque repas, elle buvait un whisky, et deux verres de rouge pendant! Enfin, elle mangeait comme quatre!*

- *Je suis désolé! Mais, de quoi est-elle morte?*

- *Ben, on a dû la tuer. Elle nous coûtait beaucoup trop cher! [1].*

[Перевод: - Что нового?

- Да так! Ничего особенного. Хотя, я недавно похоронил тещу! Ей было 98 лет и она курила по 2 пачки в день! Перед едой пила виски и два бокала красного вина и ела за четверых!

- Отчего же она умерла?

- Вынуждены были ее застрелить. Уж очень дорого она нам обходилась!]

В примере (6) речь идет о встрече двух знакомых. На вопрос «Quoi de neuf?» (Что нового?) в ответной реплике звучит неожиданный ответ, который способствует созданию юмористического эффекта.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что анекдот как текст малого формата широко использует предложения с неполным предикатом в репликах диалога, которые легко можно восстановить и которые играют определенную роль в создании комического эффекта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Mina et André Guillois. Le grand livre des histoires drôles 2005. – Paris: Édition du club France Loisirs, 2004. – 477 p.
2. Богданов В. В. Предложение и текст в содержательном аспекте. – СПб: Филологический фак. Санкт-Петербургского гос. ун-та, 2007. – 278 с.
3. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий: варианты речевого поведения. – М.: URSS, 2007. – 171 с.
4. Попова И. А. Неполные предложения в современном русском языке / Труды Института языкознания: Т. 2 / [Ред. колл.: В.В. Виноградов (отв. ред.), В. И. Борковский, Н. А. Баскаков, Б. В. Горнунг, В. С. Соколова, С. И. Ожегов (отв. секр.)]; АН СССР, Институт языкознания. – М.: Издательство АН СССР, 1953. – 274 с.
5. Тарасенко Т. В. Лингвистические аспекты анекдота // Лингвистический ежегодник Сибири. – Вып.7. – Красноярск, 2005. – С. 114–123.
6. Шигаревская Н. А. Очерки по синтаксису современной французской разговорной речи. – Л.: Издательство Ленинградского университета, 1970. – 216 с.

ЕФРЕМОВ Б. В.

**ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОГО ПРОСТРАНСТВА
В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ БИЗНЕС-МЕМУАРАХ**

Аннотация. В статье рассматриваются языковые средства реализации частной жизни в бизнес-мемуарах на английском языке. Лингвистический анализ мемуаров британского бизнесмена Ричарда Брэнсона и американского предпринимателя Фила Найта показал, что общим лексическим средством вербализации личного пространства является имя собственное определенных типов.

Ключевые слова: мемуарный текст, бизнес-мемуары, личное пространство, тематическая группа, имя собственное.

EFREMOV B. V.

VERBALIZATION OF PRIVACY IN ENGLISH BUSINESS MEMOIR

Abstract. The article considers the language means of realization of privacy in the English business memoir. The linguistic analysis of the memoir of Richard Branson, the British businessman, and the memoir of Phil Knight, the US entrepreneur, has shown that proper names of certain types is the common lexical means of privacy verbalization.

Keywords: memoir text, business memoir, privacy, thematic group, proper name.

Одной из причин повышенного исследовательского интереса к мемуарному тексту является изучение механизмов человеческой памяти на его материале. В этой связи важным направлением является исследование его информационной структуры с целью получения ответа на вопрос о том, какие события и моменты своей жизни человек считает важными, а какие нет, поскольку данный факт напрямую отражается в тексте мемуаров.

В настоящее время в англоязычном издательском дискурсе появляется все больше мемуаров профессиональных личностей, добившихся большого успеха в различных сферах: военные мемуары, политические мемуары, президентские мемуары, мемуары звезд шоу бизнеса и т.д. Кроме того, в англоязычном мире среди успешных предпринимателей существует традиция издавать бизнес-мемуары с целью поделиться историей своего успеха.

Однако в российской лингвистике бизнес-мемуары как вид мемуарного текста находятся на периферии исследовательского внимания, поскольку большая часть работ рассматривает мемуары политических деятелей. В этой связи актуальным представляется обратиться к бизнес-мемуарам с целью исследования вербализации в них личного пространства автора.

В современной лингвистике феномен личного пространства чаще всего изучается в рамках когнитивного направления. Филолог Безукладова И. Ю. рассматривает личное пространство как способ структурирования окружающего мира [1]. Данная трактовка подразумевает разделение мира по принципу «свое» – «чужое», что находит отражение в языке. Применяя данную трактовку к определению личного пространства бизнес-мемуаров, следует говорить о структурировании мира по принципу «профессиональная» – «непрофессиональная» деятельность предпринимателя.

Лингвист Боронникова Н. В. структурирует пространство личности в виде ряда сфер: физиологическое пространство; социальные отношения, в том числе интимная сфера; профессиональные отношения; социальную и политическую, этническую ориентированность; географическое местоположение [2, с. 80]. В этой связи, говоря о непрофессиональной деятельности предпринимателя, мы будем иметь в виду, прежде всего, его социальные отношения, политическую ориентированность, географическое местоположение. Далее мы рассмотрим личное пространство бизнес-мемуаров в данном ракурсе.

В качестве практического материала мы проанализируем два мемуарных текста на английском языке как языке оригинала. Во-первых, это бизнес-мемуары британского предпринимателя Ричарда Брэнсона «Finding My Virginity: The New Autobiography» [6]. Автор является основателем корпорации «Virgin Group», которая включает в себя около 400 компаний: авиакомпания «Virgin Atlantic» и «Virgin Australia Holdings», коммерческие банки «Virgin Money UK» и «Virgin Money Australia», оператор сотовой связи «Virgin Mobile», сеть спортивно-оздоровительных комплексов «Virgin Active», железнодорожная транспортная компания «Virgin Rail Group» и др. Во-вторых, это бизнес-мемуары американского предпринимателя Фила Найта «Shoe Dog: A Memoir of the Creator of Nike» [7]. Автор является основателем всемирно известной корпорации «Nike», специализирующейся на производстве спортивной обуви и одежды, а также спортивного инвентаря. Выбор данных мемуарных текстов обусловлен тем, что оба автора являются долларовыми миллиардерами и входят в списки самых богатых людей Великобритании и США, заработавших состояние своим трудом (self-made businessmen) по версии журнала «Форбс» [5; 6].

В результате лингвистического анализа вышеуказанных текстов бизнес-мемуаров был выявлен ряд частотных лексических средств, посредством которых вербализуется личное пространство каждого из авторов. В этой связи большой пласт лексики составляют имена собственные. Рассмотрим данную вербализацию подробнее.

Одной из тематических групп реализации личного пространства в бизнес-мемуарах является семейная жизнь предпринимателя. В частности, в бизнес-мемуарах как Ричарда

Брэнсона, так и Фила Найта содержится большое количество описаний различных аспектов их семейной жизни. В количественном отношении наиболее частотными референциями являются жена и дети предпринимателей, для вербализации которых используются однокомпонентные антропонимы.

1. *Joan and I have solid foundations, respect and understanding. That's not to say there aren't rare occasions when we have a little tiff, or I am sad about something else. If I get down, whether about business or an argument with a friend, I try to remind myself that time heals and it will pass. Even if you've messed up big time, share what you've done with people who love you and they will help. When I mess up, Joan is that person* [7, p. 256].
2. *I was trying to build a company and a marriage. Penny and I were learning to live together, learning to meld our personalities and idiosyncrasies, though we agreed that she was the one with all the personality and I was the idiosyncratic one* [8, p. 138].
3. *I didn't even bother to explain. I told myself it didn't matter what I said. Matthew never understood, and Travis always understood—they seemed born with these unvarying default positions* [8, p. 288].
4. *Sam always had an insatiable thirst for knowledge. We spent many evenings together watching TV documentaries.... We were on our way from Oxford to London, where Holly had a place at University College London to study medicine* [7, p. 59].

Так, в примере 1 Ричард Брэнсон описывает свои отношения с женой (Joan). В примере 4 предприниматель говорит о личностях своих детей (Sam, Holly). Аналогичным образом в примере 2 Фил Найт повествует о начальной стадии своего брака, делая референцию к жене (Penny), а в примере 3 он упоминает сыновей (Matthew, Travis).

Помимо антропонимов, в англоязычных бизнес-мемуарах наблюдается использование топонимов с целью обозначения мест пребывания предпринимателя в нерабочих поездках, а также передвижений членов его семьи. Проанализировав мемуары Ричарда Брэнсона и Фила Найта, мы выявили в них следующие виды топонимов: ойконимы в виде названий городов (Pompeii, Beijing, Hong Kong, Oxford, London др.), хоронимы в виде названий стран (Australia, the United States, Vietnam, China и др.), урбанонимы в виде названий внутригородских объектов и достопримечательностей (Great Wall, Forbidden City, Kent State University и др.).

5. *He got involved in Mi Casa, Su Casa, a charity building an orphanage in El Salvador. On one of his visits there, after a few days of hard, satisfying work, he took a break. He drove with two friends to Ilopango, a deep-water lake, to go scuba diving* [8, p. 349].
6. *I fell in love with Necker when I was twenty-nine years old. Now, nearly four decades on, I adore it even more* [7, p. 251]. *After wanting grandchildren for years, within a*

matter of weeks we had three. Then, in early 2017, I became a grand-dude for a fourth time. When Sam and Bellie's second child was being born, I was out on the water kitesurfing around Necker [7, p. 386]. In 2011, in my hammock back on Necker, I was handed a report [7, p. 256].

7. *I've traveled all over the world, from Mallorca to Australia, Tahiti to Bali, Bora Bora to Hawaii, and never found anything remotely as magical as Necker Island [7, p. 251].*

В частности, мемуары Ричарда Брэнсона содержат серию описаний отдыха автора на острове Неккер, который находится на Британских Виргинских островах и является частной собственностью предпринимателя (примеры 6 и 7). В этой связи частотным топонимом является инсулоним «Necker». В свою очередь Фил Найт в мемуарах вспоминает о том, как один из его сыновей ездил в Сальвадор в благотворительных целях (пример 5). В данном текстовом фрагменте мы можем встретить следующие виды топонимов: гидроним в виде обозначения озера (Popango, a deep-water lake) и хороним в виде обозначения страны (El Salvador).

Другой тематической группой реализации личного пространства в бизнес-мемуарах является общественная жизнь автора, не связанная с его предпринимательской деятельностью. В этой связи на первый план выходят такие имена собственные как ивентонимы. Это имена, обозначающие массовые мероприятия и специальные события: фестивали, марафоны, конкурсы, ярмарки, выставки, акции, презентации и т. п. [3, с. 221]. Так, в бизнес-мемуарах Ричарда Брэнсона упоминаются благотворительные мероприятия, которые он спонсировал или организовал. В примере 9 упоминается организация форума для молодых предпринимателей (Virgin Media Pioneers) с целью выявить проблемы, с которыми они часто сталкиваются при ведении бизнеса. В примере 8 предприниматель рассказывает о том, как он однажды стал спонсором лондонского марафона (The London Marathon).

8. *While my dreams of becoming a professional sportsman were never fulfilled, it didn't mean that I couldn't still enjoy the benefits of exercise, and even raise some money for good causes in the process. That opportunity came up in 2010, when my friend Andy Swain called me up to let me know that the sponsorship of the London Marathon was up for grabs [7, p. 214].*

9. *Control: Shift had been put together by Virgin Media Pioneers, our online community of enterprising people. Through the report, we had tried to give a voice to young entrepreneurs who are vital to the economy, but are not being heard [7, p. 259].*

Аналогичным образом в бизнес-мемуарах Фила Найта мы можем встретить ивентонимы. Например, в одном из текстовых фрагментов предприниматель вспоминает

террористическую атаку во время Олимпийских игр 1972 года посредством прямой номинации данного события (пример 10).

10. *And then it began. In the second week of the Olympic Games, a squad of eight masked gunmen scaled a back wall of the Olympic village and kidnapped eleven Israeli athletes. In our Tigard office we set up a TV and no one did a lick of work. We watched and watched, day after day, saying little, often holding our hands over our mouths* [8, p. 205].

В рамках вербализации общественной жизни предпринимателя как части его личного пространства, следует отметить включение значимых политических событий в мемуарный текст. Как Ричард Брэнсон, так и Фил Найт часто упоминают политические события, которые происходили в мире в течение их жизни. Следует подчеркнуть, что, как правило, авторы не были их непосредственными участниками, но, тем не менее, эти события оказали влияние на личности предпринимателей в виде их мнений и эмоциональных состояний. В частности, Фил Найт в одном из текстовых фрагментов повествует о том, какое удивление он испытал, когда узнал об открытии границ Китая для граждан США (пример 11).

11. *I SPENT DAYS and days staring into space, gazing out windows, waiting for Kitami to play his next card. I also watched a lot of TV. The nation, the world, was agog at the sudden opening of relations between the United States and China. President Nixon was in Beijing, shaking hands with Mao Zedong, an event nearly on a par with the moon landing. I never thought I'd see it in my lifetime, a U.S. president in the Forbidden City, touching the Great Wall* [8, p. 197].

В данном примере, помимо ряда имен собственных, реализованных в виде антропонимов (Mao Zedong, President Nixon, Kitami), хоронимов (China, the United States), ойконимов (Beijing), урбонимов (the Forbidden City, the Great Wall), наблюдается сравнение произошедшего политического события с высадкой американцев на Луну (an event nearly on a par with the moon landing). Таким образом реализуется эмоциональное состояние сильнейшего удивления, которое испытал предприниматель, узнав о встрече американского президента Никсона и китайского лидера Мао Цзэдуна.

Аналогичным образом в мемуарах Ричарда Брэнсона представлено мнение автора касательно выхода Великобритании из Евросоюза. Так, предприниматель не одобряет данный шаг британского правительства, считая его рискованным (пример 12).

12. *Over fifty years of business I have been happy to take all manner of chances, but I have always made sure I protected the downside. If Britain left the EU and the European Single Market, I believed it would be a catastrophe for both British and European people. My reputation is of being a risk-taker—the cat with nine lives—but leaving the European Union is not a risk I wanted the UK to take* [7, p. 354].

В данном примере, помимо имен собственных, реализованных в виде хоронимов (Britain, the UK, the EU), наблюдается критика по поводу выхода Великобритании из Евросоюза посредством употребления лексем с негативной коннотацией (a catastrophe, a risk). Таким образом, автор в эксплицитной форме выражает собственное негативное мнение относительно данного политического события.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что личное пространство реализуется в англоязычных бизнес-мемуарах посредством двух основных тематических групп: семейная жизнь предпринимателя и общественная жизнь предпринимателя. Данные текстовые фрагменты не связаны с профессиональной деятельностью предпринимателя, что явилось основанием их классификации. В этой связи частотным лексическим средством вербализации личного пространства является имя собственное в ряде его типов (антропоним, хороним, ойконим, урбоним, ивентоним). Полученные результаты коррелируют со способами реализации личного пространства в англоязычных текстах других стилей и жанров, в частности, в издательском гипертексте [4].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Безукладова Ю. И. Категоризация индивидуального пространства как способ структурирования окружающего мира // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. – № 7. – С. 153–158.
2. Боронникова Н. В. Структура личного пространства в македонском языке // Социо- и психолингвистические исследования. – 2015. – Вып. 3. – С. 79–83.
3. Романова Т. П. Ивентоним как рекламно-информативный тип имени собственного // Вопросы ономастики. – 2020. – Т. 17. – № 2. – С. 220–240.
4. Панфилова С. С. Концепт PRIVACY в англоязычном гипертексте // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2020. – № 4. – С. 81–91.
5. Forbes profile: Richard Branson [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.com/profile/richard-branson/?sh=886e7956ff53> (дата обращения 18.03.2024).
6. Forbes profile: Phil Knight&Family [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.com/profile/phil-knight/?sh=25e4b901dcbd> (дата обращения 18.03.2024).
7. Branson R. Finding My Virginity: The New Autobiography. – London: Virgin Books, 2017. – 679 p.
8. Knight P. Shoe Dog: A Memoir of the Creator of Nike. – New York: Scribner, 2016. – 399 p.