



ULRICHSWEB™
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

ISSN 2413-6182

КОММУНИКАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

КОММУНИКАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

2016 № 4 (10)

2016 № 4 (10)

КОММУНИКАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ * 2016 * № 4 (10)

Редакционная коллегия

Главный редактор

д-р филол. наук, проф.
О.С. Иссерс (Омск, Россия)

д-р философии, проф.
Р. Андерсон (Лос-Анджелес, США)

д-р филол. наук, проф.
А.Н. Баранов (Москва, Россия)

д-р филол. наук, проф.
Н.В. Богданова-Бегларян
(Санкт-Петербург, Россия)

д-р философии, проф.
Д. Вайс (Цюрих, Швейцария)

д-р филол. наук, проф.
М.А. Кронгауз (Москва, Россия)

д-р филол. наук, проф.
Л.П. Крысин (Москва, Россия)

д-р филол. наук, проф.
Л.А. Кудрявцева (Киев, Украина)

д-р филол. наук, проф.
Э. Лассан (Вильнюс, Литва)

д-р филол. наук, проф.
Б.Ю. Норман (Минск, Беларусь)

д-р филологии, проф.
Р. Ратмайр (Австрия)

д-р филологии, проф.
Л. Рязанова (Эдинбург, Великобритания)

д-р филол. наук, проф.
И.А. Стернин (Воронеж, Россия)

д-р филол. наук, проф.
А.П. Чудинов (Екатеринбург, Россия)

д-р филол. наук, проф.
А.Д. Шмелев (Москва, Россия)

Ответственный секретарь

канд. филол. наук, доц.
М.В. Терских (Омск, Россия)

Editorial Staff

Editor-in-Chief

Prof. O.S. Issers
(Omsk, Russia)

Ph.D. R. Anderson
(Los Angeles, USA)

Prof. A.N. Baranov
(Moscow, Russia),

Prof. N.V. Bogdanova-Beglaryan
(St. Petersburg, Russia)

Prof. A.P. Chudinov
(Yekaterinburg, Russia)

Prof. M.A. Kronhaus
(Moscow, Russia)

Prof. L.P. Krysin
(Moscow, Russia)

Prof. L.A. Kudryavtseva
(Kyiv, Ukraine)

Prof. E. Lissan
(Vilnius, Lithuania)

Prof. B.Yu. Norman
(Minsk, Belarus)

Ph.D. R. Rathmayr
(Austria)

Ph.D. L. Ryazanova
(Edinburgh, UK)

Prof. I.A. Sternin
(Voronezh, Russia)

Prof. A.D. Shmelev
(Moscow, Russia)

Ph.D. D. Weiss
(Zurich, Switzerland)

Executive secretary of the journal

Dr. M.V. Terskikh
(Omsk, Russia)

КОММУНИКАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ * 2016 * № 4 (10)

Основан в 2014 г.

Выходит 4 раза в год

Учредители – Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского,

Институт русского языка
им. В.В. Виноградова РАН

Редактор Д.С. Нерозник
Технический редактор Н.В. Москвичёва
Дизайн обложки З.Н. Образова

Переводчики
В.А. Харюшина, А.Ю. Енарьева

Свидетельство о регистрации СМИ
ПИ № ФС77-59020 от 18.08.2014 г.
Выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

ISSN 2413-6182

«Коммуникативные исследования» – рецензируемый научный журнал, в котором представлены исследования в области коммуникативистики.

Задача журнала – укрепление связей между научными центрами России и зарубежья, формирование новых направлений коммуникативных исследований, привлечение молодых ученых к данной проблематике.

К публикации принимаются статьи на русском и английском языках

Контактная информация
644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

Сайт журнала: <http://com-studies.org/ru>.

Подписано в печать 30.12.2016.
Ризографическая печать.
Формат 60×84 1/8.
Заказ 191. Тираж 45 экз.

Отпечатано в типографии Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского

Founded in 2014

Published four times a year

Founded by Dostoevsky Omsk State University,

V.V. Vinogradov Russian Language Institute of the Russian Academy of Sciences

Editor D.S. Neroznik
Technical editor N.V. Moskvicheva
Design of cover Z.N. Obrazova

Interpreters
V.A. Kharyushina, A.Yu. Enareva

Journal Registration Certificate
ПИ №ФС77-59020 of 18.08.2014
Given by The Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media

ISSN 2413-6182

“Communication Studies” is a peer-reviewed academic journal focusing on the study of communication science.

The objective of this journal is to strengthen relations between Russian and foreign scientific centers, form new communicative research areas, involve young scientists in this research activity.

The Journal publishes articles in Russian and English

Address
55a Mira pr., Omsk, 644077, Russia

Site of Journal: <http://com-studies.org/ru>.

Signed to print 30.12.2016.
Risograph printing.
Format 60×84 1/8.
Order 191. Circulation of 45 copies

Published by Dostoevsky Omsk State University

СОДЕРЖАНИЕ

CONTENTS

Раздел I. ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ

Part I. THEORY OF COMMUNICATION

<i>Лассан Э.</i> О виртуальной коммуникации как возможном объекте медиалингвистики («Фейсбук»: возвращение в прошлое).....	7	<i>Lassan E.</i> About virtual communication as a possible object of media linguistics (Facebook: return to the past)	7
<i>Норман Б.Ю.</i> Уходящее слово: историзм, архаизм, нотиолизм?.....	21	<i>Norman B.Yu.</i> A disappearing word: historicism, archaism, notiolism?	21
<i>Носовец С.Г.</i> Новые медиа: к определению понятия.....	39	<i>Nosovets S.G.</i> New media: defining the notion.....	39
<i>Осипов Б.И.</i> Пророчества как вид межвременной коммуникации (на материале русской литературы XIX–XX вв.).....	48	<i>Osipov B.I.</i> Prophecy as a type of intertemporal communication (based on Russian literature of the 19th–20th centuries)	48

Раздел II. СОВРЕМЕННЫЕ ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ

Part II. MODERN DISCOURSE PRACTICES

<i>Богданова-Бегларян Н.В.</i> Вопросительные конструкции в устной спонтанной речи: адресность, риторичность, идиоматичность.....	61	<i>Bogdanova-Beglaryan N.V.</i> Question formulae in Russian colloquial speech: addressness, idiomatcity and rhetorical features	61
<i>Иссерс О.С.</i> Нейминг в медиапространстве сибирского региона.....	77	<i>Issers O.S.</i> Naming in Siberian media landscape.....	77
<i>Мальшева Е.Г.</i> Моделирование медиаобраза Омска по данным современной блогосферы.....	92	<i>Malysheva E.G.</i> Modeling of Omsk media image according to modern blogosphere.....	92
<i>Северская О.И.</i> Есть контакт? О коммуникативных девиациях цифровой эпохи.....	107	<i>Severskaya O.I.</i> Are you in contact? Communicative deviations of the digital age.....	107
<i>Сырица Г.С.</i> Межъязыковые эмотивные лакуны в переводе художественного текста.....	120	<i>Sirica G.S.</i> Interlanguage emotive lacunas in translation of a literary text	120

Раздел III. КОММУНИКАТИВНАЯ ДИДАКТИКА

Part III. COMMUNICATIVE DIDACTICS

<i>Моисеенко И.М., Мальцева-Замковая Н.В.</i> Реализация коммуникативного подхода в учебной литературе по русскому языку в Эстонии.....	135	<i>Moiseenko I.M., Maltseva-Zamkovaya N.V.</i> Implementation of communicative approach in textbooks on Russian language in Estonia.....	135
<i>Штехман Е.А., Мельник Ю.А.</i> Обучение говорению на занятиях по русскому языку как иностранному с использованием ситуационных задач....	148	<i>Shtekhman E.A., Melnik Yu.A.</i> Teaching speaking with case problem on lessons of Russian as a foreign language.....	148

Раздел IV. РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА

Part IV. REVIEWS. CHRONICLE

<i>Иссерс О.С.</i> Рецензия на монографию Т.П. Соколовой «Нейминговая экспертиза: организация и производство» (Москва, 2016. 208 с.).....	157	<i>Issers O.S.</i> Review on the Sokolova's monograph "Naming examination: organization and production" (Moscow, 2016, 208 p.)	157
<i>Ремчукова Е.Н.</i> Рецензия на монографию Н.А. Фатеевой «Поэзия как филологический дискурс».....	161	<i>Remchukova E.N.</i> Review on the Fateeva's monograph "Poetry as a philological discourse"	161
<i>Кошкин И., Стойкова Т.</i> Хроника III Международной научной конференции «Языковые контакты и контрасты».....	166	<i>Koshkin I., Stoikova T.</i> Chronicle of the 3rd International Scientific Conference "Language contacts and contrasts"	166
<i>Минасян С.М.</i> Международный виртуальный форум – Стамбул 2016: Гуманитарные аспекты в геокультурном пространстве (1–6 октября 2016 г.).....	172	<i>Minasyan S.M.</i> The international virtual forum – Istanbul 2016: Humanitarian aspects in geocultural space (October 1-6, 2016)	172
<i>Осипов Б.И.</i> Юбилей Сибирского фольклорного центра в Омске	177	<i>Osipov B.I.</i> Anniversary of the Siberian folklore centre in Omsk.....	177
Информация для авторов	180	Information for authors	180

Раздел I

ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ





Part I

THEORY OF COMMUNICATION

**О ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ
КАК ВОЗМОЖНОМ ОБЪЕКТЕ МЕДИАЛИНГВИСТИКИ
(«ФЕЙСБУК»: ВОЗВРАЩЕНИЕ В ПРОШЛОЕ)**

Э. Лассан

Вильнюсский университет (Вильнюс, Литва)

Аннотация: В статье подвергаются сомнению существующие определения медиатекста и предлагается сосредоточить внимание медиалингвистики на виртуальной коммуникации. Рассматривается коммуникация в социальной сети «Фейсбук», предназначенной для личного общения. С опорой на пятиэлементную схему коммуникации Лассуэла прослеживается модификация коммуникации в Сети по сравнению с «досетевой» повседневной или публичной коммуникацией на уровне каждого из элементов схемы. Делается предположение, что одной из основных целей рассматриваемой виртуальной коммуникации является самопрезентация субъекта, – таким текстам дается определение «селфи-текстов». Анализируя жанровые особенности «текстов» «Фейсбука», коммуникативные намерения говорящего, редукцию слова и доминирование визуальных образов над словесными текстами, а также пиктографический способ ведения диалога, автор высказывает согласие с мнением теоретиков Торонтской школы о возврате к ранним формам коммуникации на новом электронном витке, но при том, что осуществляется возврат не только к эпохе дописменной культуры, но и к эпохе культуры прошлых столетий с существованием таких жанров, как мемуар. Современный мир переживает эпоху не только «вторичной устности», но и олитературивания повседневности – в этом заключается противоречивый характер чувствования современного пользователя Сети.

Ключевые слова: схема коммуникации, массовая коммуникация, социальная сеть, самопрезентация, «вторичная устность», возвращение к более ранним стадиям культуры.

Для цитирования:

Лассан Э. О виртуальной коммуникации как возможном объекте медиалингвистики («Фейсбук»: возвращение в прошлое) // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 7–20.

Сведения об авторе:

Лассан Элеонора, доктор филологических наук, профессор

Контактная информация:

Почтовый адрес: LT-01513, Литва, Вильнюс, Университетская ул., 3

E-mail: eleonora-lassan@yandex.com

Дата поступления статьи: 22.10.2016

В современной лингвистике появилась отрасль, позиционирующая себя как новое, бурно развивающееся направление – речь идет о медиалингвистике. Очевидно, для того чтобы претендовать на роль действительно нового направления, медиалингвистика должна провозгласить некий новый объект и, соответственно, методы и цели его исследования. Вряд ли таким объектом может быть язык средств массовой информации, поскольку он является только отражением языкового состояния общества и уровня его грамотности.

Основным объектом медиалингвистики сегодня считается «медиа-текст» [Современный медиатекст 2011] и медиадискурс [Уварова 2015], соотношение между которыми остается недостаточно выясненным в силу множественности определений понятия «дискурс». Все, на наш взгляд, было бы много проще, если не отходить от знаменитого определения дискурса ван Дейком, побуждающим при исследовании дискурса обращаться к структурам сознания говорящего и слушающего: «...сложное коммуникативное явление, которое включает в себя и социальный контекст, дающий представление как об участниках коммуникации (их характеристики), так и о процессах производства и понимания» [ван Дейк 1989: 13]. В этом случае текст следовало бы рассматривать как вербальную часть коммуникативного процесса, исследование которой сводится к характеристике формальных лингвистических средств, а условия производства и понимания выводили бы нас к исследованию особенностей сознания участников коммуникации, т. е., собственно говоря, к их «идеологии».

Отличается ли в принципе «медиа-текст» от «простого» текста? Что является последним также неясно, поскольку, согласно Луману, использование множительных аппаратов уже позволяет относить текст к масс-медиа [Luhmann 1996: 10], что делает и книжный текст медийным. Вместе с тем, если исходить из знаменитого тезиса М. Маклюэна «**the medium is the message**» [Маклюэн 2003], то средство передачи сообщения, являющееся составной частью самого сообщения, должно определять специфику текста в зависимости от канала его передачи. В таком случае каковы признаки, объединяющие, скажем, радиотекст (напр., новостные передачи) с газетным текстом или текст теленовостей с интернет-блогами? Здесь не кажутся убедительными приводимые Н.А. Кузьминой в качестве отличительных следующие признаки медиатекста:

- **«производство “на поток”, одноразовость, невозпроизводимость»;**
- **«коллективное производство медиапродукта:** всякий текст создается и обрабатывается несколькими лицами (журналистом, редактором, оператором, режиссером, монтажником и т. д.), помещается в окружение других текстов, так что структура выпуска, не зависящая от воли автора, определяет содержание каждого материала»;
- **«опосредованность общения и особый характер обратной связи** – ограниченный, минимизированный или вовсе отсутствующий,

отложенный во времени и пространстве...» [Современный медиатекст 2011: 12].

Возможно, информативные тексты устаревают, действительно, быстро, однако содержание газетных материалов не сводится только к информированию о злободневных новостях – аналитика и публицистика в неменьшей мере конструируют картину мира читателя и могут надолго, на десятилетия, оставаться в памяти читающей части общества: так случилось, например, со знаменитой статьей Б.Ц. Урланиса «Берегите мужчин» (Литературная газета, 1968 г.). Эта статья была перепечатана 160 газетами, что опровергает тезис о **невоспроизводимости** текстов СМИ. Критерий **коллективного производства текста** не относится к интернет-блогам, комментариям и т. п. (каждый может выложить в Сеть информацию, которой хочет поделиться). И наконец, критерий **отсроченной или минимизированной обратной связи** совершенно разбивается об общение в Интернете, где комментарии следуют в онлайн-овом режиме, уподобляющем письменное общение устному диалогу / полилогу. Таким образом, вряд ли можно говорить о критериях, объединяющих тексты различных по используемым каналам массмедиа. Позволю усмотреть в цитируемом выше тезисе Маклюэна подтверждение высказанной мной мысли: каждый канал передачи обуславливает специфику своих сообщений, и найти общие критерии массмедийных текстов, которые не были бы присущи, например, текстам учебников, не так легко.

Возможно, новой науке следует избрать другой объект исследования. Здесь хотелось бы присоединиться не только к вопросу М. Кронгауза: «Что важнее: язык или коммуникация?» – но и согласиться с избранным им вариантом ответа: коммуникация [Кронгауз 2009].

Естественно, наиболее благодатный и очевидный материал исследования в таком случае можно найти, конечно, в Интернете, который, в силу разносторонности, разнообразия функций, выполняемых им в современном мире, представляет собой не только средство массовой информации, но и **средство массовой коммуникации**, эру которой открыли социальные сети. Такую коммуникацию отличает полиадресатность, доступность самовыражения, скорость передачи и поступления информации, наличие быстрой обратной связи, в связи с чем исследование коммуникации в Интернете, точнее, ее виртуальной модификации, действительно, может составить особое направление, работы в рамках которого откроют нам особенности существования современного «человека диалогического», реализующего себя в социальных сетях. В предлагаемой статье нас интересуют особенности коммуникации в «Фейсбуке» – социальной сети для личного общения, в том ее сегменте, где люди объединяются в группу «друзья» и где сообщения предназначены сразу множеству адресатов, по определению вступивших в «близкий круг» адресанта. Как известно, социальные сети были созданы для общения и обмена информацией группами поль-

зователей, объединенных тем или иным социальным признаком (хобби, профессией, территорией проживания, отдыха или работы). На сегодня самой популярной является социальная сеть Facebook (2004), охватывающая США, практически всю Европу, Индонезию, Турцию, Индию, Мексику, Филиппины, более 5 млн пользователей в России. Принято говорить о возникшей интернет-зависимости как о психологическом заболевании, «а зависимость от социальных сетей – её новая форма. Причины этого явления вполне объяснимы: у каждого человека есть явные и скрытые потребности, которые он стремится удовлетворить, это может быть потребность в общении, самореализации, экономии времени или еще чего-то, а социальная сеть дает ощущение удовлетворения этих потребностей» [Семенов 2011].

Сравнительно недавно The Guardian подготовила проект «Смертные грехи в Интернете», цель которого заключается в том, чтобы показать, как изменилась нравственность человека с появлением цифровых технологий, в частности как смертный грех – зависть – «притаился» в «Фейсбуке». Об этом, в частности, пишут пользователи социальных сетей («Фейсбука»), чье мнение приводится в подтверждение высказанного тезиса:

1) *Один из трех человек, проводя время в Фейсбуке, чувствует себя несчастным. И я тоже один из этих трех. У других зубы лучше моих, дети – лучше, жизнь – лучше, дом – лучше, отпуск – лучше, все – лучше! ...Тысячи и тысячи лет люди говорили: жадность – это плохо, самолюбование – это плохо. И при этом Фейсбук побуждает нас терять самих себя, разглядывая соломинки в своем глазу.*

2) *Вся эта история с обработкой фотографий, с притворством, с фабрикацией вашей жизни... Я хочу показаться умной. Я притворюсь, что читала Джеймса Джойса. ВСЕГО Джеймса Джойса. В молодости. Это очень тонкая грань. Вы выставляете себя и притворяетесь тем, кем вы не являетесь. О, Господу! (<http://www.pravmir.ru/v-feysbuke-u-vseh-vsyo-horoshone-speshite-zavidovat/>).*

Принадлежа к другой культуре, я тоже рассматриваю «Фейсбук» как средство, удовлетворяющее, с одной стороны, стремление человека к самовыражению через общение с людьми, которые, по кажущемуся определению, должны быть «друзьями», т. е. людьми примерно одинакового уровня ценностей, а с другой – как **мир «селфи»**, когда социальные сети становятся «ярмаркой тщеславия», «пришедшие» на которую стремятся продемонстрировать себя, свои вкусовые предпочтения, уровень интеллекта (выкладывание фотографий, позволяющих продемонстрировать свой облик, кажущийся изображенному на фотографии весьма выигрышным, престижный антураж, в который эксплицитно или имплицитно «Я» помещает себя, демонстрация эрудиции, стиля и т. п.). Таким образом, сама коммуникация как массовая – а ее можно признать таковой по наличию множества возможных реципиентов, получающих сообщение (друзья, друзья друзей и т. д.) – отличается специфической целью от обычной

массовой коммуникации, если признать сказанное выше: прежде всего это акт самовыражения, осуществляемый различными и не всегда столь очевидными, как выкладывание фотографий, способами.

Наша задача – проанализировать, как изменяется коммуникация в социальных сетях, если исследовать ее, опираясь на схему **кто, что, кому, по какому каналу и с каким эффектом** – предложенная еще Лассуэлом [Lasswell 1948: 33] модель коммуникации до сих пор, как представляется, является эффективной при описании составляющих коммуникации, осуществляемой в любом формате. Возможно, для эпохи коммуникации в социальных сетях уместным был бы еще один вопрос: **для чего** осуществляется коммуникация, – ответ на который как будто бы предложен выше: для выгодного самопредставления. Однако такой ответ был бы несколько упрощенным и концентрировал бы наше внимание только на фотографиях. На мой взгляд, самопредставление может быть описано как градуированное явление, шкала которого колеблется от полного «селфи» (визуального и вербального дискурса, субъект которого ориентирован только на демонстрацию своих достоинств) до выражения мнения на злободневную тему. В этом случае «Фейсбук» является единственной публичной трибуной, предоставляемой говорящему; самовыражение, самопредставление здесь практически сводится к нулю – адресант делится мыслями и эмоциями, желая найти единомышленников или полемизируя с мыслящими инако.

Отметим, что социальные сети, по своему назначению призванные расширить коммуникацию, сделав ее легкодоступной для тех, кто не находится в одном пространстве (подобно телефонной коммуникации), и «массовой» в силу того, что публикуемые посты читаются сразу большим количеством «друзей», позволяют сразу предположить характер изменений, отличающих коммуникацию в Сети от коммуникации в режиме непосредственного диалога или монолога: 1) массовость адресата («друзей»); 2) поликодовый характер публикуемых «текстов»; 3) специфика выражения обратной связи; 4) специфика канала передачи сообщения. Названные изменения соответствуют составляющим модели Лассуэла (за исключением отсутствующего элемента **кто?**) и вместе с тем требуют уточнения.

Дискурс «ленты» в «Фейсбуке» носит пестрый характер: здесь 1) фотографии, сделанные чаще всего телефоном, чья роль еще, на мой взгляд, недостаточно оценена в отношении не языка коммуникации, а влияния на его обладателя, стремящегося «остановить мгновение» и передать слепок этого мгновения другому, – фотография, сделанная телефоном, становится «самым массовым из искусств»; 2) вербальная информация адресанта о том, чем он считает нужным поделиться с друзьями, – это предусмотрено рубрикой «о чем вы думаете?». Заметим, что уже существование этой рубрики само по себе предоставляет возможность самовыражения, повышая статус «думанья» субъекта до общезначимого события.

Итак, рассмотрим коммуникацию в «Фейсбуке», структурируя ее в соответствии в моделью Лассуэла.

Кто? Поскольку значительную часть ленты «Фейсбука» составляют фотографии, то как нам обозначить того, кто публикует свои фотографии в социальных сетях, снабжая (или не снабжая) их поясняющими подписями? Чаще всего это фотографии «Я» и тех, кто входит в личную сферу «Я», или сообщения, обычно тоже с фотографиями, об имевших / имеющих место событиях «Я». Перед нами поликодовый селфи-текст, создателя которого можно назвать **субъектом самопрезентации**. Думается, можно предложить и другое обозначение адресанта – «постоящий»: такое обозначение подойдет и к обозначению адресанта, публикующего вербальные тексты той или иной направленности. Социальные сети позволяют подтвердить применительно к нашему времени тезис, сформулированный в XVIII в. Дж. Беркли: существовать – значит быть воспринимаемым, более того – быть видимым, поскольку даже небольшой пост сопровождается фото его создателя.

Что? Я просматриваю свою страницу в «Фейсбуке» за 26 августа 2016 г. (случайный выбор – день начала работы над статьей), стремясь ответить на вопрос: «Что говорится?» На странице практически одни фотографии с короткими подписями – селфи или иллюстрации понравившихся картин, книг и т. п. Вторые разумеется, в гораздо меньшей степени можно отнести к **селфи-дискурсу** – в них (особенно, если пост – отсылка к книге) нет самолюбования, скорее, это информативный акт, который в вербальном эквиваленте выглядел бы как вводимый глаголом *сообщаю*, напр.: *сообщаю, что «Довлатов и окрестности» Александра Генуса в продаже* – подпись под фотографией книжной обложки и отсылка к информирующему изданию *Согрус.ru*. Здесь нацеленность на адресата, интересы которого известны субъекту, поместившему текст, поскольку адресаты числятся в его «друзьях». Вот как будто бы похожий случай: репост – фотокопия картины Моне «Закат над Сеной в Лавакуре» с отсылкой к источнику *Archive.ru*. Если не идти к источнику, где найдешь профессиональный комментарий к творчеству Моне, то данный пост нельзя сопоставить с информацией предыдущего поста: адресата призывают разделить возникшую эмоцию по поводу созданного ранее и, возможно, известного ему произведения. Это значит, что «постоящий» в известной степени демонстрирует себя – свои вкусовые предпочтения, свою эрудицию в определенной области, ожидая, что она будет оценена по достоинству и он найдет тех, кто способен испытывать похожее восхищение от демонстрируемой красоты. Однако и в том, и в другом случае хочется поставить отметку обратной связи: «лайк» – т. е. поблагодарить «постоящего», который, как думается, этого одобрения ждет (о «лайках» см. ниже).

Приведу вербальный текст, сопровождаемый фотографией – здесь иная тема: размышление об избранном месте отдыха с обоснованием мо-

тивов своей удовлетворенности им, что напоминает по жанру страничку дневника (автокоммуникацию).

Отдыхать в Паланге надо под конец сезона. Тогда в твоём распоряжении окажется весь этаж дома с двумя душевыми и отдельным клозетом, с просторным и безлюдным (!) холлом – свободно можно ходить по ночам, чтоб чайку попить, пересаживаясь от одного окна к другому и, любясь видами из оных на все четыре стороны света – (см. фото) – И вообще, люблю частный сектор, никакие пятизвездочные отели никогда не передадут колорит местной жизни. Место тихое, вдали от бушующей улицы "Босса новы" с шумным гуляющим пиплом, но с видом на центральный костел. Не понимаю, как можно не любить Палангу и фыркать - "шумно", "ужасно" – места знать надо, а я их знаю с "золотого детства" : -) В моих местах – тихо, уютно и спокойно)).

Такой текст вряд ли возможен в непосредственном общении – «постоящий» представляет свою точку зрения, которая никем не запрашивается. Он рефлексирован над причинами, побудившими его произнести фразу в предписывающей модальности: *отдыхать... надо под конец сезона*. С дневником текст роднит авторская субъективность, проявляющаяся в 1) обращении к самому себе (*ты*); 2) наличии оценочных слов, передающих эмоциональные ощущения автора (*чайку, уютно, спокойно, тихо*); 3) глаголов, прямо выражающих эмоцию, имеющую когнитивную составляющую – говорящий осознает основания оценки, вызывающей эмоцию: *люблю частный сектор; не понимаю, как можно не любить Палангу и фыркать...; любоваться видами на все четыре стороны...* Вместе с тем «постоящий» демонстрирует и туристическую компетентность и включённость в современные практики, как поведенческие, так и речевые (*никакие пятизвездочные отели не передадут...; с гуляющим пиплом*), и знакомство с высоко котирующимся отдыхом (небедность), равно как и некоторый интеллектуальный сленг. Возможно, перед нами естественное речевое поведение, разговор с самим собой, однако в большей степени это самопредставление «Я» как «опытного отдыхающего» и одновременно противника снобизма. Об этом говорит указание «см. фото», знаки препинания и символы, призванные показать умонастроение пишущего (:-)), предписывающая модальность первого предложения (*отдыхать в Паланге надо под конец сезона*). Все это побуждает трактовать текст не как автокоммуникацию, а как «стильный и эффектный дневник», предлагаемый сегодня, например, сайтом Mundaybook: *Вам надоело то, что к Вам никто не прислушивается и никто не слышит? Это в прошлом! С Mundaybook Вы будете услышаны сразу же, как только создадите свой электронный дневник и опубликуете свою первую запись (mundaybook.me)*. Дневник теряет свою интимность, превращаясь в интернет-дневник, цель которого – представить свои ощущения, свой день на всеобщее обозрение. «Стильный и эффектный» дневник можно соотнести с художественными жанрами, и именно в

этой его живописности, художественной изобразительности, характерной не для жанров речи (т. е. перед нами не первичный, диалогический жанр), и проявляется, на наш взгляд, самопрезентация автора, чья бьющая в глаза субъективность делает текст селфи-текстом. И «постящий», конечно, получает «лайки» от друзей и реплики поддержки «согласен», «точно» и т. п., о чем будет сказано ниже. К записям, претендующим на отнесенность к жанру дневниковых, примыкают «родительские заметки» – регулярно появляющиеся рассказы о том, как ведут себя их дети: *Зашли с младшими девочками в кафе отметить 1 сентября. По итогам нашего обеда девочки сочинили стихотворение. Однажды в ресторане сидели три свиньи. Закакали весь стол они, Поели и ушли. Самокритичность на высоте.* Каков здесь уровень самопредставления? Думается, в метакоммуникативном высказывании (*самокритичность на высоте*) «постящий» демонстрирует свое умение посмотреть на ситуацию с юмором, которым обладают и дети адресанта, что делает их чрезвычайно обаятельными.

Мы продемонстрировали «посты», с разной степенью претендующие по содержанию на статус **селфи-текста**: от практического отсутствия авторской представленности до яркой демонстрации вкусов, предпочтений, стиля, антуража «Я». Роднит эти тексты диалогическая реакция «друзей» – чаще всего одобрение поста.

Канал связи. Специфика канала связи в «Фейсбуке», обеспечивающего практически коммуникацию в режиме реального времени, обуславливает синтетический письменно-устный способ общения. Например, фотография протоиерея Кураева сопровождается пояснением: *Вчера гуляла возле храма Архангела Михаила в Тропарёво. А там дьякон Андрей Кураев катает детей на мопеде!* Отметим отсутствие местоимения при глаголе прошедшего времени, что характерно для устной речи, где говорящий явлен непосредственно – здесь он представлен фотографией и логиком его аккаунта, что замещает непосредственную представленность «постящего» в коммуникации. Характерный для устной речи эллипсис многих смысловых элементов, восполняемый при непосредственном диалоге из ситуации, – явление, весьма характерное для общения в «Фейсбуке», где «инициальной репликой» выступает фотография: напр., в ответной реплике после фотографии велосипедистов, оторвавшихся от «постящего» (вид сзади), следует комментарий: *отстал.* В инициальных текстах устность реализуется через использование дейктических местоимений: комментарий к фотографии Новеллы Матвеевой, взятой из сообщения о ее смерти на Colta.ru: *У меня есть эта фотография с автографом. Её тонкие сборнички были моей главной драгоценностью при советской власти. Когда мне было 8 или 9 я спела ей её "Песню про Джимми" на собственную мелодию.*

Очевидно, мы имеем здесь то, что У. Онг назвал вторичной устностью [Ong 1991]. Для человека письменной культуры характерна абст-

рактность как результат рефлексии, для которой в ходе письма появилось время, большая отстраненность от собеседника, теоретизирование, в то время как «...для интернет-коммуникации характерна незапланированность, непредсказуемость, “живость” устной речи. П. Шлобински даёт такой письменности название “*vermündlichte Schriftlichkeit*” ... У. Шмитц говорит о “полуспонтанной” вторичной письменности (“*sekundäre Schriftlichkeit*”)... Особенностью (квази)синхронной электронной коммуникации (например, чаты, системы мгновенного обмена сообщениями) является тесная взаимосвязь письменности и устности. Несмотря на то, что коммуникация в Интернете осуществляется в письменной форме, она имеет много общего с устной речью, т. е. по модели Коха / Остеррайхера является письменной по форме реализации и устной по концепции / концептуальным признакам (*konzeptionell mündlich*)» (цит. по: [Палкова 2010: 113]).

Особенность восприятия информации человеком эпохи вторичной письменности проявляется в одновременном «задействовании» глаза и уха – текст не обрабатывается в соответствии с нормами письменной речи в силу непосредственности общения, осуществляемого практически синхронно, в силу чего он строится по принципам устного общения. Однако имеет место и противоположный процесс: олитературивание переживаемого чувства, придание некоей стилистической оформленности непосредственному переживанию:

Веселые домашние игры с ребенком

Погода последнее время совсем не баловала нас теплом: то дождик напустится, то ветер насквозь продует курточку, а детям так хочется активного веселья! Солнышко хоть и пробивается сквозь облачное небо, но уже не такое теплое, как летом. За окном-то уже сентябрь, а там и до морозов недалеко. Но это не повод для грусти: давайте веселиться дома, в тепле и с увлекательными играми!

Так вряд ли общаются с непосредственным собеседником: сложное предложение с различными видами связи, нехарактерное для разговорного стиля, метафоры, эпитеты (*солнышко пробивается, облачное небо*), время – настоящее, но это не время момента речи, когда собеседник находится в одном пространстве с «постоящим» – это, скорее, настоящее изобразительное, употребление которого имеет целью воссоздать живую картину происходящего для того, кто ее не созерцает.

Отдых у моря и особенно под занавес сезона настраивает на такой меланхолично-созерцательный лад. Не устоял. Узрел много всяких знаков, перстов, контуров, намеков. До прозрений и озарений не дошло, но частичное погружение в природу (18 градусов вода, теплый местами песок) состоялось.

Здесь используется эллипсис разговорной речи (опущение личного местоимения при глаголе прошедшего времени), однако отбор лексики, призванный подчеркнуть самоиронию говорящего, все-таки также гово-

рит о «поисках слова», что не типично для спонтанной разговорной речи. Таким образом, перед нами не только вторичная устность или полуспонтанная письменность – перед нами литературное выражение мысли, прикрывающееся кажущейся устностью, дневник и современная эпистола, «ответ» на которую следует практически сразу.

Можно ли говорить в таких случаях о диалоге? «Постящий» как будто ни к кому не обращается, но тогда с какой интенцией он совершает действие самопредставления? Наличие комментариев и вопросов к приведенным выше текстам позволяет говорить о диалоге: напр., вопрос к велосипедисту: – *погодка гут?* Ответ: *это были последние минуты гуд. ливанул и до сей поры льёт*. Налицо все признаки устного общения, не связывающего себя нормами литературной речи.

Ответная реплика может носить как вербальный характер, так и пиктографический. Так, текст о Новелле Матвеевой сопровождается «лайками» с эмодзи «лицо в слезах» и комментарием, инициирующим дальнейшие «лайки» и комментарии: *Царствие ей небесное. Она первый бард, чьи песни я слышала – лет в шесть. Мы с сестрой тогда все ее песни пели наизусть (сестра поскольку младшая, то она пела "яркий флажок из ваты голубой")*. Я всегда преклонялась перед тем, что пело в ней изнутри, перед ее самостоятельностью и обнаженностью миру. (не эта ли обнаженность и беззащитность, эта жизнь сердцем, а не умом напоследок сыграло с ней злую шутку?). Доверчивое, сердечное существо. Будь прокляты те, кто ввел малых сих во искушение – три «лайка». Ответная реплика становится инициальной для новых диалогических реакций – постов и знаков одобрения. Происходит расширение круга «постящих» – так создается своеобразный «сверхтекст» социальной сети.

Приводимые тексты как будто не предполагают диалогической реакции адресата, но, конечно, не желают и быть безответными, не оцененными со стороны яркости изображения или значимости сообщаемой информации – они «хотят» одобрения со стороны сообщества или чувства сопричастности. И знаком такого одобрения становится «лайк».

С каким эффектом? Важно, что в виртуальной коммуникации социальных сетей эффект обратной связи не отсрочивается, как это происходит со средствами массовой информации – газета, радио, телевидение не вступают в непосредственный коммуникативный контакт со своими адресатами и могут судить об оказываемом воздействии только в отсроченной перспективе. Обратная связь в социальных сетях может реализовываться сразу через предоставляемую ими возможность отреагировать на «пост» через рубрики «нравится», «поделиться», «комментарии». И здесь мы обращаемся к роли «лайков» в коммуникации. О «лайках» написано уже немало – существует «теория лайков», автор которой полагает, что «лайки» удовлетворяют потребность человека в «социальном поглаживании» [Соловьев 2013]. Если перевести эту терминологию в русло потреб-

ностей, сформулированных А. Маслоу [Маслоу 2011], то «социальное поглаживание» соответствует потребности в уважении со стороны других. Маслоу говорит и о потребности в общении, и о потребности самовыражения, находящейся на вершине этой «пирамиды потребностей». Человек, позиционирующий себя в социальных сетях, стремится к реализации сразу нескольких потребностей, которые могут быть удовлетворены виртуальным общением – он получает одобрение через «лайк», он чувствует себя неодиноким и, главное, он осуществляет это через самовыражение, будь то демонстрация внешнего облика и образа жизни или пост, являющийся результатом мыслительной деятельности человека. Поэтому «постящий» стремится собрать как можно большее их число с тем, чтобы чувствовать свою причастность большому числу людей и их одобрение. Такое одобрение повышает его самооценку (это касается и тех информативных постов, где степень самовыражения практически стремится к нулю).

Как представляется, значительная часть текстов социальной сети имеет побудительный характер: *делай, как я; знай то, что знаю я и даже завидуй мне!* Если мы согласимся с тем, что невыраженной, имплицитной частью «поста» является императив, побуждение к определенному действию или чувствованию, то мы можем, опираясь на приводимую И.М. Дзялошинским идею Б.Ф. Поршнева о повелении и возражении как начальных формах человеческой речи [Гражданские коммуникации и гражданское общество 2009], высказать мысль, что в социальных сетях типа «Фейсбук» осуществляется возврат к более ранним стадиям существования культуры как коммуникации. Впрочем, эта мысль давно высказывалась классиками теории коммуникации (Дж. Маклюэн, У. Онг). Однако мы хотим показать, что возвращение к прошлому, не только к «племенному», но и к эпохе письменной коммуникации общества из «Галактики Гутенберга» – выражение, ставшее цитатным после одноименной книги Маклюэна [Маклюэн 2005], – происходит на разных уровнях виртуального общения.

Рассматривая коммуникацию в «Фейсбуке», мы говорили о том, что вербальный текст занимает значительно меньшее место, чем, скажем, визуальное изображение, а коммуникация поддерживается специальными значками. Нельзя не отметить и роль эмодзи в построении вербальных сообщений в рамках электронной коммуникации – широко известен факт о присвоении Оксфордским словарем статуса «слово года 2015» эмодзи «плачу от смеха». В случае «лайков» и эмодзи мы имеем дело с пиктографической формой письма, что поддерживает идею о возврате к ранним стадиям коммуникации. Интересно, что «взгляд назад», ностальгия по прошлому проявляется сегодня в «Фейсбуке» в презентации фотографий из прошлого «постящего», будь то его родители в молодости, он сам «красивый, двадцатидвухлетний», его студенческая группа, расставание с которой произошло не менее 20 лет назад, и т. п. Что это? Аналог мемуаров, воспоминаний, к которым примыкают и дневниковые записи, и «эпи-

стола» – жанры, столь распространенные в прошлые столетия, столетия письменной культуры? Если и это так, то мы имеем электронный возврат к прошлым формам культуры разных периодов на разных уровнях: **коммуникативных целей постящего** (повеление и возможность возражения в ответной реплике), **жанровых особенностей** «постов», **пиктографического способа выражения умонастроения, «вторичной устности»**. В сочетании возврата к коммуникации ранних стадий культуры и к коммуникации культуры письменной эпохи и заключается, на взгляд автора статьи, противоречивый характер современного человека «диалогического» – одновременно тяготеющего и к простоте устности, и к олитературиванию собственного бытия. И в том, и в другом случае этот человек, желая быть замеченным и оцененным, демонстрирует миру все, что «должно быть прекрасно: и лицо, и одежду, и душу, и мысли».

Список литературы

- Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989. 308 с.
- Гражданские коммуникации и гражданское общество / науч. ред. и сост. И.М. Дзялошинский. М., 2009.
- Кронгауз М. Язык и коммуникация: новые тенденции. 2009. 2 апреля. URL: <http://slovari21.ru/analytics/27> (дата обращения: 21.10.2016).
- Маклюэн М. Галактика Гутенберга. М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005. 496 с.
- Маклюэн М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. М.: Канон-Пресс-Ц: Кучково поле, 2003. 232 с.
- Маслоу А.Н. Мотивация и личность. СПб.: Питер, 2011. 496 с.
- Палкова А.В. Язык пользователей Интернета в системе разновидностей современного немецкого языка. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2010. 116 с.
- Семенов Н. Все о социальных сетях. Влияние на человека // SECL GROUP. 2011. 8 августа. URL: <http://secl.com.ua/article-vse-o-socialnyh-setjah-vlijanije-na-che-loveka.html> (дата обращения: 29.08.2016).
- Современный медиатекст / отв. ред. Н.А. Кузьмина. Омск, 2011. 414 с.
- Соловьев Д. Потребности и поведение людей в социальных сетях. Теория «лайков». 2011. 15 октября. URL: <http://www.soloveev.ru/sreda2/> (дата обращения: 27.09.2016).
- Уварова Е.А. Медиатекст и медиадискурс: к проблеме соотношения понятий // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. 2015. № 5. С. 47–54.
- Lasswell H.D. The structure and function of communication in society // The Communication of Ideas / Ed. L. Bryson. N.Y.: Harper and Brothers, 1948.
- Luhmann N. Die Realität der Massenmedien. 2, erw. Aufl. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1996. URL: <http://traumawien.at/stuff/texts/massenmedienrealitaetluhmann.pdf>.
- Ong W.J. Orality and literacy: the technologizing of the word. London; New York: Routledge, 1991. 201 p.

References

- Dzyaloshinsky, I.M. (Ed.) (2009), *Grazhdanskie kommunikatsii i grazhdanskoe obshchestvo* [Civil communication and civil society], Moscow.

- Kronhaus, M. (2009), *Yazyk i kommunikatsiya: novye tendentsii* [Language and communication: new trends], available at: <http://slovari21.ru/analytics/27> (access date: October 21, 2016).
- Kuzmina, N.A. (Ed.) (2011), *Sovremennyi mediatekst* [Modern media text], Omsk, 414 p.
- Lasswell, H.D. (1948), The structure and function of communication in society. Bryson L. (Ed.) *The Communication of Ideas*, New York, Harper and Brothers publ.
- Luhmann, N. (1996), *Die Realität der Massenmedien*, 2., erw. Aufl., Opladen, Westdeutscher Verlag, available at: <http://traumawien.at/stuff/texts/massenmedien-realitaetluhmann.pdf>.
- Maslow, A.H. (2011), *Motivation and Personality*, St. Petersburg, Piter publ., 496 p. (in Russian)
- McLuhan, H.M. (2005), *The Gutenberg Galaxy*, Moscow, Akademicheskii Proekt publ., Fond "Mir" publ., 496 p. (in Russian)
- McLuhan, H.M. (2003), *Understanding Media: The Extensions of Man*, Moscow, Kanon-Press-Ts publ., Kuchkovo pole publ., 232 p. (in Russian)
- Ong, W.J. (1991), *Orality and literacy: the technologizing of the word*, London, New York, Routledge publ., 201 p.
- Palkova, A.V. (2010), *Yazyk pol'zovatelei Interneta v sisteme raznovidnosti sovremennogo nemetskogo yazyka* [Language of Internet users in the system of modern varieties of the German language], textbook, Tver, Tver State University publ., 116 p.
- Semenov, N. (2011), Vse o sotsial'nykh setyakh. Vliyanie na cheloveka [All of the social networks. The impact on human]. *SECL GROUP website*, available at: <http://secl.com.ua/article-vse-o-socialnyh-setyah-vlijaniye-na-cheloveka.html> (access date: August 29, 2016).
- Soloviev, D. (2013), *Potrebnosti i povedenie lyudei v sotsial'nykh setyakh. Teoriya "laikov"* [The needs and behavior of people in social networks. The theory of "likes"], available at: <http://www.soloveev.ru/sreda2/> (access date: September 27, 2016).
- Uvarova, E. (2015), Mediatext and mediadiscourse: the problem of their correlation. *Bulletin of the Moscow State Regional University. Series "Linguistics"*, No. 5, pp. 47-54. (in Russian)
- Van Dijk, T.A. (1989), *Language, Cognition, Communication*, Moscow, 308 p. (in Russian)

**ABOUT VIRTUAL COMMUNICATION
AS A POSSIBLE OBJECT OF MEDIA LINGUISTICS
(FACEBOOK: RETURN TO THE PAST)**

E. Lissan

Vilnius State University (Vilnius, Lithuania)

Abstract: The author questions the existing definitions of the media text and offers to focus media linguistics attention on virtual communication. The author considers the communication on the social network Facebook designed for personal com-

munication. The author traces the modification of communication in the network compared to “before-network” everyday or public communication at the level of each of elements of the model based on the five-element Lasswell’s communication model. The author believes that one of the main objectives of the considered virtual communication is a self-presentation of the subject and names such texts as “selfie-texts”. Analyzing genre features of Facebook’ “texts”, the communicative intentions of the speaker, the reduction of a word and visual images dominance over verbal texts and pictorial way of dialogue, the author joins to the opinion of the theorists of the Toronto School of a return to the early forms of communication on the new electronic round. However, the author believes that the return goes out not only to the era of pre-literate cultures, but also to the era of the past centuries culture with the existence of such genres as memoir. We are experiencing not only the era of “secondary oral nature, but also the era of literate everyday life – this is the contradictory nature of the feelings of modern web user.

Key words: communication model, mass communication, social network, self-presentation, “secondary oral nature”, return to earlier stages of culture.

For citation:

Lassan, E. (2016), About virtual communication as a possible object of media linguistics (Facebook: return to the past). *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 7-20. (in Russian)

About the author:

Lassan Eleonora, Prof.

Corresponding author:

Postal address: 3 Universiteto st., Vilnius, LT-01513, Lithuania

E-mail: eleonora-lassan@yandex.com

Received: October 22, 2016

УХОДЯЩЕЕ СЛОВО: ИСТОРИЗМ, АРХАИЗМ, НОТИОЛИЗМ?*

Б.Ю. Норман

¹ Белорусский государственный университет (Минск, Беларусь)

² Уральский федеральный университет

имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия)

Аннотация: Слова со временем могут выходить из употребления и делают это по разным причинам: а) изменение объективной действительности, уход или отмирание каких-то предметов и явлений (в результате в языке появляются историзмы); б) внутриязыковые мотивы: перестройка лексической системы, замена одной, предыдущей номинации другою (так возникают архаизмы); и в) изменение ментальной системы социума, дезактуализация каких-то понятий. В последнем случае в языке появляются нотиолизмы – слова, уходящие из лексикона по причине утраты носителем языка соответствующих понятий, при том что сами реалии (референты, денотаты) как элементы объективной действительности сохраняются. Именно последнее обстоятельство отличает нотиолизм от историзма; от архаизма же нотиолизм отличается тем, что не получает в современном языке стандартной однословной замены. Примеры нотиолизмов – свидетельства перестройки концептуального аппарата языкового коллектива. Именно нотиолизмам в русском языке и посвящена статья. В качестве представителей данной категории устаревающей лексики приводятся слова *аршин, фунт, алтын, бобыль, яхонт, рудознавец, наперсник, гетера, рвач, казнокрад, книгочей, жуир, пасынок* и др. Указываются две основные причины, по которым эти слова утрачиваются языком: а) перестройка политической системы общества, смена его идеологических и моральных ориентиров и б) прогресс человеческого знания, развитие научно-технической мысли, изменения материальных условий жизни и т. п. Делается попытка дополнить общую теорию номинации: уточнить соотношение денотативного, структурного (внутриязыкового) и сигнификативного аспектов лексического значения.

Ключевые слова: нотиолизм, историзм, архаизм, денотат, сигнификат, дезактуализация.

Для цитирования:

Норман Б.Ю. Уходящее слово: историзм, архаизм, нотиолизм? // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 21–38.

* Данная статья представляет собой переработку публикации: Норман Б.Ю. Нотиолизмы – важная категория лексикологии // *Studia Slavica Savariensia*. 1-2. Проблемы контрастивной семантики (славянской и неславянской). Szombathely, 2004. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 16-18-02005).

Сведения об авторе:

Норман Борис Юстинович, доктор филологических наук, профессор,
¹профессор кафедры теоретического и славянского языкознания, ²ведущий научный сотрудник

Контактная информация:

Почтовый адрес: 220030, Беларусь, Минск, пр. Независимости, 4

E-mail: boris.norman@gmail.com

Дата поступления статьи: 13.11.2016

Всю устаревшую и устаревающую, выходящую из употребления лексику принято сводить к двум типам: архаизмам и историзмам. Это связано с разными причинами эволюционных изменений в словарном составе. «С одной стороны, слово может “устареть” само по себе, т. е. оказаться вытесненным из живого употребления другим, синонимичным ему словом или словами; с другой стороны, оно может “устареть” в том смысле, что из живого обихода выпадает обозначаемый этим словом предмет; в этом случае, в отличие от первого, вытеснения слова синонимами, замены его другими словами не происходит» [Ахманова 1957: 272]. Данная точка зрения последовательно проводится и в новейших учебных пособиях по русскому языку [Русский язык 2001: 206–210; Солодуб, Альбрехт 2002: 134–145; Кузьмина 2011: 138, 330 и др.].

Классическими примерами архаизмов в современном русском языке служат такие лексемы, как *ланиты* ‘щеки’, *вежды* ‘веки’, *вья* ‘шея’, *уста* ‘рот, губы’, *отселе* ‘отсюда’, *вотще* ‘напрасно’, *виктория* ‘победа’, *инфантерия* ‘пехота’, *променад* ‘прогулка’, *пирушка* ‘банкет, вечеринка’, *автожир* ‘вертолет’, *репродуктор* ‘динамик’ и т. п. Приведенные примеры наглядно демонстрируют характерный признак данной категории лексики – наличие в языке нового названия (вытеснившего старое). Оно же, это новое имя, используется и в качестве толкования архаизма в словарях.

Термин «историзм» применяется в русской лексикологии по отношению к словам типа *кафтан*, *армяк*, *братина*, *ендова*, *боярин*, *галера*, *алебарда*, *бердыш*, *астролябия*, *конка*, *ликбез*, *конторка*, *керогаз*, *продотряд*, *белобандит*, *уплотнять*, *буржуйка*, *пресс-папье*, *арифмометр* и т. п. Обозначаемые этими словами реалии бесповоротно вышли из повседневного обихода и никаких новых названий не получили. В словарях историзмы толкуются описательно, при помощи развернутых определений, например:

Кафтан – Русская старинная мужская долгополая верхняя одежда.

Братина – Ковш, употреблявшийся в старину для питья вина.

Конка – До введения трамвайного движения: городская железная дорога с конной тягой, а также вагон такой дороги.

Керогаз – Нагревательный керосиновый прибор, род бесшумного примуса (все толкования – по словарю [Ожегов 1988]).

Если сегодня употребление историзма – это как бы пропуск в иной мир, в иную культуру, то употребление архаизма – это прежде всего сигнал особого тона общения. Возьмем для примера слово *штиблеты* (словарь дает толкование: «мужские полуботинки»). Писатель рассказывает о привычках И.В. Сталина:

Не мог он привыкнуть и к надеваемым с мундиром искусно пошитым шевровым ботинкам, которые в усмешку именовал по-дореволюционному – штиблеты (В. Богомолов. Момент истины).

Симптоматично тут это «в усмешку»: «вождь народов» хорошо понимал, что сейчас так не говорят, но хотел либо продемонстрировать свою верность прежним временам (и произвести соответствующее впечатление на собеседника), либо просто таким образом подчеркнуть свою «особенность».

Разумеется, устаревание слова – длительный процесс. И даже если сама реалья выходит из употребления, ее название еще некоторое время сохраняется в языке. Более того, оно может переноситься и на новый предмет. Так, по свидетельству современников, первые трамваи именовали электрическими конками [Федосюк 2003: 211]. Вместе с тем понятно, что процесс образования историзмов ни на минуту не прекращается, каждая эпоха отказывается от каких-то реалий, свойственных предыдущим периодам. Буквально на наших глазах, за последние десятилетия, из употребления вышли такие предметы, как промокашка, перочистка, чернильница-непроливайка, фотоувеличитель, болонья (вид плаща), киножурнал, телеграф, соцсоревнование – и соответствующие названия сегодня уже стали историзмами. Вот как реагирует известный писатель на процесс ухода конкретной вещи: *Канторка – предмет сегодня малопонятный. Когда-то она стояла в магазинах, лавках; канторкой пользовались писатели, журналисты, люди много пишущие. За канторкой удобно было работать стоя. Собственно, что значит было удобно? Как будто теперь неудобно, как будто что-то изменилось в человеческом организме. Но почему-то канторок не изготавливают. Может быть, потому, что большинство пишущих людей сегодня не пишут, а стучат на машинке. Для машинки канторка не приспособлена. В 30-е годы я еще видел канторки в книжном магазине и в столярной мастерской, где за ней стоял мастер* (Д. Гранин. Ленинградский каталог).

Что касается слов-архаизмов, то они охотно сосуществуют в языке со своими конкурентами – новыми названиями, с той оговоркой, что между ними проводится стилистическое различие. Так, Словарь под редакцией Д.Н. Ушакова толкует *аэроплан* как «летательный аппарат тяжелее воздуха; самолет». А при *самолет* дается помета «новое» и толкование: «то же, что аэроплан» [Толковый словарь 1935–1940]. Сегодня же, наоборот, *самолет* воспринимается как нейтральное наименование, а *аэроплан* – как стилистически маркированное (архаизм).

Таким образом, противопоставление архаизмов и историзмов обусловлено различными причинами их возникновения – соответственно внутриязыковыми и внеязыковыми; оно продуктивно в стилистическом плане. Тем не менее, на наш взгляд, распределение устаревшей лексики по двум названным категориям небезупречно с точки зрения лингвистической теории и сталкивается с некоторыми затруднениями на практике.

В частности, оно плохо применимо к определенной группе слов. Как квалифицировать, например, существительные *десница* и *шуйца*, обозначавшие в древнерусском языке соответственно правую и левую руку? С одной стороны, признать их историзмами нельзя: денотаты этих слов никуда не делись, правая и левая руки по-прежнему составляют немаловажную часть объективной действительности. Но и архаизмами назвать *десницу* и *шуйцу* трудно: ведь никакие новые названия не пришли им на смену. Считать же таковыми описательные наименования *правая рука* и *левая рука* не позволяет речевая практика. Эти составные наименования употребляются в современной речи в целом реже, чем их однословные соответствия в исторический период, да и условия употребления тех и других заметно различаются. Любопытно, что уже в XIX в. лексема *десница* развивает в себе переносное значение ‘символ власти’, а *шуйца* «уходит в тень». Так, по данным «Словаря языка Пушкина», в произведениях великого поэта первое из слов употреблено 14 раз (например: *Чей это парус? Чья десница его во мраке напрягла?*), а второе не встретилось ни разу [СЯП]. В современной же речи выражения *правая рука* и *левая рука* употребляются только при необходимости подчеркнуть, о какой из верхних конечностей идет речь, – но при этом как номинации они принципиально равноправны, ср.: *Поднимите теперь правую / левую руку!* (при том, что прилагательное *правый* вообще более частотное, чем *левый*). Оставим здесь без внимания фразеологизм *правая рука* в значении ‘ближайший помощник’. Получается, что лексемы *десница* и *шуйца* канули в Лету, не оставив после себя полноценных наследников. Объяснить это можно только одним способом: в какой-то период в сознании русских людей противопоставление понятий «правая рука» и «левая рука» нейтрализовалось, общие признаки возобладали над отдельными, дифференциальными, два понятия слились в одно и соответствующие названия – *десница* и *шуйца* – поглотились гиперонимом *рука*.

Рассмотрим теперь другой случай. Из русского языка постепенно уходят лексемы *пасынок* ‘неродной сын’ и *падчерица* ‘неродная дочь’ – современному читателю они знакомы более всего по народным сказкам. Можно ли трактовать их как историзмы? Очевидно, нет: ведь, как это ни прискорбно, неродные дети – встречающийся и сегодня факт действительности. Считать же *пасынка* и *падчерицу* архаизмами тоже нельзя: составные номинации *неродной сын* и *неродная дочь* не занимают в лексической системе того места, которое занимали в ней раньше однословные назва-

ния *пасынок* и *падчерица*. Говоря точнее, они не вполне им синонимичны: *пасынок* это ведь 'неродной сын', а *падчерица* – 'неродная дочь', но только для одного из супругов, в то время как в современном языке *неродной ребенок* может быть взят на воспитание из детского дома и т. п. – т. е. он может быть неродным для обоих супругов сразу.

Неродные отец и мать по-русски называются *отчим* и *мачеха*, и эти названия тоже постепенно (хотя и с меньшей скоростью, чем *пасынок* и *падчерица*) выходят из употребления. Причина этого понятна: изменения, происходящие в общественном сознании, включают в себя и пересмотр принципов, на которых зиждется семья как ячейка общества. Наряду с юридическим, экономическим, биологическим аспектами в формировании семьи участвует также общественная традиция, говоря по-другому, наивная этика. И, судя по всему, признак «кровность / некровность родства» оказывается для современного социума не столь важным, как ранее. Характерно, что для неродных внуков и внучек (в противоположении родным), так же как для неродных дедушек и бабушек, специальных названий никогда и не существовало: на этой ступени родства признак кровности / некровности абсолютно нерелевантен: бабушки и дедушки для внуков и внучек все «родные».

Показательны в данном отношении также другие наименования родственников, вышедшие сегодня из употребления. Так, когда-то в русском языке существовали лексемы *стрый* 'брат отца', *(в)уй* 'брат матери', *ятровь* 'жена брата мужа', *свояк* 'муж сестры жены' и т. п. Понятно, что соответствующие реалии не исчезли из объективной действительности, просто человек перестал их ощущать как отдельные понятия, они сигнификативно слились с другими реалиями, а уже в силу этого исчезли и их названия.

Конечно, рассмотренные случаи непросты и требуют пристального анализа. В то же время складывается впечатление, что, описывая устаревшую лексику, исследователи предпочитают оставаться в кругу уже «испытанных» примеров. Одни и те же стандартные иллюстрации – уже упомянутые *ланиты* и *вежды*, *кафтаны* и *конки* – кочуют из статьи в статью, из пособия в пособие.

Довольно редко в поле зрения лексикологов попадают, скажем, названия устаревших и устаревающих единиц измерения – таких как *пядь*, *аршин*, *сажень*, *верста*, *четверик*, *фунт*, *пуд*, *штоф*, *десть* и т. п.; по-видимому, они тоже представляют собой непростой случай. Сами эти меры как объективная данность, очевидно, существуют (например, верста равна 1,06 км, фунт – 409,5 г и т. д.). Мы можем без труда отмерить именно такую длину или вес; они зафиксированы и во многих материальных объектах. Однако общество все реже прибегает к ним: достаточно ли этого, чтобы считать их историзмами?

Еще один непростой случай – старинные названия букв: *аз*, *буки*, *веди*, *глаголь*, *добро* и т. д. (мы приводим их в современной транслитерации). Са-

ми кириллические буквы, несомненно, сохранились, мы ими активно пользуемся: А, Б, В, Г, Д, ... Однако за ними уже не стоят те понятия и коннотации, которые сообщались носителю языка в XII или XV в. Называя сегодня буквы просто «а», «бэ», «вэ», «гэ», «дэ» и т. д., мы, хотим того или нет, отказываемся от некоторого архаичного пласта культурных знаний.

Подобные примеры убеждают нас в том, что сведение всех случаев устаревания лексики к указанным двум типам – архаизмам и историзмам – обедняет не только реальную картину функционирования лексики, но и языковую теорию. В тени остается когнитивная, познавательная сила языка. Получается, что слово для предмета не более чем «этикетка» – оно уходит вместе с предметом или же заменяется иной, более свежей, «этикеткой». А где же участие понятийного, сигнификативного компонента в значении слова?

Деление на архаизмы и историзмы затушевывает и социальную природу наименования, зависимость его от системы общественных взглядов. Правда, во многих случаях лексикологи оставляют «лазейку» для социального компонента в эволюции лексического значения. Например, по Д.Н. Шмелеву, историзмы «обозначают реалии, исчезнувшие к настоящему времени **или ставшие неактуальными в современной жизни** (выделено мной. – Б. Н.)» [Шмелев 1977: 158]. Союз *или* в приведенном определении следует, по-видимому, трактовать как знак конъюнкции: реалии исчезли и стали неактуальными. А если предпочесть дизъюнктивную трактовку этого союза: реалии или исчезли, или (сохранились, но) стали неактуальными? Тогда появляются основания для иной классификации устаревшей лексики. Дело в том, что «становление неактуальным» характеризует уже не столько саму реалию, сколько носителя языка, его взгляды. Говоря по-иному, отнести устаревающее слово к тому или иному подклассу – значит учесть не только положение обозначаемой реалии в мире предметов, но и место понятия об этой реалии в мире человеческого знания!

В связи с этим уместно вспомнить восходящее к древнегреческим стоикам представление о лексическом значении слова, образуемом тремя составляющими: предметом, мыслью и именем. Данная модель была затем отражена в известном треугольнике Огдена–Ричардса [Ogden, Richards 1923: 11]. Соотнесенность с предметом здесь составляет денотативный аспект лексического значения, соотнесенность с понятием – сигнификативный, соотнесенность с другими словами – структурный (собственно языковой) аспект значения. Конечно, нельзя отрицать, что с тех пор появились другие, более сложные модели семантической структуры слова, но, с другой стороны, вряд ли можно отрицать участие в этой структуре названных, основополагающих компонентов.

Каждая из вершин «треугольника» имеет свой «пай» в структуре лексического значения и по-своему участвует в семантической эволюции слова. Если «выхолащивание» денотативного аспекта значения приводит

к появлению историзмов (исчез предмет – исчезает и его название), а смена номинации – к появлению архаизмов (появилось новое название – исчезает старое), то спрашивается, в чем проявляется опустошение третьей вершины треугольника: исчезновение понятия? На наш взгляд, исторической лексикологии не хватает специального термина для обозначения этой третьей категории отмирающих слов. Мы предложили в качестве такового наименование **нотиолизм**, образованный от лат. *nōtio* ‘понятие, представление’ [Норман 2002а: 58–59; Норман 2002б: 44–45; Норман 2004].

Нотиолизм – слово, уходящее из лексикона по причине утраты носителем языка соответствующего понятия, при том что сама реалья (референт, денотат) как элемент объективной действительности сохраняется. Именно последнее обстоятельство отличает нотиолизм от историзма; от архаизма же нотиолизм отличается тем, что не получает в современном языке стандартной однословной замены. Примеры нотиолизмов – свидетельства перестройки концептуального аппарата языкового коллектива. Конечно, эти изменения не столь очевидны, как изменения материальной культуры социума, но, тем не менее, они имеют место.

Нередко бывает так, что слово формально остается тем же самым, однако в сигнификативном аспекте его семантики происходит сдвиг: на место одного понятия приходит другое. Такие случаи, конечно, нельзя считать нотиолистами, но они подтверждают важность понятийного компонента в составе лексического значения. Достаточно вспомнить слова, получившие новое сигнификативное наполнение в русском языке конца XX в.: *ширпотреб, диссидент, партком, акция, ипотека, коммерческий, приватизация, бизнес, казино, забастовка, фискальный* и др. Употребление этих лексем в постсоветскую эпоху окрашено явным стремлением «оттолкнуться» от интерпретации, принятой в советское время.

А вот пример, относящийся к иному отрезку времени и противоположный по своей сути, но не становящийся от этого менее наглядным. Изданный в 1925 г. «Популярный политический словарь» под ред. Б.М. Эльцина включает в себя следующие толкования, ярко отражающие дух эпохи:

Банкрот – человек, не могущий заплатить своих долгов, не могущий сдержать своих обещаний. Партия – банкрот, когда она оказывается неспособной осуществить своей собственной программы или словесных лозунгов. Большевики и эсеры – банкроты революции.

Кавалер – человек, имеющий какой-либо орден (кавалер ордена «Красного Знамени»).

Микробы – живые существа чрезвычайно малых размеров, видные только с помощью сильных увеличительных стекол. Есть микробы, которые, быстро размножаясь в тесте (опаре), производят особое действие – брожение. Отсюда выражение: «революционные микробы», «микробы большевизма», употребляются в том смысле, что большевики вызвали брожение – движение в готовой для этого рабочей массе.

Петропавловская крепость – место заключения в Петербурге наиболее важных революционеров во время царизма.

Пинкертон – герой бульварных приключений, сыщик, на самом деле организатор штрейкбрехерского агентства в Соединенных Штатах. Пинкертоновское агентство поставляет капиталистам на предприятия, на которых происходит забастовка, отряды вооруженных людей, занимающих временно места бастующих...

Помпадур – самодур-администратор.

Урна – ваза, ящик, в который опускаются избирательные записки; сосуд для хранения пепла сожженного трупа [Политический словарь 1925].

Изменение системы понятий – естественное проявление эволюции духовной культуры общества. В конкретном случае утрата, исчезновение того или иного понятия может быть обусловлено целым рядом обстоятельств, которые можно свести к следующим двум группам.

А. Появление нотиолизмов связано с перестройкой политической системы общества, сменой его идеологических и моральных ориентиров. Примерами могут служить относящиеся к разным периодам лексемы типа *бобыль, богадельня, бретер, вероотступник, выдвигенец, гетера, единовец, жалованье, землепроходец, лишенец, казнокрад, наместник, наперсник, негоциант, окруженец, партиец, сановник, служивый, столоначальник, хлебопашец, чернец*, а также уже приводившиеся названия родственников вроде *стрый, ятровь, свояк* и т. п. Заметим, что среди нотиолизмов данной группы много названий лиц, и это неслучайно: последняя категория лексики наиболее чувствительна к социальным преобразованиям.

Пересмотр моральных ценностей на протяжении XX в. приводит к тому, что из общественного сознания постепенно выходят понятия, связанные с благополучным, но нетрудовым образом жизни, а соответствующие слова – *сибарит, жуир, повеса, вертопрах, гедонист, эпикуреец, прожигатель жизни, праздность, обломовщина, тунячество* и т. п. – приобретают отрицательную, «осудительную» коннотацию. Понятие «сладкого ничегонеделания» (*dolce far niente*) так и осталось чужим для русской культуры – и причиной тому были, скорее всего, социальные преобразования. Слово *сибарит* в современных словарях толкуется как ‘изнеженный, праздный, избалованный роскошью человек’, *жуир* – как ‘человек, ищущий в жизни только удовольствий, наслаждений’, *повеса* – как ‘молодой человек, проводящий время в легкомысленных затеях, в проказах, бездельник’ и т. д.; и все эти лексемы несут на себе отпечаток ушедшей эпохи. Любопытно, что когда А.С. Пушкин характеризует в самом начале своего романа Евгения Онегина как повесу (*Так думал молодой повеса...*), то он не вкладывает в это слово уничижительного значения. «Слово *повеса* имело в 1810-е гг. почти терминологическое значение. Оно применялось к кругу разгульной молодежи, в поведении которой сочетались

бесшабашная веселость, презрение к светским приличиям и некоторый привкус политической оппозиционности» [Лотман 1983: 121].

Б. Вторая группа нотиолизмов обязана собой прогрессу человеческого знания, развитию научно-технической мысли, изменениям материальных условий жизни и т. п. Сюда могут быть отнесены лексемы (опять-таки разного «возраста») *бедекер*, *битюк*, *бонбоньерка*, *букля*, *бутоньерка*, *горячка*, *дредноут*, *жирандоль*, *завал* (болезнь), *ирритация*, *каптенармус*, *книгочей*, *кондовый*, *лабаз*, *монпасье*, *москатель*, *пахитоска*, *пенаты*, *письмоводитель*, *птифуры*, *яхонт* и др. Во всех подобных случаях общественное сознание сегодня не склонно выделять в отдельное понятие некоторую группу явлений действительности, и соответствующие реалии «расходятся» по другим понятиям; слово же становится нотиолизмом. Так, название *москатель* объединяло в себе когда-то торговлю различными химическими товарами: лаками, красками, клеями, маслами и т. п.; сегодня соответствующее понятие распределилось между хозяйственными и строительными товарами, товарами бытовой химии, аптечным ассортиментом и т. п. Слово *письмоводитель* обозначало многофункциональное должностное лицо: канцелярского служащего, писаря, переписчика. Сегодня на место письмоводителя пришли секретари, делопроизводители, компьютерные наборщики. Существительное *горячка* использовалось для обозначения различных воспалительных процессов: «чуть ли не любое заболевание, сопровождающееся высокой температурой тела, называлось горячкой» [Федосюк 2003: 226]. Понятно, что болезни в принципе остались те же, но медицинская диагностика с тех пор шагнула далеко вперед, и это обесмыслило использование широкого понятия «горячка» и соответствующего термина.

Как уже отмечалось, в современных словарях нотиолизмы толкуются описательно, через словосочетания. Приведем несколько толкований для указанных выше лексем: *Битюк* – рабочая лошадь – тяжеловоз крупной породы. *Бутоньерка* – цветок или букетик цветов, прикалываемый к платью или вдеваемый в петлицу. *Ирритация* – волнение, возбуждение, раздражение, замешательство. *Кондовый* – с прочной древесиной и малым количеством сучков (о хвойных деревьях). *Яхонт* – старинное название рубина и сапфира и т. п. [Макаров, Матвеева 1993].

В этой же группе можно рассматривать старинные меры веса, длины, площади, вроде уже упоминавшихся *фунт* или *аршин*, и устаревшие единицы счета. Когда-то было принято некоторые предметы (носовые платки, рубашки, пуговицы, салфетки, столовые приборы, карандаши и т. п.) считать дюжинами. Существовало не только соответствующее название *дюжина*, т. е. '12 одинаковых предметов', но и *гросс*, т. е. 'дюжина дюжин, 144 предмета'. Писчую бумагу было принято считать *десятами*, по 24 листа (Словарь В. Даля дает даже такие производные от этого слова, как *дестка*, *десточка*, *дестища*, *дестовой*, *дестный*). Затем культурная

традиция изменилась, исчезла необходимость счета дюжинами,десятью и гроссами; понятия '12 предметов', '24 предмета', '144 предмета' перестали быть актуальными (хотя при необходимости именно такое количество предметов может быть отсчитано). В соответствии с этим полностью забылись слова *гросс* и *десть*, а ныне, на наших глазах, постепенно выходит из употребления и слово *дюжина*. Все это – нотиолизмы.

В частном случае появление нотиолизмов можно объяснить стремлением социума упорядочить классификацию, выстроить ее на едином логическом основании. Только так, пожалуй, можно объяснить отмирание русских названий монет *алтын*, *гривенник*, *пятиалтынный*, *двугривенный*, *полтинник* (при сохранении по крайней мере некоторых из данных реалий), а еще раньше – уход номинаций *полушка*, *семитка*, *четвертак*. Это напоминает изменение того, что в когнитивной лингвистике называется масштабом, или кругозором (*scope*). У носителя языка как бы меняется «оптика»: в его познавательной деятельности происходит укрупнение или, наоборот, уменьшение «картинки». Концептуализация же требует некоторого оптимального уровня обобщения действительности [Langacker 2000: 6–7, 49–52 и др.]. Применительно к нашей теме можно сказать, что *алтын*, *гривенник*, *полтинник* – отдельные, самостоятельные номинации, и хранить их в долговременной памяти в некотором смысле неэкономно. А приходящие им на смену составные знаки *три копейки*, *десять копеек*, *пятьдесят копеек* реализуют в полной мере свойство системности языка: достаточно уже имеющийся, заданный в сознании числовой ряд «помножить» на единое основание «копейка» – и можно обозначать любые суммы. Десятичная система исчисления обеспечивает прозрачность и неограниченность подобных номинаций.

Известно, что устаревшие слова нередко отражают сложный путь научного познания, фиксируя в себе те или иные «классификационные химеры» [Чебанов, Мартыненко 1999: 181]. Во всяком случае, некоторые из приведенных выше лексем – *горячка*, *завал*, *яхонт* и др. – можно истолковать как следы «тупиков» познания. Со временем наука, конечно, стремится исправить свои ошибки, перейти на иную, более точную систему понятий, но память об исканиях и заблуждениях человеческого разума остается в языке.

Выделение нотиолизмов в качестве третьего (наряду с историзмами и архаизмами) подкласса устаревшей лексики позволяет решить некоторые практические вопросы лексикологии. В то же время оно заостряет теоретические проблемы, по крайней мере две из которых стоит здесь сформулировать.

Первая из них – проблема места понятийного компонента в составе лексического значения. Напомним, с одной стороны, тезис, представляющийся сегодня бесспорным: «...В основе “значений” так или иначе лежат понятия» [Щерба 1974: 47]. С другой стороны, «название никогда не бывает

в начале своего возникновения понятием» [Выготский 1982: 165], и с этим тоже можно согласиться. Но «становится» ли название понятием со временем? Говоря по-другому, возрастает ли удельный вес сигнификативного компонента в слове? И можно ли считать, что упорядочение системы понятий представляет собой некую генеральную линию развития лексикона?

Понятно, что освоение мира, его категоризация, установление внутренних связей между явлениями имеет непосредственное отношение к судьбе отдельных слов. Однако конкретные примеры нотиолизмов убеждают нас в том, что «укрупнение» или «разукрупнение» понятия по крайней мере иногда представляют собой своего рода игру случая. Так, понятия, соответствовавшие некогда словам *бретер*, *хлебопашец*, *ирритация*, *яхонт*, распределились (каждое) между несколькими более частными понятиями, а понятия «букля», «письмоводитель», «жирандоль», «бутоньерка», наоборот, вошли в состав более общих понятий. Это заставляет нас с известной долей скепсиса относиться к идее последовательного упорядочения системы понятий. Мы можем «задним числом» объяснить, почему то или иное понятие исчезло или заменилось другим (и, соответственно, почему вышло из употребления название), но это не значит, что мы можем предсказать дальнейшие пути категоризации опыта. Дж. Лакофф, анализируя многочисленные случаи языковых классификаций, кажущиеся нелогичными, подчеркивал: «Существует огромное различие между принципами, которые *мотивируют* или *позволяют осмыслить* систему, и принципами, которые *порождают* или *позволяют прогнозировать* систему» [Лакофф 1988: 17]. В этом смысле нотиолизм – памятник исчезнувшему понятию, но не указатель на пути концептуализации активной действительности.

Показательна в данном отношении семантическая эволюция некоторых названий цвета, в частности общеславянского корня **roľvъ*-. Корень этот унаследовал от индоевропейской эпохи два значения: 'светло-желтый' и 'голубой'. Такая странная многозначность объясняется в научной литературе по-разному, в том числе и наличием у этих значений общей семы 'блеклый, неяркий', и особенностями перехода наших предков от изначального черно-белого цветовосприятия к хроматическому и т. д. [Супрун 1989: 230; Середа, Анищенко 2001: 147–148; Моисеенко 2002: 297–303]. Как бы там ни было, единое понятие «желто-голубой» со временем распадается на отдельные «желтый» и «голубой», и слово *плавый* (*пловый*) в русском языке устаревает, становится нотиолизмом. В других славянских языках данный корень сохраняется со своими двумя значениями (например, серб. *плав* – '1. синий, голубой; 2. светлый, бледно-желтый'), либо подвергается моносемантизации (чеш. *plavý* 'белокурый, светло-волосый, буланый'; пол. *рлову* 'бледно-желтый, палевый' и т. п.).

Аналогичные эволюционные процессы охватывают и другие лексемы данной тематической сферы. «К примеру, французское заимствова-

ние *frez* 'земляничный, оранжевый' в польском языке утратилось, перестав восприниматься как единый цвет, и распалось на два цветообозначения *rozjankowy* 'земляничный' и *portajankowy* 'оранжевый'» [Кульпина 2004: 118].

Вместе с тем для эволюции цветообозначений часто характерно не дробление, а укрупнение «картинки». В частности, в русском языке многие цветовые наименования прошлых веков – *караковый, муругий, лазоревый, мухортый, игреневый, пюсовый, массака, электрик* и др. – стали но-тиолизмами: соответствующие понятия объединились в сознании носителя языка с иными, более простыми цветами. (А о том, что в XIX и в начале XX в. эти номинации были достаточно распространены, говорит их широкое использование в художественной литературе, от Гоголя до Шолохова. Любопытно, кстати, что многие из этих прилагательных обозначают масть лошадей.) Формирующаяся же ныне колористическая гамма обусловлена в значительной степени требованиями торговой рекламы (лако-красочных и косметических товаров, тканей, автомобилей и т. д.) и носит преимущественно терминологический характер. Выражение новых цветовых понятий опирается либо на метафорический перенос (*вишневый, салатный, коньячный, оливковый*), либо на составные номинации (*морская волна, мокрый асфальт, каирская роза, кофе с молоком* и т. п.). Что же касается массового языкового сознания, то лингвисты давно сетуют на обеднение цветовой гаммы носителя языка.

Вторая проблема (которая, кстати, как и предыдущая, не полностью лежит в сфере компетенции лингвиста), это вопрос о тождественности денотата. Что мы имеем в виду, когда говорим о но-тиолизме, что его денотат сохраняется?

Этот вопрос возникает всегда, как только речь заходит о причинах устаревания названия. Можно ли утверждать, что у слов *аэроплан* и *самолет* – единый денотат? Обычно данные лексемы приводятся как пример архаизма и слова, пришедшего ему на смену. Но задумаемся: аэропланы ведь были только винтовыми (не реактивными), их скорость, функции, круг потребителей и прочие свойства были совсем не те, что свойства самолетов. Перед нами случай, который можно было бы обозначить с помощью формулы «то же, да не то же». Аналогичные отношения связывают между собой слова *рудознавец* и *геолог*, *синематограф* и *кинотеатр*, *градона-чальник* и *мэр* (или *председатель горисполкома*), *привратник* и *швейцар*, *цирюльня* и *парикмахерская*, *рукомойник* и *умывальник*, *лавка* и *магазин* и многие другие.

В современной России название *милиция* было в одночасье заменено названием *полиция* (а *милиционер* – названием *полицейский*). Достаточно ли денотативное различие между первым и вторым, чтобы считать слова *милиция* и *милиционер* историзмами? В противном случае перед нами архаизм и его стилистический дублет – новое наименование.

Можно ли популярный сегодня *буккроссинг* считать правопреемником или вариантом *книгообмена*? Вряд ли: правила *книгообмена* регламентировались государством, которое к тому же имело с этого немалую выгоду, а *буккроссинг* – добровольное и стихийное начинание. Получается, граница между историзмами и архаизмами не так уж строга, и проблема упирается в тождественность денотата.

По-видимому, во всех этих и подобных случаях говорить о преемственности номинаций рискованно: образующим пары словам соответствуют разные фреймы, по-разному устроенные «сценарии» (ср.: [Супрун 1969: 40]). И тем не менее обобщающая сила познания позволяет не просто семантически соотносить эти слова, но видеть в них квазисинонимы. Как это следует понимать?

Изменчивость денотата во времени в принципе не отличается от его изменчивости в пространстве. Это значит – существует некоторое непрерывное множество реалий, которое наше сознание условно разбивает на подмножества, соответствующие понятиям. Основанием для такого распределения служат основные, важнейшие признаки предметов, а границы самих подмножеств являются размытыми, нечеткими. Слова же, называющие эти подмножества, представляют собой, согласно известной метафоре, еще один «саквояж с мягкими стенками». В тонких семантических экспериментах У. Лабова и других современных исследователей убедительно показано, каким образом человек использует дискретные языковые единицы для обозначения непрерывного ряда денотатов: носитель языка учитывает при этом и удельный вес отдельных признаков, и характер их взаимодействия [Лабов 1983: 140–169]. Нечетко-множественная природа языка позволяет именам обслуживать человека даже в ситуации меняющейся действительности. Просто в случае с архаизмами общество получает возможность с помощью нового названия прервать номинационную традицию, сделать ее дискретной (в том числе и для того, чтобы отразить новый, изменившийся опыт). Так, в нашем случае при сохранении основных, центральных признаков понятий «аэроплан» и «самолет» (признак ‘летательный аппарат’), «привратник» и «швейцар» (лицо, встречающее и провожающее посетителей при входе), «цирюльня» и «парикмахерская» (‘учреждение, где стригут и бреют’), «милиция» и «полиция» (‘силовое ведомство, стоящее на защите общественного порядка’) и т. п. все остальные признаки подверглись кардинальным изменениям.

Вопрос о тождественности денотата возникает, естественно, и применительно к нотиолизмам. Можем ли мы с уверенностью сказать, что в современной жизни сохранились такие реалии, как богадельня, боливар (вид шляпы), бонна, гетера, жуир, кум, макинтош, молескин, нанка, негоциант, перегибщик, рвач? Если соответствующие названия обозначают исчезнувшие реалии, то мы должны будем квалифицировать их просто как историзмы. Но возьмем, к примеру, слово *гетера*. Словарь поясняет:

ГЕТЕРА – «незамужняя женщина, обычно с артистическими способностями, живущая самостоятельно и ведущая свободный образ жизни» [Ожегов 1988]. Разве нет сегодня таких женщин? Сколько угодно! Только не случайно толкование в словаре сопровождается примечанием: «в Древней Греции». Современное общественное сознание не выделяет данную реалию в отдельный класс, и на место слова *гетера* не приходит никакой устойчивой новой номинации. Следовательно, это нотиолизм. Аналогичный вывод можно сделать и по отношению к иным указанным примерам: *богадельня, боливар, жуир, перегибщик* и т. д.

Проблема тождества денотата имеет серьезный философский аспект (со своей давней историей), но мы его здесь не будем касаться. С лингвистических же позиций любое решение – считать ли данные два предмета одним денотатом или разными – будет условным. Ответ будет базироваться на некотором психологическом пороге аппроксимации, признающим достаточными важнейшие признаки предметов и пренебрегающим второстепенными. И среди этих признаков, в частности, по праву занимает свое место общественная значимость реалии. Для нас же эта последняя имеет особенно важное значение, в соответствии с темой данной статьи.

Дело в том, что, как уже говорилось, нас интересуют случаи, когда предмет сигнификативно совмещается с другим предметом. По-другому эту ситуацию можно охарактеризовать так: ранее в общественном сознании разным предметам соответствовали разные понятия, разные «классификационные ячейки», а теперь одно из понятий «растворилось» в другом (или в других). Вслед за ним уходит и соответствующее название, которое, в зависимости от уменьшения или укрупнения масштаба «картинки», играло в лексической системе роль гиперонима или одного из гипонимов. В целом можно сказать, что нотиолизы самим фактом своего существования подтверждают глубинную связь номинации и когниции; они демонстрируют координацию слова и понятия в их противопоставленности реалии как элементу объективной действительности.

Список литературы

- Ахманова О.С. Очерки по общей и русской лексикологии. М., 1957.
- Выготский Л.С. Мышление и речь // Выготский Л.С. Собр. соч. Т. 2. Проблемы общей психологии. М., 1982. С. 5–361.
- Кузьмина Н.А. Современный русский язык. Лексикология: теория, тренинг, контроль: учебное пособие. М., 2011.
- Кульпина В. Исторические изменения цветообозначений как манифестация динамики социоментальных систем // Паланістыка = Полоністыка = Polonistyka. 2002/2003. Мінск, 2004. С. 77–121.
- Лабов У. Структура денотативных значений // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XIV. М., 1983. С. 133–176.
- Лакофф Дж. Мышление в зеркале классификаторов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. М., 1988. С. 12–51.

- Лотман Ю.М. Роман А.С. Пушкина «Евгений Онегин». Комментарий: пособие для учителя. 2-е изд. Л., 1983.
- Макаров В.И., Матвеева Н.П. От Ромула до наших дней. Словарь лексических трудностей художественной литературы. М., 1993.
- Моисеев В.Е. Цветовая семантика слав. *polъvъ- // *Studia Slavica Savariensia*. 1-2. Szombathely, 2002. С. 297–311.
- Норман Б.Ю. Нотиологизмы – важная категория лексикологии // *Studia Slavica Savariensia*. 1-2. Проблемы контрастивной семантики (славянской и неславянской). Szombathely, 2004. С. 215–228.
- Норман Б.Ю. Архаизмы, историзмы, нотиологизмы и их толкование в словаре // Слово и словарь = *Vocabulum et vocabularium*: сборник научных трудов по лексикографии / отв. ред. В.В. Дубичинский и др. Гродно, 2002а. С. 57–59.
- Норман Б.Ю. О понятийном (сигнификативном) компоненте значения слова // Русский язык: Система и функционирование: материалы Международной научной конференции 17–18 апреля 2002 г.: в 2 ч. Минск, 2002б. Ч. 1. С. 40–46.
- Ожегов С.И. Словарь русского языка. 20-е изд. М., 1988.
- Политический словарь. Краткое научно-популярное толкование слов / под общ. ред. Б.М. Эльцина. 3-е изд. доп. и испр. Л., 1925.
- Русский язык: учебник / под ред. Л.Л. Касаткина. М., 2001.
- Середа Л.М., Анищенко Е.В. Универсальное и этноспецифическое в эволюции цветообозначений // Язык и культура. Проблемы современной этнолингвистики. Минск, 2001. С. 146–152.
- Солодуб Ю.П., Альбрехт Ф.Б. Современный русский язык: Лексика и фразеология современного русского литературного языка. М., 2002.
- Супрун А.Е. Введение в славянскую филологию. 2-е изд. Минск, 1989.
- Супрун А.Е. Русский язык советской эпохи. Книга для учащихся. Л., 1969.
- СЯП – Словарь языка Пушкина: в 4 т. М., 1956–1961.
- Толковый словарь русского языка: в 4 т. / под ред. Д.Н. Ушакова. М., 1935–1940.
- Федосюк Ю.А. Что непонятно у классиков, или Энциклопедия русского быта XIX века. М., 2003.
- Чебанов С.В., Мартыненко Г.Я. Семиотика описательных текстов. Типологический аспект. СПб., 1999.
- Шмелев Д.Н. Современный русский язык. Лексика. М., 1977.
- Щерба Л.В. Очередные проблемы языковедения // Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. Л., 1974. С. 39–59.
- Langacker R.W. *Grammar and Conceptualization*. Berlin; New York, 2000.
- Ogden C.K., Richards I.A. *The Meaning of Meaning*. London, 1923.

References

- Akhmanova, O.S. (1957), *Ocherki po obshchei i russkoi leksikologii* [*Essays on general and Russian lexicography*], Moscow.
- Chebanov, S.V., Martynenko, G.Ya. (1999), *Semiotika opisatel'nykh tekstov. Tipologicheskii aspekt* [*Semiotics of descriptive texts. Typological aspect*], St. Petersburg.
- Eltsin, V.M. (Ed.) (1925), *Political Dictionary. Short popular scientific interpretation of the words*, 3rd ed., Leningrad.

- Fedosyuk, Yu.A. (2003), *Chto neponyatno u klassikov, ili Entsiklopediya russkogo byta 19 veka* [What is not clear in classics, or the Encyclopedia of Russian life of the 19th century], Moscow.
- Kasatkin, L.L. (Ed.) (2001), *Russkii yazyk* [Russian language], Textbook, Moscow.
- Kulpina, V. (2004), Istoricheskie izmeneniya tsvetooboznachenii kak manifestatsiya dinamiki sotsiomenal'nykh sistem [Historical changes of color terms as a manifestation of the dynamics of social and mental systems]. *Polonistyka*, 2002/2003, Minsk, pp. 77-121.
- Kuzmina, N.A. (2011), *Sovremennyi russkii yazyk. Leksikologiya: teoriya, trening, kontrol'* [Modern Russian language. Lexicology: theory, training, supervision], Textbook, Moscow.
- Labov, W. (1983), Denotational structure. *New in foreign linguistics*, Iss. 14, Moscow, pp. 133-176. (in Russian)
- Lakoff, G. (1988), Classifiers as a reflection of mind. *New in foreign linguistics*, Iss. 23, Moscow, pp. 12-51. (in Russian)
- Lotman, Yu.M. (1983), Roman A.S. Pushkina "Evgenii Onegin". Kommentarii ["*Eugene Onegin*" by Pushkin. Commentary], Teacher's workbook, Iss. 2, Leningrad.
- Langacker, R.W. (2000), *Grammar and Conceptualization*, Berlin, New York.
- Makarov, V.I., Matveeva, N.P. (1993), *Ot Romula do nashikh dnei* [From Romulus to the present day], Dictionary of lexical difficulties in fiction, Moscow.
- Moiseenko, V.E. (2002), Tsvetovaya semantika slav. "polvъ" [The color semantics of "polvъ"]. *Studia Slavica Savariensia*, 1-2, Szombathely, pp. 297-311.
- Norman, B.Yu. (2004), Notiolizmy – vazhnaya kategoriya leksikologii [Notiolizms – an important category of lexicology]. *Studia Slavica Savariensia*, 1-2, Szombathely, pp. 215-228.
- Norman, B.Yu. (2002a), Arkhaizmy, istorizmy, notiolizmy i ikh tolkovanie v slovare [Archaisms, historicism, notiolizms and their interpretation in the dictionary]. Dubichinskii, V.V. et al. (Eds.) *Vocabulum et vocabularium*, Collection of scientific papers on lexicography, Grodno, pp. 57-59.
- Norman, B.Yu. (2002b), O ponyatiinom (signifikativnom) komponente znacheniya slova [On the conceptual (significant) component of the word]. *Russkii yazyk: Sistema i funktsionirovanie* [Russian Language: System and operation], Proceedings of the International Scientific Conference on April 17-18, 2002, in 2 parts, Minsk, Pt. 1, pp. 40-46.
- Ogden, C.K., Richards, I.A. (1923), *The Meaning of Meaning*, London.
- Ozhegov, S.I. (1988), *Russian language dictionary*, 20th ed., Moscow. (in Russian)
- (1956-1961), *Pushkin's language dictionary*, in 4 volumes, Moscow. (in Russian)
- Sereda, L.M., Anishchenko, E.V. (2001), Universal'noe i etnospetsificheskoe v evolyutsii tsvetooboznachenii [Universal and ethnospecific in the evolution of color terms]. *Yazyk i kul'tura. Problemy sovremennoi etnolingvistiki* [Language and Culture. Problems of modern ethnolinguistics], Minsk, pp. 146-152.
- Shcherba, L.V. (1974), Ocherednye problemy yazykovedeniya [Regular issues of linguistics]. *Yazykovaya sistema i rechevaya deyatel'nost'* [Language system and speech activity], Leningrad, pp. 39-59.
- Shmelev, D.N. (1977), *Modern Russian. Vocabulary*, Moscow. (in Russian)

- Solodub, Yu.P., Albrekht, F.B. (2002), *Sovremennyi russkii yazyk: Leksika i frazeologiya sovremennogo russkogo literaturnogo yazyka* [Modern Russian language: vocabulary and phraseology of modern Russian literary language], Moscow.
- Suprun, A.E. (1989), *Vvedenie v slavyanskuyu filologiyu* [Introduction to Slavic Philology], 2nd ed., Minsk.
- Suprun, A.E. (1969), *Russkii yazyk sovetsoi epokhi* [Russian language of the Soviet era], Student workbook, Leningrad.
- Ushakov, D.N. (Ed.) (1935-1940), *Russian language dictionary*, in 4 volumes, Moscow. (in Russian)
- Vygotskii, L.S. (1982), *Myshlenie i rech'* [Thought and Speech]. *Collected works*, Moscow, Vol. 2, pp. 5-361.

A DISAPPEARING WORD: HISTORICISM, ARCHAISM, NOTIOLISM?

B.Yu. Norman

¹ *Belarusian State University (Minsk, Belarus)*

² *Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin
(Yekaterinburg, Russia)*

Abstract: Words can eventually go out of use, and it happens for various reasons. They are following: a) a change of objective reality, disappearance of some objects and phenomena (as a result, historicisms appear in the language); b) interlanguage motives: change of the lexical system, replacement of one previous nomination with another (so that how archaisms appear); and c) a change in the mental system of the society, disactualization of some concepts. In the latter case the notiolizms appear in the language. Notiolizm is a word disappearing from the vocabulary because of the loss of corresponding concept in the language, despite the fact that the very reality (referent, denotation) stays in the language as an element of objective reality. The latter circumstance distinguishes notiolizm from historicism; notiolizm differs from archaism that it does not get a standard single-word replacement in the modern language. Examples of notiolizms are evidences of the restructuring of the conceptual apparatus of linguistic community. This article is devoted to notiolizms in Russian language. Words *arshin*, *funt* (pound), *altyn* (three-copeck piece), *bobyly'* (old bachelor), *yakhont* (ruby), *rudoznatets* (mineralogist), *napersnik* (confidant), *getera* (hetaera), *rvach* (grabber), *kaznokrad* (embezzler), *knigochey* (bookworm), *zhuir* (playboy), *pasynok* (stepson) and others are presented as an example of this category. There are two main reasons why these words are disappearing from the language. They are following: a) restructure of the political system of the society, change of its ideological and moral guidance, and b) progress of human knowledge, development of scientific thought, changes in the material conditions of life, etc. An attempt is made to complement a general theory of nomination: to clarify the relation of denotative, structural (interlanguage) and significant aspects of lexical meaning.

Key words: notiolism, historicism, archaism, denotation, significatum, disactualization.

For citation:

Norman, B.Yu. (2016), A disappearing word: historicism, archaism, notiolism? *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 21-38. (in Russian)

About the author:

Norman Boris Yustinovich, Prof., ¹Professor of the Chair of Theoretical and Slavonic Linguistics, ²Leading scientific worker

Corresponding author:

Postal address: 4 Nezavisimosti avenue, Minsk, 220030, Belarus

E-mail: boris.norman@gmail.com

Received: November 13, 2016

НОВЫЕ МЕДИА: К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ*

С.Г. Носовец

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)

Аннотация: Предпринята попытка поиска отличительных признаков новых медиа – феномена, возникшего в связи с появлением и развитием компьютерных сетей и интернет-технологий. Среди названных признаков можно обозначить первичный, явившийся причиной возникновения феномена – Интернет как технологическая и коммуникативная среда существования новых медиа. Однако первичность здесь не совпадает с первостепенностью – все признаки значимы в равной степени и определяют специфику явления в своей совокупности. Интерактивность и гипермедийность – свойства, наблюдаемые и в традиционных СМИ, в новых медиа во многом обусловлены высокой технологичностью феномена и проявляются здесь в иных масштабах и кардинально новых качествах. Важнейшим дифференциальным признаком новых медиа следует признать использование мобильных устройств доступа к контенту, обеспечивающее их мгновенность и доступность. Анализ свойств новых медиа, принципиально отличающих их от традиционных, позволил в итоге сформулировать дефиницию исследуемого понятия.

Ключевые слова: новые медиа, СМИ, дифференциальные признаки, интернет-технологии, мобильные технологии, интерактивность, веб 2.0, конвергентность, мультимедийность.

Для цитирования:

Носовец С.Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 39–47.

Сведения об авторе:

Носовец Светлана Геннадьевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и медиалингвистики

Контактная информация:

Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

E-mail: s.nosovets@gmail.com

Дата поступления статьи: 21.11.2016

* Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 14-04-004873 «Новые медиа в России: исследование языка и коммуникативных процессов».

Сегодня можно констатировать, что термин **новые медиа** в отечественной науке стал общеупотребительным. Однако при широкой популярности его объем и границы остаются обсуждаемыми. В феврале 2016 г. аналитической компанией Mediatoolbox был запущен онлайн-проект «Словарь новых медиа» (<http://mediatoolbox.ru/dictionary/>). При всей актуальности, практической (в частности, образовательной) значимости идеи в целом показательно то, что самого понятия «новые медиа» в словаре нет.

Феномен новых медиа имеет отношение к ряду концептуальных нововведений начала третьего тысячелетия и отражает глобальные социокультурные изменения, связанные с появлением и развитием компьютерных сетей и интернет-технологий. Под новыми медиа понимают прежде всего социальные сети (Facebook, ВКонтакте, Google+ и пр.), блог-платформы (LiveJournal, Blogger и др.), микроблоги (Twitter, Tumblr), интернет-СМИ и поисковые службы. Названные ресурсы являются наиболее популярными медиасервисами, однако, следует заметить, что при этом они остаются только частными проявлениями более масштабного феномена. Новые медиа в настоящее время – это фундаментальное и глобальное явление.

В научном поиске объема и границ понятия «новые медиа» выделяют два подхода. Первый – отдает предпочтение попыткам выявить более или менее подробную классификацию всех явлений, которые следует относить к новым медиа (И.Я. Быков, О.Г. Филатова, L. Matthews, D.K. Wright, M.D. Hinson и др.). Вопросы типологии, безусловно, весьма значимый аспект исследования новых медиа, однако стремительная динамика развития современных IT-технологий и – как следствие – постоянная изменчивость интернет-среды (появление новых форматов, гибридизация ресурсов) приводят к быстрому устареванию любой классификации.

Иной путь – поиск дифференциальных признаков новых медиа. На наш взгляд, это более продуктивный подход. Рассмотрим его подробнее и попытаемся выявить набор ключевых критериев, которые позволили бы описать отличительные черты исследуемого феномена.

Пожалуй, самый очевидный критерий – **Интернет как технологическая и коммуникативная среда существования новых медиа**. Заметим здесь, что часто все же на первый план выводят дигитализацию информации (перевод в цифровую форму): «...ключевой характеристикой, объединяющей весь объем явлений, которые попадают под характеристику “новых медиа”, является их связь с цифровой средой (digital environment). Этим, например, новые медиа отличаются от старых моделей эфирного вещания радио и телевидения, а потому не создается технологического противоречия, когда новыми медиа могут называться вещательные звуковые проекты в вебе (радио Follow Me) или телевизионного формата (Saramba TV). При этом нет никакого противоречия, например, в том, что Первый канал в своем вещательном варианте – электронное медиа пре-

дыдущего поколения, а сайт того же Первого канала – уже полноценное новое медиа, живущее совсем по другим принципам, нежели эфирный телеканал (при этом оперируя плюс-минус тем же контентом)» [Корнев 2013: 5]. Понятно, что существование в интернет-среде предполагает цифровой способ кодировки информации. Это свойства взаимосвязанные, но отнюдь не симметричные: цифровая информация может использоваться на компьютере, храниться локально, например на USB-флеш-накопителе, без размещения в Сети. Американский исследователь Л. Манович, один из признанных теоретиков новых медиа, отмечает: «От анализа медиа мы движемся к исследованиям программного обеспечения; фактически, мы совершаем движение *от теории медиа к теории софта*» [Манович 2011].

Итак, в основе новых медиа лежат интернет-технологии. Но следует заметить, что новые медиа не ограничиваются только интернет-средой. Коммуникация может выходить за ее пределы. Ряд ресурсов Сети предназначен и функционирует для организации внесетевого жизни и деятельности человека – знакомств, митингов, поиска попутчика в целях экономии расходов и пр. Например, приложение LeftoverSwap (<http://leftoverswap.com>), разработанное первоначально для iPhone, позволяет поделиться с желающими излишками приготовленной (купленной) еды или, наоборот, утолить голод, приняв ее в дар. Таким образом, коммуникация, начавшись на медиаплощадке, продолжается оффлайн.

Второй признак новых медиа, выделяемый большинством ученых, – **интерактивность**. Исследователи отмечают, что сетевые медиа позволяют устанавливать связи, которые еще недавно частично перекрывались или же лежали в совершенно разных плоскостях. Конечно, и традиционные медиа также используют интерактивные формы, хотя, безусловно, несравнимо реже и однообразнее. Принципиальное отличие интерактивного взаимодействия в интернет-медиа от используемого традиционными СМИ состоит в том, что в глобальной сети коммуникация разворачивается в одной и той же среде – Интернете, а не через посредство почты или телефона. При этом общение может принимать как отложенный, так и синхронный, или онлайн, характер.

Важно и то, что у новых медиа есть разные формы интерактивности. Например, виды традиционного сетевого общения – электронная переписка через e-mail, чаты, форумы, SMS. Это расширяет диапазон интерактивных возможностей редакции: от классической диалоговой коммуникации с отдельными пользователями до форумов и чатов, когда обсуждение материалов проходит в полилоговом режиме – между редакцией и читателями или между отдельными представителями аудитории. Интернет-СМИ используют разного рода опросы, голосования, рейтинги и услуги по поиску внутри сайта. Как пишет И.Д. Фомичева, в целом в сетевой интерактивности выделяют три аспекта: «люди и документы» (возможность для пользователя формировать и реализовывать запрос на информацию),

«люди и технология» (приспособленность, удобство информационной технологии для пользователей) и «люди и люди». С точки зрения направленности действий участников коммуникации интерактивность может иметь четыре основные функции: от одного к одному, от одного ко многим, от многих к одному, от многих к многим [Фомичева 2005]. Новые медиа предлагают также и **принципиально иные, новые, формы интерактивности** – они обеспечивают персональный подход и возможность индивидуальных настроек ресурса, а также широкий выбор способов доставки информации (подписка, RSS-рассылка, соцсети и пр.), что невозможно реализовать в традиционных медиа.

Большинство исследователей, предлагая дефиницию понятия «новые медиа», делает акцент именно на их интерактивности, при этом подчеркивая, что это свойство является прямым «следствием высокой технологичности феномена. Новые медиа – темпоральная (временная) характеристика, которая отражает не противопоставление прежним форматам, а означает, что эти медиа находятся на переднем крае технологий и социальной актуальности» [Корнев 2013: 5]. К. Меллер отмечает, что особенностью новых медиа является «использование интернет- и мобильных технологий для превращения коммуникации в интерактивный диалог». Исследователь определяет новые медиа как «группу интернет-приложений, построенных на идеологическом и технологическом фундаменте так называемого веб 2.0, который позволяет создавать пользовательский контент и обмениваться им» [Меллер 2013: 13].

Технология веб 2.0 не просто обусловила появление интерактивности как специфического свойства новых медиа – с возникновением технологии web 2.0 «наблюдается кардинальное изменение коммуникационной парадигмы, когда рядовой пользователь получил возможность не только самостоятельно обращаться в Сеть за информацией, но и стал активным участником коммуникации и создателем контента. Как результат этих изменений появляется понятие *социальный веб* (англ.: social web), а также *новые медиа* (англ.: *new media*), которые стали обозначать разновидность масс-медиа, имеющих ряд особенностей и преимуществ перед прочими СМИ» [Горошко 2013]. Продуктами (результатами) деятельности новых медиа можно считать появление новых социальных практик, таких как блоггерство, гражданская (или открытая) журналистика, социальные сети, краудсорсинг, вики и прочий UGC.

Интерактивность новых медиа – это предоставление возможности высказаться неограниченному кругу людей. Медиааналитик А. Мирошников так охарактеризовал масштабность связанных с этим новым свойством медиа изменений: «Сегодня мы переживаем третье освобождение текста – освобождение авторства. Компьютеры, объединенные в сеть, дали любому человеку ничем не ограниченное право сообщать другим свои мысли»; «Для того чтобы сообщить свои идеи неограниченному кругу лиц,

в прежние времена требовалось стать признанным автором. То есть получить санкцию на опубликование и доступ к средствам опубликования. Сейчас такие средства есть у всех, а санкция не нужна»; «Уже 2 миллиарда человек самим фактом подключения к интернету получили равное право авторства. Причем безо всякой необходимости это право доказывать» [Мирошниченко 2011].

А. Калмыков отмечает, что технология веб 2.0 «развивается на основе следующих интеграций: 1) целей автора и читателя; 2) ролей автора и читателя в функционале пользователя; 3) целей производителя и пользователя в партнерских проектах; 4) ролей производителя и пользователя в функционале пользователя; 5) возможностей создания и восприятия контента в одном инструменте; 6) возможностей работы с контентом и возможностей изменять сам инструмент работы» [Калмыков 2009: 49].

Интеграция ролей и функций в новых медиа приводит к **конвергенции** (от англ. *convergence* – «сближение, слияние»). По мнению Е.Л. Вартановой, именно конвергентность является определяющей особенностью новых медиа. Она проявляется на различных уровнях: и как слияние технологий, ведущее к глобальной мультимедиатизации, и как слияние рынков, и как слияние разных каналов и жанров, приводящее к их интеграции и гибридации, и как конвергентность различных функций, которая истекает из интерактивной природы новых медиа: «Интерактивность новых медиа предоставляет традиционному потребителю СМИ безграничные возможности выбора содержания. Но одновременно с этим пользователь... становится отчасти редактором, отчасти даже создателем новых содержательных продуктов. В его лице объединяются и потребитель и производитель, интегрируются различные роли и функции, прежде разделенные. Конкретный пользователь превращается в один из факторов, на который в действительности и направляется процесс конвергенции». [Вартанова 1999]. Такой интенсивный и непрерывный процесс слияния, интеграции и гибридации является причиной трудности полноценной классификации новых медиа.

Следующий признак новых медиа, который выделяют ученые, – мультимедийность (свойство, свидетельствующее о сочетании в контенте различных видов кодированной информации – письменной, звуковой, видео и изобразительной). Однако, на наш взгляд, в отношении новых медиа точнее было бы говорить о **гипермедийности**, поскольку и традиционные медиа, включая прессу с креолизированным текстом, имеют мультимедийную природу. Особенность новых медиа в том, что они могут объединять в себе все предыдущие медиа (печать, радио, телевидение), могут использовать все существующие формы мультимедиа и их комбинации. То есть новые медиа гипермедийны. Более того, сегодня мир находится только на пороге развития электронной коммуникации. Согласно так называемого закона Мура, IT-технологии делают качественный рывок ка-

ждые 18 месяцев. Возможности гипермедиа многообещающи. Дополненная реальность, виртуальная реальность, смешанная реальность – тренды современных медиаработок, погружающих потребителя в мир совершенно новых ощущений, недоступных традиционным СМИ.

Интенсивное развитие интернет-технологий привело к тому, что аудитория получила возможность пользоваться новыми медиа вне зависимости от времени и места своего нахождения. Таким образом, еще одной ключевой особенностью новых медиа является их **доступность**. По данным Pew Research Center, в 40 странах, исследованных в 2015 г., в среднем 67 % населения подтвердили, что регулярно пользуются Интернетом. Наивысшие показатели доступа – у Южной Кореи (94 %), Австралии (93 %) и Канады (90 %). Уровень выше 80 % – в США, Великобритании, Испании, Израиле и Германии. Во многих других крупных странах использует Интернет более 60 % населения, включая 72 % в России и Турции, 68 % в Малайзии, 65 % в Китае и 60 % в Бразилии [Сухачева 2016].

По данным бюллетеня «Интернет в России», подготовленного ФОМ летом 2016 г., в нашей стране суточная аудитория Интернета за последние 10 лет выросла в 7 раз: с 8 до 57 % [Интернет в России... 2016].

Следует отметить, что повсеместному распространению Интернета способствует интенсивное развитие мобильной связи. Только в России, например, больше половины аудитории использует мобильные устройства наряду с компьютерами, а пятая часть и вовсе выходит в Интернет только с них. Выше всего проникновение мобильного интернета среди молодых людей – около 90 % пользователей младше 35 лет выходят в Интернет с мобильных устройств [Интернет в России... 2016]. Таким образом, одновременное количественное и качественное развитие услуг интернет- и мобильной связи делает новые медиа доступными все большему проценту аудитории.

Сегодня популярность мобильных средств связи (смартфонов и планшетных ПК) растет и превращается из технологической роскоши в бытовую норму и профессиональную необходимость. Благодаря мобильности время на передачу и получение информации сводится к секундным промежуткам. Новые медиа **мгновенны**. Целый ряд новых медиа создан именно с расчетом на мобильное, мгновенное использование (например, Instagram, Twitter, Periscop и пр.). Но «карманный гаджет» ориентирован на предоставление широкого спектра возможностей и услуг помимо собственно связи. Использование мобильных устройств в журналистской деятельности становится профессиональным требованием. Как пишет J.V. Pavlik, технологии новых медиа сделали возможным развитие уникального феномена «one-person news» – новостей, сделанных (т. е. прошедших весь путь от сбора, подготовки, оформления до публикации) не редакцией, а одним человеком [Pavlik 2009]. Появление и распространение мобильных средств связи (смартфонов прежде всего) кардинальным образом влияют

на нашу жизнь. Парадоксальный факт отмечает М.А. Кронгауз: телефон, первоначально возникший как средство для устной коммуникации, сегодня используется в первую очередь как источник письменной и визуальной информации. Мы охотнее посылаем SMS-сообщение, чем звоним, и чаще обращаемся к смартфону в целом для переписки в соцсетях и просмотра в них новостной френдленты [Медведев 2015].

Таким образом, возможность использования мобильных устройств, обеспечивающих мгновенность и доступность новых медиа, следует признать их важнейшим дифференциальным свойством.

Подведем итог. Обобщая анализ перечисленных признаков новых медиа, предложим их следующее определение: **новыми медиа**, на наш взгляд, следует называть высокотехнологичные интерактивные интернет-медиа, обладающие потенциалом гипермедийности и мобильного доступа к контенту.

Список литературы

- Вартанова Е.* К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. 1999. Вып. 5. URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/b59df6463a315de4c32568fd0038da32> (дата обращения: 19.11.2016).
- Горошко Е.* Возникновение лингвистики новых медиа и перспективы развития этого направления // Гипертекст как объект лингвистического исследования: материалы III междунар. науч.-практ. конф. (20 июня 2013 г.) / отв. ред. С.А. Стройков. Самара: ПГСГА, 2013. С. 27–41.
- Интернет в России: динамика проникновения. Лето-2016 // ФОМ. 2016. 18 октября. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13021/> (дата обращения: 11.11.2016).
- Калмыков А.А.* Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ. М., 2009.
- Корнев М.* «Новые медиа» и «гуманитарное»: пересечение терминов и понятий // Новые медиа в гуманитарном образовании: электронный сборник статей к научно-практической конференции / под ред. М.С. Корнева. М., 2013. URL: <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/118076276> (дата обращения: 11.11.2016).
- Манович Л.* Культурный софт // CultLook. 2011. URL: http://cultlook.org/lm_cultural_software (дата обращения: 11.11.2016).
- Медведев С.* От линка до лайка. Разрушает ли интернет русский язык? Интервью с М. Кронгаузом // Радио Свобода. 2015. 7 ноября. URL: <http://www.svoboda.org/a/27350971.html> (дата обращения: 11.11.2016).
- Меллер К.* Сегодняшние новости социальны // Путеводитель по социальным медиа-2013 / под ред. К. Меллера и М. Стоуна. Вена, 2013. С. 13–18.
- Мирошниченко А.* Адаптемы медиа. Закат отрасли, расцвет навыка // Republic. 2011. 17 октября. URL: https://republic.ru/future/adaptemy_media_zakat_otrasli_rastsvet_navyka-689523.xhtml (дата обращения: 11.11.2016).
- Словарь новых медиа. URL: <http://mediatoolbox.ru/dictionary/> (дата обращения: 11.11.2016).

- Сухачева А. Доступ к интернету в мире: статистика, тренды // Новый репортер. 2016. 28 марта. URL: <http://newreporter.org/2016/03/28/dostup-k-internetu-v-mire-statistika-trendy/> (дата обращения: 11.11.2016).
- Фомичева И.Д. Социология интернет-СМИ: учебное пособие. М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. 79 с.
- Pavlik J.V. *New Media Journalism // 21st Century Communication. A Reference Handbook. Volume 1 & 2.* / Ed. by W.F. Eadie. Los Angeles, 2009. P. 643–651.

References

- Fomicheva, I.D. (2005), *Sotsiologiya internet-SMI [Sociology of the Internet media]*, Textbook, Moscow, Lomonosov MSU publ., 79 p.
- Goroshko, E. (2013), *Vozniknovenie lingvistiki novykh media i perspektivy razvitiya etogo napravleniya [The appearance of new media linguistics and prospects of development of this area]*. Stroikov, S.A. (Ed.) *Gipertekst kak obyekt lingvisticheskogo issledovaniya [Hypertext as an object of linguistic research]*, Proceedings of the 3rd International Scientific and Practical conference, June 20, 2013, Samara, PGSGA publ., pp. 27-41.
- (2016), *Internet in Russia: the dynamics of penetration. Summer 2016*, available at: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13021/> (access date: November 11, 2016). (in Russian)
- Kalmykov, A.A. (2009), *Interaktivnaya gipertekstovaya zhurnalistika v sisteme otechestvennykh SMI [Interactive hypertext journalism in the system of Russian media]*, Moscow.
- Kornev, M. (2013), “Novye media” i “gumanitarnoe”: peresechenie terminov i ponyatii [“New Media” and “the Humanities”: the intersection of terms and concepts]. Kornev, M.S. (Ed.) *Novye media v gumanitarnom obrazovanii [New media in education in the humanities]*, Electronic collection of articles of the scientific and practical conference, Moscow, available at: <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/118076276> (access date: November 11, 2016).
- Manovich, L. (2011), *Kul'turnyi soft [Cultural software]*, available at: http://cultlook.org/lm_cultural_software (access date: November 11, 2016).
- Medvedev, S. (2015), *Ot linka do laika. Razrushaet li internet russkii yazyk? [From link to like. Does the Internet destroy Russian language?]*, Interview with M. Kronhaus, available at: <http://www.svoboda.org/a/27350971.html> (access date: November 11, 2016).
- Miroshnichenko, A. (2011) *Adaptemy media. Zakat otrasli, rastsvet navyka [Adapteme of media. Industry sunset, skills bloom]*, available at: http://www.kazhdy.ru/andrey_miroshnichenko/Adaptemy_media/ (access date: November 11, 2016).
- Möller, C. (2013), Today’s news is social. Möller, C., Stone, M. (Eds.) *2013 Social Media Guidebook*, Vienna, OSCE Representative on Freedom of the Media, pp. 13-18.
- New media dictionary*, available at: <http://mediatoolbox.ru/dictionary/> (access date: November 11, 2016). (in Russian)
- Pavlik, J.V. (2009), *New Media Journalism*. Eadie, W.F. (Ed.) *21st Century Communication. A Reference Handbook*, Vol. 1 & 2, Los Angeles, pp. 643–651.
- Sukhacheva, A. (2016), *Dostup k internetu v mire: statistika, trendy [Access to the Internet in the world: statistics, trends]*, available at: <http://newreporter.org/2016/03/28/dostup-k-internetu-v-mire-statistika-trendy/> (access date: November 11, 2016).

Vartanova, E. (1999), K chemu vedet konvergentsiya SMI? [Where does the convergence of the media go?]. *Informatsionnoe obshchestvo [Information society]*, Iss. 5, available at: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/b59df6463a315de4c32568fd0038da32> (access date: November 19, 2016).

NEW MEDIA: DEFINING THE NOTION

S.G. Nosovets

Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)

Abstract: The article presents attempts to find distinctive features of the new media – a phenomenon that has arisen with the appearance and development of computer network and Internet technologies. Among these features, we can designate a primary one, which was the cause of the phenomenon – the Internet as a technological and communicative environment of the new media. However, the primary nature is not the same as supremacy. All features are equally significant and define the specifics of the phenomenon taken together. Interactivity and hypermedia are properties observed not only in traditional media, but in new media as well, where they are largely caused by high technological phenomenon and manifested on a different scale and radically new qualities. The most important distinctive feature of new media should be the use of mobile devices to access content immediately. Analysis of the properties of new media, which are fundamentally different from traditional, allowed eventually to formulate a definition of the concept under study.

Key words: new media, mass media, distinctive features, Internet technology, mobile technology, interactivity, Web 2.0, convergence, multimedia.

For citation:

Nosovets, S.G. (2016), New media: defining the notion. *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 39-47. (in Russian)

About the author:

Nosovets Svetlana Gennadyevna, Dr., Associate Professor of the Chair of Journalism and Media Linguistics

Corresponding author:

Postal address: 55a Mira pr., Omsk, 644077, Russia

E-mail: s.nosovets@gmail.com

Acknowledgements:

The publication was prepared within the framework of a research project supported by the Russian Foundation for Humanities No. 14-04-00487 “New media in Russia: study of the language and communication processes”

Received: November 21, 2016

ПРОРОЧЕСТВА КАК ВИД МЕЖВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ XIX–XX вв.)

Б.И. Осипов

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)

Аннотация: Анализируется один из видов опосредованной коммуникации – пророчества (предсказания, прогнозы, попытки моделирования будущего), предусматривающие речевое воздействие на современников, но кроме того – оценку потомками. Материалом для анализа послужили романтические и реалистические произведения русской литературы XIX–XX вв. (А.С. Пушкин, М.Ю. Лермонтов, Н.В. Гоголь, Н.Г. Чернышевский, Н.А. Некрасов, М.Е. Салтыков-Щедрин, А.А. Блок, М.А. Светлов, А.Т. Твардовский, Е.А. Евтушенко). Рассматриваются сбывшиеся, несбывшиеся и сбывшиеся частично предсказания относительно будущего России. Кроме предсказаний будущего устройства общества, особо рассматриваются прогнозы относительно судеб образования и науки. В заключение приводится объяснение исторической неудачи коммунистов, данное в первой половине 1950-х гг. югославским мыслителем М. Джиласом. Отмечается также, что жанр прогноза в современной русской литературе не имеет сколько-нибудь заметного распространения.

Ключевые слова: пророчество (предсказание, прогноз), будущее, революция, потомки, речевое воздействие.

Для цитирования:

Осипов Б.И. Пророчества как вид межвременной коммуникации (на материале русской литературы XIX–XX вв.) // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 48–58.

Сведения об авторе:

Осипов Борис Иванович, доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков

Контактная информация:

Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

E-mail: prof.ocun@gmail.com

Дата поступления статьи: 02.11.2016

Хотя коммуникативная функция языка признаётся безоговорочно и единодушно всеми лингвистами, но некоторые учёные понимают коммуникацию слишком узко, вкладывая в это понятие лишь непосредственный контакт между говорящим и слушающим и вследствие этого выделяя у языка множество функций, кроме коммуникативной (см., например: [Киклевич 2009]). Между тем контактная функция – это не более чем разновидность коммуникативной: коммуникация – явление многообразное и многоликое, охватывающее и мыслеобразующую, и познавательную, и эмоциональную, и эстетическую сферы, поскольку никакая из них не имеет смысла вне общения между людьми, хотя бы и опосредованного. Межвременная коммуникация, т. е. обращение автора текста к потомкам или предкам, есть, конечно, разновидность коммуникации опосредованной. И всё-таки это коммуникация: и автор, создавая текст, который будут читать не при его жизни, рассчитывает на определённую реакцию читателя (хоть и не всегда её угадывая), и читатель-потомок может не только так или иначе понимать этот текст, но и вступать в спор с автором – пусть мысленный, – и даже предпринимать какие-то действия под влиянием усвоенного текста, т. е. подвергаться речевому воздействию. «Потребность в моделировании образа будущего у человека связана с тем, что сознание позволяет человеку не только оценивать пройденный этап и современность, но и перспективы собственной эволюции: сознание обладает способностью к опережающему отражению действительности, что находит выражение в целенаправленной деятельности, в нормах поведения, в отношении индивида к собственному бытию» [Солопова 2016: 3].

В предлагаемой читателю работе предпринята попытка анализа тех пророчеств, предсказаний, прогнозов, которые предпринимались русскими писателями XIX–XX вв., т. е. текстов, обращённых к потомкам. При этом речь пойдёт не о фантастике, а о художественных произведениях гражданской, публицистической или философской направленности, но так или иначе обращённых в будущее, содержащих пророческие мотивы и фрагменты на общем фоне изображения современной автору действительности.

Впрочем, хочу начать с того, что прозрения иной раз встречаются и в таких текстах наших классиков, которые ни на какое пророческое значение вроде бы не претендуют. Перечитывая недавно «Записки сумасшедшего» Н.В. Гоголя, я в дневнике Поприщина с изумлением натолкнулся на такую фразу: *Во Франции большая часть народа признаёт веру Магомета*. Едва ли стоит сомневаться, что у читателей XIX в. такое утверждение не могло вызвать ничего, кроме хохота. А сегодня это не смешно, особенно французам!

Но обратимся к произведениям, действительно направленным на предсказание будущего страны и мира.

Это, конечно, прежде всего пушкинские «Вольность», «К Чаадаеву» и «Деревня» (все написаны в период 1817–1820 гг.).

Светлый характер пушкинской лиры выливался иногда в самые восторженные предсказания:

*Товарищ, верь: взойдёт она,
Звезда пленительного счастья,
Россия вспрянет ото сна,
И на обломках самовластья
Напишут наши имена!*

Ровно через сто лет прогноз поэта полностью сбылся: и самовластье было сломано, и на его обломках были, конечно же, самыми первыми написаны имена А.С. Пушкина и декабристов.

Но даже светлый гений А.С. Пушкина смущала перспектива революции. В оде «Вольность» он, с одной стороны, призывает:

*Питомцы ветреной Судьбы,
Тираны мира! трепещите!
А вы, мужайтесь и внемлите,
Восстаньте, падшие рабы.*

Но, с другой стороны, вспоминая ужасы французской революции и её «кровавыми плазами» и «злодейской порфирой» Наполеона, умоляет:

*И днесь учитесь, о цари:
Ни наказанья, ни награды,
Ни кров темниц, ни алтари
Не верные для вас ограды.
Склонитесь первые главой
Под сень надежную Закона,
И станут вечной стражей трона
Народов вольность и покой.*

Надежда на мирный исход российской ситуации начала XIX в. слышится и в стихотворении «Деревня»:

*Увижу ль, о друзья! народ неугнетенный
И Рабство, падшее по манию царя...*

Известно, правда, что в списках этого стихотворения фигурировал и вариант «И рабство падшее, и павшего царя». То, что он принадлежал Пушкину, не доказано, впрочем, как и обратное: поэт явно не очень-то верил, что «тираны мира» захотят внять его мольбе.

И уж совсем мрачной, хотя и неизбежной, рисуется революция сумрачной душе М.Ю. Лермонтова:

*Настанет год, России чёрный год,
Когда царей корона упадёт;
Забудет чернь к ним прежнюю любовь,
И пища многих будет смерть и кровь...*

Рисуемая далее картина неточна разве только в предсказании чумы: в годы революции и гражданской войны в России, грянувшей через 87 лет после написания этого стихотворения (1830), «среди печальных сел» бродила не чума, а тиф.

Но вот образ революционного вождя нарисован уж слишком романтически и предельно мрачно:

*В тот день явится мощный человек,
И ты его увидишь – и поймёшь,
Зачем в руке его булатный нож;
И горе для тебя! – твой плач, твой стон
Ему тогда покажется смешон;
И будет всё ужасно, мрачно в нём,
Как плащ его с возвышенным челом.*

Соотнося эту картину с реальным образом В.И. Ленина, мы сегодня не можем не улыбнуться. Как бы ни был беспощаден Ленин к врагам, мрачным злодеем он не был. (Конечно, сегодня угодливые журналисты, стараясь выслужиться перед олигархами, пишут о Ленине бог знает что, и я не удивлюсь, если в каком-нибудь новейшем фильме Ильич и вправду выйдет на дорогу с ножом в руке и с какой-нибудь частушкой вроде: «Ой, кинжалик, вострый нож, семерых в могилу ложь!» Но это уже из прогнозов иного плана.)

Неизбежность революционного развития событий стала особенно ясно осознаваться после грабительской крестьянской реформы 1861 г.

Конечно, самые оптимистические картины будущей революции и её последствий рисуют представители революционной части общества. Возьмём хотя бы финал знаменитого четвёртого сна Веры Павловны в романе Н.Г. Чернышевского «Что делать?»: *Будущее светло и прекрасно. Любите его, стремитесь к нему, работайте для него, приближайте его, переносите из него в настоящее, сколько можете перенести.*

Вера Павловна, стараясь перенести из будущего, «сколько можно перенести», организует мастерскую, в которой прибавочная стоимость не присваивается хозяевами, как в обычных предприятиях того времени, а распределяется между работницами и делает их труд гораздо более выгодным. А города и люди будущего рисуются тем более прекрасными: тут и дворцы из алюминия и стекла, и люди, о которых Вера Павловна восклицает: *Все они счастливые красавцы и красавицы.*

Вполне конкретно рисует автор и основы экономики будущего: *...Кто не требует себе особенного против того, что делается для всех, с тем нет никакого расчёта... За каждую особую вещь или прихоть – расчёт.*

Это напоминает утопические сочинения, но автор явно рассматривает это как реальный совет по организации общества. И попытки претворить эти установки в жизнь имели место в истории XX в. Сегодня по этому принципу организована экономика Кубы. Нечто подобное было в Ливии

при Каддафи: каждый гражданин получал определённую сумму денег, а если хотел большего, то должен был заработать. Вынашивался подобный проект в Швейцарии. Вообще же в современном мире некоторым элементом такой системы является пенсионное обеспечение, но оно охватывает, как известно, только инвалидов и стариков. Из этого же ряда и пособие по безработице, хотя и его получение обставлено некоторыми условиями.

Большой дерзостью со стороны Чернышевского было предсказание революции в ближайшем будущем: в романе «Что делать?», опубликованном в 1863 г., революция предсказывалась в 1865. Автор пережил эту дату на 24 года, но революции, как известно, не дождался.

Столь же оптимистическим, но более осторожным по срокам является пророчество другого представителя революционной демократии 1860-х гг. – Н.А. Некрасова. В стихотворении «Железная дорога» (1864) автор-рассказчик внушает маленькому Ванюше:

*Да не робей за отчизну любезную...
Вынес достаточно русский народ,
Вынес и эту дорогу железную –
Вынесет всё, что господь ни пошлёт!*

*Вынесет всё – и широкую, ясную
Грудью дорогу проложит себе.*

И дальше – очень грустное пророчество о возможном сроке этого события:

*Жаль только – жить в эту пору прекрасную
Уж не придётся ни мне, ни тебе.*

Вообще говоря, поколение Ванюши дожило до Октябрьской революции. Конечно, сам Ванюша, генеральский сынок, не мог получить от этого радости, но его ровесники из числа трудового народа, которым в пору революции было лет 55–60, конечно, успели ещё подумать, что народ наш и вправду вышел на «широкую, ясную» дорогу.

Впрочем, особенно горячо в это верила, конечно, молодёжь. В связи с этим уместно вспомнить пророчество уже из литературы советского периода – комсомольскую песню из пьесы М.А. Светлова «Двадцать лет спустя» (1940):

*Шумит над нами время боевое,
Прифронтовой линией летя...
Мы будем жить легендой молодою
И через год, и двадцать лет спустя!*

*О прошлых днях, о первом наступленьи,
О тех, кто шёл в передовом ряду,
Споёт о нас другое поколение,
Споют о нас в сороковом году.*

*И молодёжь подхватит песню эту,
И пронесёт через года побед,
И передаст её, как эстафету,
Далёким дням шестидесятых лет...*

На своё счастье автор не стал прогнозировать дальше 60-х и, скончавшись в 1964 г., видимо, ушёл из жизни в уверенности, что его пророчество сбылось. Между тем 60-е гг. стали последним этапом коммунистических иллюзий. Осуждение культа личности породило впечатление, будто партия действительно вступила на путь правды, завещанный Лениным. Поэт старшего поколения А.Т. Твардовский писал тогда в поэме «За далью даль» (1964):

*Вступает правды власть святая
В свои могучие права,
Живёт на свете, облетая
Материки и острова...*

Ему вторил молодой в те годы Е.А. Евтушенко (ср. его стихотворение «Ты – Россия», 1964):

*Не зря же
правды,
сущей на века,
искали
и Толстой,
и Достоевский,
и Ленин говорил с броневика
во имя правды
самой достоверной!*

Но уже 70-е нельзя было назвать «годами побед», не говоря уж о 80-х. Однако вернёмся к пореформенной России.

Кроме революционных прогнозов, в последней трети XIX в. появляются и революционные организации, оценка которых в обществе сразу стала весьма неоднозначной. Во-первых, революционеры этого поколения избрали тактику заговоров и индивидуального террора, которая со временем обнаружила свою бесперспективность и в начале XX в. была отвергнута большевиками. В самом деле, ни убийство царя Александра II в 1881 г., ни убийства царских министров и иных сановников на грани XIX и XX вв., ни убийство премьер-министра П.А. Столыпина в 1911 г. ничего не изменили. И это порождало у части общества взгляд на революционеров как на бесполезных смутьянов.

Но было и ещё одно обстоятельство в революционной среде, вызывавшее тревогу и недоверие к ней. Революционеры – всегда горячие головы, а это порождало у лидеров той или иной их группы убеждение в непо-

грешимости собственного взгляда на пути и методы борьбы и не только споры, но и прямую вражду с теми, чьи взгляды были иными (и отстаивались их сторонниками столь же горячо).

Известно, какими непривлекательными выглядят революционеры в романе Ф.М. Достоевского «Бесы». И, несмотря на передержки и общую художественную слабость этого произведения, картина зарождения вражды и весьма неблагородных отношений внутри революционного лагеря оказалось пророческой. Отношения Ленина и Плеханова, Ленина и Троцкого, наконец, эсеровский мятеж в июле 1918 г., который положил конец двухпартийной системе в молодой Советской республике и привёл к системе однопартийной, которая сыграла в конце концов роковую роль для коммунистов, – всё это показывает, как важно было обратить внимание на тёмные стороны революционных сообществ.

Естественное беспокойство вызывала в обществе и ориентация на насильственные методы борьбы. Известно, каким противником насилия был Л.Н. Толстой. Но в пору свирепой столыпинской реакции после революции 1905 г. он выступил со знаменитой статьёй «Не могу молчать» (1908), в которой с гневом заявил, что власти в своей приверженности насилию ничем не отличаются от революционеров: *Если есть разница между вами, то только в том, что вы хотите, чтобы всё осталось как было и как есть, а они хотят перемены.* По сути дела, великий писатель вплотную приблизился к мысли, что революционное насилие провоцируется насилием господствующего класса, а не амбициями революционеров, но пафос статьи всё-таки сводится к протесту против любого насилия.

Когда революция стала реальностью, она вызвала огромный энтузиазм и самые смелые надежды не только у простого народа, но и у представителей интеллигенции, тех же поэтов. Дело революции представлялось благородным и святым. Блоковские красноармейцы в поэме «Двенадцать» восклицают:

*Мы на горе всем буржуям
Мировой пожар раздуем,
Мировой пожар в крови –
Господи, благослови!*

Но и сам автор видит впереди красноармейского патруля не кого-нибудь, а Иисуса Христа с «кровавым флагом» в руках.

Притягательность социалистических идей была столь велика, что стремление к социализму не угасло ни после «перегибов» сталинской коллективизации, ни после репрессий конца 1930-х и конца 1940-х гг. Почему же всё-таки коммунисты пришли к сегодняшнему плачевному итогу, не оправдав грандиозных пророчеств?

Прежде чем обратиться к этому вопросу, остановимся особо на пророчествах в частной, но сегодня очень болезненной области народного бытия – сфере образования и науки.

Россия никогда не славилась вниманием со стороны тех, от кого зависела судьба учёных и их открытий. А.Д. Кантемир ещё в XVIII в. писал:

*Наука ободрана, в лоскутах обшита,
Изо всех почти домов с ругательством сбита;
Знаться с нею не хотят, бегут ея дружбы,
Как, страдавши на море, корабельной службы.*

Да, наука в России никогда не пользовалась почтением правителей. Великие, казалось бы, изобретения русских механиков и учёных XVIII–XX вв., от паровой машины до самолёта и компьютера, не нашли признания в собственной стране: родиной паровозов и железных дорог стала Англия, родиной авиации – Франция, родиной компьютерной техники – США. В связи с этим нельзя не вспомнить, что Перехват-Залихватский, последний в описи градоначальников Глупова в «Истории одного города» М.Е. Салтыкова-Щедрина, отмечен тем, что *сжёг гимназию и упразднил науки*. Известно, что два наших «градоначальника» от образования и науки, к счастью, не последние, а предпоследние на сегодняшний день, активно упраздняли науку. Это, и 20-процентное сокращение срока обучения в вузах (обычно выдаваемое за болонскую систему), и нелепое реформирование академии наук, и сокращение объёма школьных предметов (физика, например, сокращена в три раза), и упразднение преподавания астрономии в школе (недавно, правда, восстановленное новым министром). До сожжения гимназий дело не дошло, но закрытие школ стало массовым явлением (по некоторым данным, за последние пять лет их закрыто около 7 500). Полоса космических конфузов, преследующих Россию в последние годы, побуждает, видимо, всё-таки изменить отношение к проблемам образования. Так, в военных вузах пресловутая «болонка» отменена. Так что упразднение наук всё же не состоялось в полном объёме.

Зато слишком уж буквально сбылось пророчество Н.А. Некрасова о положении народного учителя:

*Сейте разумное, доброе, вечное,
Сейте! Спасибо вам скажет сердечное
Русский народ...*

С одной стороны, нельзя не оценить огромную работу, сделанную после революции новой властью для ликвидации безграмотности и повышения образовательного уровня народа. С другой стороны, эта работа с неизбежностью сделала профессию учителя массовой и, как следствие, крайне низко оплачиваемой. И советскому, и современному российскому педагогу суждено было работать буквально за «спасибо сердечное». А в последние годы это положение распространилось и на профессорско-преподавательский состав высшей школы.

Но обратимся теперь к общему вопросу о несбывшихся образах прекрасного будущего. Почему же не сбылись те оптимистические, зачастую

восторженные пророчества, которые русская литература, особенно во второй половине XIX и первой половине XX в., связывала с революцией?

Прямого ответа в художественных произведениях наших писателей (как, впрочем, и зарубежных) мы не найдём. Прямой ответ на этот вопрос дал в начале 1950-х гг. не писатель, а публицист и мыслитель, значение которого до сих пор не оценено в полной мере – югославский коммунист Милован Джилас. В своей книге «Новый класс» (1954) он показал, что однопартийная система сыграла с коммунистами злую шутку. Во всех странах, где коммунисты пришли к власти, коммунистические партии из революционного авангарда народа в борьбе против власти капитала переродились в новый эксплуататорский класс. Тот же Джилас предсказал почти за сорок лет историческое поражение коммунистов.

Правда, эта социалистическая буржуазия долго прикрывалась коммунистической идеологией и с этой целью не позволяла себе уж слишком обогащаться. Положение изменилось в 1970-е гг., когда в бюджет Советского Союза хлынули нефтедоллары: такую лакомую наживу партийная номенклатура упустить уже никак не хотела. Всё началось с трений между промышленным и идеологическим отделами ЦК КПСС, а закончилось откровенным превращением буржуазии капээсэсовской в самую обычную, что мы и увидели в 1990-е гг.

Сегодня, насколько я могу судить, пророчества не относятся к сколько-нибудь популярным элементам творчества писателей и поэтов. Коммунистические идеалы дискредитировали сами же коммунисты, а к чему звать современного читателя, в каком направлении должно идти воздействие на него со стороны художественного слова, сегодня, похоже, никто не берётся определить.

Список литературы

- Киклевич А.К.* Двенадцать функций языка // Мир русского слова. 2009. № 3. С. 5–13.
Солопова О.А. Лингвополитическая прогностика: сопоставительное исследование моделей будущего России в политических дискурсах России, США и Великобритании XIX в. (1856–1881) и XXI в. (2000–2014): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2016. 38 с.

Источники

- Блок А.А.* Двенадцать // Блок А.А. Стихотворения. Поэмы. М., 1987.
Гоголь Н.В. Записки сумасшедшего // Гоголь Н.В. Собр. соч.: в 7 т. М., 1966. Т. 3.
Джилас М. Новый класс // Джилас М. Лицо тоталитаризма. М., 1992.
Достоевский Ф.М. Бесы // Достоевский Ф.М. Собр. соч.: в 12 т. М., 1982. Т. 9.
Евтушенко Е.А. Ты – Россия // Евтушенко Е.А. Интимная лирика. М., 1973.
Кантемир А.Д. К уму своему // Кантемир А.Д. Избранные сатиры. СПб., 1892.
Лермонтов М.Ю. Предсказание // Лермонтов М.Ю. Собр. соч.: в 4 т. М., 1969. Т. 1.
Некрасов Н.А. Железная дорога // Некрасов Н.А. Избр. М., 1975.
Некрасов Н.А. Сеятелям // Некрасов Н.А. Избр. соч. М., 1947.

- Пушкин А.С. Вольность // Пушкин А.С. Полн. собр. соч.: в 10 т. Л., 1977. Т. 1.
- Пушкин А.С. Деревня // Пушкин А.С. Полн. собр. соч.: в 10 т. Л., 1977. Т. 1.
- Пушкин А.С. К Чаадаеву // Пушкин А.С. Полн. собр. соч.: в 10 т. Л., 1977. Т. 1.
- Салтыков-Щедрин М.Е. История одного города. М., 1972.
- Светлов М.А. Двадцать лет спустя // Светлов М.А. Собр. соч.: в 3 т. М., 1975. Т. 3.
- Твардовский А.Т. За далью даль // Твардовский А.Т. Избр. произведения: в 3 т. М., 1989. Т. 3.
- Толстой Л.Н. Не могу молчать. М., 1985.
- Чернышевский Н.Г. Что делать? // Чернышевский Н.Г. Собр. соч.: в 5 т. М., 1974. Т. 1.

References

- Kiklevich, A.K. (2009), Dvenadtsat' funktsii yazyka [Twelve language functions]. *Mir russkogo slova* [The World of a Russian word], No. 3, pp. 5-13.
- Solopova, O.A. (2016), *Lingvopoliticheskaya prognostika: сопоставительное исследование модели будущего России в политических дискурсах России, США и Великобритании 19 в. (1856–1881) и XXI в. (2000–2014)* [Linguistic and political futurology: a comparative study of Russian future models in the political discourse in Russia, the US and the UK of the 19th century (1856-1881) and the 21st century (2000-2014)], Abstract of PhD thesis, Yekaterinburg, 38 p.

Sources

- Blok, A.A. (1987), Twelve. *Poems*, Moscow. (in Russian)
- Chernyshevsky, N.G. (1974), What Is To Be Done? *Collection of works*, in 5 volumes, Moscow, Vol. 1. (in Russian)
- Dostoevsky, F.M. (1982), Demons. *Collection of works*, in 12 volumes, Moscow, Vol. 9. (in Russian)
- Djilas, M. (1992), The new class. *The face of totalitarianism*, Moscow. (in Russian)
- Gogol, N.V. (1966), Diary of a Madman. *Collection of works*, in 7 volumes, Moscow, Vol. 3. (in Russian)
- Kantemir, A.D. (1892), K umu svoemu [To your consideration]. *Selected satires*, St. Petersburg. (in Russian)
- Lermontov, M.Yu. (1969), Predskazanie [Prophecy], *Collection of works*, in 4 volumes, Moscow, Vol. 1. (in Russian)
- Nekrasov, N.A. (1975), The railway. *Selected works*, Moscow. (in Russian)
- Nekrasov, N.A. (1947), Seyatelyam [To sowers]. *Selected works*, Moscow. (in Russian)
- Pushkin, A.S. (1977), Derevnya [The village]. *Full collection of works*, in 10 volumes, Leningrad, Vol. 1. (in Russian)
- Pushkin, A.S. (1977), Liberty. *Full collection of works*, in 10 volumes, Leningrad, Vol. 1. (in Russian)
- Pushkin, A.S. (1977), To Chaadaev. *Full collection of works*, in 10 volumes, Leningrad, Vol. 1. (in Russian)
- Saltykov-Shchedrin, M.E. (1972), *The History of a Town*, Moscow. (in Russian)
- Svetlov, M.A. (1975), Twenty Years After. *Collection of works*, in 3 volumes, Moscow, Vol. 3. (in Russian)
- Tolstoy, L.N. (1985), *I can't stay quiet*, Moscow. (in Russian)

Tvardovsky, A.T. (1989), Distance after distance. *Selected works*, in 3 volumes, Moscow, Vol. 3. (in Russian)

Yevtushenko, E.A. (1973), You are Russia. *Intimate lyrics*, Moscow. (in Russian)

PROPHECY AS A TYPE OF INTERTEMPORAL COMMUNICATION (BASED ON RUSSIAN LITERATURE OF THE 19th–20th CENTURIES)

B.I. Osipov

Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)

Abstract: The author analyzes a type of indirect communication – the prophecies (prediction, forecasts, attempts to model the future) providing speech influence on contemporaries, as well as assessment of the descendants. Romantic and realistic works of Russian literature of the 19th–20th centuries were the material for analysis (Pushkin A.S., Lermontov M.Yu., Gogol N.V., Chernyshevsky N.G., Nekrasov N.A., Saltykov-Shchedrin M.E., Blok A.A., Svetlov M.A., Tvardovsky A.T., Yevtushenko E.A.). The author studies realised, unrealised and partly realised predictions about the future of Russia. Besides predictions of the future society structure, predictions about the fate of Education and Science are especially studied. Finally, an explanation of the historical failure of the Communists is presented, given in the first half of the 1950s by Yugoslavian thinker Milovan Djilas. It is also noted that the forecast genre has not any noticeable dissemination in contemporary Russian literature.

Key words: prophecy, future, revolution, descendants, speech influence.

For citation:

Osipov, B.I. (2016), Prophecy as a type of intertemporal communication (based on Russian literature of the 19th–20th centuries). *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 48-58. (in Russian)

About the author:

Osipov Boris Ivanovich, Prof., Professor of the Chair of Foreign Languages

Corresponding author:

Postal address: 55a Mira pr., Omsk, 644077, Russia

E-mail: prof.ocun@gmail.com

Received: November 2, 2016

Раздел II

**СОВРЕМЕННЫЕ
ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ**





Part II

MODERN DISCOURSE PRACTICES

**ВОПРОСИТЕЛЬНЫЕ КОНСТРУКЦИИ
В УСТНОЙ СПОНТАННОЙ РЕЧИ:
АДРЕСНОСТЬ, РИТОРИЧНОСТЬ, ИДИОМАТИЧНОСТЬ***

Н.В. Богданова-Бегларян

*Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)*

Аннотация: Рассматриваются специфические вопросительно-риторические конструкции русской повседневной речи, такие как *знаешь как? видишь какой? как его? как это? серьёзно, что ли?! что, трудно, что ли? что ещё (сказать)?* и т. п. Подобные конструкции имеют ряд общих черт: они обращены (адресованы) говорящим либо к собеседнику, но без ожидания ответа (риторичность), либо к самому себе, также с желанием не получить ответ, а, скорее, продвинуться в построении реплики или поиске нужного слова / выражения (тоже своего рода риторичность). Все эти конструкции несомненно идиоматичны, так как не создаются говорящим в момент речи, а целиком извлекаются из ментального лексикона, воспроизводятся – на уровне речевых автоматизмов – и потому встречаются очень часто и в речи разных носителей языка. Многие из этих конструкций имеют восклицательный (*серьёзно, что ли?!)* или указательный (*знаешь как?*) оттенок, а многие обладают несомненным прагматическим значением, выступая в речи в роли прагматема разного типа: дискурсивов (*знаешь что? что ещё?*), вербальных хезитативов (*как его? как это? что ещё?*), метакоммуникативов (*видишь как? что ещё сказать?*) или рефлексивов (*или как это? или что? так, что ли?*). Видно, что порой одна единица выполняет в тексте сразу несколько функций (полифункциональность). В целом нет сомнения, что подобные конструкции создают лексико-стилистическую, прагматическую, а порой и грамматическую специфику устного дискурса и требуют своего отдельного описания.

Ключевые слова: устная повседневная речь, вопросительная конструкция, риторический вопрос, устный дискурс, прагматема, рефлексив, хезитатив, дискурсив, метакоммуникатив, звуковой корпус.

Для цитирования:

Богданова-Бегларян Н.В. Вопросительные конструкции в устной спонтанной речи: адресность, риторичность, идиоматичность // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 61–76.

* Исследование выполнено при поддержке гранта РНФ № 14-18-02070 «Русский язык повседневного общения: особенности функционирования в разных социальных группах».

Сведения об авторе:

Богданова-Бегларян Наталья Викторовна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка

Контактная информация:

Почтовый адрес: 199034, Россия, Санкт-Петербург,
Университетская наб., 11

E-mail: n.bogdanova@spbu.ru

Дата поступления статьи: 17.11.2016

1. Введение

Вопросительные реплики¹ разного типа в большом количестве присутствуют в любой устной речи. Корпусный подход к анализу речевого материала позволяет взглянуть на эти конструкции как с качественной, так и с количественной стороны.

Источником материала для настоящего исследования стал Звуковой корпус русской устной повседневной речи «Один речевой день» (ОРД), являющийся наиболее представительным на сегодняшний день ресурсом речевой коммуникации на русском языке. Записи, составившие этот корпус, выполнены по методике непрерывного многочасового мониторинга устной речи. Статистические характеристики корпуса таковы: 1 250 часов звучания, полученных от 130 информантов и около 1 000 их коммуникантов, представляющих разные социальные группы (социолекты) современного российского мегаполиса, каким является Санкт-Петербург, 2 800 макроэпизодов речевой коммуникации, 1 млн словоупотреблений в текстовых расшифровках, 100 тыс. словоупотреблений в аннотированном подкоре (подробнее об ОРД см.: [Русский язык... 2016]).

В транскриптах ОРД из всех знаков препинания используются только вопросительный (?) и восклицательный (!) знаки², что позволяет – в ходе лексического³ анализа материалов корпуса – получить количест-

¹ Я сознательно избегаю термина «предложение» – в связи с тем практически непреложным фактом, что синтаксической единицей устного дискурса является вовсе не предложение, а что-то иное, чему исследователи – с разной степенью убедительности – дают разные наименования: синтагма, структурно-синтаксическая единица (ССЕ), элементарная дискурсивная единица (ЭДЕ), конструктивно-синтаксическая единица (КСЕ) и т. п. (см. обсуждение этого вопроса и соответствующую литературу в: [Богданова 2006]).

² Используется еще и знак многоточия, но он обозначает в данном случае не традиционный знак препинания, а обрыв – слова (ставится после слова без пробела: *при...*) или фразы (ставится в конце фразы после пробела: *он никогда ...*) – или продолжительную хезитационную паузу – (...). Подробнее о знаках расшифровки материала ОРД см.: [Русский язык... 2016: 242–243].

³ Именно лексического, который предполагает, в частности, работу с конкордансами и создание частотных списков – как общего по всему корпусу, так и отдельно для разных социальных групп говорящих. Такие списки создаются автоматически (после

венные данные о распространенности в нашей повседневной речи вопросительных и восклицательных реплик, как в целом по корпусу, так и в речи отдельных социальных групп носителей языка, в частности гендерных и возрастных.

Так, проведенное исследование показало, что вопросительных реплик в целом в корпусе существенно (почти в три раза) больше, чем восклицательных (2,0 vs. 0,7 % в общем частотном списке), а в речи мужчин их несколько больше, чем в речи женщин (2,4 vs. 1,94 %). В речи информантов младшей возрастной группы (до 30 лет включительно) реплик-вопросов оказалось в два раза больше, чем у старших информантов (старше 50 лет) (2,5 vs. 1,3 %), и только у младших и старших в верхнюю зону частотного списка попали восклицательные реплики (0,8 и 1,04 % соответственно) [Русский язык... 2016: 80–81].

Уже эти наблюдения позволяют определенным образом охарактеризовать речь разных социальных групп носителей русского языка, но еще больший интерес для исследования представляют те вопросительные реплики устной речи, которые можно вывести из общей массы вопросов (частных, общих и т. п.) и определить как цельную (идиоматизированную) **вопросительную конструкцию** (ВК), со своей формой (структурой) и своим значением – лексико-грамматическим и/или прагматическим. В ходе анализа материала обратили на себя внимание несколько типов такого рода ВК.

2. Указательно-риторические конструкции с контактными глаголами

К контактными относятся те глаголы, которые употребляются говорящим с весьма прагматической целью: привлечь, а потом и удержать внимание собеседника – *знаешь / знаете, понимаешь / понимаете, видишь / видите, представляешь / представляете* и под. Как правило, они употребляются в этой роли именно в форме 2-го лица ед. или мн. ч. (реже – в форме императива, также ед. или мн. ч.: *(по)смотри / (по)смотрите, (по)слушай / (по)слушайте, представь / представьте, заметь / заметьте* и т. п., включая разговорные *прикинь / прикиньте, глянь / гляньте, зацени / зацените* и под.), и, в соответствии с выполняемой ими в дискурсе функцией, могут быть отнесены к разряду прагматем-**метакоммуникативов** (подробнее о прагматемах разного типа см.: [Богданова-Бегларян 2014]). Данная разновидность глаголов (во всем многообразии их функциональных разновидностей) на материале ОРД довольно хорошо описана (см., например: [Маслова 2014, 2015а, б, 2016; Звуковой корпус... 2015]), однако нас интересуют лишь те употребления этих глаголов (только в финитных

сегментации звукового потока на «слова»), в результате в них попадают все отделенные пробелом сегменты, в том числе знаки расшифровки, которые (на нашем материале) во всех случаях оказались частотнее любых лексических или дискурсивных единиц.

формах), которые образуют разного рода вопросительные конструкции¹, в частности с указательно-риторическим оттенком, ср.:

1) у нас / **знаешь как** делали / кого-нибудь слушает / а в конце урока собирает тетради у остальных;

2) я думаю надо зайти / *П **знаешь куда** ? *П (э...э) в РИИ // в Жуковский институт / *П там же есть отдел / *П инструментоведения;

3) у всех моськи такие длиненькие ! # даёшь / даёшь всем / @ правильно ! @ *П он умудряется у всех забрать // *П своему / ещё **видишь какой** ? *П не любит с... () когда его трогают.

По приведенным примерам видно, что такие конструкции часто имеют экспрессивный оттенок, формально они похожи на риторическую вопросительную форму (поскольку ответ самого говорящего следует незамедлительно), но имеют указательный (или указательно-восклицательный) оттенок значения. Эту двойственность можно доказать тем, что подобные конструкции без труда и практически с одинаковым успехом трансформируются в вопросительное сложноподчиненное предложение и в утвердительное простое со словом *вот*:

у нас / **знаешь как** делали $\left\{ \begin{array}{l} \rightarrow \text{знаешь, как у нас делали?} \\ \rightarrow \text{вот как у нас делали} \end{array} \right.$

Видно также, что прежде всего такие конструкции образуют контактные глаголы *знаешь / знаете* и *видишь / видите*, вторым же компонентом ВК может быть практически любое союзное средство: *как, куда, какой* и под. Выявленная вопросительная конструкция может быть охарактеризована как вполне идиоматизированный и относительно самостоятельный элемент синтаксической структуры устного дискурса, выполняющий контактоустанавливающую функцию и еще не утративший глагольной семантики. См. еще примеры такого типа:

4) да // он напоминает некоторые археологические *П изделия // **знаешь какие** ? *П / подметки кожаных сапог из Новгорода;

5) **видишь как** ? *П так / хорошо / мы с тобой сделали // да / как красиво / да ?

6) идут крестины / народу **знаешь сколько** / человек наверное тридцать-сорок // (а-а) огромных;

7) нам (...) сок ... # а мы знаем / **знаешь почему** ? из-за повторных;

8) так / ну что / это каким сделаем ? // *П # давайте / *П просто красным // *П # красным ? // да / вишневым таким вот // *В # ты пони-

¹ Вопросительный знак в расшифровках не всегда в таких случаях присутствует, что зависит от конкретного расшифровщика и большей или меньшей степени выраженности вопросительной интонации во фразе. Принципом отбора контекстов стала в этих ситуациях общая структура и содержание реплики. Слуховой анализ, что можно сформулировать как перспективу продолжения настоящего исследования, поможет проверить справедливость отбора материала и уточнить полученные выводы.

*маешь ... @ прям вот таким вот вишнёвым // ты думаешь? // # да ! // *П # нет / а я думаю **знаешь что ?** // *П вот этот вот дом / *П он ... вот это всё / можно тоже таким // это как его / ну как брев... бре... брёвна / как () что ? доски // *В а вот эту сторону ... она будет немножко что / потемнее / в тени потому что.*

С увеличением количества примеров расширяется круг союзных элементов, входящих в структуру данной ВК (*какие, сколько, почему, что*), и во всех случаях налицо указательно-риторический характер данных конструкций, поддерживаемый ответом на заданный вопрос, который производит сам говорящий.

Близки к рассмотренным и другие примеры из материала исследования, в которых, при сохранении той же структуры (*видишь / знаешь... + как / какой...*), уже в меньшей степени просматриваются риторичность (никакого ответа после заданного вопроса не следует) и экспрессивность, но по-прежнему несомненны вопросительность, указательность и общая идиоматичность:

9) *потому что вот / видите ? # да нет / видишь / тогда будет неровно // **видишь как ?***

10) *и вот массив / во / **видишь какой ?***

В контексте (9) в той же функции, что и указательно-риторическая ВК, выступает одиночное *видите?* – в результате становится очевидным фактически сам процесс формирования в устной речи вопросительной конструкции рассматриваемого типа из обычных вводных слов или словосочетаний, которые либо призывают к вниманию и одновременно заполняют паузу hesitation (ср.: *видишь (ли)*), либо указывают на степень достоверности сообщения, факта (ср.: *как видишь*) (см., например: [Русская грамматика 1990: 504–505]). Любопытно, что в последнем случае мы имеем дело с инверсией как одним из способов создания вопросительной конструкции рассматриваемого типа: *как видишь* (вводное словосочетание) → *видишь как* (ВК).

Следующие примеры, формально повторяющие анализируемую ВК, представляются еще менее риторическими и даже менее вопросительными, ср.:

11) *или есть / вот **видите как** / а уже ходить не могу;*

12) *на чём же ты доехала ? на маршрутке что ли ? на автобусе ? ну **видишь как**;*

13) *да-а // ну как вторую ? **видишь как** получается *П как бы по идее на семью военнослужащих положена оформить одна () квартира // вот у нас разнополые дети получается одна трёхкомнатная // да ?*

Несмотря на то что указательность здесь все же сохраняется, эти структуры ближе к вводным, что лишний раз дает основание говорить о происходящем в устной речи процессе формирования вопросительных конструкций указательно-риторического типа на основе существующих

вводных компонентов, зафиксированных грамматиками и словарями (см., например: [Словарь русского языка 1981: 173]).

Контекст (13) демонстрирует еще одну особенность рассматриваемой ВК: ее «открытость» к правому контексту (*видишь как получается*), что несколько отдаляет ее от класса вводных компонентов.

Достаточно близки к рассматриваемой ВК и структуры, включающие контактный глагол *представляешь / представляете*, ср.:

14) *нет / а ты представляешь / как сложно руль / там крутить.*

Впрочем, таких примеров в материале исследования обнаружилось не слишком много. Зато они выявили еще одну интересную особенность рассматриваемых ВК: способность «впускать» в свою структуру другие единицы, демонстрируя ее проницаемость, ср.:

15) *у нас тоже / на военной кафедре кто / выходит / это офицеры // офицеры лейтенанты # представляешь они какие;*

16) *короче / *П зал заседания / стол / *П буквой тэ // сидит (...) председатель судья / *П представитель АМИСа / его секретарь / здесь / Коля мой и () наш адвокат // всё // места больше нет // *П представляете / помещение какое ?*

17) *и пахнет как // а представляешь / к мясу как здорово ?*

Таким образом, в устной речи можно наблюдать интересную разновидность вопросительных – и одновременно указательно-риторических – конструкций, сформированных на основе вводных слов / словосочетаний, разнообразных по своему второму компоненту, в разной степени идиоматичных и в разной степени близких к классу прагматем русской речи.

3. Q? – Р – что ли?

Разновидность вопросительной конструкции с частицей *что ли*¹ представляют собой высказывания, в которых говорящий задает вопрос собеседнику, потом сам же на него отвечает и словно бы для верности переспрашивает: *так, что ли?* Получается своеобразная синтаксическая конструкция-триада <вопрос – «самоответ» – переспрос>. Вопросы при этом могут вводиться самыми разными вопросительными словами:

- *это что такое? вторая там что ли?*
- *где? в кафе что ли?*
- *почему / двести грамм что ли?*
- *а из чего он? из морковки что ли? почему он такого цвета-то?*
- *так что он хочет? чтоб ему сейчас всю насосную станцию переделали что ли?*
- *а это ещё кто? мама пришла что ли?*
- *во-первых комната маленькая / во-вторых праздник делать () за-чем / для себя что ли одной?*

¹ Подробнее о функционально-семантических возможностях прагматемы *что ли* см.: [Богданова-Бегларян 2016].

Подобные конструкции-триады соседствуют в корпусном материале с теми, где, независимо от предмета вопроса, первая часть неизменна: это всегда *что*, усиливающее вопрос, о чем бы ни шла речь далее. Получается вполне устойчивая разговорная ВК *что (...)* *что ли?* Таких примеров в материале исследования чрезвычайно много:

- *и что ж? сейчас по-другому что ли?*
- *а первое образование что у него / биологическое что ли?*
- *что неудобно тебе в кресле что ли?*
- *подожди / а там / а там что / в «Июне» что ли?*

Формальным вариантом этой вопросительной конструкции можно, по-видимому, считать ту, в которой на месте первого *что* стоит разговорное *чего*:

- *так а чего / мало что ли?*
- *если вы пишете например сочинение / то вы можете (...) в диалоге в виде чёрточек / да? сказать / что (э) подходит один жлоб и говорит ну ты чего / чисто по жизни тут вообще торчишь что ли? ну (...) они так разговаривают / (...) но в литературной речи вы использовать это (...) не можете.*

В последнем примере говорящий прямо вербализует оценку данной ВК как разговорной: *в литературной речи вы использовать это (...) не можете*¹.

Еще один вариант конструкции *что / чего (...)* *что ли?* представлен в высказываниях, где вопрос к собеседнику перерождается в риторический со значением фактического отрицания того, о чем формально спрашивается, ср.:

- *чего / мне жалко что ли?* (= 'не жалко');
- *а что из «Юбилейного» не дойти что ли?* (= 'можно дойти');
- *что плохо что ли в лагере вон?* (= 'не плохо');
- *сколько полноценная моделька будет стоить / в результате? # я что / помню что ли *Н* (= 'не помню');
- *я говорю / мы-то что / против что ли?* (= 'не против');
- *так а () а что / мне трудно / что ли?* (= 'не трудно');
- *ну что делать теперь / *В плакать что ли?* (= 'не надо плакать');
- *потому что (э) она оставила нам хорошее / понимаете жалко / ну что выбрасывать его что ли?* (= 'не надо выбрасывать');

¹ Справедливости ради надо отметить, что частица *что ли* в подобных конструкциях может и отсутствовать, что не меняет ни их смысла, ни разговорной окраски, ср.:

- *бабушка спрашивает ты что протезы сняла?*
- *он что ко мне вместо тебя залез?*
- *а ты чего? уже играешь?*

Здесь перед нами тоже некоторая вопросительная конструкция, но все же не того типа, который рассматривается в данном разделе статьи.

• ну так за покупки так же бесплатно / а мы **что платно что ли?**
не ну мне просто так в РивГош\$ давали (= 'бесплатно');

• да нету / я всё прочитал / да (...) ну **что ж я / дурной что ли?**
(= 'не дурной').

Видно, что почти всегда в таких ситуациях говорящим «обсуждается» предикат высказывания, хотя и выраженный самыми разными средствами (*не против, не трудно / жалко / плохо, помню, плакать / выбрасывать / дойти, дурной*). Встречаются, впрочем, и другие варианты: *платно что ли?* – с обсуждением обстоятельства покупки.

Разновидностью конструкции *что / чего (...) что ли?* можно считать также ВК, где вопрос по какому-то конкретному поводу превращается в экспрессивный риторический вопрос-удивление (недоумение, возмущение), ср.:

• **что / серьёзно что ли?** *П # ну да / а что ты мне глупые вопросы задаёшь?

• ну ты можешь так не тормозить // ну ты **что издеваешь / что ли** надо мной и над машиной? *П # купи себе машину / ты уж наконец // и мучай её // пошли;

• покончить () самоубийством что ли // # ты **что / с ума сошла что ли?** человек развивается до самой смерти / и смерть / между прочим / является частью жизни;

• ты **чего / слегка ошалел что ли?**

• ну как так? ну ё-моё / ну **что / дебилы что ли?**

Именно от этого варианта рассматриваемой ВК уместно перейти еще к одной, вполне ей синонимичной.

4. Р – что ли ?!

Риторические вопросы-возмущения / недоумения / удивления, подобные вышеописанным, возможны и без начального *что / чего*, что рождает фактически еще одну ВК, свойственную нашей повседневной речи, ср.:

• ты вообще **офигел что ли?** я только пришла на смену и я сломала;

• о да // всё расписал // # **дурак что ли?** # вообще идиотизм;

• или уходи отсюда / нечего здесь устраивать истерик бабских // *П **совсем уже что ли?**

• ты позволил себе такое хамство // # **дура что ли?** совсем да?

• но это же нас не касается / ты **не знаешь что ли?** / всё у других бывает / не у себя;

• а я попробую его / что-нибудь с ним сделать // # **серьёзно что ли?**
я люблю копаться в технике;

• ну *Н я боюсь / что не поймёт *С / @ пошли покурим / боишься?
с ума сошёл что ли? нет;

• нам объясняют / **не видишь / что ли!?**

Подобные коллокации очень распространены в нашей разговорной речи, особенно такие, как *серьёзно что ли?*, *с ума сошёл что ли?* и конструкции с контактными глаголами: *не знаешь что ли?*, *не видишь что ли?* и под.

5. Как его (её, их) / как это?

Еще одной устойчивой (идиоматизированной) и несомненно вопро- сительно-риторической конструкцией устной речи можно считать праг- матемы-хезитативы *как его (её, их)?* и *как это?* В терминологии В.И. Под- лесской, это «лексикализованные конструкции с местоименным компо- нентом» [Подлесская 2013: 634], выполняющие в нашей речи прежде все- го поисковую функцию (см. о них подробнее: [Звуковой корпус... 2015: 235–251; Верховцева 2016]):

- *извини меня / хахаль из двухкомнатной хаты / @ угу // *П *Н *П как его? *П там евроремонтник у него / пластиковые окна / кухонька новая;*

- *ну там нарисовать / деревья скажем мы / повторим / да // обяза- тельно сейчас закрепим / все эти самые // как и тампончиком рисовать // кистью торцовой / как их / общие силуэты // тем более ле... / лето;*

- *а / ну вот я Данилевского что-то посмотрел уже / когда-то // в прошлом году наверное / *С / *В она кстати есть в Интернете если ты тебе интересно это монархическая эта как её () / государство у нас есть в Интернете;*

- *ну просто у нас как это / (...) новость такую дали / что я / в пер- вый момент как увидела / мне аж дурно стало.*

Иногда такой поисковый хезитатив употребляется говорящим изо- лированно, как в вышеприведенных примерах, а порой – в расширенном варианте: *этот как его?* или *эти как их?* Подобные употребления вынуж- дают поставить вопрос о том, что представляют собой такие единицы: цельные прагматы, формальные варианты исходных или комбинацию из двух самостоятельных – *этот + как его?* В пользу последнего решения говорит, впрочем, тот факт, что достаточно часто рассматриваемые праг- матемы выстраиваются в устной речи в весьма протяженные хезитацион- ные цепочки, которые уж точно нельзя рассматривать как цельные еди- ницы, ср.:

- *вот такие мои вкратце дела / на работе конечно (☺ это самое ... *П как это (...) дурдом / ну как всегда;*

- *были (э) как-то вот / (э) (...) вот эти / как их? лямблии? или как это?*

- *to you to you ... # так / этой больше не наливать // # где? *П я про- сто читала про этого самого (...) (э-э) как его? (...) (м-м) (э-э) судью Ди.*

Подобные наблюдения лишней раз подтверждают: «Данные живой речи позволяют убедиться, что в тех случаях, когда говорящий испыты- вает трудности при подборе адекватной точной номинации или просто избегает точной номинации в силу тех или иных прагматических причин,

он обычно использует целый комплекс сигналов разного уровня, которые предупреждают слушающего об этой ситуации» [Подлеская 2013: 642]. Список таких «сигналов», или «кластеров», достаточно объемён и разнообразен, и исследуемые вопросительно-риторические конструкции *как это?* и *как его (её, их)?* являются элементами этого множества, создающего безусловную специфику русской разговорной речи.

Анализ вышеупомянутых поисковых прагматем-хезитативов выводит исследование на ещё один тип ВК, свойственных устной повседневной речи: *как его называют? как это называется?* и под., которые можно рассматривать как своеобразную «реконструкцию» усечённых (принцип экономии в действии!) *как его?* или *как это?* Таких примеров в материале исследования довольно много, все подобные ВК также можно квалифицировать как риторические, так как ответа они практически не предполагают, обращены говорящим чаще всего не к собеседнику, а к самому себе и вербализуют процесс припоминания, ср.:

- **как это звучит?** *П по-немецки // *П я тебе потом скажу // надо (...) изучить источник;

- ты знаешь / оказалось / что у него какое-то как забыла / **как это называется** // *П дефект в(☺) кишке // *П (эм) А... ну типа как аппендиксы / типа как () вот эти;

- папа Карло со своим другом / **как его друга-то звали?** да () / сидит пиво пьёт;

- тихо / *П английский бульдог / *П английский # **как его зовут-то?** *П # не знаю.

6. Что ещё?

Процесс припоминания говорящим (слова, выражения или даже следующего действия) может вербализоваться в устной речи с помощью ещё одной вопросительно-риторической конструкции: *что ещё?* Ср.:

- пульпит / это когда нервы удаляют // периодонтит / это когда нервы у тебя сами умерли / у тебя там внутри / и их дёргают // вот // **что ещё?** *П # у-ай! *П # остальное / это уже другое // это когда уже () кровоточат дёсны / это уже (...) идёт (э-э) пародонтоз;

- а (...) **что ещё?** # лук / зелёный / грамм сто пятьдесят;

- вот значит это вы ей отдаёте / то что значит(?) мы с вами *Н начали / а я обработала / вы ей их(?) отдаёте // так // а потом / *П **что ещё?** вот её телефон;

- ты сам с ними всё это разрулишь // *П вот / что / кому и как // *П идёт? *П вот // *П так / **что ещё** // *П **что ещё ещё ещё** # в магазин я их отведу.

Так же как в предыдущем случае, эта ВК может быть «реконструирована» до полной, в которой присутствует и глагол с обозначением действия. Такие контексты в материале исследования также нашлись:

• *можно будет ещё раз съездить // *Н / ну / я не тороплю / это можно // @ угу // *П # так // *П ну и всё // *П что ещё написать? *П *Н? # а но... а (© декабрь середина да примерно? чтобы там ... # ну да / где-то перед Новым годом;*

• *ну () там / что ещё хочу сказать / да / то есть () то ли Полтавское сражение совершилось в тот же день когда вот () там (с) праздник Самсон / ну вот что-то такое.*

Чаще, чем в повседневных разговорах (диалогах), такие хезитативные конструкции встречаются в монологической речи, особенно экспериментальной, когда информант порождает текст «по заданию» – пересказывает прочитанное, описывает изображение и т. п. Здесь ВК *что ещё?* (в том числе в «реконструированном» виде) выступает чаще всего в роли дискурсивного маркера-навигатора, помогающего говорящему продвигать монолог вперед, ср.:

• *когда / идёт дождь / и на лужах пузырьки / большие / это значит говорит о том что дождь будет идти ещё долго долго // что ещё // когда мы / там про костёр что-то было / про костёр (САТ)¹;*

• *через которое проникало солнышко // // (а-а) } что ещё б сказать? (...) (э-э) } ну такая погода нравится / земледельцу / возделывать что-то на земле // скорее всего / всё (САТ);*

• *вот // что ещё / можно так рассказать? здесь же / здесь же рядом / с домом никакого } присутствия человека (САТ).*

Подробнее о прагматеме *что ещё?* в монологической речи как единице, выполняющей одновременно целый ряд функций (хезитативную, дискурсивную, метакоммуникативную), см., например: [Зайдес 2016].

7. Или что? / или как?

Еще одну разновидность вопросительных конструкций, активно функционирующих в нашей повседневной речи, представляют собой прагматемы-**рефлективы** (см. подробнее о рефлексивах в русском дискурсе: [Богданова-Бегларян 2015]): с их помощью говорящий, произнеся некоторое слово / высказывание, вербализует свою неуверенность, сомнение в его справедливости или уместности, свое желание как-то отстраниться от сказанного, ср.:

1) *как это сказать? *П вдохновить что ли? // *П ну на... на какой-то вот с... сбить его вот с этой вот наезженной колеи / когда это вот идёт по плану / навязанному извне.*

В контексте (1) говорящий сначала вербализует свои затруднения в выборе подходящей номинации (с помощью ВК из рассмотренных выше – *как это сказать?*), потом находит нужное слово (*вдохновить*) и тут же

¹ Подробнее о корпусе монологической речи САТ – Сбалансированной аннотированной текстотеке в составе Звукового корпуса русского языка – см., например: [Звуковой корпус... 2013].

рефлексирует, выражая – с помощью вопросительной частицы *что ли* – некоторое сомнение, что найдено именно то, что нужно, и формируя тем самым еще одну типичную разговорную вопросительную конструкцию.

2) (э-э) работали они там на (☺ (...)) каком-то / на лесопилке **что ли?** / ну что-то такое.

Похожая ситуация и в примере (2): говорящий в результате гезитационного поиска (*на(☺ (...)) каком-то*) находит нужное слово (*на лесопилке*), затем гезитирует с помощью рефлексива *что ли?* и продолжает вербализовать свое сомнение своеобразным металингвистическим комментарием (*ну что-то такое*). Похожие ситуации можно видеть и в следующих контекстах, где используются уже другие варианты рассматриваемого типа ВК:

3) *это давно было-то г... // тогда-то сложнее ещё было // # а / а / и этот / как его / *П когда оформляли / потом / там же депутаты / муниципалки как его(?) / @ угу // @ голосуют или чего там;*

4) *снимочки мы делали / там вроде косточки нормальные / да? у вас? // *П да / там(☺ они это / как его ? ближе(☺ к спрессованы / или как-то там (э) было ... # угу / угу / в компрессии;*

5) *главное у нее сегодня этот () как его / лабораторный день / или как сказать?*

6) *тоже такой был / маленький / толстенький // *П на прапорщика / он похож вот / Настеренко или как его;*

7) *были (э) как-то вот / (э) (...) вот эти / как их? дямбли? или как это?*

Из примеров видно, что инвентарь прагматем-рефлексивов во многом повторяет состав поисковых гезитационных вопросительных конструкций: здесь можно видеть те же *как его?* или *как это?* – см. примеры (6), (7). В некоторых контекстах присутствуют одновременно и поисковые, и рефлексивные ВК – см. (3), (4), (5), (7), – что лишний раз свидетельствует об их типичности, безусловной полифункциональности и высокой распространенности в устном дискурсе.

8. Заключение

Не исключено, что приведенным перечнем набор вопросительно-риторических конструкций русской устной спонтанной речи отнюдь не исчерпывается. Однако и сказанного уже вполне достаточно, чтобы убедиться, что материал разговорной речи открывает богатые возможности для описания на нем единиц всех языковых уровней – фонетических, лексических, грамматических, дискурсивных, – в том числе разного рода устойчивых, идиоматизированных, вопросительных конструкций, которые, как показали наблюдения, весьма многообразны и полифункциональны, имеют много общего (экспрессивность, риторичность, прагматичность) и в целом создают ощутимую специфику нашей повседневной устной коммуникации.

Список литературы

- Богданова-Бегларян Н.В. ЧТО ЛИ в русской разговорной речи: функционально-семантические возможности прагматемы // ART SANAT. Special Issue of the International Virtual Forum – Istanbul 2016: Humanitarian Aspects in Geocultural Space. Istanbul: TÜBİTAK-ULAKBİM, 2016. P. 183–189.
- Богданова-Бегларян Н.В. Рефлексив в системе дискурсивных единиц русской устной речи // Мир русского слова. 2015. № 3. С. 11–17.
- Богданова-Бегларян Н.В. Прагматемы в устной повседневной речи: определение понятия и общая типология // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2014. Вып. 3 (27). С. 7–20.
- Богданова Н.В. О единице описания синтаксической структуры устного спонтанного монолога: проблемы, методики, гипотезы // ...СЛОВО ОТЗОВЕТСЯ. Памяти Аллы Соломоновны Штерн и Леонида Вольковича Сахарного. Пермь: Перм. гос. ун-т, 2006. С. 288–293.
- Верховцева Т.А. Функционирование конструкции (...) как это (...) в устной спонтанной речи // Коммуникативные исследования. 2016. № 3 (9). С. 11–18.
- Зайдес К.Д. Что еще можно сказать о метакоммуникативе что еще? // Слово. Словарь. Словесность: традиции и новации в русском языке (к 250-летию со дня рождения Н.М. Карамзина): материалы ежегодной Всерос. науч. конф. (Санкт-Петербург, РГПУ им. А.И. Герцена, 16–18 ноября 2016 г.). СПб.: САГА, 2016. (В печати).
- Звуковой корпус как материал для анализа русской речи: монография: в 2 ч. / отв. ред. Н.В. Богданова-Бегларян. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2013–2015. Ч. 1: Чтение. Пересказ. Описание, 2013. 532 с.
- Звуковой корпус как материал для анализа русской речи: монография: в 2 ч. / отв. ред. Н.В. Богданова-Бегларян. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2013–2015. Ч. 2: Теоретические и практические аспекты анализа. Т. 2: Звуковой корпус как материал для новых лексикографических проектов, 2015. 364 с.
- Маслова Е.Р. Функционирование контактных глагольных форм в русской устной речи. СПб., 2016. 83 с.
- Маслова Е.Р. Знаешь и понимаешь как вербальные хезитативы: сходства и различия // Русская филология. 26: сб. науч. работ молодых филологов. Тарту, 2015а. С. 275–279. URL: http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/45976/Vene_filoloogia_26_kogumik.pdf?sequence=1.
- Маслова Е.Р. Знаешь как это интересно! (О некоторых особенностях употребления формы *знаешь* в русской спонтанной речи) // Материалы III конференции молодых славистов. Будапешт, 2015б. С. 166–170. URL: <http://szlavintezet.elte.hu/conf/youngslav/anyagok/3rd%20Conference%20for%20Young%20Slavists%20in%20Budapest.pdf>.
- Маслова Е.Р. Все ли мы знаем о слове «знаете»? // Материалы XIV Международной научной конференции молодых филологов. Таллинн, 2014. С. 240–250. URL: <http://www.mkmf.net/images/doc/StudiaSlavicaXIIn.pdf>.
- Подлесская В.И. Нечеткая номинация в русской разговорной речи: опыт корпусного исследования // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: по материалам ежегодной Международной конференции «Диалог»

- (Бекасово, 29 мая – 2 июня 2013 г.). Вып. 12 (19): в 2 т. / гл. ред. В.П. Селегей. М.: РГГУ, 2013. Т. 1: Основная программа конференции. С. 631–643.
- Русская грамматика / под ред. Н.Ю. Шведовой, В.В. Лопатина. 2-е изд. испр. М.: Русский язык, 1990. 639 с.
- Русский язык повседневного общения: особенности функционирования в разных социальных группах: коллективная монография / отв. ред. Н.В. Богданова-Бегларян. СПб.: ЛАЙКА, 2016. 244 с.
- Словарь русского языка: в 4 т. 2-е изд., испр. и доп. М.: Русский язык, 1981. Т. I: А–Й. 696 с.

References

- Bogdanova-Beglaryan, N.V. (2016), ЧТО ЛИ в русской разговорной речи: функционально-семантические возможности прагматики [ЧТО ЛИ in Russian Colloquial Speech: Functional-Semantic Possibilities of the Pragmateme]. *ART SANAT*, Special Issue of the International Virtual Forum – Istanbul 2016: Humanitarian Aspects in Geocultural Space, Istanbul, TÜBİTAK-ULAKBİM, pp. 183-189.
- Bogdanova-Beglarian, N.V. (Ed.) (2016), *Russkii yazyk povsednevnogo obshchenia: osobennosti funktsionirovaniya v raznykh social'nykh gruppakh* [Everyday Russian Language in Different Social Groups], Collective Monograph, St. Petersburg, LAIKA publ., 244 p.
- Bogdanova-Beglarian, N.V. (2015), Reflexive Items in Russian Speech Discursive Units System. *The World of Russian Word*, Iss. 3, pp. 11-17. (in Russian)
- Bogdanova-Beglarian, N.V. (Ed.) (2015), *Speech Corpus as a Base for Analysis of Russian Speech*, Collective Monograph, in 2 parts, Pt. 2. Theory and Practice of Speech Analysis, Vol. 2. Speech Corpus as a Base for New Lexicographical Projects, St. Petersburg, SPbGU publ., 364 p. (in Russian)
- Bogdanova-Beglarian, N.V. (2014), Pragmatic items in everyday speech: definition of the concept and general typology. *Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, Iss. 3 (27), pp. 7-20. (in Russian)
- Bogdanova-Beglarian, N.V. (Ed.) (2013), *Speech Corpus as a Base for Analysis of Russian Speech*, Collective Monograph, in 2 parts, Pt. 1. Reading. Retelling. Description, St. Petersburg, SPbGU publ., 532 p. (in Russian)
- Bogdanova, N.V. (2006), O edinitse opisaniya sintaksicheskoi struktury ustnogo spontanogo monologa: problemy, metodiki, gipotezy [The Unit for Description of Syntactic Structure of Oral Spontaneous Monologue: Problems, Methods, Hypothesis]. ...*SLOVO OTZOVYOTSYA* [...*WORD WILL RESPOND*], In Memory of A.S. Shtern & L.V. Sakharny, Perm, Perm University publ., pp. 288-293.
- (1981), *Dictionary of Russian Language*, in 4 volumes, Moscow, Russian Language publ., Vol. 1, 696 p. (in Russian)
- Maslova, E.R. (2016), *Funktsionirovaniye kontaktnykh glagol'nykh form v russkoi ustnoi rechi* [Functioning of Contact Verb forms in Russian Speech], Master's Thesis, St. Petersburg, 83 p.
- Maslova, E.R. (2015a), *Znaesh' i ponimaesh' kak verbal'nye hezitativy: skhodstva i razlichia* [Znaesh' and ponimaesh' as a Verbal Hesitations: Similarities and Differences]. *Russkaya filologia. 26* [Russian Philology. 26], Digest of Scientific Works

- of Young Philologists, Tartu, pp. 275-279, available at: http://dSPACE.ut.ee/bitstream/handle/10062/45976/Vene_filoloogia_26_kogumik.pdf?sequence=1.
- Maslova, E.R. (2015b), *Znaesh', kak eto interesno!* (O nekotorykh osobennostyakh upotrebleniya formy *znaesh'* v russkoi spontannoï rechi [Znaesh', kak eto interesno! (Some Features of Using of the Form *znaesh'* in Russian Spontaneous Speech)]. *Proceedings of the 3rd Conference for Young Slavists in Budapest*, Budapest, pp. 166-170, available at: <http://szlavintezet.elte.hu/conf/youngslav/anyagok/3rd%20Conference%20for%20Young%20Slavists%20in%20Budapest.pdf>.
- Maslova, E.R. (2014), Vsyo li my znaem o slovee znaete? [Do You Know Everything about the Word *znaete*?]. *Proceedings of the 14th International Scientific Conference for Young Philologists*, Tallinn, pp. 240-250, available at: <http://www.mkmf.net/images/doc/StudiaSlavicaXIIn.pdf>.
- Podlesskaya, V.I. (2013), Vague Reference in Russian: Evidence from Spoken Corpora. Selegej, V.P. (Ed.) *Computational Linguistics and Intellectual Technologies*, Papers from the Annual International Conference "Dialogue 2013", Iss. 12, in 2 volumes, Moscow, RGGU publ., Vol. 1, pp. 631-643. (in Russian)
- Shvedova, N.Ju., Lopatin, V.V. (Eds.) (1990), *Russian Grammar*, Moscow, Russian Language publ., 639 p. (in Russian)
- Verkhovtceva, T.A. (2016), Construction (...) *kak eto* (...): functioning in oral spontaneous speech. *Communication Studies*, No. 3 (9), pp. 11-18. (in Russian)
- Zaides, K.D. (2016), *Chto eshcho* možno skazat' o metakommunikative *chto eshcho*? [What Else Can You Say about the Meta communicative *chto eshcho*?]. *Slovo. Slovar'. Slovesnost': traditsii i novatsii v russkom yazyke* [Word. Dictionary. Literature: Traditions and Innovations in Russian Language], Honor to the 250th Anniversary of N.M. Karamzin birth, Proceedings of the Annual All-Russia Scientific Conference, St. Petersburg, SAGA publ. (in print).

QUESTION FORMULAE IN RUSSIAN COLLOQUIAL SPEECH: ADDRESSNESS, IDIOMATICITY AND RHETORICAL FEATURES

N.V. Bogdanova-Beglaryan

Saint Petersburg State University (Saint Petersburg, Russia)

Abstract: The article covers some specific rhetorical questions in Russian colloquial speech such as *znaesh' kak? vidish' kakoj? kak jego? kak eto? serjozno, chto li? chto, trudno, chto li? chto jeshcho skazat'?* etc. The constructions of that kind have some similar features: if they address an interlocutor they do not imply any answer; being addressed to the speaker they also do not require any answering formula, their role is to help the speaker find a word or phrase he/she needs (and this is definitely a rhetorical moment as well). All these items are idiomatic as they are not created by a speaker during the speech process but they are from a mental lexicon, produced automatically and that is why they are so frequent and can be met in different kinds of colloquial speech. Some of them are exclamatory (*serjozno, chto li?!*), some are demonstrative (*znaesh' kak?*), and some have an obviously pragmatic character. The latter include different types of pragmatic items: discourse items (*znaesh' chto? chto jeshcho?*), verbal hesitations (*kak*

jego? kak eto? chto jeshcho?), meta communicatives (*vidish' kak? chto jeshcho skazat'?*) or reflexive items (*ili kak eto? ili chto? tak, chto li?*). It is easy to see that sometimes the same item has several pragmatic functions. There is no doubt that such constructions form stylistic, pragmatic and grammatical character of colloquial discourse, and so they require further research.

Key words: colloquial speech, question formula, rhetorical question, oral discourse, pragmatic item, reflection, hesitations, discourse, metacommunicatives, Speech Corpus.

For citation:

Bogdanova-Beglaryan, N.V. (2016), Question formulae in Russian colloquial speech: addressness, idiomaticity and rhetorical features. *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 61-76. (in Russian)

About the author:

Bogdanova-Beglaryan Natalia Viktorovna, Prof., Professor of the Russian Language Chair

Corresponding author:

Postal address: 11 Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russia

E-mail: n.bogdanova@spbu.ru

Acknowledgements:

The study was supported by Russian Scientific Foundation No. 14-18-02070 “Russian colloquial speech: features of functioning in different social groups”

Received: November 17, 2016

НЕЙМИНГ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ СИБИРСКОГО РЕГИОНА *

О.С. Иссерс

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)

Аннотация: Рассматривается нейминг российских стоматологических клиник. Базу данных составили более 300 названий стоматологических клиник Омска и сибирского региона. Они классифицированы по семантическим, структурным, прагматическим и этимологическим критериям. Установлено, что в большинстве случаев неймы генерированы по нескольким продуктивным моделям. В частности, значительное количество названий образовано с использованием латинского корня *dent-* (зуб-), который позволяет однозначно установить профиль услуги. С точки зрения семантики ту же задачу идентификации решает выбор названия, прямо или косвенно связанного с семантическим полем «зубы». Кроме того, многочисленные неймы акцентируют внимание на качестве лечения. Большая группа названий базируется на распространенной «стоматологической» метафоре: ‘здоровые зубы – это красота, эстетика, элитарность’. Нередко неймы формируются на основе устойчивой ассоциации стоматологического лечения с внешними проявлениями здоровых зубов, в числе которых высоко ценится белоснежная улыбка. Позиционирование стоматологической клиники часто основано на имидже доктора. Специалисты в области нейминга выбирают лексемы с явно позитивной оценкой, включая широко известные прецедентные имена докторов. Нередко в неймах используется идея безболезненности лечения или акцент делается на его результатах.

Ключевые слова: нейминг, брендинг, стоматология, эргонимы.

Для цитирования:

Иссерс О.С. Нейминг в медиапространстве сибирского региона // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 77–91.

Сведения об авторе:

Иссерс Оксана Сергеевна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой теоретической и прикладной лингвистики, декан факультета филологии и медиакоммуникаций

* Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта а(р) 16-14-55003 «Медиафера омского региона: структура, каналы, ценности, новые дискурсивные практики».

Контактная информация:

Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

E-mail: isserso@mail.ru

Дата поступления статьи: 28.11.2016

Введение

Значение массмедиа в социальной и культурной жизни общества трудно переоценить. Исследователи отмечают, что современная отечественная культура утратила свой литературоцентризм и перешла в разряд медиацентричных культур, в которых язык СМИ и специфика публичных коммуникаций стали определяющими факторами в формировании массового сознания и ценностной картины мира [Анненкова 2011; Доброклонская 2011; Язык и дискурс... 2011]. В массмедиа транслируются не только те ценности, которые уже сложились и давно существуют в обществе, – здесь формируются новые ценностно-оценочные парадигмы, в том числе и «языковой вкус эпохи» (В.Г. Костомаров). Это определяет актуальность многоаспектного изучения различных сфер функционирования языка в публичных коммуникациях, которые не ограничиваются средствами массовой информации, но включают также блогосферу, рекламу, общественные связи, сферу городских номинаций и др.

Учитывая объединяющую роль государства в формировании российского медиапространства, нельзя игнорировать его региональную специфику. Политическое и социокультурное разнообразие субъектов Российской Федерации обнаруживается в особенностях формирования медиасистем, вариантах влияния «фактора медиа» на важнейшие региональные процессы [Чернов 2012, 2014; Новгородское медиаполе... 2015; Шмелева 2014]. Социокультурный портрет региона включает и ономастические характеристики – особенности именования самых разных объектов именами собственными.

Актуальность этого аспекта исследования объясняется тем, что имя собственное в современной коммуникации не ограничивается своей основной задачей различения (или идентификации) объектов. Как правило, оно нагружается дополнительными смыслами – это может быть древность или новизна, память о каком-то событии или человеке, отсылка к культурным знакам и т. д. [Шмелева 2013]. В совокупности эти смыслы и формируют специфику региональных урбанонимов¹, которая, в свою очередь, входит как составная часть в медийный портрет региона.

Среди городских номинаций значительную группу составляют названия коммерческих объектов – магазинов, заведений общественного

¹ Урбанонимы – названия внутригородских объектов: улиц, площадей, набережных, проспектов, памятников, театров, гостиниц (<http://stilistics.academic.ru/733/>).

питания, предоставляющих услуги компаний, и т. п., – названия которых в маркетинговой практике принято называть неймами¹.

На современном этапе теоретическое осмысление практики нейминга происходит в двух областях – маркетинге и лингвистике. И если в маркетинге идет интенсивная разработка принципов и приемов генерации имен, существует множество пособий и рекомендаций в этой сфере [Мамлеева, Перция 2005; Домнин 2002; Фрэнкель 2006; Чармэссон 2000 и др.], то исследований лингвистического аспекта современного нейминга (в том числе в России) значительно меньше [Алистанова 2011; Голомидова 1998, 2012; Елистратов, Пименов 2012; Емельянова 2007; Иванова 2013; Крюкова 2004; Нахимова 2011; Трифонова 2006; Шимкевич 2002; Names in the Economy 2013; Sokolova 2012].

Известно, что значение удачного нейма растет вместе с усилением конкуренции. Поэтому востребованность собственного имени для обозначения объектов, которые раньше ограничивались родовыми номинациями (магазин, поликлиника, химчистка и т. д.), возрастает по мере формирования рынка товаров и услуг.

Стоматологические услуги как сфера нейминга

В фокусе нашего исследования находятся неймы объектов, которые обязательно присутствуют в каждом городе, – стоматологических клиник и кабинетов. Расширение частной медицинской практики в России и выход на рынок крупных и мелких компаний, а также индивидуальных предпринимателей, оказывающих стоматологические услуги, повысили потребность в «продающих именах».

В отличие от советского периода, когда стоматологические услуги были сферой государственной медицины, а медицинские учреждения назывались одинаково – «Стоматологическая поликлиника» либо «Стоматология», – в настоящее время в России бурно развивается частная стоматологическая практика. Это стимулирует поиск названия для стоматологической компании, ее заинтересованность в «имени продавательном».

Позиционирование и продвижение медицинских услуг вообще и стоматологических в частности имеет свою специфику. С одной стороны, здесь важна возможность оперативной идентификации медицинского учреждения в городской среде: ведь потребность в профессиональной помощи может возникнуть внезапно, и помощь может потребоваться незамедлительно. С другой стороны, возможности креативных названий ограничиваются самой сферой медицинских услуг: все, что связано со здоровьем, человек воспринимает серьезно. Так, несколько лет назад на одном из фо-

¹ Термин «нейм» в русском языке является результатом обратного словообразования от «нейминг» – процесс разработки названия фирмы, бренда (торговой марки, товарного знака). Задача нейминга – используя определенные технологии, разработать лаконичное название.

румов маркетологов – Internet Marketing Forum – появилась просьба одного из участников помочь его подруге в поиске названия для стоматологического кабинета:

Моя подруга открывает стоматологический кабинет, и ей нужна помощь с названием. Она будет делать чистку зубов, пломбы, коронки и мосты. Пока у нее есть такие идеи: Клиника улыбки, Флосс и глосс (зубная нить и блеск), Сияющая улыбка, Жемчужная белизна, Мили улыбки, Счастливые зубы, Все улыбки, Зубная фея, Совершенная улыбка (здесь и далее перевод мой. – О. И.).

Несколько десятков человек откликнулись на эту просьбу и стали предлагать свои варианты эффективного названия. Один из участников форума порекомендовал:

Хотя "floss and gloss" звучит привлекательно и «цепляет», это может отпугнуть некоторых людей, потому что звучит не очень профессионально, по-моему. Ей надо иметь это в виду при выборе имени для своего кабинета. Есть место для смешных, «цепляющих» названий, но когда речь идет о здоровье, надо делать это с осторожностью (<http://www.warriorforum.com/main-internet-marketing-discussion-forum/> 1.05.2012).

В ходе этой дискуссии спонтанно выявились существенные особенности нейминга в сфере стоматологических услуг:

1. В стоматологии много стандартных имен, которые "don't catch" («не цепляют»).

2. В нейминге стоматологических клиник есть ограничения, связанные со спецификой услуги.

Таким образом, изучение сложившейся дискурсивной практики в названиях учреждений стоматологической помощи представляет не только маркетинговый, но и лингвистический интерес. Это стало одним из мотивов выбора объекта исследования.

Материал и методы исследования

Материалом послужили наименования стоматологических клиник в Омске и Омской области, а также в других сибирских городах (Новосибирск, Иркутск, Тюмень). Корпус данных составил более 300 неймов. Они были классифицированы по структурным, семантическим, прагматическим и этимологическим критериям.

Семантический анализ был нацелен на установление ключевых сем, идентифицирующих услугу прямо или через ассоциативные связи. В ходе исследования рассматривались первичные и вторичные ассоциаты, которые отражают структуру стереотипных знаний о стоматологической помощи. Выделение наиболее продуктивных структурных моделей генерации неймов позволило определить возможности комбинаторики семантически значимых морфем. Коммуникативно-прагматическая специфика нейминга в рассматриваемой сфере анализировалась с учетом «фактора

адресата», с точки зрения его мотивов и потребностей. Этимологический аспект нейминга позволяет увидеть как специфическую для данной сферы тенденцию, так и традиции номинаций городских объектов в «региональной рамке».

В результате анализа было установлено, что подавляющее большинство названий стоматологических клиник и кабинетов генерируется по нескольким продуктивным моделям. Продемонстрируем последовательно основные приемы нейминга в указанной сфере.

Идентификация услуги как основа нейминга в стоматологии

Большинство неймов прямо либо ассоциативно идентифицируют категорию предлагаемых услуг – стоматологию. Это может осуществляться как через структуру, так и через семантику нейма. Указанные способы отнюдь не исключают друг друга – они могут комбинироваться.

В корпусе эмпирических данных зафиксирован ряд описательных названий, которые однозначно указывают на профиль клиники: *Стоматология, Стоматологическая клиника, Лечение зубов*. Нельзя сказать, что они преобладают (около 5 %), так как владельцы клиник ищут эффективные способы позиционирования в условиях усиливающейся конкуренции.

Структурно-семантические морфемные идентификаторы

Значительное число названий стоматологических клиник (64 %) произведено на основе латинского корня *dens (dents)* – ‘зуб’, который позволяет однозначно идентифицировать профиль деятельности компании. Структура подобных неймов имеет несколько вариантов: большинство из них сконструированы путем использования идентифицирующей морфемы **-dent-** в начальной или финальной части аббревиатуры, сложного слова либо словосочетания.

Так, модель с использованием корня *dent-* в начальной части встречаем в неймах: *Дента люкс, Дента плюс, Дента Рос, Денталь-классик, Дентика, Дентис, Дентфарм, Дентолог, Дентстудио, Дент Мастер, Дентасмак* и др. Финальные морфемы в таких дериватах, как правило, выражают идеи качества, профессионализма, престижа: *-классик, -люкс, -мастер, -лог*. В качестве оригинального можно отметить *Дентасмак*, где в названии используется прием стилистического контраста: разговорное слово *смак* (‘приятный вкус, удовольствие’) присоединено к латинскому идентификатору *Дента-*.

Еще чаще, чем в начале, *dent-* используется в финали нейма, построенного по принципу сложения: *Профидент, Артдент, Витадент, Астрдент, Евродент, Омдент* (*Ом* – от «Омск») и т. д. Инициальные морфемы стандартны по семантике – они прямо или косвенно связаны с профессионализмом, качеством, здоровьем: *профи-* (профессионал), *арт-* (искусство), *уни-* (уникальность), *вита-* (жизнь) и т. д., – что тоже не придает на-

званиям оригинальности. Большая часть этих инициальных морфем соотносится с интернациональными корнями и понятна без перевода.

В некоторых случаях в неймах используется узуальная либо окказиональная лексема с идентификатором *dent-* / *dant-*: *Дантист*, *Дентика*, *Дентис*, *Денталь* и др.

Задачу идентификации клиники за счет структурных элементов решают и неймы с компонентом *мед-*: *Евромед*, *Метромед*, *Спарта-Мед*, *Радуга-Мед*, *Виктория-Мед*. Родовой компонент в названии позволяет использовать имя в качестве бренда для расширенной категории медицинских услуг.

Достоинством трех перечисленных моделей является легкая идентификация клиники по предлагаемой там услуге. Однако у этого подхода есть и обратная сторона медали. Несмотря на кажущееся разнообразие неймов, сконструированных по данным моделям, названия мало отличаются друг от друга, и потребитель вряд ли сможет запомнить, как именно называется клиника, кроме того, что в ней есть элемент *-dent-*. Назвать клинику подобным образом – значит пополнить список почти одинаковых по звучанию и плохо идентифицируемых наименований. Маркетолог Д. Харрис назвал этот принцип методом бутерброда (the “club sandwich” method of creating a name) и скептически оценил его эффективность: «Когда ищут “самое лучшее” имя, многие молодые стоматологи берут часть прилагательного и присоединяют его к существительному. В результате получаются имена, которые оставляют странное чувство и звучат непонятно. Качественная эстетическая стоматологическая практика превращается в *CosmetiTeeth*. Классный стоматологический уход становится *DentaSpa*. Это все равно что смешать кленовый сироп с горчицей. Нет ничего неправильного в каждом из ингредиентов, но они не сочетаются» [Harris 2008].

Семантические идентификаторы: первичные ассоциаты

С точки зрения семантики задачу идентификации потребителем сферы предлагаемых услуг решают названия, прямо или ассоциативно связанные с тематической областью «зубы». Среди российских и, в частности, сибирских названий стоматологических клиник наиболее распространены такие, которые относятся к легко прогнозируемым тематическим полям. Частотны номинации, построенные на основе стандартных ассоциаций с внешними проявлениями здоровья зубов, среди которых на первом месте – красивая улыбка: *Улыбка*, *Мастерская улыбки*, *Новая улыбка*, *Смайл* (англ. ‘улыбка’), *Beauty and Smile* (англ. ‘красота и улыбка’). На основе первичных ассоциаций также образованы *Блеск*, *32 зуба*. *Здоровье*, *Норма*, *Коронка*. Отметим, что слово *коронка* в русском языке многозначно. Кроме терминологического значения, актуального для стоматологии (*коронка* – ‘колпачок, надеваемый на зуб’), есть еще и разговорное: нечто «коронное» (от ‘корона’), высшего качества [Химик 2004]. Та-

ким образом, в нейме используется неснятая полисемия на основе совмещения терминологического и разговорного значения.

Здоровые и красивые зубы связаны с принятым в европейской культуре идеалом внешнего вида. Это закрепляется в номинациях, включающих семантический компонент высшей степени оценки: *Люксдент, Идеал-Д, Дента люкс* и т. п. Широко представлены имена, актуализирующие семантику качества (*Супердент, Высшая категория*).

Большая группа названий содержит весьма распространенные для стоматологии метафоры «здоровые зубы – это красота, эстетика, элитарность». В практике сибирского нейминга стоматологических клиник многочисленны комбинации с корнями *элит-* и *эстет-*, которые делают эти названия неоригинальными: *Элита, Элита Плюс, Эстетическая Стоматология, Эстет*. Одна из распространенных моделей – идентификатор *dent-* в сочетании с семантическим компонентом со значением «эстетика»: *Эстет-Дент, Арт-Дент*.

Стоматология относится к такой категории услуг, для которых существует классический стандарт (здоровые и красивые зубы). Отсюда желание подчеркнуть в неймах классическое качество стоматологии: *Денталь-классик, Класс-Дент*.

С другой стороны, стоматология – быстроразвивающаяся отрасль эстетической медицины, что отражается в названиях, акцентирующих внимание на моде, стиле и инновациях: *Арт-Дент, Дентстудио, Стиль Дент* и т. п.

В условиях жесткой конкуренции маркетологи вынуждены искать новые способы позиционирования. В целях повышения статуса клиники в названиях используется «категориальный рефрейминг»: из сферы медицинских услуг компания перемещается в сферу науки (*Институт Новых Медицинских Технологий*) либо в сферу искусства (наиболее популярным идентификатором здесь является *студия – Дентстудио*). Профессионализм в области эстетической стоматологии подчеркивается включением клиники в категорию узкоспециализированных заведений (*мастерская, цех* и т. п.) с акцентом на ассоциативном компоненте: *Мастерская улыбки*.

Рассмотренная выше группа названий, построенных на первичных ассоциативных признаках, – вторая по количественному составу (после неймов с морфемными идентификаторами *-dent-*). Она строится на основе весьма распространенной для стоматологических услуг мотивации – экспликации качества. Это может быть эффективно, но только в случае использования нестандартным способом. Многочисленные комбинации со словами «элита» и «эстет» делают эти названия неоригинальными, а следовательно, – «нерабочими».

Семантические идентификаторы: вторичные ассоциаты

Позиционирование стоматологической клиники, как и других медицинских учреждений, нередко осуществляется через образ врача. Поэто-

му для обозначения главного действующего лица в отношениях «врач – пациент» выбирается лексика с эксплицитной положительной оценочностью: *Веселый доктор, Добрый доктор, Хороший стоматолог, Ваш Стоматолог, Дент Мастер, Целитель*. Заметим, что в американской практике, по свидетельству Дж. Харриса, эта семантическая модель также популярна: дантист там чаще всего «добрый», «веселый», «милый», «улыбчивый» [Harris 2008].

Используются также известные мифологические и прецедентные имена врачей – *Авиценна, Эскулап* (в древнеримской мифологии – бог врачевания). Возможны и вымышленные имена – так называемые «говорящие фамилии» – *Доктор Денталь*.

В силу того, что в России владелец клиники, как правило, участвует в процедуре нейминга, в отечественной практике коммерческих именованных (и сибирский регион не исключение) традиционно присутствуют фамилии основателей: *Доктор Захаров, Клиника Феоктистовой* и др. В России, как, пожалуй, нигде в мире, любят называть стоматологические клиники женскими именами – это может быть жена, дочь, подруга владельца: *Светлана, Ольга, Вероника* и т. д. Высокий профессионализм врача семантизируется через включение в название его научных званий: *Центр стоматологии профессора Бокой*¹.

В целях создания атмосферы «своего круга» в названии нередко актуализируется «объединительная» сема участников коммуникативной ситуации – врача и пациента (*Стоматолог и Я, Семейная стоматология, Все свои*). Заметим, что название *Стоматолог и Я* построено на омофонии с названием отрасли – стоматология².

В названиях стоматологических клиник также популярна метафорическая модель, источником которой является белизна и блеск зубов. В первую очередь это общеизвестный символ белизны и блеска – жемчуг. Отсюда названия: *Жемчуг, Жемчужина, Жемчужина Стоматологии*. К метафорической области «драгоценности» можно отнести и название *Карат*, обусловленное, как можно предположить, ассоциацией с бриллиантами (в семантике данной леммы также имеется прагматически обусловленный семантический компонент эталона блеска).

На основе вторичных ассоциаций построен нейм-метафора *Ювелирная работа* (бренд был специально разработан для сети стоматологических клиник).

¹ В отличие от российской тенденции, американские маркетологи считают неэффективным включение научной степени в название клиники. «Ваша мама может трепетать от звука вашего имени, особенно если оно начинается с “Dr.”. Но поскольку с “Dr.” начинается название любой клиники физиотерапевта, стоматолога, педиатра, ветеринара, психолога, название своей клиники “имени самого себя” не позволит отличить ее от других» [Schwartz 2003].

² Прием достаточно популярен в нейминге и других объектах: *Увлечен и Я* (туристические услуги), *Ортопед и Я* (ортопедия).

Прагматика неймов стоматологических услуг

Профессиональный выбор коммерческого имени мотивируется пониманием мотивов и интересов потребителя. Наиболее актуальными для нейминга стоматологических клиник являются прагматически обусловленные мотивы позитивной стимуляции пациента.

Одним из ключевых мотивов при лечении зубов является страх боли и желание ее избежать. Это учитывается в названиях – эксплицитно или имплицитно: *Клиника положительных эмоций, Дента-клиник «Улыбнись!»*.

Апелляцией к престижу мотивированы такие имена, как *Кремлевская стоматология, Империя* и построенное на графическом выделении идентифицирующего компонента в названии сети клиник *PresiDent*. Здоровые зубы также ассоциативно связаны с такими антропными характеристиками, как *Гармония, Успех, Харизма*.

Приметой сегодняшнего дня является экспликация услуг экономкласса, что находит отражение в названиях типа *Первая социальная стоматологическая клиника*, где невысокий уровень цен имплицитно передается лексемой «социальная».

С точки зрения грамматической прагматики в неймах стандартными являются субстантивы, однако встречаются и иные грамматические конструкции, которые можно назвать «коммуникативами»: они используют не номинативные, а предикативные единицы: *Улыбнись! Полечись-ка, Без боли, До и После*). В большинстве случаев они акцентируют внимание клиентов на безболезненном лечении либо на экспликации его результатов.

Креативные названия

В сибирском регионе относительно редко встречаются оригинальные названия, построенные на нестандартных, неожиданных ассоциациях: *Щелкунчик, Спутник* и т. д. Зафиксированы единичные нестандартные неймы-метафоры. Так, в названии клиники *Стоматологическая студия «Скульптор»* используется прием категориального рефрейминга: медицинское учреждение переходит в «творческую категорию» (студия – ‘мастерская художника’) и поддерживается названием творческой профессии. Единичны прецедентные названия, мотивированные сказками и мифами: *Зубная фея*. С учетом целевой аудитории один из детских стоматологических кабинетов получил название-диминутив *Зубастик*.

Языковая игра не часто встречается в названиях (о причинах было сказано выше). Тем не менее такие примеры есть. Так, нейм *Atribeaute* строится на паронимической аттракции с заимствованным *атрибутом*.

Незначительное количество оригинальных неймов, построенных по нестандартным семантическим либо структурным моделям, по нашему предположению, объясняется спецификой услуги. Брендинг в меди-

цине в целом строится на уже сформировавшейся потребности потенциального пациента в лечении, в отличие от товаров и услуг, где потребителя надо подталкивать к приобретению, моделируя проблемную ситуацию. Поэтому «длинный» путь воздействия (от привлечения внимания – к принятию решения), который обычно есть в неймах, построенных на сложных, многоступенчатых ассоциациях, здесь неуместен.

Вспомним мнение одного из участников дискуссии о выборе имени для американской клиники: «Есть место для забавных, “цепляющих” имен, но если дело касается чего-либо, имеющего отношение к здоровью, надо быть осторожным с этим». Это объясняет, почему в данной сфере единичны неймы, построенные на языковой игре – полисемантике, омофонии, созвучиях, каламбурах.

Заимствования и оттопонимические номинации

С точки зрения этимологии, кроме корней-идентификаторов *dent-*, *ted-*, в названиях наиболее популярны латинские и греческие корни: *Альбус*, *Альфа*, *Вита*, *Прима*, *Оптима*, *Омега-Дент* и т. д. Мотивация их выбора далеко не всегда очевидна для потребителя.

В названиях стоматологических клиник Сибири имеет место оттопонимическая мотивация – хотя и не так часто, как в нейминге других коммерческих объектов (*Сибирская стоматология*, *Стоматология на Заозерной*, *Дантист Сибири*, *Омдент*). Одно из ограничений в выборе нейма с топонимической привязкой, по мнению маркетологов, связано с тем, что этот бизнес может быть расширен либо продан, и тогда новым владельцам придется проводить ребрендинг. С другой стороны, выбор стоматолога во многом определяется его репутацией, а не близостью местоположения клиники, что делает топонимические маркеры неактуальными.

Наконец, нельзя не сказать о непонятных и странных названиях типа *Ария*, *Коралл*, *Каво*, *Энже* и др., слабо или вообще не связанных с предлагаемой категорией услуг.

Выводы

Изучение практики коммерческих номинаций в сфере стоматологических услуг на сибирском медицинском рынке позволяет выявить основные нейминговые стратегии в указанной сфере.

В неймах преобладает прямая идентификация категории предлагаемых услуг. Она осуществляется через включение латинского корня *dent-/dant-*, лексем *стоматология*, *стоматолог*, а также через ассоциативно связанные первичные номинации (*улыбка*, *блеск* и др.). Продуктивны метафорические модели, источниками которых являются показатели престижа, а также внешней красоты и обаяния. В силу специфики данных услуг в больших городах (пациент выбирает врача, а не место расположения клиники) антропонимы встречаются в названиях стоматологических клиник гораздо чаще, чем топонимы и оттопонимические номинации.

Медицинские услуги (и стоматологические в том числе) относятся к сфере, где принято «говорить серьезно», что объясняет незначительную долю креативных неймов, в том числе с использованием приемов языковой игры.

Изучение практики нейминга стоматологических услуг на российском материале может быть полезно, с одной стороны, для изучения особенностей брендинга и нейминга в сфере медицины, а с другой – дает основания для выводов об особенностях формирования городской речевой среды в одном из российских регионов.

Список литературы

- Алистанова Ф.Ф.* Эргонимы современного русского языка как микросистема: дис. ... канд. филол. наук. Махачкала, 2011. 179 с.
- Анненкова И.В.* Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во Моск. ун-та., 2011. 391 с.
- Голомидова М.В.* Имятворчество в эргонимии: традиции vs. актуальные тренды // Лингвистика креатива-2 / под общ. ред. Т.А. Гридиной. Екатеринбург, 2012. С. 63–72.
- Голомидова М.В.* Искусственная номинация в ономастике: дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 1998. 215 с.
- Добросклонская Т.Г.* Медиалингвистика: новая парадигма в изучении языка СМИ // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI в. / под ред. М.Н. Володиной. М., 2011. С. 53–71.
- Домнин В.Н.* Брендинг: новые технологии в России. СПб.: Питер, 2002. 352 с.
- Елистратов В.С., Пименов П.А.* Нейминг. Искусство называть: учебно-практическое пособие. М.: Омега-Л, 2012. 304 с.
- Емельянова А.М.* Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтнического города (на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы): дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2007. 24 с.
- Иванова Е.Н.* Приемы креативной номинации (на примере названий книжных магазинов Екатеринбурга) // Уральский филологический вестник: Язык, система, личность. Лингвистика креатива. 2013. № 3. С. 27–31.
- Крюкова И.В.* Рекламное имя: от изобретения до прецедентности. Волгоград: Перемена, 2004. 286 с.
- Мамлеева Л., Перция В.* Анатомия бренда. СПб.: Питер, 2005. 190 с.
- Нахимова Е.А.* Теория и методика когнитивно-дискурсивного исследования прецедентных онимов в современной российской коммуникации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2011. 45 с.
- Новгородское медиаполе: опыты лингвистических исследований / под ред. Т.В. Шмелевой; НовГУ им. Ярослава Мудрого. Великий Новгород, 2015.
- Трифоновна Е.А.* Названия деловых объектов: семантика, прагматика, поэтика: На материале русских и английских эргонимов: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2006. 247 с.
- Фрэнкель А.* Нейминг: Как игра в слова становится бизнесом. М., 2006. 320 с.
- Химик В.В.* Большой словарь русской разговорной речи. СПб.: Норинт, 2004.

- Чармэссон Г. Торговая марка: как создать имя, которое принесет миллионы. СПб.: Питер, 2000. 224 с.
- Чернов А.В. Медиарегионалистика как отрасль российских исследований массмедиа. К постановке проблемы // Медиаальманах. 2014. № 1. С. 10–18.
- Чернов А.В. Российские медиаисследования: региональная парадигма // Векторы развития медиаисследований в России: тез. конф. М., 2012. С. 10–12.
- Шимкевич Н.В. Русская коммерческая эргонимия: прагматический и лингвокультурологический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2002. 23 с.
- Шмелёва Т.В. Ономастикон российского города. Саарбрюккен: LAP Lambert Academic Publishing, 2014. 130 с.
- Шмелева Т.В. Ономастикон новгородского медиаполя // Вестник Новгородского государственного университета. 2013. № 73. Т. 1. С. 15–18.
- Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке: монография / под ред. М.Н. Володиной. М., 2011.
- Harris J. The 7 Mistakes of Naming a Dental Practice // The Dentist's Network. 2008. January 8. URL: <http://www.thedentistsnetwork.net/newsletters/tdn36.html> (дата обращения: 01.08.2008).
- Names in the Economy: Cultural Prospects / Ed. by P. Sjoblom, T. Ainiala, U. Hakala. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2013. 363 p.
- Schwartz S. Effectively marketing your dental practice // Dental Economics. 2003. Vol. 93. Iss. 11. URL: <http://www.dentaleconomics.com/articles/print/volume-93/issue-11/features/effectively-marketing-your-dental-practice.html> (дата обращения: 10.11.2016).
- Sokolova T.P. Examination of Trade Marks, Company Names and Trade Names as the Means of individualization in Russia: Theoretical and Methodological Approaches to the Problem // Onoma. 2012. № 47. P. 263–279.

References

- Alistanova, F.F. (2011), *Ergonimy sovremennogo russkogo yazyka kak mikrosistema [Ergonymes of Modern Russian as microsystem]*, PhD thesis, Makhachkala, 179 p.
- Annenkova, I.V. (2011), *Mediadiskurs XXI veka. Lingvofilosofskij aspekt yazyka SMI [Mediadiscourse of XXI century. Lingvophilosophic aspect of mass media language]*, Moscow, 391 p.
- Charmasson, H. (2000), *The Name's the Thing: Creating the Perfect Name for Your Company or Product*, St. Petersburg, Piter publ., 224 p. (in Russian)
- Chernov, A.V. (2014), Regional Media Studies as a Branch of Russian Research into Mass Media. Towards Problem Statement. *MediaAlmanah Journal*, No. 1, pp. 10–18. (in Russian)
- Chernov, A.V. (2012), Rossijskie mediaissledovaniya: regional'naya paradihma [Russian media studies: regional paradigm]. *Vektory razvitiya mediaissledovanij v Rossii*, theses of a conference, Moscow, pp. 10–12.
- Dobrosklonskaya, T.G. (2011), Medialingvistika: novaya paradigma v izuchenii yazyka SMI [Medialinguistics: new paradigm in mass media language studies]. Volodina, M.N. (Ed.) *Yazyk i diskurs sredstv massovoj informacii v XXI veke*, Moscow, pp. 53–71.

- Domnin, V.N. (2002), *Breeding: novye tekhnologii v Rossii* [Breeding: new technologies in Russia], St. Petersburg, Piter publ., 352 p.
- Elistratov, V.S., Pimenov, P.A. (2012), *Neiming. Iskusstvo nazyvat'* [Naming. The Art of nomination], Moscow, Omega-L publ., 304 p.
- Emeljanova, A.M. (2007), *Ergonimy v lingvisticheskom landshafte poliehtnicheskogo goroda (na primere nazvanii delovyh, kommercheskih, kul'turnyh, sportivnyh ob"ektov g. Ufy)* [Ergonyms in linguistic landscape of polyethnic city (business, commercial, cultural and sport objects names in Ufa as an example)], PhD thesis, Ufa, 24 p.
- Frankel, A. (2006), *Wordcraft: The Art of Turning Little Words into Big Business*, Moscow, 320 p. (in Russian)
- Golomidova, M.V. (2012), Imjativorchestvo v jergonimii: tradicii vs. aktual'nye trendy [Name creation in ergonomy: traditions vs. actual trends]. Gridina, T.A. (Ed.) *Linguistics of creativity-2*, Collective Monograph, Yekaterinburg, pp. 63-72.
- Golomidova, M.V. (1998), *Iskusstvennaya nominaciya v onomastike* [Artificial naming in onomastics], PhD thesis, Yekaterinburg, 215 p.
- Harris, J. (2008), *The 7 Mistakes of Naming a Dental Practice*, available at: <http://www.thedentistsnetwork.net/newsletters/tdn36.html> (access date: August 01, 2008).
- Ivanova, E. (2013), Receptions of the creative nomination (on the example of names bookstores of Yekaterinburg). *Ural Philology Bulletin. Language. System. Personality. Linguistic of creation*, No. 3, pp 27-31. (in Russian)
- Kazakova, S.L. (2008), *Urbanonimy v sostave leksicheskoi sistemy yazyka* [Urbanonyms in Lexical System], available at: http://www.pglu.ru/lib/publications/University_Reading/2008/V/uch_2008_V_00034 (access date: June 24, 2016).
- Khimik, V.V. (2004), *Big dictionary of Russian informal speech*, St. Petersburg, Norint publ. (in Russian)
- Krukova, I.V. (2004), *Reklamnoe imya: ot izobreteniya do precedentsnosti* [An advertising name: from creating to precedent], Volgograd, Peremena, 286 p.
- Mamleeva, L., Pertsija, V. (2005), *Anatomiya brenda* [The Anatomy of Brand], St. Petersburg, Piter publ., 190 p.
- Nakhimova, E.A. (2011), *Teoriya i metodika kognitivno-diskursivnogo issledovaniya precedentnyh onimov v sovremennoj rossijskoj kommunikacii* [Theory and methodic of cognitive and discourse analysis of precedent onyms in the contemporary Russian communication], Yekaterinburg, 45 p.
- Schwartz, S. (2003), Effectively marketing your dental practice. *Dental Economics*, Vol. 93, Iss. 11, available at: <http://www.dentaleconomics.com/articles/print/volume-93/issue-11/features/effectively-marketing-your-dental-practice.html> (access date: November 10, 2016).
- Shimkevich, N.V. (2002), *Russkaya kommercheskaya ebrgonimiya: pragmaticheskij i lingvokul'turologicheskij aspekty* [Russian Commercial Ergonomy: Pragmatic and Linguocultural Aspects], PhD thesis, Yekaterinburg, 22 p.
- Shmeleva, N.V. (Ed.) (2015), *Novgorodskoe mediapole: opyty lingvisticheskikh issledovanij* [Novgorod media field: experiences of linguistic researches], Collective Monograph, Veliky Novgorod.
- Shmeleva, T.V. (2014), *Onomastikon rossijskogo goroda* [Onomasticon of Russian city], Saarbrücken, LAP Lambert Academic Publishing, 130 p.

- Shmeleva, T.V. (2013), Onomasticon of the Novgorod media field. *Vestnik NovSU*, No. 73, Vol. 1, pp. 42-45. (in Russian)
- Sjoblom, P., Ainiala, T., Hakala, U. (Eds.) (2013), *Names in the Economy: Cultural Prospects*, Newcastle, Cambridge Scholars Publishing, 363 p.
- Sokolova, T.P. (2012), Examination of Trade Marks, Company Names and Trade Names as the Means of individualization in Russia: Theoretical and Methodological Approaches to the Problem. *Onoma*, No. 47, pp. 263-279.
- Trifonova, E.A. (2006), *Nazvaniya delovyh ob"ektov: semantika, pragmatika, poehtika: Na materiale russkikh i anglijskikh ehrgonimov [Namig of business objects: Semantics, Pragmatics, Poetics: On Russian and English Ergonyms materials]*, PhD thesis, Volgograd, 247 p.
- Volodina, M.N. (Ed.) (2011), *Yazyk i diskurs sredstv massovoj informacii v XXI veke [Language and discourse of massmedia in the 21st century]*, Monograph, Moscow.

NAMING IN SIBERIAN MEDIA LANDSCAPE

O.S. Issers

Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)

Abstract: This study demonstrates strategies naming of Russian dental services. The research data base includes more than 300 names of dental clinics in Omsk and Siberian region. They are classified according to semantic, pragmatic, structural and etymological criteria. This analysis uncovered that most of the names are generated according to several productive models. Thus, a significant number of names have been derived from the Latin root *dent-* for 'tooth', which allows the name to signify the company's exact profile. Semantically, the same aim of identification is performed by choosing names directly related or associated with the theme of "Teeth". In addition, there is a variety of names that emphasize the semantics of quality. A large group of names contain a very common metaphor for dentistry – "healthy teeth signify beauty, aesthetics, elitism". Frequently names are formed on the basis of conventional associations with external display of dental health, among which a beautiful white smile ranks the highest. The positioning of a dental clinic is often performed through the image of a doctor. Specialists in naming select vocabulary with explicitly positive meanings, including well-known precedent names of doctors. In most cases, they also focus on customers' painless treatment or emphasize the results of treatment.

Key words: naming, branding, dentist service, ergonyms.

For citation:

Issers, O.S. (2016), Naming in Siberian media landscape. *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 77-91. (in Russian)

About the author:

Issers Oksana Sergeevna, Prof., Head of the Chair of Theoretical and Applied Linguistics, Head of the Faculty of Philology and Mediacommunication

Corresponding author:

Postal address: 55a Mira pr., Omsk, 644077, Russia

E-mail: isserso@mail.ru

Acknowledgements:

The publication was prepared within the framework of a research project supported by the Russian Foundation for Humanities No. 16-14-55003 “Media sphere of Omsk region: structure, channels, values, new discursive practices”

Received: November 28, 2016

МОДЕЛИРОВАНИЕ МЕДИАОБРАЗА ОМСКА ПО ДАННЫМ СОВРЕМЕННОЙ БЛОГОСФЕРЫ*

Е.Г. Малышева

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)

Аннотация: По данным текстов современной региональной блогосферы («Твиттер» и «Живой Журнал») реконструируется медиаобраз Омска. Выявляются и анализируются частотные метонимические модели, посредством которых в интернет-текстах создается медиаобраз омского региона. Делаются выводы об однозначно негативном характере медиаобраза Омска и о стереотипизации в текстах блогосферы модели ‘Омск – город, который мы потеряли’, а также о необходимости изменения стереотипных представлений об Омске с помощью нетривиальных методов информационной политики в регионе и активизации работы в этом направлении официальных омских СМИ.

Ключевые слова: медиаобраз, метонимическая модель, блогосфера.

Для цитирования:

Малышева Е.Г. Моделирование медиаобраза Омска по данным современной блогосферы // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 92–106.

Сведения об авторе:

Малышева Елена Григорьевна, доктор филологических наук, заведующий кафедрой журналистики и медиалингвистики

Контактная информация:

Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

E-mail: malysheva_eg@mail.ru

Дата поступления статьи: 15.11.2016

Введение

Существование новых (а теперь уже и новейших) медиа предполагает «не столько отражение окружающей действительности, сколько ее интерпретацию, комментариев и оценку, способствующую созданию оп-

* Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФНФ научного проекта № 16-14-55003 «Медиасфера омского региона: структура, каналы, ценности, новые дискурсивные практики».

ределенного идеологического фона» [Добросклонская 2008: 13]. Таким образом, пространство Интернета становится своеобразной ареной, где массмедиа формируют образ мира с заданными характеристиками и где в то же время рождается его медиаобраз, т. е. «образоотражение» в сознании интернет-пользователя, оценивающего действительность, представленную в медиаизданиях, этого сформированного СМИ образа мира [Галинская 2013: 93].

Именно в связи со сказанным выше исследование медиаобраза Омска – фрагмента действительности, «сконструированного» в блогах и микроблогах носителей языка и, несомненно, имеющего воздействие на массовое сознание, – нам видится чрезвычайно **актуальным**. Тем более что образы субъектов России в отражении блогосферы на данный момент изучены явно недостаточно.

Таким образом, **целью** нашей работы стало выявление когнитивно-языковой специфики медиаобраза города Омска, репрезентированного в блогах LiveJournal («Живой Журнал», далее – ЖЖ) и микроблогах Twitter (далее – Твиттер), а также реконструкция современного медиаобраза Омска и Омской области на основании анализа базовых, доминантных методических моделей, характеризующих регион.

Заметим, что у понятия «медиаобраз» были «предшественники». В.Д. Мансурова, например, обратила внимание на журналистскую картину мира как «особое коммуникативное состояние, бытующее не в статике, а в процессе взаимодействия людей по поводу самых разнообразных явлений материальной и духовной жизни» [Мансурова 2003].

Похожий взгляд и у И.В. Рогозиной. В ее понимании существует картина мира журналиста, занимающегося определенным видом деятельности и использующего особые способы обработки информации, и медиакартина мира, которая формируется в сознании воспринимающих медиасообщения индивидов. Кроме того, исследователь разделяет индивидуальную и общечеловеческую картины мира, которые преобразуются под влиянием массмедиа и соотносятся как часть и целое. В соответствии с этой концепцией целостная медиакартина мира рассматривается как результат мыслительной деятельности по моделированию событий и явлений окружающего мира. В итоге формируется такая «модель реальности, которая, с одной стороны, свидетельствует об авторском миропонимании, а с другой – в наиболее общих категориях отражает реальность» [Рогозина 2003: 25].

Проанализированные точки зрения, на наш взгляд, способствовали созданию понятия «медиаобраз». В настоящее время исследователи дают множество определений медиаобраза. Так, Е.Н. Богдан пишет: «Тот образ, который создается средствами массовой информации в сотрудничестве с разными сферами духовного творчества и является выражением общественного сознания в медиапространстве, может быть определен как ме-

диаобраз». При этом исследователь отмечает, что этот медиаобраз – далеко не полная картина реальности, он лишь часть того целостного образа страны, который формируется в сознании россиян спонтанно, под влиянием действительности и совокупных усилий разных сфер человеческой деятельности, не связанных с медиаканалами [Богдан 2007: 64].

А.В. Глаголева, определяя медиаобраз как фрагмент образа социального мира, присутствующего в медиaprостранстве [Глаголева 2014: 24], замечает, что он обладает вполне выраженной функциональной самостоятельностью, поскольку ориентирован на формирование образа региона в общественном сознании – и вместе с тем ему не тождествен. То есть медиаобраз региона – это выраженные в медиaprостранстве образы региона, созданные средствами массовой информации в сотрудничестве с новыми медиа и разными сферами духовного творчества и отражающие особенности текущего момента действительности.

При этом подчеркивается, что новые медиа актуализируют потоки всех произведений духовной и духовно-практической деятельности, проходящие по каналам печати, телевидения, радиовещания и других массмедиа, выступая тем самым в качестве ведущего звена в процессе создания медиаобразов регионов.

Медиаобраз создают в своих публикациях журналисты и блогеры. Они представляют читателю актуальную, часто противоречивую картину мира, которая с разной степенью адекватности отражает реальное положение дел. Любое событие, произошедшее в городе или области, в интерпретации интернет-пользователя вносит свое дополнение в медиаобраз региона.

Сознание блогеров и журналистов является частью общественно-го сознания; они, как и другие граждане России, наблюдают за реалиями страны и делают собственные выводы. Индивидуальное представление о стране формируется под воздействием общей психологической установки интернет-пользователя, его психического, эмоционального склада как личности. Все это накладывает отпечаток на представления пишущего о стране, интерпретируется, модифицируется под влиянием его творческих способностей и трансформируется в его личную мировоззренческую позицию.

Каждый пользователь Твиттера и ЖЖ вносит свое понимание (интерпретацию) события и в целостный образ региона. Каждый текст содержит тот или иной набор упоминаний местных реалий в индивидуальной интерпретации: авторы комбинируют их по-своему. Таким образом, по содержанию текста мы можем судить не только о событии, которому он посвящен, но и о его авторе, об издании в целом, поскольку коммуникатором выступает целый коллектив, организующий массовый информационный поток. Оказывается, что медиаобраз в большей степени зависит от того, какое представление о них создает коммуникатор [Богдан 2007: 66].

Благодаря тому что новые медиа оперативно отражают многие сферы жизни, аудитория получает возможность ориентироваться в современных быстро меняющихся условиях и реагировать на любые изменения, происходящие в обществе. Это подмечает Е.И. Пронин: «Людям кажется, что они просто “удовлетворяют свое любопытство”. Но потом оказывается, что поток сообщений подспудно и непредвиденно изменил их мнения и поведение и породил совершенно новые формы социальной практики» [Пронин 2002].

С помощью новых медиа аудитория впитывает, поглощает, воспринимает медиаобраз социальной общности, в том числе и Омской области, формируемый постами из блогов и микроблогов. Он то подтверждает личное мироощущение, то опровергает его, вступая порой с личным представлением в острое противоречие. Однако под воздействием СМИ и новых медиа и эти представления способны изменяться. Уточнение, подтверждение или отторжение индивидуального образа страны происходит путем сопоставления собственного мнения с мнениями других представителей общества как в межличностном общении, так и в условиях массовой коммуникации, важнейшую роль в которой играет журналистика.

В данной работе мы рассматриваем две относительно новые дискурсивные практики, реализованные на интернет-площадках Твиттер и ЖЖ.

Практики конструирования медиаобраза в блогах и микроблогах имеют много общего с дискурсивными традициями художественной литературы и практиками исторического дискурса, который рассказывает о событиях, происходящих в прошлом. Интернет-пользователи специфично выбирают информационные поводы. Чаще всего постоянными характеристиками текстов блогеров становятся релевантность и непредсказуемость. Событие, о котором пишет пользователь Твиттера и ЖЖ, обычно имеет общественную значимость, и в то же время автор проявляет к нему личный интерес. Очень часто внимание уделяется сенсациям.

Для изучения медиаобраза Омска и Омской области в данной работе используется методика анализа сообщений из блогов и микроблогов, ориентированная на выявление реалий региона, которые могли быть использованы авторами в текстах, когда они описывали происходящее событие. Рассказывая о происшествиях, блогеры вольно или невольно создают не только образ события, но и образ города. В настоящем исследовании анализируются все публикации с хэштегом и поисковым запросом «Омск» за пять лет (2010–2015 гг.).

Методика реконструкции медиаобраза Омска по данным блогов ЖЖ и Твиттера включает несколько этапов:

- а) анализ репрезентированных в текстах ЖЖ и Твиттера территориальных, климатических, природных характеристик региона;
- б) анализ репрезентированных в текстах ЖЖ и Твиттера временных характеристик – прошлого, настоящего и будущего региона;

в) анализ объективации в текстах блогов отношения авторов к событиям, происходящим в регионе, к реалиям общественно-политической жизни и экономического устройства региона и России в целом;

г) наконец, реконструкция базовых метонимических моделей, в которых «Омск» выступает в качестве означаемого и посредством которых моделируется медиаобраз региона в текстах ЖЖ и Твиттера.

Под метонимической моделью в данной работе понимается двухкомпонентная когнитивная структура, организованная по типу простого общеутвердительного (или частноутвердительного) атрибутивного логического суждения («S – это P», «S есть (суть) P»), где отношения между концептом-означаемым и концептом-означающим, «субъектом» (S) и «предикатом» (P), могут быть охарактеризованы как отношения тождества (эквивалентности), перекрещивания (частичного тождества) или субординации (подчинения объема понятий).

Метонимические модели обладают следующими характеристиками:

- это абстрактные структуры, с помощью которых моделируются те или иные предметные референтные области;
- в этих структурах (или моделях) отражается взаимосвязь разного рода понятий, посредством которых описываются моделируемые области;
- эти структуры репрезентируют причинно-следственные связи между понятиями;
- метонимические модели двухкомпонентны; при этом левая часть – означаемое – это всегда тема, осмысливаемое, интерпретируемое понятие той или иной степени обобщения; правая часть – означающее – «называет» направление, «указывает» на сферу интерпретации означаемого и «задает» способы языкового воплощения, развертывания означаемого в речи.

Примечательно, что некоторые из анализируемых далее моделей, например 'Омск – город-пень', представляют собой метонимию с «метафорической прокладкой», где означающий компонент содержит метафорическое осмысление означаемого, хотя в целом модель не является метафорой.

Разумеется, мы осознаем, что фрагмент региональной картины мира, представленный в Твиттер- и ЖЖ-коммуникациях, может отличаться от медиаобраза Омска и Омской области, который конструируется в большинстве печатных, радиальных и телевизионных СМИ региона.

Однако очевидно, что «болевы́е точки» медиаобраза совпадают в разных типах дискурсов. Так, ранее мы замечали: «Серьезность этой проблемы (создание депрессивного медиаобраза Омска. – *Е. М.*) подчеркивается тем, что региональные СМИ разного типа, в том числе телевизионные, посвящают свои тексты разных жанров, радио- и телепрограммы проблеме “миграции” образованной молодежи из Омска прежде всего в Москву и Санкт-Петербург. Популярный среди молодежи онлайн-журнал “Класс” даже открыл постоянную рубрику – интервью с уже бывшими молодыми

омичами под общим “говорящим” названием “Поухехавшие”. Среди основных причин такой миграции называют как раз политическую, экономическую и культурную непривлекательность региона» [Малышева 2014: 56].

Медиаобраз Омска по данным региональной блогосферы: два этапа в жизни региона

Рассказывая о городе и области, блогеры различают два временных отрезка. Первый – период «правления» Леонида Полежаева, длившийся с 1991 по 2012 г., второй – «управление» регионом Виктором Назаровым, начавшееся в 2012 г.

Если сравнить между собой два экс-губернатора Омской области, то можно сделать следующий вывод: «Полежаев – правил, а Назаров – управлял»¹ (@LikaFischer).

«Эпоху Назарова» порой называют «оттепелью», намекая, что на смену жесткому и авторитарному стилю правления экс-губернатора Леонида Полежаева пришла демократия (@TatyanaShpak).

Отзывы интернет-пользователей об Омске разных «эпох» существенно различаются. Проанализировав 1 000 сообщений с поисковым запросом «Полежаев и Омск» в Твиттере и ЖЖ, мы можем реконструировать медиаобразы региона в «полежаевский» и «назаровский» периоды, выявить их сходства и различия, а также сделать выводы, насколько эффективной была политика вышеуказанных управленцев. Так, в мае 2012 г. закончилась так называемая «эпоха Полежаева»: прежний губернатор правил в регионе дольше, чем кто бы то ни было в России, – 21 год. За это время в регионе произошло множество событий и преобразований, привлекавших внимание местных блогеров. В начале 2000-х гг. в ЖЖ-дискурсе появились сообщения, оценивающие омские реалии при действующем губернаторе. Что касается Твиттера, то поисковый запрос по тегу «Полежаев» указывает на то, что первое упоминание о Леониде Константиновиче в микроблогах произошло в начале 2009 г., спустя два с половиной года с момента основания социальной сети.

Свободная оценка сложившейся ситуации все больше и больше начинает привлекать внимание омичей, практически каждый участник ЖЖ- и Твиттер-коммуникации старается внести свой вклад в формирование медиаобраза региона.

Именно в это время в текстах, репрезентированных в интернет-дискурсе, стали формироваться различные метонимические модели, характеризующие регион. Самыми первыми были метонимические модели **‘Омск – спортивная столица’** и **‘Омск – театральная столица’**. Особенно омичи не скупались на выражение позитивных эмоций после значительных спортивных побед команд «Авангард» и «Омичка», подчеркивая вклад губер-

¹ Орфография, пунктуация и грамматика блогов сохранены.

натора в эти достижения и оценивая тот факт, что именно сфера спорта и театра выгодно выделяет Омск на фоне других городов России.

Голкипер – это, однако, половина команды, остальная половина – везение и чуть-чуть Полежаев (@bmaninlove9).

Омский губернатор Леонид Полежаев поддерживает народный хоккей (@omsk_e).

Омские ястребы – лучшие хоккеисты в России (@franzsomsk).

Омск снова на вершине спортивного олимпа (@likafischer).

Полежаев сказал про билеты на хоккей, и я вспомнила, что мне надо купить билеты в театр (@ryzhykspring).

И все-таки Омск – театральная столица России. Актерское мастерство у нас на очень высоком уровне (Lerka_Voodoo).

В это время активные блогеры ЖЖ начинают размещать сообщения, рассказывающие о проблемах города. Больше всего волнует блогеров тема потерянного Омска. В Сети появляются многочисленные посты с заголовками «Город, который мы потеряли», «Нефтяники, которые мы потеряли», «Город-сад, который мы потеряли» и под. В доказательство приведенных тезисов авторы публикуют снимки города во времена Советского Союза, проекты по расширению дорожных связей, строительные чертежи. Именно из блогов омичи – пользователи Интернета начинают узнавать о множестве архитектурных построек, существовавших в 1970-е гг. и исчезнувших к настоящему моменту. Сопоставление благоприятной картины чистого, просторного, зеленого, незахламленного города с красивыми зданиями в прошлом и настоящего серого, грязного Омска вызвало множество откликов в ЖЖ-дискурсе. Данную тему подхватывают пользователи Твиттера, и она становится одной из самых частотных в микроблогах:

А сколько красивых зданий было в 70-е... Вот куда это все исчезло? Кому они покоя не давали? (@franzsomsk).

Сперва архитектуру уничтожили, теперь еще и до деревьев добрались (@LikaFischer).

Куда делся город-сад?! (@LerkaVoodoo).

Когда-то сын у меня спросит: «Папа, а Омск есть?». И я отвечу: «Нет, сынок, это фантастика» (@Vlad_mihalich).

Другая метонимическая модель с отрицательным аксиологическим модусом, которую репрезентируют омские блогеры, актуализирует плохую экологическую ситуацию в городе. Недовольны горожане как действующим нефтезаводом, который усиливает риск возникновения онкологических заболеваний, так и кремниевым заводом, строительство которого запланировано в ближайшем будущем. Активность, которую проявили «твиттеряне» и субъекты ЖЖ-дискурса, сподвигла горожан несколько раз приходить на митинги, целью которых было выражение протеста по поводу постройки предприятия. Именно внимание блогеров к

данной проблеме и информирование горожан о существующей угрозе стало причиной того, что строительство завода перенесли за пределы региона.

Дадим Омску будущее! Придем на митинг против строительства кремниевого завода! (@Vlad_mihalich).

Чистый воздух как едкий дым – совершенно не пригоден для дыхания. Именно так думают власти, когда разрешают строительство очередного завода (@antonovrrr).

Я хочу жить! Прийти к губернатору и сказать это (@mariaferra).

Подчеркнем, что блогеры, с одной стороны, напрямую называют «виновников» экологических проблем в Омске и постоянно к ним апеллируют, с другой – осознают необходимость проявления своей активной гражданской позиции, и не в виртуальном пространстве Интернета, а в реальной жизни (*Придем на митинг...*).

Также Омский интернет-дискурс в это время полон весьма негативных по тональности сообщений, посвященных многолетней проблеме города – строительству метрополитена. Горожане справедливо недовольны тем, что строительство «подземки», начавшееся еще в 1992 г., до сих пор не окончено: «Город, где нет метро, зато есть метромост» – наиболее частотная характеристика Омска блогерами. Как написал в своем твиттере @Omchanin (за этим никнеймом скрывается известный омский блогер и активный общественный деятель Игорь Федоров), *что делать с омским метро, не знает толком пока никто*, добавляя, что *Омское метро в транспортной стратегии РФ до 2030 отсутствует!*

Ситуация с омским метрополитеном порождает в блогосфере и экспликацию прямых обвинений субъектов власти в сложившейся ситуации и в коррупции вообще, и ироничные сообщения, основанные на языковой игре с прецедентными феноменами:

Вот Полежаев денег-то нагрёб на этом метришке, теперь сидит поди на даче своей и ржёт над нами, неудачниками... (@AuditorSS).

Омск выбрал себе в мэры человека, который 20 лет строит метро и не построил ни одной станции (@max_katz).

10 января 1863 года в Лондоне открылось #метро. Через 80 лет родился главный метростроитель всех времён и народов #Полежаев (@BVMelnikov).

2 сентября 2011 г. городская власть открыла вестибюль станции омского метро «Библиотека им. Пушкина» для пешеходов в качестве подземного перехода. Твиттер- и ЖЖ-пользователи, так же как и журналисты омских СМИ, представили это событие в иронической тональности:

Накануне выборов в Омске появилась первая станция метро, спустя 20 лет после начала строительства...; Ни в коем случае не голошайте за Полежаева, иначе следующая станция появится тоже не раньше, чем через 20 лет! (@ivanovv71).

Вот незадача! Вход есть. Выход есть. Знак тоже. А метро нет. Это Омск, детка (@jane_chyikina).

С тех пор как Леонид Полежаев подал в отставку и к власти пришел Виктор Назаров, пользователи Твиттер- и ЖЖ-коммуникаций с нетерпением ждали больших перемен в городе. Несмотря на то что имя нового губернатора мало кому было знакомо, блогеры оценивали его назначение и первые впечатления о нем положительно, надеясь, что новый управленец решит все существующие проблемы. При этом уход губернатора Л.К. Полежаева комментируется в терминах *свержен*, что имплицитно подчеркивает представление о бывшем хозяине региона как о единолично «царствовавшей» особе (см. об этом подробнее в: [Малышева 2009]):

Настало время перемен. Надеюсь. Полежаев свержен. Время улыбнуться новому губернатору ((@franzsomsk).

Назаров, в отличие от Полежаева, хотя бы улыбается искренне. Это не может не радовать (@lizzy89_01).

Твиттер-коммуникация того периода жизни региона наполнена ожиданиями и надеждами. Новый губернатор кажется микроблогерам активным, открытым и многообещающим человеком. Существенную роль в этом сыграло то, что Виктор Назаров завел свою страничку в социальной сети «Инстаграм», зайдя на которую любой интернет-пользователь мог посмотреть, чем занимается управленец в тот или иной момент. Таким образом, по словам самого губернатора, он стал намного ближе к народу:

Назарова назвали более открытым губернатором, чем Полежаев (@rssomsk).

Назаров хочет разбить в центре Омска новый парк (@max_yurk).

Назаров пообещал следовать заветам Путина и строить детсады (@FederalPress).

Губернатор Виктор Назаров заявил о том, что при создании соответствующей инфраструктуры Омск может замахнуться на проведение Олимпиады (@ilya_shepelin).

Назаров взял под контроль омские долгостройки (@makubasov).

Очевидно, что блогеры на первом этапе правления нового губернатора, с одной стороны, подчеркивают его масштабные планы, которые позволяют гордиться жителю региона своей малой родиной (*замахнуться на Олимпиаду*), а с другой – отмечают стремление нового главы делать «малое и полезное», что облегчит жизнь многих (*детсады, парки, долгострой*).

Именно во время правления Виктора Назарова в ЖЖ- и Твиттер-дискурсах начинается активное обсуждение Омска, его прошлого, настоящего и будущего. Блогеры активно рассказывают своим читателям о существующих в городе проблемах, произошедших и планируемых событиях и выражают свое отношение к происходящему. Как раз в это время формируется множество метонимических моделей, характеризующих современное состояние региона, на основе которых мы реконструируем

современный медиаобраз Омска и Омской области, созданный в блогосфере.

Как показывает наше исследование, вопреки ожиданиям омичей, с приходом к власти нового управленца ситуация в городе значительно ухудшилась. К существующим проблемам добавились и новые. Больше всего волновало омичей то, что, несмотря на понижение зарплат, в регионе растут цены на проезд, и то, что никто больше не спонсирует хоккейный клуб «Авангард», сделавший Омск спортивной столицей России.

Истинно говорю вам: еще будете вспоминать время дедушки #Полежаев'а со светлой ностальгией, ведь все познается в сравнении!.. (@Victor_Korb).

Полежаев ушел – Авангарду кирдык. Все давно об этом говорили. Новый губернатор как-то не горит желанием помочь клубу... (@OmskFun).

Полежаев ушел – #Авангард сдох! (@GrakovNe).

Полежаев никогда бы не допустил повышение проезда до 20 рублей!!!! Даже мысли бы об этом не допустил! (@viunae).

Ко всем негативно окрашенным метонимическим моделям, которые частотно эксплицировались блогерами во время правления Леонида Полежаева, добавились и новые. К концу 2015 г. в Твиттер- и ЖЖ-коммуникациях Омск и Омская область были представлены в основном как неблагоприятный для проживания регион.

О справедливости данного утверждения свидетельствует система частотных метонимических моделей, выявленных нами в результате анализа текстов блогосферы:

‘Омск – бывший город-сад, ставший городом-пнем’;

‘Омск – город-смерть’;

‘Омск – город-помойка’;

‘Омск – город без дорог’;

‘Омск – город, где никогда не будет метро’;

‘Омск – город плохих архитектурных проектов’;

‘Омск – город-призрак’;

‘Омск – город-безысходность’;

‘Омск – город недовольных людей’.

Проанализируем подробнее языковую экспликацию наиболее показательных моделей.

Метонимические модели ‘Омск – город-призрак’, ‘Омск – город-безысходность’

Наиболее частотно в омской блогосфере Омск позиционируется как ‘Город, которого нет’, или ‘Город-призрак’.

Из Омска постепенно все уезжают. Здесь не строится ничего нового. Здесь постепенно все прогнивает. Здесь происходит постоянная рег-

рессия – именно такие выводы можно сделать о городе, почитав Твиттер и ЖЖ.

Одним из многочисленных доказательств служит популярный твит пользователя с никнеймом @Glam_evil:

Омск отдалился на максимально возможное расстояние от всех сибирских и уральских городов и теперь медитирует в одиночестве где-то посреди России.

Может, как раз это послужило поводом того, что многие интернет-пользователи из других городов часто спрашивают:

Омск – это миф? Вы правда были в Омске? Вот-вот, никто не был (Elvim_Off).

Для того чтобы точнее передать существующую в городе ситуацию, блогеры используют в своих текстах развернутые метафоры с негативной семантикой:

Из Омска нужно сделать город-музей русской безысходности, этакий заповедник трэша для туристов (@nuclearinverno).

«Предметом интереса» в Омске является, по мнению автора блога, русская безысходность, невозможность и нежелание что-то менять. По мнению «твиттерян», единственное, что может увидеть в городе турист или любой местный житель, – трэш, мрак и обреченность.

Итак, огромное количество негативных сообщений формирует весьма депрессивную картину. Массовое представление адресантов Твиттера и ЖЖ таково: Омск – это регион, в котором раньше было лучше, чем сейчас, город, из которого нужно уезжать. Словом, город-безысходность. Подтверждают этот вывод следующие тексты с использованием экспрессивно-эмоциональных выразительных средств – эпитетов, метафор, сравнений, языковой игры – с однозначно отрицательной коннотацией:

Бедный Омск. Был хороший город с прекрасной перспективой, а что стало? А что станет!!! (@IlyaYashin).

Все новости про губернатора и мэра воспринимаются как что-то фоновое. Они там чего-то мутят, совещаются, а на улицах как был омск, так и есть (@fd00ch).

Ж/д вокзал Омска, самый красивый из тех, что я видел. Видимо, чтобы покидать Омск было еще радостней (@nuclearinverno).

Омск – это кладбище надежд (Reveroff).

Омск – город, удобный для жизни. Жить в Омске гораздо удобнее, чем с ножом в ноге, например (@dashatmhn).

Омский тлен нетленен (@nuclearinverno).

Омск представляет собой безысходность в чистом виде, а покинуть – значит совершить исход (@nuclearinverno).

Чтение текстов таких блогов формирует у адресатов когнитивный стереотип, что Омск является «регионом-декадентом», совершенно не пригодным для жизни и саморазвития. Устойчивость этого стереотипа под-

держивают реалии Омска: плохо развитая инфраструктура, низкий уровень зарплат и отсутствие благоприятных условий для ведения бизнеса.

Метонимическая модель 'Омск – город недовольных людей'

В связи с тем, что омичи постоянно критикуют свой город и большинство сообщений, посвященных Омску, носит экспрессивно-депрессивный характер, у адресата складывается впечатление, что Омск – это город вечно чем-то недовольных людей. Этот факт подмечает не только читательская аудитория, но и сами участники Твиттер- и ЖЖ-коммуникации:

Настоящий омич должен что-то ненавидеть: собачников, пешеходов, автомобилистов, овуляшек, полицейских, правительство и т.п. (@elizarovk).

Он омич, это всё объясняет (@Reveroff).

Вот что за люди живут в Омске? Никакого уважения ни к себе, ни к окружающим (@Lerka_Voodoo).

Ты говоришь "Всего доброго" омичам так, как будто смерти желаешь (@lestrange).

Омск – хороший город, просто люди плохие – И люди забыли про это (@срddma).

Типичные представления блогеров о жителях Омска репрезентированы в лексемах *быдло*, *зомбаки* и под., подчеркивающих маргинальный характер населения города, при том что себя к таковым блогеры не причисляют:

В городе Омске – нашествие зомбаков. Их много, они стоят через каждые метров 300 (@AntonRudnev).

Омичи, но вы же не ради буфета в театры приходите? (@ezavyalova).

В Омской области обострилась проблема бешенства (@omsk_sensation).

Подводя краткие итоги анализа омской блогосферы, подчеркнем, что, по нашим наблюдениям, с приходом к власти Виктора Назарова и Вячеслава Двораковского в Омске почти ничего не поменялось. К старым, «вечным» проблемам Омска добавились новые, оставившие свой отпечаток на формировании медиаобраза в Твиттер- и ЖЖ-дискурсе. С каждым годом инфраструктура города становится менее развитой, условия проживания в регионе оставляют желать лучшего. Количество желающих покинуть Омск с каждым днем растет, что отражают публикации в Твиттере и ЖЖ.

Несмотря на то что к новому губернатору омичи сначала отнеслись весьма положительно и сегодня он является избранным губернатором, недовольство политикой Назарова – частотная тема публикаций в блогах:

Губернатор Назаров за год рискует наделать ошибок, равных преступлений, больше, чем Полежаев за десять лет. Сам одумается или нет? (@PolitOmsk).

К большому сожалению, реконструируя современный медиаобраз Омска, мы не обнаружили ни одной позитивной метонимической модели, связанной с Омской областью. Как считают участники Твиттер- и ЖЖ-коммуникаций, не так давно существовавшие метонимические модели 'Омск – город-сад', 'Омск – спортивная столица', 'Омск – театральная столица', характеризующие Омск с позитивной стороны, перестали быть актуальными.

Заметим, что, к сожалению, не в официальных СМИ, а именно в блогосфере сегодня отражена стереотипная точка зрения массового адресата, в том числе молодежи, на политическую, социальную, психологическую ситуацию в Омске и Омской области. И это обстоятельство лишний раз подчеркивает необходимость ведения грамотной и активной информационной политики в регионе, а также необходимость срочной корректировки медиаобраза региона современными и нетривиальными средствами. На наш взгляд, серьезные просчеты по формированию позитивного медиаобраза региона допущены как раз теми, кто отвечает за информационную политику в регионе и работает в официальных СМИ, во многом утративших доверие во времена «информационных войн» между городом и областью.

И все-таки подчеркнем: несмотря на то что метонимическая модель 'Омск – город-безысходность' является доминантной и даже стереотипной не только в омской, но и в российской блогосфере, она не вполне соответствует реальному положению дел в регионе. Медиаобраз Омска и Омской области, представленный в блогах и микроблогах, не полноценно отражает региональную картину мира, а всего лишь является одним из её фрагментов, представленных в новых медиа.

Конечно, сегодня весьма сложно (хотя и возможно) изменить стереотипный вектор оценивания действий власти по изменению ситуации в регионе, сложно привлечь внимание массового омского адресата, в том числе Интернет-пользователя и блогера, к позитивным реалиям омской действительности. Но начинать эту работу надо немедленно, иначе «город, который мы потеряли» действительно станет «городом-призраком».

Список литературы

- Богдан Е.Н.* Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики: дис. ... канд. филол. наук. М.: МГУ, 2007. 219 с.
- Галинская Т.Н.* Понятие медиаобраза и проблемы его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ. 2013. № 11 (160). С. 91–94.
- Глаголева А.В.* «Чужое слово» в заголовках газетных текстов: дискредитация имиджа: дис. ... канд. филол. наук. М.: Российский университет дружбы народов, 2014. 182 с.
- Добросклонская Т.Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., 2008. 203 с.

-
- Малышева Е.Г. «Город мертв»: концентрация негативного в медиаобразе Омска // Коммуникативные исследования. 2014. № 2. С. 50–59.
- Малышева Е.Г. Концепт ‘Губернатор’ в региональном массово-информационном дискурсе (на материале текстов радиальных и телевизионных СМИ Омской области) // Политическая лингвистика. 2009. Вып. 2 (28). С. 76–86.
- Мансурова В.Д. Журналистская картина мира как тип социокультурной реальности: дис. ... д-ра филос. наук. Барнаул, 2003. 275 с.
- Пронин Е.И. Психологические проблемы современной журналистики // Проблемы медиапсихологии / сост. Е.Е. Пронина. М.: РИП-холдинг, 2002. URL: <http://evartist.narod.ru/text7/39.htm> (дата обращения: 15.05.2015).
- Рогозина И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: дис. ... д-ра филол. наук. Барнаул: АГУ, 2003. 430 с.

References

- Bogdan, E.N. (2007), *Mediaobraz Rossii kak sredstvo konsolidatsii obshchestva: strukturno-funktional'nye kharakteristiki* [Media image of Russia as a way to consolidate society: structural and functional characteristics], Dissertation, Moscow, MGU publ., 219 p.
- Dobrosklonskaya, T.G. (2008), *Medialingvistika: sistemnyi podkhod k izucheniyu yazyka SMI* [Media linguistics: a systematic approach to the study of media language], Moscow, 203 p.
- Galinskaya, T.N. (2013), Media image and the problem of its reconstruction in modern linguistics. *Vestnik of the Orenburg State University*, No. 11 (160), pp. 91-94. (in Russian)
- Glagoleva, A.V. (2014), “Chuzhoe slovo” v zagolovkakh gazetykh tekstov: diskreditsiya imidzha [“Foreign words” in newspaper headlines: image discreditation], Dissertation, Moscow, The Peoples’ Friendship University of Russia publ., 182 p.
- Malysheva, E.G. (2014), “City of the dead”: the concentration of negative mediaimage of Omsk. *Communication Studies*, No. 2. pp. 50-59. (in Russian)
- Malysheva, E.G. (2009), Concept ‘governor’ in regional mass-informational discourse (based on the material of radio and TV texts from the mass media of Omsk Region). *Political linguistics*, Iss. 2 (28), pp. 76-86. (in Russian)
- Mansurova, V.D. (2003), *Zhurnalistskaya kartina mira kak tip sotsiokul'turnoi real'nosti* [Journalistic picture of the world as a type of social and cultural reality], Dissertation, Barnaul, 275 p.
- Pronin, E.I. (2002) *Psikhologicheskie problemy sovremennoi zhurnalistiki* [Psychological problems of modern journalism]. Pronina E.E. (Comp.) *Problemy mediapsikhologii* [Mediapsychology’ problems], Moscow, RIP-kholding publ., available at: <http://evartist.narod.ru/text7/39.htm> (access date: May 15, 2015).
- Rogozina, I.V. (2003), *Media-kartina mira: kognitivno-semioticheskii aspekt* [Media picture of the world: cognitive and semiotic aspect], Dissertation, Barnaul, AGU publ., 430 p.
-

MODELING OF OMSK MEDIA IMAGE ACCORDING TO MODERN BLOGOSPHERE

E.G. Malysheva

Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)

Abstract: The article is devoted to the reconstruction of Omsk media image according to the texts of contemporary regional blogosphere (Twitter and LiveJournal). We identify and analyze frequent metonymic model that helps to create media image of the Omsk region in the Internet texts. The author made conclusions about the uniquely negative nature of Omsk media image and stereotype model “Omsk is the city we lost” in the texts of the blogosphere, as well as about the need to change stereotypical attitudes towards Omsk using non-trivial information policy in the region and to intensify work of official Omsk mass media in this area.

Key words: media image, metonymic model, blogosphere.

For citation:

Malysheva, E.G. (2016), Modeling of Omsk media image according to modern blogosphere. *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 92-106. (in Russian)

About the author:

Malysheva Elena Grigoryevna, Prof., Head of the Chair of Journalism and Media Linguistics

Corresponding author:

Postal address: 55a Mira pr., Omsk, 644077, Russia

E-mail: malysheva_eg@mail.ru

Acknowledgements:

The publication was prepared within the framework of a research project supported by the Russian Foundation for Humanities No. 16-14-55003 “Media sphere of Omsk region: structure, channels, values, new discursive practices”

Received: November 15, 2016

ЕСТЬ КОНТАКТ? О КОММУНИКАТИВНЫХ ДЕВИАЦИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ

О.И. Северская

Институт русского языка им. В.В. Виноградова (Москва, Россия)

Аннотация: Рассматриваются проблема виртуализации речевой коммуникации в цифровую эпоху и те девиации, которые отличают реальное речевое общение. Отмечается изменение объема и содержания самих понятий «контакт», «коммуникация» и «общение», анализируются их определения в современных толковых и энциклопедических словарях. Парадоксальность актуальной коммуникативной ситуации заключается в том, что при почти непрерывном физическом контакте, постоянном пребывании в состоянии «на связи» коммуникативный контакт ослабляется, а порой и вовсе утрачивается. Влияние текстинга, общения в блогосфере и в чатах при контактном речевом взаимодействии сказывается в упрощении этикетных речевых формул, стандартизации речевых жанров, шаблонности коммуникации, замене синонимических рядов словами-классификаторами, своего рода «ярлыками», упрощении эмоциональных реакций и оценок, а также в утрате навыка автоматических речевых реакций на стандартные ситуации. Уделяется внимание мозаичности и фрагментарности виртуализированной коммуникации, которая проявляется в предубежденном восприятии сообщаемой информации: человек часто слышит и видит то, что хочет услышать и прочесть, проявляя тем самым неуважение к партнеру. Анализируются и отношения адресанта и адресата. Реальные примеры показывают, что в них превалирует самопрезентация адресанта, для которого Другой превращается в некий «виртуальный персонаж». Это говорит об утрате участниками коммуникации способности к эмпатии и нарушении основных принципов кооперации при общении. Делается вывод, что в цифровую эпоху вербальное общение значительно изменяется под влиянием виртуального, а коммуникация часто превращается в коммуникативный симулякр.

Ключевые слова: теория коммуникации, виртуализация, вербальное общение, виртуальное общение, речевое взаимодействие, адресант и адресат, контакт, девиации.

Для цитирования:

Северская О.И. Есть контакт? О коммуникативных девиациях цифровой эпохи // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 107–119.

Сведения об авторе:

Северская Ольга Игоревна, кандидат филологических наук, ведущий научный сотрудник отдела корпусной лингвистики

Контактная информация:

Почтовый адрес: 119019, Россия, Москва, ул. Волхонка, 18/2

E-mail: oseverskaya@yandex.ru

Дата поступления статьи: 03.12.2016

Нет больше радости в жизни,
чем радость человеческого общения.

А. де Сент-Экзюпери

Слово «контакт» вынесено в заглавие статьи не случайно. В большинстве толковых словарей русского языка (о чем свидетельствует поисковый контент академического сайта www.slovari.ru) у него два определения: «техническое», соединяющее в единую цепь проводники и относящееся к самому месту такого соединения, и «общечеловеческое», согласно которому **контакт** – это, во-первых, непосредственное общение с кем-либо, а во-вторых, взаимное понимание, согласованность. «Общение», другое ключевое слово, в современных словарях получает немного неуклюжее толкование: «взаимные сношения, деловая или дружеская связь», и тем не менее даже такая формулировка подчеркивает моменты взаимности и связанности при возникающих контактах. Суть же общения лучше всего раскрывает словарь В.И. Даля – через глагол «общаться», в значениях «приобщаться, соединяться, быть заодно».

Как представляется, в условиях коммуникации в нашу, так называемую цифровую эпоху, меняется само представление об **общении** и возникающих между людьми **контактах**, а следовательно, и объем и содержание самих понятий. Это отчасти уже отражают словари лингвистических терминов, в которых разводятся **вербальное** и **виртуальное общение** и трактуется само понятие коммуникативной **виртуальности** как возможности особых контактов и их условности, кажущейся реальности [Азимов, Щукин 2009: 35; 39]. Претерпевает изменение и определение коммуникации. В «доцифровое» время в энциклопедиях значилось: «**Коммуникация** (лат. *communicatio*, от *communico* – делаю общим, связываю, общаюсь) – общение, обмен мыслями, сведениями, идеями и т. д. – специфическая форма взаимодействия людей в процессе их познавательной-трудовой деятельности» [ЛингвЭС 1990: 233]. Сегодня **общение** уже не является синонимом **коммуникации**, которая определяется как некий почти что технический процесс, правда, осуществляемый с определенной целью: «**Коммуникация** (от лат. *communicatio* – сообщение, передача). Специфический вид деятель-

ности, содержанием которого является обмен информацией между членами языкового сообщества для достижения взаимопонимания и взаимодействия» [Азимов, Щукин 2009: 106]. Действительно, под влиянием виртуальной, реальная коммуникация сегодня все больше и больше сосредотачивается на самом факте трансляции сообщений по коммуникативным каналам и все меньше принимает во внимание установление контакта между участниками «общения» – контакта в его прагматическом, а не «техническом» понимании.

О том, что это действительно так, говорят две случайно подсмотренные сценки в московских кафе.

Героями первой были двое юных, лет 18–20, влюбленных, свидание проходило 14 февраля, в день Святого Валентина. В течение полутора часов девушка и юноша просматривали свои айфоны, попивая коктейли и ни разу (!) не подняв глаза друг на друга. Пару раз, все так же не глядя на спутника, девушка **сообщила** ему, **что пишут и куда собрались их общие друзья**. Попросив счет, парочка обнялась и удалилась со своими шариками в форме обязательных сердечек.

Во второй раз участниками подобной коммуникации стали две подруги лет 35–40, не поленившиеся встретиться в кафе ранним утром в воскресенье. После часового «общения» со своими гаджетами и двух-трех реплик по поводу прочитанных и представляющих (по мнению адресантов) взаимный интерес сообщений (А.: *У Кати, оказывается, уже двое внуков...* – В.: *Да ладно?!;* В.: *В N. распродажа... вернее, акция «2 по цене 1»... пойдём?* – А.: *Ммм...*), подруги поднялись и с удовлетворением подвели итог: *Как хорошо, что мы встретились! Хоть пообщались наконец!*

Между тем **общением** этот формальный **контакт** назвать, конечно, трудно. Во всяком случае, **речевое общение** было минимальным. Как и **коммуникация**, если, конечно, не понимать под таковой простой обмен речевыми сигналами.

С одной стороны, контакт как техническая возможность осуществления коммуникации сегодня практически не прерывается. Не случайно даже конкретные обозначения возможностей взаимодействия уходят вместе с традиционными этикетными формулами прощания *До свидания!* / *До встречи!* (или *До звонка!*) и заменяются современными *До связи!* и *На связи!* Это отмечает М.А. Кронгауз, уточняя: «Под связью имеется в виду телефонный звонок, Скайп, электронная почта, социальная сеть, блогосфера, чат, да мало ли еще как позволяют связаться современные технологии. Связь в этом смысле стала важнее, привычнее и, значит, нейтральнее встречи. Она теперь точка отсчета». Он видит и другую важную особенность: «Если *До связи!* формально указывает на возможность и ожидание нового контакта с помощью новых технологий, то вторая формула (*На связи!* – О. С.) подчеркивает, что контакт теперь вообще не прерывается, а мы

висим себе где-то во всеобщем коммуникативном пространстве, скованные одной цепью коммуникаций, связанные одной целью перманентного общения» [Кронгауз 2013: 355–356]. Не секрет, что не только подростки, но и некоторые взрослые остаются сегодня *на связи* и днем, и ночью, прерывая свой сон по сигналу входящего сообщения. Н.И. Клушина в связи с этим замечает, что *homo digitalis* «растерял эстетику *молчания*», а непрерывность поддерживаемых им «связей» приводит к многократному усилению информационного шума и засоряет общее коммуникативное пространство: «Парадоксально, но чрезмерное присутствие человека в информационной среде приводит к ее дегуманизации» [Клушина 2016: 286].

С этим связана и другая сторона проблемы: при непрерывности физического контакта, коммуникативный контакт практически отсутствует. И это связано с отрицательным влиянием виртуальной коммуникации на реальную.

В лингвистических исследованиях «текстинга» и интернет-общения указывается прежде всего на экспансию письменной формы языка в те сферы, где раньше царила устная, и – одновременно – ее «орализацию», а также на приверженность к коммуникативному «копипейсту» [Кронгауз 2013: 356, 357].

Влияние «текстинга» проявляется прежде всего в тенденции к упрощению и сокращению речевых формул, а также в приверженности разного рода шаблонам. Довольно ярко это проявляется в деловой сфере и сфере обслуживания.

Например, в деловой переписке, игнорирующей эпистолярные нормы и причудливо сочетающей стандарты устной коммуникации, стиль эсэмэсок, чатов и блогов с канцелярскими оборотами [Северская 2015], а под ее влиянием – и в личных электронных письмах, используется шаблонное обращение *Здравствуйте / добрый день, Иван Иванович!* Иногда приветствие сокращается до загадочно-уродливых форм *ДУ* ‘доброе утро’, *ДД* ‘добрый день’, *ДВ* ‘добрый вечер’ и даже *ДВС* ‘доброе время суток’, вызывающих раздражение у адресатов: *А я однажды в ступоре думаю что же значит ДУ! в начале письма... потом дошло, что это пожелание доброго утра))) <...> ДД, ДВ, правда ДУ еще не было. Это сейчас так модно начинать письма? <...> Темная я старушка, все голову ломала – что это за ДД?:) В голову не приходило приветствия сокращать, да и невежливо как-то, мне кажется. <...> А я сначала не могла понять что это ДД означает вообще, потом дошло))) Считаю, что это бред* (<http://conf.7ya.ru/fulltext-thread.aspx?cnf=Buytalk&trd=180090>). В устной форме коммуникации *Добрый день!* в ответном приветствии, как правило, сокращается до *Добрый...*

В сфере обслуживания с недавних пор вместо *Приятного аппетита!* все чаще звучит короткое *Приятного!* Мода на это выражение пришла в Россию в 2013 г., не исключено, что с Украины, из тех районов, где сильна

интерференция украинского и русского языков (об этом свидетельствует, в частности, обсуждение в 2011 г. правомерности подобной замены на одном из харьковских интернет-форумов: www.kharkovforum.com/archive/index.php/t-1998580.html). Соответственно (хотя в русском языке логичнее прозвучало бы иное сокращение – *Аппетита!*), можно предположить влияние украинского этикетного *Смачного!* Начиная с 2015 г., когда выражение прозвучало сразу в нескольких популярных в России телесериалах («Молодежка», «Кухня» и т. п.), *Приятного!* желают почти повсеместно. Заметно распространились и иные коммуникативные шаблоны.

Например, официанты заученно предлагают: *Сок или водичку, пока выбираете / ожидаете?* Приняв и повторив заказ, обязательно «соблазняют» тем или иным продвигаемым *десертом или еще чем-то, что стоит «попробовать»*, а перед тем, как принести счет, – *предложениями по специальной цене и напитками на вынос*. Такое общение напоминает некий магический ритуал, но вряд ли может быть названо эффективным: как правило, клиент отвергает все предложения и раздражается от «навязывания» услуг.

Еще один пример – телефонный маркетинг. В ходе разговора одна сторона пытается продать продукт или услугу, опять же произнося заранее составленный и заученный текст и не заботясь о том, чтобы быть воспринятым и услышанным, как в этом случае из личной практики: *Здравствуйте, меня зовут N., я представляю компанию МГТС, у нас для вас прекрасное предложение: мы предлагаем расширить возможности вашего тарифа, всего за 45 руб. в месяц... – Простите, мне это не интересно. – Но дослушайте до конца! Всего за 45 руб. в месяц... – Спасибо, я это выслушиваю уже пятый раз, мне это не нужно. – Но вы ни разу, наверное, до конца не дослушали! – Скажите, разве я не могу просто отказаться от услуги?! Зачем вы отнимаете у меня время? – Но...* (в этом месте разговор был прерван по инициативе клиента; обычно, как и в случае с сообщениями робота, разрыв коммуникации происходит еще раньше).

Если адресат, вступая в коммуникацию, разрушает шаблон, адресант испытывает фрустрацию и не может спонтанно реагировать, поскольку ожидает определенного ответа и «пропускает мимо ушей» прозвучавшее в реальности. Иными словами, у адресанта отсутствует необходимая для успешного речевого взаимодействия «настройка на реципиента» и соответствующая коммуникативная установка [Северская 2016: 1540–1542].

Приверженность «формульному общению» легко объяснима: человек в современных условиях все больше обращается к разного рода устройствам, которые предлагают ему «создать шаблон», – от шаблона СМС до шаблонов банковских платежей. При этом виртуальная коммуникация «по образцу» заставляет забыть вербальные стереотипы.

Наблюдения над жизнью города и горожан показывают, что к вербальной коммуникации наши современники прибегают от безысходно-

сти и стереотипными реакциями, соответствующими определенным ситуациям, в массе уже не владеют. Чрезвычайно редко теперь извиняются за доставленные неприятности, никогда не просят уступить дорогу, место уступают молча, даже вопрос, *выходит* или *сходит* сосед-пассажир на ближайшей остановке, не актуален, поскольку эти слова не звучат, да и потенциальный адресат вряд ли их услышал бы, поглощенный своим айфоном или плеером, чьи «голоса» и звучат в наушниках.

Сегодня на улице возможен (опять пример из личной практики) такой диалог:

– *Молодой человек, вы меня уже три раза «подрезали», не проще было попросить уступить вам дорогу?*

– *(удивленное молчание)*

– *Вот если вы на машине или на велосипеде, вы сигналите пешеходу?*

– *Конечно. Жму на клаксон.*

– *А почему голосом и словами вместо клаксона не пользуетесь?*

– *В смысле?*

– *Можно сказать: «Разрешите пройти», «пропустите, пожалуйста», ну или «можно вас обогнать?» – например, так...*

– *(раздраженное молчание).*

Автору довелось еще дважды напоминать правила речевого поведения в однотипных ситуациях: молодому человеку, ударившему проходившую рядом женщину наотмашь распахнутой дверью метро, и мужчине средних лет, столкнувшемуся в университетском коридоре с незнакомой ему женщиной-преподавателем и пролившему на нее горячий кофе. Оба испытывали некоторое замешательство, понимая, что причиненный контрагенту ущерб требует какой-то моральной компенсации, но переживали неловкость молча, выражая ее разве что мимикой досады. Прозвучавшая подсказка – *В таких случаях обычно говорят: «Извините (простите), пожалуйста!»* – вызвала некий «когнитивный диссонанс»: по всей вероятности, эти люди привыкли запускать клавишей Enter определенную строчку меню или «жать» на соответствующий смайлик, а тут «волшебная кнопка» отсутствовала.

Смайлики (эмотиконы) в виртуальной коммуникации играют особую роль: изначально они помогали отличить переносный смысл от буквального, шутку от «не-шутки», а сегодня уже трудно понять, чем является смайл – знаком препинания или чувства [Кронгауз 2013: 153–164]. В любом случае, смайлики схематизируют эмоции, сводя сопутствующую коммуникации эмоциональность и оценочность к минимуму. Именно поэтому М.А. Кронгауз, комментируя введение социальной сетью Facebook шестичленной системы предлагаемых для автоматического использования эмотиконов, говорил об известной опасности этого новшества: «За пределами “хорошо” и “плохо” остается еще целый мир, а за пределами шести эмо-

ций может ничего не остаться. В этом смысле (как ни странно) более бедная система семиотически менее вредна, чем более богатая» [Кронгауз 2016]. Наряду со смайликами в виртуальной коммуникации широко используются и эмодзи-стикеры (или «наклейки»), своего рода «ярлычки», которыми помечаются фрагменты действительности и соответствующие им высказывания. Как ни печально это звучит, аналогии есть и в вербальной коммуникации.

Например, весь спектр эмоциональных реакций выражают сегодня амбивалентные (употребляющиеся как со знаком «плюс», так и со знаком «минус») выражения *Я в шоке!* и *Да ладно?!* Кроме того, все чаще встречается в реальной коммуникации выраженный словом виртуальный эмодзи-стикер *Ничоси*. Параллельный процесс идет в лексическом поле. Во-первых, все больше синонимических рядов заменяется неким словом-классификатором (например, глагол *озвучить* становится знаком любых речемыслительных феноменов, а *острые, неудобные, деликатные, трудные, сложные вопросы* превращаются в *тяжелые*) и все чаще встречается прономинализация (в частности, словом *история* сегодня обозначается что угодно) [Вознесенская, Северская 2012]. Во-вторых, сегодня можно видеть и замену однозначных и ассоциативно нагруженных слов хэштегами, как в именном «шекспировском» поезде, курсировавшем в московском метро осенью 2016 г.: *#ум, #честь, #совесть, #дружба, #любовь*, – хоть темой и были «шекспировские страсти», хэштеги почти каламбурно превращали слова в нечто бесстрастное, и неслучайно снятая эмоциональность на стенах вагонов компенсировалась стикерами и смайликами.

То, что эмоциональность в современной коммуникации выхолащивается, «виртуализируется», показывают два нижеследующих примера реальных коммуникативных ситуаций.

Первый был приведен П.Д. Дорониной в докладе «*Ничоси!* и др. Креатив в интернет-коммуникации подростков» на конференции «Абсурд в языке и коммуникации» (Москва, РГГУ, 29–30 ноября 2016 г.). Ей случилось наблюдать, как горожане один за другим проходили мимо поскользнувшегося и упавшего человека, а девушка-студентка прокомментировала ситуацию, снабдив ее заимствованным из виртуальности словом-стикером *Д* «Доброта», так и не протянув пострадавшему руку помощи. Тем самым реакция была хоть и вербальной, но не адекватной.

Другая сценка – из собственного опыта, полученного в одной из московских поликлиник. Женщина с приступом стенокардии, проведя в живой очереди к терапевту больше часа, вежливо спросила у сменившего приходивших «по времени» старичков и старушек молодого человека, закрывавшего больничный: *Вы не могли бы меня пропустить? У меня очень болит сердце, я уже больше часа жду, мне бы направление на кардиограмму...* Ответ формально не выходил за рамки приличий: *Вы же не спраши-*

ваите меня о моих планах на вечер? А если сердце болит или там давление, вызывайте скорую, – но, произнесенный бесстрастным, «ничего личного, только бизнес» тоном, звучал оскорбительно. Пациентка и ее соседка по очереди вместе вздохнули: Что происходит сегодня с мужчинами? Никакого рыцарства... И в этот момент бесстрастность их контрагента сменялась гневом: Женщины, у вас все с головой в порядке?! Вы при мне меня обсуждаете! – приводить весь не вполне академический словесный поток в рамках академического изложения вряд ли уместно.

Достаточно резюмировать: и в первом, и в другом случае адресат для адресанта – «виртуальный персонаж», нечто вроде «покемона» или «тамагочи», которого в случае опасности или летального исхода можно «перезапустить»; себя же адресант ощущает «человеком во плоти» и потому отличается повышенной эмоциональностью и обидчивостью на своем «полосе» при смене коммуникативных ролей.

Нужно заметить, что о «виртуализации» общества, культуры и коммуникации, в том числе о рисках, которые «виртуализация» в себе таит, написано уже немало, но в основном не лингвистами (которые предпочитают анализировать собственно интернет-дискурс [Иссерс 2012; Кронгауз 2013]), а философами и социокультурологами.

Л.В. Баева, называя **виртуализацией** «замещение реальных процессов и явлений виртуальными формами» [Баева 2014: 6], обращает внимание на «определенную специфику субъект-субъектных отношений в современном виртуальном общении, связанную как с самопрезентацией, так и с восприятием Другого»: самопрезентация, по ее мнению, это своеобразный процесс общения с самим собой, хотя по форме и адресованного Другому; виртуальность же отнимает у современного человека ответственность перед Другим, свойственную реальному общению, глубину понимания Другого и сопереживание ему, принося качество общения в жертву количеству контактов [Баева 2014: 8–9]. И факты это подтверждают. В норме коммуникация имеет двунаправленный и партнерский характер. В современном же общении преобладает вектор центробежного дискурса: сообщая какую-то информацию или отвечая на информационный запрос, мы не слишком заинтересованы в адресате. Главное сегодня – высказаться, «себя показать», а на другого мы согласны именно «посмотреть» как на некий объект, причем в нашем восприятии отнюдь не всегда одушевленный.

Близкую точку зрения высказывает О.И. Елхова: по ее словам, «кажущиеся на первый взгляд привлекательными новые возможности в конечном результате оборачиваются бытием среди обезличенных Других. <...> ...Индивидуальность растворяется в усредненности. <...> ...Контакты, общение, наполненная эмоциональная жизнь в Сети являются всего лишь иллюзией» [Елхова 2010]. О порожденных виртуализацией «коммуникативных симулякрах», стремительной стандартизации и качествен-

ных и количественных изменениях основных ценностей см. также: [Лопатинская 2014].

Риск в трансляции упрощенных форм взаимодействия из виртуальной коммуникации в реальную видит А.А. Заморкин [Заморкин 2014: 10]. Снижение ценности реального общения, рост индивидуализма и нарциссизма под влиянием виртуальной коммуникации наблюдают К.В. Еремина и Д.В. Шкурин, особое внимание обращая на мозаичность современного общения и нарушения в нем целостности восприятия [Еремина, Шкурин: 105, 107]. Мозаичность, фрагментарность, как представляется, также говорят о преобладании «технического» контакта над прагматическим и об известном пренебрежении к партнеру по коммуникации: сегодня можно говорить о коммуникативных потерях, возникающих при восприятии сообщения «на слух», т. е. при аудировании, а также о невнимании к высказываемому и «на письме», – проще говоря, даже при том, что текст сообщения можно перечитать, воспринимается и находит ответ лишь произвольно выхваченная глазом его часть, то же касается и бесконечных вопросов в комментариях к постам, ответы на которые уже были даны автором другим комментаторам или в самом сообщении.

Таким образом, можно с сожалением констатировать: сегодня будет справедливым говорить о симуляции коммуникации, вербальных контактов, общения, наряду с другими институциональными изменениями [Зотов 2009: 15], вызванными экспансией виртуального в нашу жизнь. Действительно, нарушаются все принципы кооперации, все условия успешного общения, сформулированные Г.П. Грайсом: **заинтересованность** в коммуникации; **паритетность** общения, установка на **партнерские** отношения; **настроенность на мир собеседника**; **умение слушать** и вникать в коммуникативный замысел говорящего; **способность говорящего варьировать способ языкового представления** [Грайс 1985], – что было показано на многих приведенных примерах. И коммуникативные девиации во многом обусловлены виртуализацией, приводящей порой к утрате участниками коммуникации контакта, а вместе с ним и воспетой А. де Сент-Экзюпери «радости человеческого общения».

Список литературы

- Азимов Э.Г., Шукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: ИКАР, 2009. 448 с.
- Баева Л.В. Виртуальная коммуникация: классификация и специфика // Изв. Саратов. ун-та. Нов. серия. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2014. Т. 14, вып. 4. С. 5–10.
- Вознесенская М.М., Северская О.И. «Озвучим как бы вполне себе вменяемую историю...» (о «модных словах» русского языка XXI в.) // Вариативность в языке и коммуникации: сб. науч. ст. [по материалам одноименной конференции] / сост. и отв. ред. Л.Л. Федорова. М.: Изд-во РГГУ, 2012. С. 140–159.

- Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. М.: Прогресс, 1985. С. 217–237.
- Елхова О.И. Виртуальная реальность коммуникации. 2010. URL: <http://psibook.com/sociology/virtualnaya-realnost-kommunikatsii.html> (дата обращения: 03.12.2016).
- Еремина К.В., Шкурин Д.В. Виртуальное общение как вид социальной коммуникации современной молодежи: последствия использования // Научное сообщество студентов XXI столетия. Общественные науки: сб. ст. по материалам XI междунар. студ. науч.-практ. конф. (21 мая 2013 г.). Новосибирск: Изд-во СибАК, 2013. С. 102–109. URL: <http://sibac.info/archive/social/11.pdf> (дата обращения: 03.12.2016).
- Заморкин А.А. Виртуальные коммуникации как социокультурный феномен современности: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Ставрополь: Сев.-Кавк. фед. ун-т, 2014. 23 с.
- Зотов В.В. Информационно-коммуникативные основы институциональных изменений современного российского общества: автореф. дис. ... д-ра социол. наук. М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2009. 51 с.
- Иссерс О.С. Люди говорят... Дискурсивные практики нашего времени. Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2012. 276 с.
- Клушина Н.И. Гуманистическая концепция современных массмедиа // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. Вып. 5. Материалы V Конгресса РОПРЯЛ (г. Казань, 4–8 октября 2016 г.). СПб.: РОПРЯЛ, 2016. С. 283–286.
- Кронгауз М.А. «Шестилайковая система Facebook опасна». 2016. 26 февраля. URL: <http://slovari21.ru/analytics/1514> (дата обращения: 03.12.2016).
- Кронгауз М.А. Самоучитель олбанского. М.: АСТ: CORPUS, 2013. 416 с.
- ЛингвЭС – Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990. 685 с.
- Лопатинская Т.Д. Виртуализация современной культуры и ее феноменов // Теория и практика общественного развития. 2014. № 4. С. 34–38.
- Северская О.И. Деловой русский язык: особенности тренинга // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. Вып. 5. Материалы V Конгресса РОПРЯЛ (г. Казань, 4–8 октября 2016 г.). СПб.: РОПРЯЛ, 2016. С. 1539–1544.
- Северская О.И. Современная электронная переписка в свете русского эпистолярного наследия и сетикета // Верхневолжский филологический вестник. 2015. № 2. С. 20–27.

References

- Azimov, E.G., Shchukin, A.N. (2009), *Novyi slovar' metodicheskikh terminov i ponyatii (teoriya i praktika obucheniya yazykam)* [A new dictionary of methodological terms and concepts (theory and practice of language training)], Moscow, IKAR publ., 448 p.
- Baeva, L.V. (2014), Virtual Communication: Classification and Specific. *Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Philosophy. Psychology. Pedagogy*, Vol. 14, No. 4, pp. 5-10. (in Russian)

- Elhova, O.I. (2010), *Virtual'naya real'nost' kommunikacii* [*Virtual Reality of Communication*], available at: <http://psibook.com/sociology/virtualnaya-realnost-kommunikatsii.html> (accessed date: December 03, 2016).
- Eremina, K.V., Shkurin, D.V. (2013), Virtual'noe obshchenie kak vid social'noi kommunikacii sovremennoi molodezhi: posledstviya ispol'zovaniya [Virtual communication as a form of today's youth social communication: the consequences of using]. *Nauchnoe soobshchestvo studentov XXI stoletiya. Obshchestvennye nauki* [*Scientific Community of XXI century Students. Social Sciences*], Collection of scientific articles on the XI international Scientific and Practical Students Conference materials, Novosibirsk, SibAK publ., pp. 102-109, available at: <http://sibac.info/archive/social/11.pdf> (accessed date: December 03, 2016).
- Grice, H.P. (1985), Logic and conversation. *New in foreign linguistics*, Moscow, Progress publ., Vol. XVI, pp. 217-237. (in Russian)
- Issers, O.S. (2012), *Lyudi govoryat... Diskursivnye praktiki nashego vremeni* [*People say... Discursive Practices of our Time*], Omsk, 276 p.
- Klushina, N.I. (2016), Gumanisticheskaya koncepciya sovremennykh massmedia [The humanist concept of the modern mass media]. *Dinamika yazykovykh i kul'turnykh processov v sovremennoi Rossii* [*The Dynamics of Linguistic and Cultural Processes in contemporary Russia*], vol. 5, Materials of the V Congress MAPRYAL (Kazan, October 4-8, 2016), St. Petersburg, pp. 283-286.
- Kronhaus, M.A. (2016), "Shestilaikovaya sistema Facebook opasna" ["Six likes System of Facebook is dangerous"], available at: <http://slovvari21.ru/analytics/1514> (access date: December 03, 2016).
- Kronhaus, M.A. (2013), *Samouchitel' olbanskogo* [*Albanian Teach-yourself*], Moscow, AST publ., CORPUS publ., 416 p.
- Lopatinskaya, T.D. (2014), Virtualization of modern culture and its phenomena. *Theory and Practice of Social Development*, No. 4, pp. 34-38. (in Russian)
- Severskaya, O.I. (2016), Delovoi russkii yazyk: osobennosti treninga [Business Russian: Training Considerations]. *Dinamika yazykovykh i kul'turnykh processov v sovremennoi Rossii* [*The Dynamics of Linguistic and Cultural Processes in contemporary Russia*], vol. 5, Materials of the V Congress MAPRYAL (Kazan, October 4-8, 2016), St. Petersburg, pp. 1539-1544.
- Severskaya, O.I. (2015), Modern e-mail correspondence in the mirror of Russian epistolary heritage and netiquette. *Verhnevolzhski philological bulletin*, No. 2, pp. 20-27. (in Russian)
- Voznesenskaya, M.M., Severskaya, O.I. (2012), "Ozvuchim kak by vpolne sebe vmenyaemyu istoriyu" (o "modnyh" slovah russkogo yazyka XXI veka) ["Fashionable" words in the Russian Language of the beginning of the XXI century (ozvuchit', kak by, vpolne sebe, vmenyaemoye, istoriya)]. Fedorova L.L. (Comp. & Ed.) *Variativnost' v yazyke i kommunikacii* [*Variability in language and communication*], Collection of scientific articles on the same-titled conference materials, Moscow, RGGU publ., pp. 140-159.
- Yarceva, V.N. (Ed.) (1990), *Linguistic encyclopedic dictionary*, Moscow, Sovetskaya encyclopedia publ., 685 p.

- Zamorokin, A.A. (2014), *Virtual'nye kommunikacii kak sociokul'turnyi fenomen sovremennosti* [*Virtual communication as a sociocultural phenomenon of the present*], Abstract of PhD thesis, Stavropol, 23 p.
- Zotov, V.V. (2009), *Informacionno-kommunikativnye osnovy institucional'nyh izmenenii sovremennogo rossiiskogo obshchestva* [*Information and Communication Bases of Institutional Change of Modern Russian Society*], Abstract of PhD thesis, Moscow, 51 p.

ARE YOU IN CONTACT? COMMUNICATIVE DEVIATIONS OF THE DIGITAL AGE

O.I. Severskaya

V.V. Vinogradov Russian Language Institute of the Russian Academy of Sciences
(Moscow, Russia)

Abstract: The article is devoted to the virtualization of verbal communication in the digital age and deviations that distinguish the real interaction and conversation. The author notes the change in the scope and content of the concepts *contact*, *communication* and *interpersonal dealings*, analyzing their definitions in the modern explanatory and encyclopedic dictionaries. The paradox of the actual communicative situation is that staying in almost constant physical contact, constantly being in the state "connected", we weaken the communicative contact, and sometimes lose it. The influence of texting, communication in the blogosphere and in chat rooms is evident in the simplification of the speech etiquette formulas, standardization of speech genres, stereotyped communication, replacement of synonymous series by words, classifiers of the kind of "labels", the facilitation of emotional reactions and appraisals, as well as the loss of practice of automatic verbal reactions to standard situations. The author draws attention to the mosaic and fragmentary nature of virtualized communication, which manifests itself in prejudiced perception of information: a person often sees and hears what he wants to hear and read, thus showing disrespect to the communicative partner. The article also analyzes the relationship of the addresser and the addressee. Real examples demonstrate the prevalence of self-presentation of the addresser, for which the Other is transformed into a "virtual character". This points to the loss of the communicators capacity for empathy and to the violation of the main principles of communicative cooperation. The author comes to the conclusion that in the digital age verbal communication varies considerably under the influence of virtual communication and often turns into a simulacrum of interaction.

Key words: theory of communication, virtualization, verbal communication, virtual communication, conversation, the addresser and the addressee, contact, deviation.

For citation:

Severskaya, O.I. (2016), Are you in contact? Communicative deviations of the digital age. *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 107-119. (in Russian)

About the author:

Severskaya Olga Igorevna, Dr., Leading Researcher of the Corpus Linguistics
Department

Corresponding author:

Postal address: 18/2 Volkhonka st., Moscow, 119019, Russia

E-mail: oseverskaya@yandex.ru

Received: December 3, 2016

МЕЖЪЯЗЫКОВЫЕ ЭМОТИВНЫЕ ЛАКУНЫ В ПЕРЕВОДЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

Г.С. Сырица

Даугавпилсский университет (Даугавпилс, Латвия)

Аннотация: Рассматриваются межъязыковые лакунарные эмотивы *задор, надрыв, отрада*, представленные в художественном дискурсе, в частности в романах Ф.М. Достоевского, и их перевод на немецкий язык. Для анализа привлекались разные переводы одного и того же произведения, а также примеры использования лакун в поэтическом дискурсе и их переводы. Как показал анализ, семантика эмотивных лакун характеризуется расплывчатостью, неясностью, их значение истолковывается с помощью синонимов. Анализ фразеологизмов и паремий, а также контекстов их использования в художественном дискурсе позволяет в той или иной степени конкретизировать значение и коннотативный фон эмотивов. Перевод лексем на немецкий язык в художественном тексте осуществляется с помощью транслитерации, а также квази-синонимов, неизбежно приводящих к потере значимых смыслов. Семантика транслитерированных лакун уточняется с помощью комментария в конце текста. О лакунарности эмотивов свидетельствует также их пропуск в переводе. Перевод текста позволяет не только выявить лакуны, но и определить способы их компенсации.

Ключевые слова: эмотивные лакуны, семантика, перевод, художественный дискурс, немецкий язык.

Для цитирования:

Сырица Г.С. Межъязыковые эмотивные лакуны в переводе художественного текста // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 120–132.

Сведения об авторе:

Сырица Галина Стефановна, доктор филологии, ассоциированный профессор кафедры русистики и славистики

Контактная информация:

Почтовый адрес: 5403, Латвия, Даугавпилс, ул. Виенибас, 13

E-mail: galina.sirica@du.lv

Дата поступления статьи: 30.11.2016

Универсальный в основе своей мир эмоций имеет специфические особенности вербализации в каждой лингвокультуре. Показателем востребованности того или иного эмотива является широта его семантической структуры, степень вовлеченности во фразеологическую и паремиологическую систему, использование в различного рода дискурсах. Кроме того, базовые эмоции поддерживаются широкой системой синонимичных номинаций, часть из которых может отсутствовать в другом языке. И в этом смысле эмотивная лакунарность связана с системой лексем, репрезентирующих эмоциональную сферу человека. А. Вежбицка отмечает, что «способ интерпретации людьми своих собственных эмоций зависит, по крайней мере до некоторой степени, от лексической сетки координат, которую дает им их родной язык» [Вежбицкая 2001: 18]. Лакуны подобного рода выявляются в межкультурной коммуникации, при переводе художественных текстов и являются сигналом наличия в тексте оригинала культурно-специфичных особенностей. Эмотивные лакуны переводятся на другой язык, как правило, с помощью квазисинонимов, лишь приблизительно передающих их значение, в них есть семы непереводимости. Перевод художественного текста направлен на максимальную степень близости к оригиналу и расширяет синонимические ряды.

Материалом для исследования явился язык романов Ф.М. Достоевского и их переводы на немецкий язык. В ряде случаев для анализа привлекался также поэтический дискурс – стихотворения русских поэтов, в которых встречается рассматриваемая лакунарная эмотивная лексика, и их переводы. Н.Д. Арутюнова, описывая «слова, словечки и стилистические ходы, несущие особую функциональную нагрузку», «синтаксис неуправляемых действий» [Арутюнова 1996: 61, 76], пишет о том, что «в текстах Достоевского стилеобразующую функцию приобретают профилирующие черты русского языка, отражающие некоторые свойства национального характера и менталитета» [Арутюнова 1996: 85]. К ним она относит прежде всего две категории – «неопределенность и неагентивность», которые «составляют яркие типологические характеристики русского языка» [Арутюнова 1996: 82]. В эмоционально насыщенном художественном мире романов Ф.М. Достоевского особое место занимают эмотивы.

В книге «История слов» В.В. Виноградов пишет: «Для выражения душевных переживаний, психических состояний, внутренних качеств характера, индивидуальных своеобразий личности в русском языке служат не только отвлеченные славянизмы и литературно-книжные словообразования, но и многие народные слова. Эти народные слова, первоначально обозначавшие конкретные, бытовые процессы, явления и вещи, постепенно развивают, чаще всего в языке художественной литературы, на основе аналогических соответствий переносные, отвлеченные значения, относящиеся к духовной деятельности и организации человека» [Виноградов 1994: 183]. Одним из лакунарных эмотивов, восходящих к народному

языку, является лексема *задор* («горячность, пыл»), которая на основе этимологической связи с глаголом *задрать* (*задранный*) развивает переносное значение «задиристость, запальчивость» [МАС 1981, 1: 517], связанное с описанием качеств характера. Первоначальное значение этого слова – действие по глаголу *задрать* в значении «содрать», «загнуть кверху», а затем результат этого действия: «задранное место, место с задориной или задоринами, задорина» [Виноградов 1994: 184]. Этимологически связанным является фразеологизм *ни сучка ни задоринки*. Лакунарные эмотивы, как уже отмечалось, отражают культурно-специфичные черты и часто связаны с этнонимами: *русский задора ждет* [Даль 1998, 1: 488].

Лакунарные эмотивы часто характеризуются неоднозначностью, расплывчатостью, их семантика носит стохастический характер, для их истолкования в словаре избирается синонимический способ. Значимые компоненты значения эмотива и его коннотативный фон могут быть выявлены на основе анализа фразеологизмов и паремий, а также особенностей их функционирования в рамках того или иного дискурса. Так, паремия *задор забывает, что силы не хватает*, дающая большое количество вариантов (*задору много, да силы нет; задор того не знает, что мочи нет; задор берет, да мочи нет*), устанавливает связь с возрастом, здоровьем. Одновременно значимой является сема безрассудства: *задор силы не спрашивает; раззадорится воробей, так и кот не боится*. Связь с возрастом поддерживается поговоркой *у пожилых – опыт, у молодых – задор*. Паремии *не прямота бранится, а задор; задорливых всегда бьют; на задорном Буяне век шура в изъяне; когда рак черен, он куслив и задорен, а когда красен, никому не опасен* в большей степени характеризуют стиль поведения и связаны с указанием на ссоры, брань, драчливость. Одновременно актуализованной является сема смелости: *Черен, да задорен, бел, да не смел* [Даль 1998, 1: 488]. В создании коннотативного фона эмотива играет роль цветовая лексика (*черен*). Выражение *у всякого есть свой задор* восходит к «Мертвым душам» Гоголя, где автор описывает семь видов «задора»: *У всякого есть свой задор: у одного задор обратился на борзых собак; другому кажется, что он сильный любитель музыки и удивительно чувствует все глубокие места в ней; третий мастер лихо пообедать; четвертый сыграть роль хоть одним вершком повыше той, которая ему назначена; пятый, с желанием более ограниченным, спит и грезит о том, как бы пройтись на гулянье с флигель-адъютантом, напоказ своим приятелям, знакомым и даже незнакомым; шестой уже одарен такою рукою, которая чувствует желание сверхъестественное заломить угол какому-нибудь бубновому тузу или двойке, тогда как рука седьмого так и лезет произвести где-нибудь порядок, подобраться поближе к личности станционного смотрителя или ямщиков, – словом, у всякого есть свое, но у Манилова ничего не было. И в этом смысле отсутствие «задора» предстает как значимый душевный изъян, отсутствие личностного начала, как характеристика рода*

людей, известных под именем: люди так себе, ни то ни се, ни в городе Богдан ни в селе Селифан. Одновременно иронический стиль описания видов «задора» изначально устанавливает коннотативно-сниженный фон контекста.

Перевод лексемы на немецкий язык также фиксирует два значения: «1. Übermut, Eifer; Feuer 2. herausforderndes Verhalten» [ЛН 2009: 167], при этом основное значение передается с помощью трех квазисинонимов: *баловство (озорство), усердие (рвение), пылкость*, – в большей степени характеризующих стиль поведения. О размытости семантики лексемы свидетельствует и тот факт, что в переводе эмотива в художественном тексте появляются новые синонимы.

• *В самом деле, я, пожалуй, пуще для своего собственного задора тогда это говорил, как и угадал Раскольников* (Ф. Достоевский. Преступление и наказание).

В переводе используется глагол *aufstacheln* (зажечь, раззадорить): *Stimmt, das habe ich damals wohl gesagt, um vor allem mich selber aufzustacheln* (F. Dostojewskij. Verbrechen und Strafe).

• – *Пани Агриппина! – начал было маленький пан, весь красный от задора, как вдруг Митя, подойдя к нему, хлопнул его по плечу* (Ф. Достоевский. Братья Карамазовы).

В одном из переводов используется лексема *Trotz* (упрямство, упорство): *“Pani Agrippina!” begann der kleine Pole, puterrot vor Trotz* (F. Dostojewskij. Die Brüder Karamazow 2004), в другом – *Angriffslust* (задиристость, желание напасть; ср.: *angriffslustig* – «задиристый»): *“Pani Agrippina!” begann der kleine Pole, hochrot vor Angriffslust* (F. Dostojewskij. Die Brüder Karamazow 2008).

• *Рассказы англомана заключали в себе, должно быть, что-нибудь и веселое, потому что старичок начал, наконец, смеяться желчному задору рассказчика* (Ф. Достоевский. Идиот).

В обоих переводах романа лексема *задор* является опущенной: *der Alte begann endlich über die giftigen Einfälle zu lachen* (F. Dostojewskij. Der Idiot); *der alte Herr begann schließlich über dessen galligen Witz zu lachen* (F. Dostojewskij. Der Idiot 2010).

• *Но живет в нем задор прежней вправки / Деревенского озорника* (С. Есенин. Исповедь хулигана).

В переводе используется лексема *Übermut* (баловство, озорство): *Doch in ihm sind noch die alten Streiche, | der Dorfschule Übermut* (S. Jessenin. Gedichte).

Лексема *задорный* переводится двумя прилагательными: *angriffslustig* (задиристый), *widerborstig* (упрямый, строптивый).

• *Он вошел к Кириллову, имея вид злобный и задорный* (Ф. Достоевский. Бесы). В переводе: *Als er bei Kirillow eintrat, war seine Miene boshaft und angriffslustig* (F. Dostojewskij. Böse Geister).

• *это туп, это бессмертной памяти Гоголева Коробочка, но только злая Коробочка, задорная Коробочка и в бесконечно увеличенном виде* (Ф. Достоевский. Бесы).

В переводе: *ein Typus, sie ist Gogols Korobotschka seligen Angedenkens, nur eine böartige Korobotschka, eine widerborstige Korobotschka in unendlich vergrößertem Maßstab* (F. Dostojewskij. Böse Geister).

К лакунарным эмотивам относится лексема *надрыв*: «3. Чрезмерное мучительное физическое напряжение, чрезмерное усилие. 4. Резкое ослабление душевных и физических сил в результате какого-л. переживания, потрясения, надлом» (ср. также: *надрывать* – «мучительно страдать, изнемогать от чего-л.») [МАС 1981, 2: 345]. Ее семантический объем достаточно широк и представлен семами «болезненное проявление», «чрезмерное усилие», «истощение физических и духовных сил», «действие через силу». Значение утраты, потери закреплено в целом ряде синонимически соотносенных устойчивых сочетаний: *надрывать глотку, надсаживать горло / глотку, надрывать / надсаживать грудь, кричать во всю ивановскую* и др. Утрата цельности и целостности устанавливает ассоциативную связь с семантикой смерти. Фразеологизм *сердце надрывается* со значением «охватывает чувство горести, жалости, тоски» связан с передачей смешанных чувств, тягостного душевного состояния. Любопытно отметить, что устойчивое сочетание *надрывать сердце*, передающее предельно напряженное состояние внутреннего мира лирического героя, встречается в словаре языка А. Пушкина всего один раз: *Визгом жалобным и воем / Надрывающая сердце мне*. Это последняя строка стихотворения «Бесы». *Надрыв* – один из частотных эмотивов романов Ф.М. Достоевского. И.Б. Левонтина в статье «Достоевский надрыв» пишет, что «именно Достоевский насытил его богатством смыслов и ассоциаций» [Левонтина 2005: 250], отмечая при этом, что «корень *-рыв-* (*-рв-*) вообще дал в русском языке много слов, описывающих эмоциональную жизнь человека: *порыв, разрыв, срыв* – вплоть до современного *отрыв*» [Левонтина 2005: 248]. Лексема *надрыв* встречается в авторском описании и в речи персонажей, используется в разных синтаксических конструкциях. Эта лексема является одной из ключевых в романе Ф. Достоевского «Братья Карамазовы». Она выступает в сильной позиции заглавия книги четвертой (*Надрывы*), где форма множественного числа призвана указать на всеохватность состояния, его глобальность, и одновременно на разный характер его проявления у разных героев. Лексема маркирует разные пространства (ср. названия глав: *Надрыв в гостиной; Надрыв в избе; И на свежем воздухе*), встречается в описании голоса героев, а также их чувств и состояний, становится характеристикой мира в целом как мира хаоса, противоречий, глобального беспорядка. Она устанавливает связи с важнейшими доминантами художественного мира Ф. Достоевского – страданием и состраданием. Расширению семантического объема лексемы способствует широкий деривационный ряд (ср.: *над-*

рыв, надорванный и др.); авторская валентность: *Но есть горе и надорванное* (метафорический эпитет); *Я не хочу сидеть подле надрыва...* (номинация лица); *Дмитрия надрывом любите...* (наречие). Лексема характеризует отношения между героями (ср.: *что между ними теперь, происходит (...) это, я вам скажу, надрыв*), передает чувство, с трудом поддающееся описанию (боль и наслаждение от боли, собственное мучение и мучительство другого, игра, обман и самообман и др.): *Катерина Ивановна любит брата Ивана и только сама, нарочно, из какой-то игры, из «надрыва», обманывает себя и сама себя мучит*). Неопределенное местоимение *какой-то*, поддерживающее семантику недифинируемости, невыразимости чувств и состояний, является частотным при описании надрыва: *произнесла она с каким-то надрывом какого-то бледного вымученного восторга* и др. На расширение семантического объема лексемы направлено то, что она используется не только в прямой речи разных героев, но и в характеристике их речи: *с горестным надрывом в голосе воскликнул Илюша* и др.

Один из наиболее авторитетных современных переводчиков романов Ф. Достоевского С. Гайер относит лексему *надрыв* к единицам, не имеющим эквивалентов в немецком языке, и передает это слово в переводе с помощью транслитерации. В примечаниях к роману «Братья Карамазовы» она пишет: *Da die deutsche Sprache kein Äquivalent für den russischen Ausdruck bietet, bleibt das Wort Nadryw in der vorliegenden Ausgabe unübersetzt* (F. Dostojewskij. Die Brüder Karamazow 2008). Следует отметить, что в другом переводе романа Ф. Достоевского «Братья Карамазовы» используется лексема *Überspanntheit*. В переводном словаре эта лексема предстает как многозначное слово с тремя значениями: «1. эксцентричность 2. чрезмерность, непомерность 3. иллюзорность»; одно из значений глагола *überspannen* – «слишком сильно натягивать / тянуть» [DRW 1991: 771]. В семантической структуре многозначного адъектива *überspannt*, отраженного в толковом словаре, есть семы, указывающие на чрезмерность, ненормальность: «a) über das Maß des Vernünftigen hinausgehend; b) übermäßig erregt, lebhaft und dabei verschroben; exaltiert». В качестве синонимов выступают *bizarrr, exzentrisch, närrisch, verrückt* [Duden 2010: 958]. Их квазисинонимами в переводе на русский язык являются *странный, эксцентричный, дурацкий (шутовской), сумасшедший, сумасбродный, испуганный, экзальтированный* и др.

Рассмотрим некоторые примеры из двух переводов романа «Братья Карамазовы».

- Книга четвертая. **Надрывы. Надрыв в гостиной. Надрыв в избе.**

В переводе: Viertes Buch. **Überspanntheit. Überspanntheit im Salon. Überspanntheit in der Hütte** (F. Dostojewskij. Die Brüder Karamazow 2004).

В переводе: Viertes Buch. **Nadryw. Nadryw im Salon. Nadryw in der Bauernstube** (F. Dostojewskij. Die Brüder Karamazow 2008).

• *И если бы вы только поверили, что между ними теперь происходит, – то это ужасно, это, я вам скажу, **надрыв**, это ужасная сказка, которой поверить ни за что нельзя: оба губят себя неизвестно для чего, сами знают про это и сами наслаждаются этим.*

В переводе: *Und wenn Sie es nur glauben wollten, was jetzt zwischen ihnen vorgeht – es ist schrecklich, das ist, sage ich Ihnen, so etwas **Überspanntes**, das ist eine so grausige Geschichte, daß man unter keinen Umständen an sie glauben möchte* (F. Dostojewskij. Die Brüder Karamazow 2004).

*Oh, es ist nicht zu glauben, was zwischen den beiden jetzt vorgeht – es ist entsetzlich, es ist, sage ich Ihnen, ein **Nadryw**, eine entsetzliche Phantasie, die völlig unbegreiflich ist* (F. Dostojewskij. Die Brüder Karamazow 2008).

• *Слово «надрыв», только что произнесенное г-жой Хохлаковой, заставило его почти вздрогнуть, потому что именно в эту ночь, полупроснувшись на рассвете, он вдруг, вероятно отвечая своему сновидению, произнес: «**Надрыв, надрыв!**»*

В переводе: *Bei dem Wort „überspannt“, das Frau Chochlakowa soeben erst ausgesprochen hatte, wäre er fast zusammengefahren (...) wahrscheinlich auf einen Traum hin, plötzlich ausgerufen hatte: «**Überspannt, überspannt!**»* (F. Dostojewskij. Die Brüder Karamazow 2004).

*Das Wort „**Nadryw**“, soeben von Mme. Chochlakowa ausgesprochen, ließ ihn beinahe zusammensucken (...) plötzlich, wahrscheinlich als Antwort auf seinen Traum, vor sich hin gesprochen hatte: «**Nadryw, nadryw!**»* (F. Dostojewskij. Die Brüder Karamazow 2008).

• *«Надрыв» произнесено теперь! Но что он мог понять хотя бы даже в этом надрыве?*

В переводе: *„**Überspanntheit**“ – dieses Wort war jetzt gefallen! Doch was verstand er von dieser **Überspanntheit*** (F. Dostojewskij. Die Brüder Karamazow 2004).

*Jetzt war auch das Wort „**nadryw**“ gefallen! Aber wußte er überhaupt, was dieser **Nadryw** bedeutete* (F. Dostojewskij. Die Brüder Karamazow 2008).

Лакунарный эмотив **отпада** истолковывается с помощью синонимов «удовольствие, радость» [МАС 1981, 3: 966] (ср. также паремию: *Слава сына – отцу отпада*). В словаре Даля приводится более широкий ряд синонимов: «утеха, услада, утешенье, успокоенье, наслаждение; на чем или чем душу отводят, что покоит, услаждает, облегчает бремя, скорбь» [Даль 1981, 2: 749], – позволяющий выявить значимые семы «чувство, приходящее на смену тяжести, обретаемое после страданий» (ср.: лексемы с префиксом у-, указывающие на полноту проявления действия – *утеха, услада, утешенье, успокоенье*), «приносящее облегчение в страданиях, утешающее» (ср.: *что покоит, услаждает, облегчает бремя, скорбь*). Устойчивое сочетание *на чем или чем душу отводят* (ср. фразеологизм *отводить / отвести душу* – «Находить для себя утешение, разрядку, удовлетворение в чём-либо») указывает на желание сбросить тяжесть, облегчить состоя-

ние. Об обретении желанного покоя предельно утомленному человеку, бредущему «жизненной тропой», идет речь и в известном стихотворении Ф. Тютчева: *Пошли, Господь, свою **отраду** / Тому, кто в летний жар и зной / Как бедный нищий мимо саду / Бредет по жаркой мостовой*. Здесь важным становится контекст молитвенного обращения к Господу о ниспослании этого состояния и определение *свой (свою отраду)*. Указание на предельную степень духовного изнеможения, страдания, на смену которому приходит неземная радость, связано с мимолетностью этого чувства, его кратковременностью. Высшее начало, неземной характер утешения, близкое значению слова *благодать*, отражает субстантив *отрадное* и в другом стихотворении Ф. Тютчева: *Когда в кругу убийственных забот / Нам все мерзит – и жизнь, как камней гряда, / Лежит на нас, – вдруг, знает бог откуда, / Нам на душу **отрадное дохнет**, / Минувшим нас обвеет и обнимет / И страшный груз минутно приподнимет*.

Лексика с семантикой боли, страдания является частотной в контекстах с эмотивом *отрада*: *Принимаю – приди и явись, / Все явись, в чем есть **боль и отрада**...* (С. Есенин. Синий май); *Ты одна мне помощь и **отрада*** (С. Есенин. Письмо матери) (ср. в этом же стихотворении: *Слишком раннюю утрату и усталость / Испытать мне в жизни привелось*). Ассоциативный фон, связанный с указанием на любовную муку, страдание и обретение вожденной радости, закрепляется в номинации лица в русской народной песне: *Живет моя **отрада** / В высоком терему*. Рядоположенность лексем *мука – отрада* наблюдается в известных строках А. Пушкина: *Но в чем он истинный был гений, / Что знал он тверже всех наук, / Что было для него измлада / И труд, и мука, и **отрада**, / Что занимало целый день, / Его тоскующую лень, – / Была наука страсти нежной...* (А. Пушкин. Евгений Онегин). Семантика удовлетворения, выстраданной радости актуализована в слове *отрада* в стихотворении М. Лермонтова: *С **отрадой**, многим незнакомой, / Я вижу полное гумно, / Избу, покрытую соломой, / С резными ставнями окно* (М. Лермонтов. Родина). Оксюморонное сочетание *мучайся с отрадой* встречается в прозе В. Распутина: *И какой бы хороший, теплый получился вечер, который потом вспоминай да вспоминай во дни нового одиночества, грейся возле него, тревожа и утешая душу, мучайся **с отрадой** его полной и счастливой завершенностью* (В. Распутин. Что передать вороне).

Эмотив *отрада* переводится на немецкий язык с помощью двух синонимов – *Freude, Trost (радость, утешение)* [ЛН 2009: 380]. Как показал анализ, лексема *отрада*, вбирающая в себя семы радости, утешения в страданиях, ее кратковременности, указывающая на неземной характер этого чувства, является лакунарной и передается в переводах на немецкий язык группой квазисинонимов. В переводе стихотворения Ф. Тютчева «Пошли, Господь, свою **отраду**...» используются синонимы *Trost und Gnade (утешение, милость)*, указывающие на высшее начало, неземной характер утеше-

ния: *Herr, schenk dem Wandrer **Trost und Gnade*** (F. Tjutčev. Im Meeresrauschen klingt ein Lied). В переводе стихотворения Ф. Тютчева «Когда в кругу убийственных забот...» лексема *отрадное* оказывается опущенной: *Нам на душу **отрадное** дохнет – Uns glückliche Erinnerungen kommen* (F. Tjutčev. Im Meeresrauschen klingt ein Lied). В переводе строки М. Лермонтова **С отрадой**, многим незнакомой используется слово *Wonne* (наслаждение, блаженство): *Mit **Wonne**, die nur wenige kennen* (M. Lermontow. Einsam tret ich auf den weg, den leeren); в переводе строки С. Есенина *Ты одна мне помощь и **отрада*** приводятся две лексемы – *Trost und Freude* (утешение, радость): *Du allein bist Hilfe, **Trost und Freude**, /du allein mir unsagbares Licht* (S. Jessenin. Gedichte).

С. Гайер в переводе романа Ф. Достоевского «Идиот» воспроизводит внутреннюю форму топонима *Отрадное* (деревеньки, в которой Тоцкий навещает Настасью Филипповну) в комментарии к роману.

• *В этом небольшом поместье оказался тоже, хотя и небольшой, только что отстроенный деревянный дом; убран он был особенно изящно, да и деревенька, как нарочно, называлась селцо **Отрадное**.*

Топоним *Отрадное* в переводе транслитерируется: *und das kleine Dorf trug ausgerechnet den Namen **Otradnoje*** (F. Dostojewskij. Der Idiot 2010). В комментарии к роману в конце текста указывается на этноним «русское» – *Otradnoje: Otrada, russ. Herzenslust, Herzensfreude, etwa „Mon plaisir“* (F. Dostojewskij. Der Idiot 2010). Оба синонима включают лексему *Herz* (сердце) – сердечная, духовная радость.

В другом переводе романа «Идиот» рядом с топонимом *Отрадное* в самом тексте в скобках дается его неточный перевод – *Das Erquickende* (освежающее, подкрепляющее): *auch das Dorf selbst trug den passenden Namen «**Otradnoje**» (**Das Erquickende**)* (F. Dostojewskij. Der Idiot).

• *Но мало **отрадного** могли вывести Дуня и муж ее по этим известиям, особенно вначале* (Достоевский. Преступление и наказание).

Субстантив *отрадное* переводится с помощью лексемы *Erfreuliches* (радостное): *Aber nur wenig **Erfreuliches** konnten Dunja und ihr Mann diesen Nachrichten entnehmen, zumal am Anfang* (F. Dostojewskij. Verbrechen und Strafe).

Лексема *безотрадный*, актуализирующая семы «безрадостное, беспросветное, безблагодатное, безутешное состояние, связанное с утратой связи с высшими силами», характеризует внутреннее состояние князя Мышкина в последней сцене романа:

• *Новое, грустное и **безотрадное** чувство сдавило ему сердце; он вдруг понял, что в эту минуту, и давно уже, всё говорит не о том, о чем надо ему говорить, и делает всё не то, что бы надо делать; и что вот эти карты, которые он держит в руках, и которым он так обрадовался, ничему, ничему не помогут теперь* (Ф. Достоевский. Идиот). Контекстуальным

синонимом является эмотив *тоска* (ср. в этом же контексте: *Какое-то совсем новое ощущение томило его сердце бесконечною тоской*).

В одном из переводов романа используется слово *trostloses* (*безутешное*): *Ein neues, trauriges, **trostloses** Gefühl krampte ihm das Herz zusammen* (F. Dostojewskij. Der Idiot), в другом – *hoffnungsloses* (*безнадежное*): *Ein neues, trauriges und **hoffnungsloses** Gefühl legte sich schwer um sein Herz* (F. Dostojewskij. Der Idiot 2010). Оба перевода не только сужают ассоциативный фон лексемы оригинала, но и утрачивают связь с эмотивом *радость* (ср. внутреннюю форму лексемы: *без-отрадный*).

Таким образом, эмотивы *задор*, *надрыв*, *отрада* оказываются широко востребованными в русском художественном дискурсе. Неполнота истолкования их значения в толковых словарях предопределила необходимость обращения к анализу их функционирования в составе фразеологизмов, паремий, в художественном тексте. Это позволило выявить семантический и эстетический потенциал рассматриваемых лексем. Лакунарность эмотивов стала особенно очевидной в ходе анализа переводов художественных текстов. Культурно-специфичные компоненты смысла во многом оказались утраченными в переводе. Основными видами элиминирования лакун в переводе являются транслитерация и квазисинонимия. Транслитерация, с одной стороны, позволяет сохранить близость к оригиналу, с другой – в тексте перевода транслитерированные лексемы предстают как некий чужеродный элемент, затрудняющий целостное восприятие текста и предопределяющий необходимость обращения к комментарию. Квазисинонимы неизбежно приводят к сужению семантики эмотивов. Особый интерес для дальнейшего исследования представляет место рассматриваемых лексем и специфика их функционирования в современном художественном дискурсе, а также в межкультурной коммуникации.

Список литературы

- Арутюнова Н.Д.* Стиль Достоевского в рамке русской картины мира // Поэтика, стилистика, язык и культура. М.: Наука, 1996. С. 61–90.
- Вежбицкая А.* Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики. М.: Языки славянской культуры, 2001. 272 с.
- Виноградов В.В.* Из истории слов. М., 1994. 1488 с.
- Даль В.И.* Пословицы русского народа: в 3 т. М.: Олма-Пресс, 1998.
- Даль В.И.* Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. М., 1981.
- Левонтина И.Б.* «Достоевский надрыв» // Зализняк А.А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: сб. ст. М.: Языки славянской культуры, 2005. С. 247–259.
- МАС* – Словарь современного русского литературного языка: в 4 т. М.: Русский язык, 1981.
- DRW* – Deutsch-Russisches Wörterbuch. Berlin: Akademie-Verlag, 1991.
- Duden* – Das Bedeutungswörterbuch. Band 10. Dudenverlag, 2010.

LH – Langenscheidt Handwörterbuch. Russisch – Deutsch. Deutsch – Russisch. München; Wien, 2009.

Источники

- Достоевский Ф.М.* Полное собрание сочинений: в 30 т. Художественные произведения. Т. 1–17. Л.: Наука, 1972–1990.
- Dostojewskij F.* Verbrechen und Strafe / Aus dem Russischen neu übersetzt von S. Geier. Frankfurt am Main, 2011.
- Dostojewskij F.* Der Idiot / Aus dem Russischen neu übersetzt von S. Geier. Frankfurt am Main, 2010.
- Dostojewskij F.* Böse Geister / Aus dem Russischen neu übersetzt von S. Geier. Frankfurt am Main, 2009.
- Dostojewskij F.M.* Die Brüder Karamazow / Aus dem Russischen neu übersetzt von S. Geier. Frankfurt am Main, 2008.
- Dostojewskij F.M.* Die Brüder Karamazow / Aus dem Russischen übertragen von H. Ruoff und R. Hoffmann. München, 2004.
- Dostojewskij F.M.* Der Idiot / Übertragen von K. Brauner. Berlin: Verlag von Th. Knaur Nachf.
- Jessenin S.* Gedichte: Russisch und Deutsch. Leipzig, 1986.
- Lermontow M.* Einsam tret ich auf den Weg, den leeren: Gedichte russisch – deutsch. Leipzig, 1985.
- Tjutčev F.I.* Im Meeresrauschen klingt ein Lied: Ausgewählte Gedichte Russisch und Deutsch. Thelem, 2003.

References

- Arutyunova, N.D. (1996), Stil' Dostoevskogo v ramke russkoi kartiny mira [Dostoevsky style in the framework of Russian picture of the world]. *Poetika, stilistika, yazyk i kul'tura* [Poetics, style, language and culture], Moscow, Nauka publ., pp. 61-90.
- Dal, V.I. (1998), *Proverbs of the Russian people*, in 3 volumes, Moscow, Olma-Press publ. (in Russian)
- Dal, V.I. (1981), *Explanatory Dictionary of Russian*, in 4 volumes, Moscow. (in Russian)
- (2010), *Das Bedeutungswörterbuch*, Band 10, Dudenverlag.
- (1991), *Deutsch-Russisches Wörterbuch*, Berlin, Akademie-Verlag.
- (1981), *Dictionary of modern Russian language*, in 4 volumes, Moscow, Russkii yazyk publ. (in Russian)
- (2009), *Langenscheidt Handwörterbuch. Russisch – Deutsch. Deutsch – Russisch*, München, Wien.
- Levontina, I.B. (2005), “Dostoevskii nadryv”. Zaliznyak, A.A., Levontina, I.B., Shmelev, A.D. *Klyucheveye idei russkoi yazykovoi kartiny mira* [Key ideas of the Russian language picture of the world], collection of articles, Moscow, Yazyki slavyanskoi kultury publ., pp. 247-259.
- Vinogradov, V.V. (1994), *Iz istorii slov* [From history of words], Moscow, 1488 p.
- Wierzbicka, A. (2001), *Sopostavlenie kul'tur cherez posredstvo leksiki i pragmatiki* [Comparison of cultures through language and pragmatics], Moscow, Yazyki slavyanskoi kul'tury publ., 272 p.

Sources

- Dostojewskij, F. (2011), *Verbrechen und Strafe*, Aus dem Russischen neu übersetzt von S. Geier, Frankfurt am Main.
- Dostojewskij, F. (2010), *Der Idiot*, Aus dem Russischen neu übersetzt von S. Geier, Frankfurt am Main.
- Dostojewskij, F. (2009), *Böse Geister*, Aus dem Russischen neu übersetzt von S. Geier Frankfurt am Main.
- Dostojewskij, F.M. (2004), *Die Brüder Karamazow*, Aus dem Russischen übertragen von H. Ruoff und R. Hoffmann, München.
- Dostojewskij, F.M. (2008), *Die Brüder Karamazow*, Aus dem Russischen neu übersetzt von S. Geier, Frankfurt am Main.
- Dostojewskij, F. *Der Idiot*, Übertragen von K. Brauner, Berlin, Verlag von Th. Knaur Nachf.
- Dostoevsky F.M. (1972-1990), *Full collection of works*, in 30 volumes, Leningrad, Nauka publ., Vol. 1-17. (in Russian)
- Jessenin, S. (1986), *Gedichte*, Russisch und Deutsch, Leipzig.
- Lermontow, M. (1985), *Einsam tret ich auf den Weg, den leeren*, Gedichte russisch – deutsch, Leipzig.
- Tjutčev, F.I. (2003), *Im Meeresrauschen klingt ein Lied*, Ausgewählte Gedichte Russisch und Deutsch, Thelem.

**INTERLANGUAGE EMOTIVE LACUNAS
IN TRANSLATION OF A LITERARY TEXT**

G.S. Sirica

Daugavpils University (Daugavpils, Latvia)

Abstract: The paper examines interlanguage lacunar emotives *zador*, *nadryw*, *otrada*, presented in fictional discourse, in particular, in the novels of F.M. Dostoevsky, and their translation into German. The analysis involved the different translations of the same works, and examples of lacunar lexeme usage in the poetic discourse and their translations. As the analysis has shown, the semantics of emotive lacunas is characterized by vagueness, ambiguity, their meaning is interpreted with the help of synonyms. The analysis of idioms and proverbs, as well as contexts of their use in artistic discourse allows, in varying degrees, to specify the meaning and the connotative background of emotives. Translation of the lexemes in German language in a literary text is fulfilled by means of transliteration and quasisynonyms that inevitably lead to the loss of important meanings. Semantics of the transliterated gaps is specified with a comment at the end of the text. On the lacunarity of emotives is also specified by their omission in the translation. The translation of the text allows not only to identify gaps but also to identify ways to compensate it.

Key words: emotive lacunas, semantics, translation, artistic discourse, German language.

For citation:

Sirica, G.S. (2016), Interlanguage emotive lacunas in translation of a literary text. *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 120-132. (in Russian)

About the author:

Sirica Galina Stephanovna, PhD, Associate Professor of the Chair of Slavic Studies and Russian Studies

Corresponding author:

Postal address: 13 Vienības iela, Daugavpils, LV 5403, Latvia

E-mail: galina.sirica@du.lv

Received: November 30, 2016

Раздел III

КОММУНИКАТИВНАЯ ДИДАКТИКА





Part III

COMMUNICATIVE DIDACTICS

РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ПОДХОДА В УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ В ЭСТОНИИ

И.М. Моисеенко¹, Н.В. Мальцева-Замковая²

¹ Таллиннский университет (Таллинн, Эстония)

² Учебный центр ТЕАСНМЕ (Таллинн, Эстония)

Аннотация: Коммуникативный метод обучения активно разрабатывался в Эстонии с конца 1970-х гг. Основные работы были посвящены разработке теоретических основ данного метода, которые внедрялись в практику преподавания русского языка как иностранного. В настоящее время в связи с требованиями времени происходит сближение методик преподавания русского языка как родного и иностранного, разработаны и введены в действие новые программы обучения. В статье дается характеристика принципиально новых курсов для гимназий, рассматриваются принципы их построения. Представлена учебная литература, созданная для проведения курсов «Восприятие и создание устного текста» и «Восприятие и создание письменного текста» для гимназий Эстонии, в которых русский язык изучается как родной.

Ключевые слова: речевое общение, потребности учащихся, учебник русского языка, создание коммуникативно значимых текстов на родном языке.

Для цитирования:

Моисеенко И.М., Мальцева-Замковая Н.В. Реализация коммуникативного подхода в учебной литературе по русскому языку в Эстонии // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 135–147.

Сведения об авторах:

¹ Моисеенко Ирина Михайловна, кандидат педагогических наук, доцент Института гуманитарных наук

² Мальцева-Замковая Наталия Викторовна, кандидат педагогических наук, доцент, преподаватель

Контактная информация:

¹ Почтовый адрес: 10120, Эстония, Таллинн, Нарвское шоссе, 25

² Почтовый адрес: 10143, Эстония, Таллинн, бульвар Рявала, 8

¹ E-mail: irmo@tlu.ee

² E-mail: talyz@inbox.ru

Дата поступления статьи: 26.10.2016

Коммуникативный подход в обучении начал развиваться в Эстонии в конце 1970-х гг. Теоретические наработки эстонских ученых на базе русского языка для национальных школ в наиболее полной форме отражены в книгах Э. Роовет и Э. Штейнфельдт [Роовет 1984; Штейнфельдт 2007]. Уже в работе Э. Роовет обращается внимание на необходимость трактовки видов речевой деятельности исходя из схем коммуникации и дается один из возможных путей формирования коммуникативных навыков и умений при обучении речевому общению. Продемонстрирован процесс разработки учебных коммуникативных задач. основополагающим тезисом концепции является строго последовательная соподчиненность всех звеньев, форм и способов обучения русскому языку как неродному через решение коммуникативных задач. Структурными компонентами коммуникативной задачи являются коммуникативные задания, специфика которых и включенность в них работы над языковым материалом также была рассмотрена эстонскими методистами [Замковая, Моисеенко, Штейнфельдт 1985: 52–56]. В дальнейшем были разработаны материалы, развивающие данное направление и иллюстрирующие реализацию его основных положений [Функциональная организация языкового материала... 1986; Замковая, Моисеенко 1986; Метса, Казесалу, Васильченко, Вахар 1986; Мальцева-Замковая 2007; Моисеенко 2007], защищены диссертации, в частности рассматривающие принципы создания коммуникативно ориентированных учебных материалов [Моисеенко 1989].

Основополагающей идеей коммуникативного подхода в преподавании языку является учет закономерностей естественного речевого общения, которое рассматривается как взаимодействие речевых деятельностей индивидов на основе ценностной ориентации каждого из них, что учитывается при отборе и организации учебного материала. В более развернутом виде положения коммуникативной методики могут быть представлены следующим образом. В учебном процессе необходимо:

- учитывать предпосылку акта речевого общения, т. е. экстралингвистические потребности участников коммуникации, ставя перед ними цель совместной деятельности (коммуникативную цель общения);

- ориентироваться на адресат, так как в естественном речевом общении адресант в своих речевых действиях прогнозирует речевую реакцию адресата, стремясь оказать на него воздействие; следовательно, важно задавать социальные характеристики участников общения;

- учитывать потребности каждого из общающихся, ставя перед ними экстралингвистические целевые установки, реализующие тип воздействия на адресата – это особенно существенно, поскольку целью речевого общения является именно влияние одного человека на другого через систему воздействий, оказываемых каждым из них друг на друга при смене коммуникативных ролей;

– планировать предмет совместной деятельности общающихся, т. е. предмет их общения, так как без этого невозможен обмен мыслями и воздействие на поведение партнёра;

– уметь вызывать у адресата ценностное отношение к сообщаемой информации, а именно адресанту важно учитывать актуальные (и потенциальные) потребности адресата при порождении речевого произведения для него;

– учить адресанта прогнозировать, как оценит смысловую информацию адресат, чтобы было возможно возникновение положительного взаимодействия между общающимися, т. е. учить планировать ожидаемый результат;

– указывать речевые произведения, над которыми предстоит работать обучаемым, и типы исходных учебных текстов, необходимо работать над спецификой данного речевого произведения с точки зрения смысла и формы, так как одним из компонентов естественной речевой деятельности является её продукт;

– указывать типы текстов, которые будут создавать обучаемые, и работать над их спецификой;

– организовать языковой материал по принципу **от смысла к форме**, так как речевые произведения обладают определённым смыслом, а составляющие их средства способствуют оформлению этого смысла; грамматические обобщения лучше проводить в направлении от смысловых отношений к языковому оформлению;

– обучать различным видам речевой деятельности, так как естественная речевая деятельность проявляется через конкретные виды, которые взаимосвязаны и взаимообусловлены, а следовательно, должны изучаться комплексно; однако при комплексном изучении видов речевой деятельности в учебном процессе целесообразно останавливаться на их специфике (исполнительский механизм, определённые языковые средства для оформления мысли, различная оформленность речевых произведений в разных видах речевой деятельности).

В структуре учебной речевой деятельности следует учитывать структуру естественной речевой деятельности, т. е. процесс учебной речевой деятельности должен состоять из действий и операций, которые соответствуют в методике коммуникативным заданиям, а процесс речевого общения соответствует решению коммуникативной (речемыслительной) задачи.

При создании учебных пособий также нужно планировать три этапа мыслительного процесса:

I. Осознание проблемной ситуации – осознание ситуации общения (постановка коммуникативной задачи).

II. Исполнительный – выполнение системы учебных действий (коммуникативных заданий).

III. Контролирующее звено – результат учебно-речевой деятельности (итоговое речевое произведение).

В настоящее время коммуникативное направление также активно развивается в методике преподавания эстонского языка как родного [Usen 2002; Ehala 2000; Hage 2003 и др.]. Существуют многочисленные работы в области коммуникативной методики эстонских [Моисеенко, Замковая 2002, 2006] и российских ученых [Пассов, Кузовлева 2010; Антонова 2007 и др.]. Во всех этих трудах обращается большое внимание на работу с текстом как продуктом решения коммуникативной задачи, рассматриваются вопросы, связанные с его восприятием и порождением. Результаты данных исследований в дальнейшем были учтены при разработке программ по русскому и эстонскому языкам как иностранным и родным. Термин «родной язык» является в достаточной степени условным, так как в ситуации функционирования нескольких языков, а также в связи с переходом гимназий с русским языком обучения на систему 60 % + 40 % (60 % предметов преподаются на эстонском языке, а 40 % – на русском) вряд ли он отражает действительный статус языка для учащихся. Кроме того, состав учеников в таких школах зачастую неоднороден, для многих из них русский язык не является родным. Скорее, следует говорить об основном языке общения данной категории учащихся.

Исходя из многолетнего опыта преподавания курсов методики русского языка как родного и иностранного, а также наблюдений за процессом его изучения в школах республики, можно сказать, что происходит практическая интеграция методик преподавания русского языка как родного и иностранного. Этот процесс требует теоретического осмысления. В связи с этим были определены общие положения, актуальные для обеих методик, а именно:

- единая цель обучения – обучение общению с учетом коммуникативных потребностей обучаемых;
- необходимость высокого уровня мотивации в условиях иноязычного окружения (мотивирующий фактор – национально-культурная ориентированность на изучаемый язык, актуализация национальных русских культурных и языковых взаимодействий);
- принцип объединения учебного материала на основе речемыслительных задач;
- деятельностный подход при подаче учебного материала;
- использование совместных видов деятельности для социализации учащихся;
- взаимосвязанное развитие умений во всех видах речевой деятельности;
- текстоцентричный подход в обучении;
- необходимость индивидуализации учебного процесса.

При изучении родного языка оправданной оказывается системность в изучении лексико-грамматического материала с демонстрацией его функционирования. Учащиеся решают речемыслительные задачи как чисто лингвистического, так и экстралингвистического характера. Важная роль в овладении языком отводится языковым упражнениям как способу системного изучения учебного материала.

Вышеуказанные положения лежат в основе создания пособий как по родному, так и иностранному языкам. Остановимся на рассмотрении содержания ряда новых курсов для гимназий с русским языком обучения и учебной литературы для них.

Программа по русскому языку [Gümnaasiumi riiklik õppekava 2011] разрабатывалась учеными Тартуского и Таллиннского университетов, учителями-практиками. Русский (родной) язык как гимназический учебный предмет (с 10 по 12 классы) изучается в рамках шести обязательных курсов (курс – 35 часов): «Язык – общество – культура», «Текст в языке и в речи. Стилистика текста», «Практический русский язык I (Культура речи)», «Практический русский язык II (Восприятие и создание устного текста)», «Практический русский язык III (Восприятие и создание письменного текста)», «Практический русский язык IV (Корректировочный курс по орфографии и пунктуации)». Учащийся также может дополнительно изучать один курс по выбору. Теоретические курсы предшествуют практическим или изучаются параллельно.

Принципиально новыми являются курсы «Восприятие и создание устного текста» и «Восприятие и создание письменного текста» (разработаны Н. Мальцевой-Замковой, И. Моисеенко, Н. Раудсепп), в задачу которых входит совершенствование речевых умений восприятия и создания текста. Содержание новых курсов обусловлено ситуацией, в которой функционирует русский язык в Эстонии. Здесь исторически сложилось поликультурное общество, однако связи с метрополией по объективным причинам значительно ослаблены, что не позволяет русскоязычным учащимся зачастую осознать мировое значение русской культуры и свою принадлежность к ней, а также важность изучения родного языка. В сложившихся условиях новые курсы выполняют мотивирующую роль и позволяют поддерживать интерес учащихся к русскому языку и культуре. Кроме того, материалы, включенные в эти курсы, помогают позиционировать себя как представителя русской культуры в Эстонии, ориентируясь на традиционные для данного региона русско-эстонские взаимодействия. Курсы являются практическими. Их основная цель – формирование коммуникативной компетенции, которая рассматривается как общая и в то же время предметная. В настоящее время учебные комплексы для этих курсов разработаны авторами статьи в сотрудничестве с учителем-практиком, прошли апробацию и изданы [Мальцева-Замковая, Моисеенко, Раудсепп 2012, 2015].

Опишем более подробно содержание курсов.

В курсе **«Восприятие и создание устного текста»** учащиеся знакомятся с понятиями «неподготовленная речь» (спонтанные жанры: интервью, пресс-конференция, диалог в прямом эфире и т. д.), «виды общения» (контактное / дистантное, диалогическое / монологическое, межличностное / публичное, частное / официальное, творческое / стереотипное и др.). Учатся создавать диалоги с разными интенциями (сочувствие, одобрение, возражение, предупреждение и т. д.), разные типы устных объявлений в соответствии с ситуацией общения, проводить деловую беседу, в частности при приеме на работу, собрание, дискуссию. В курсе обращается внимание на структуру устного ответа, алгоритм его подготовки и критерии оценки. Учащиеся выступают с сообщениями, знакомятся с критериями их оценки. Слушают мини-лекции и фиксируют их содержание в разной форме. Выступают в роли участников интервью, в качестве ораторов. Учащиеся выявляют причины коммуникативных неудач в устной речи и знакомятся со способами их предупреждения.

В процессе обучения реализуются следующие формы работы: краткое сообщение учителя, практическое занятие с элементами исследования, обсуждение, фронтальная, парная и групповая работа, инсценирование, правка устного текста.

В курсе **«Восприятие и создание письменного текста»** учащиеся знакомятся с различными типами письменных текстов, в том числе в электронном виде. Пишут изложения текстов различных функциональных стилей и жанров, сочинение-рассуждение, эссе, составляют некоторые разновидности деловых бумаг (заявления, инструкции, расписки, доверенности, CV). Учатся оформлять протокол собрания, деловые письма. Получают представление о научной статье, монографии. Составляют конспекты и рефераты, критически оценивают готовые рефераты, предлагаемые в Интернете. Знакомятся с информационными и критическими заметками, статьями, разновидностями рекламы. Составляют объявления, письма в газету, рецензии с учетом их содержательных и структурных особенностей. Вырабатывается критическое отношение к текстам массмедиа, развиваются навыки сетевого общения. Проводится содержательная, композиционная и языковая правка письменных текстов учащихся.

В процессе обучения реализуются следующие формы работы: краткое сообщение учителя, практическое занятие с элементами исследования, обсуждение, фронтальная, парная и групповая работа, правка письменного текста.

В рамках курсов основные акценты делаются на общие компетенции, заявленные в программе: коммуникативную (в процессе создания коммуникативно значимых речевых произведений в соответствии с определенными ситуациями общения); ценностную (например, при анализе текстов дискуссионного характера и выполнении заданий, требующих

разрешения проблем), социальную (например, в ходе совместной коммуникативной деятельности при обсуждении проблемных вопросов и выработке общего мнения).

Курсы разделены исходя из формы осуществления речевой деятельности, что позволяет более детально остановиться на специфике устной и письменной речи. Надо отметить, что это сделано впервые в практике преподавания русского (родного) языка в гимназии.

При выборе форм работ предпочтение отдается тем, которые побуждают к развитию самостоятельности и являются наиболее актуальными для самореализации учащихся.

При разработке новых учебных комплексов для данных курсов авторы продолжают традицию создания коммуникативно ориентированных учебных пособий [Замковая, Моисеенко 1986, 1996, 1998а, б, 1999, 2002, 2009; Бирюкова, Замковая, Моисеенко 2000, 2002; Логвина, Мальцева-Замковая 2010].

В учебной литературе предусмотрены активные формы работы, такие как тренинги, анализ жизненных ситуаций, групповые обсуждения, выявление коммуникативных неудач в устном и письменном общении и др. В них реализуется деятельностный подход, позволяющий учащимся овладевать знаниями и умениями в процессе решения коммуникативных задач. При восприятии текстов разных стилей и жанров и их порождении в актуальных для молодых людей ситуациях совершенствуются навыки в различных видах речевой деятельности.

Отбор текстов и формулировка заданий учебных комплексов производились с ориентацией на общечеловеческие ценности, традиции эстонской, русской и европейской культуры (например, в учебном комплексе представлены выступления А. Солженицына и С. Джобса, интервью бывшего президента Эстонии Т.Х. Ильвеса, фрагменты произведений Л. Толстого, О. Лутса, И. Грековой, М. Веллера, В. Токаревой, В. Распутина, Ю. Яковлева, В. Шукшина, А. Геласимова, Е. Гришковца, П. Санаева, Д. Рубиной, З. Прилепина, отрывки из работ Ю. Лотмана, М. Кронгауза и др.).

Учебные комплексы включают в себя учебник, рабочую тетрадь, два CD. Все их разделы структурно идентичны. Каждый из них открывается картиной русского художника, которую также можно рассматривать как учебный текст. Она «вводит» учащегося в тему и одновременно помогает формировать культурологическую компетенцию, что особенно важно в местных условиях. Затем представляются цели работы в рамках раздела, а также приводятся вопросы для совместного обсуждения. Вопросы сформулированы таким образом, чтобы актуализировать имеющиеся у учащихся знания, обсудить темы, которые будут рассматриваться в разделе исходя из имеющихся представлений и личного опыта. Внутри каждого раздела материал делится на две части. Задача заданий первой

части – ввести новые знания на практической основе, т. е. при выполнении заданий, и сформировать умения, которые помогут при создании собственных речевых произведений. При выполнении заданий второй части происходит совершенствование того или иного подвида речи (устной разговорной, письменной публицистической, ораторской, письменной деловой и т. д.).

Задания, выполняемые в ходе работы, помогают справляться с потенциальными жизненными проблемами. Этому способствуют такие формы работы, как участие в собеседовании при устройстве на работу и в других ситуациях делового общения, проведение собраний и официальных телефонных переговоров, составление CV, составление разных видов конспектов и рефератов, деловых документов, компьютерных презентаций и т. п. Работа по учебникам также дает возможность учитывать индивидуальные особенности учащихся: выполнение ряда заданий позволяет каждому совершенствовать навыки восприятия устной и письменной речи и свою речь на всех лингвистических уровнях в соответствии с конкретными недочетами. Индивидуальные особенности учащихся учитываются также при выполнении заданий аналитического характера. Такого рода виды работы позволяют выявлять конкретные коммуникативные неудачи и их причины и определять наиболее конструктивные способы общения в определённых коммуникативных ситуациях с учётом особенностей каждого учащегося, находить ошибки различных типов, затрудняющие адекватный обмен информацией, и исправлять их, корректировать тексты разных стилей и жанров в смысловом и языковом отношении. Задания для корректировки направлены на расширение словарного запаса, в том числе и фразеологическими единицами, отработку навыков произношения и интонации, постановки ударения, совершенствование навыков выразительного чтения, умения различать стилистически маркированные единицы, корректировать написанное и др.

Совместные виды деятельности способствуют социализации учащихся. Это разработка стратегий преодоления коммуникативных неудач в устной и письменной коммуникации, моделей удачного общения, обсуждение этикетных правил ведения диалога, проведение деловых бесед, телефонных переговоров и т. п., выявление разновидностей этикетных ошибок, а также разыгрывание ситуаций общения в разных сферах деятельности с использованием теоретических знаний, корректировка текстов разных стилей и жанров.

В учебных комплексах представлены различные в жанровом и стилистическом отношении тексты. Они также различаются с точки зрения представления и восприятия информации. Тексты ценны как с точки зрения содержания, так и с точки зрения формы. Они служат источником для переработки информации, а также образцом для создания собственных текстов.

Как уже упоминалось, одной из целей разработки учебных комплексов являлось повышение мотивации к изучению русского языка и его статуса в среде носителей в условиях диаспоры. В связи с этим авторы поставили перед собой следующие задачи:

1. Отобрать такой учебный материал, который позволил бы осмыслить общечеловеческую международную значимость русской культуры, в том числе и для Эстонии, а также тесное взаимодействие языков и различных видов искусства на «перекрёстке культур», поддерживать процесс межкультурной коммуникации. Это особенно важно при разработке учебников для гимназистов, так как позволяет молодым людям осмыслить «культурный престиж» родного языка, его высокий социальный статус, осознать, что владение русским языком, знание русской культуры открывает широкие возможности для проявления себя в обществе, «завоевания» определённых социальных позиций.

2. Использовать возможности русскоязычных СМИ и интернет-источников, в том числе мультимедийных текстов. Обращение к этим мощным источникам информации на русском языке имеет не только утилитарное значение. Работа с ними даёт возможность осознать высокий статус в мировой информационной сети.

3. Реализовать функциональный подход к изучению системы языка и обеспечить практическое использование теоретических знаний с целью решения коммуникативно значимых задач. Такой подход позволяет осознать практическую значимость изучаемых языковых явлений и их роль в процессе коммуникации.

Мотивированное и осознанное изучение языка обеспечивает качественное овладение им, что необходимо для самосовершенствования и самореализации учащихся. Особую роль в этом процессе играют практические курсы, в частности курсы «Восприятие и создание устного текста» и «Восприятие и создание письменного текста», которые учитывают закономерности естественного речевого общения.

Список литературы

- Антонова Е.С.* Методика русского языка. Коммуникативно-деятельностный подход. М., 2007.
- Бирюкова И., Замковая Н., Моисеенко И.* Здравствуйте! 4: учебник русского языка для 9 класса. Таллин, 2002.
- Бирюкова И., Замковая Н., Моисеенко И.* Здравствуйте III: учебник русского языка. 8 класс. Таллин, 2000.
- Замковая Н., Моисеенко И.* Продолжим знакомство: учебник русского языка для 10 классов гимназий. Таллин, 2009.
- Замковая Н., Моисеенко И.* Многоликая Россия: учебник русского языка для учащихся 11-х классов гимназий. Таллин, 2002.
- Замковая Н., Моисеенко И.* Трудно быть молодым?!: учебник русского языка для 12 класса эстонских школ. Таллин, 1999.

- Замковая Н., Моисеенко И.* Учебник по русскому языку для 5 класса. I часть. Таллин, 1998а.
- Замковая Н., Моисеенко И.* Язык твой – друг твой: учебник русского языка для 5 класса. II часть. Развитие речи. Таллин, 1998б.
- Замковая Н., Моисеенко И.* Здравствуй, Москва!: учебник по русскому языку для учащихся старших классов средних школ и гимназий с эстонским языком обучения. Таллин, 1996.
- Замковая Н., Моисеенко И.* Практикум по русскому языку для студентов отделения начального обучения. Часть I. Пособие по письменной речи. Таллин, 1986.
- Замковая Н., Моисеенко И., Штейнфельдт Э.* Специфика коммуникативных заданий при обучении речевому общению // Русский язык и литература в киргизской школе. 1985. № 35. С. 2–56.
- Логвина И., Мальцева-Замковая Н.* От текста к тексту: пособие по русскому языку для учащихся 5–6 классов. Таллинн, 2010.
- Мальцева-Замковая Н.* Требования времени и новый учебник РКИ в Эстонии // Мир русского слова и русское слово в мире. 2007. Т. 6 (2). Sofia. С. 282–286.
- Мальцева-Замковая Н., Моисеенко И., Раудсепт Н.* Что написано пером. Каковы встречи, таковы и речи. Восприятие и создание письменного текста: учебник русского языка для гимназий. Таллин, 2015.
- Мальцева-Замковая Н., Моисеенко И., Раудсепт Н.* Каковы встречи, таковы и речи. Восприятие и создание устного текста: учебник русского языка для гимназий. Таллин, 2012.
- Метса А., Казесалу Т., Васильченко Э., Вахар Ы.* Лекции по методике преподавания русского языка. Таллин, 1986.
- Моисеенко И.* Изменение парадигмы создания учебников РКИ для гимназий в Эстонии // Мир русского слова и русское слово в мире. 2007. Т. 6 (2). Sofia. С. 299–303.
- Моисеенко И.М.* Лингводидактические основы создания коммуникативно ориентированного учебного пособия по русскому языку для подготовки учителей начальных классов национальной школы: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1989.
- Моисеенко И., Замковая Н.* Инновационные формы работы на уроке русского языка как иностранного. Таллинн, 2006.
- Моисеенко И.М., Замковая Н.В.* Статус русского языка в Эстонии и проблемы, связанные с его преподаванием // Труды по русской и славянской филологии. Лингвистика. Новая серия. VI. Проблемы языка диаспоры. Тарту, 2002. С. 173–185.
- Пассов Е., Кузовлева Н.* Основы коммуникативной теории и технологии иноязычного образования. М., 2010.
- Роовет Э.* Обучение речевому общению (теоретические основы). Таллинн, 1984. Функциональная организация языкового материала и обучение речевой деятельности. Таллин, 1986.
- Штейнфельдт Э.* Как научиться и научить создавать коммуникативно значимые тексты: учебное пособие по методике преподавания русского и эстонского языка. Таллинн, 2007.

- Ehala M. Kirjutamise kunst: tekstiõpetuse õpik. Tallinn: Koolibri, 2000.
- Gümnaasiumi riiklik õppekava. 2011. URL: <https://www.riigiteataja.ee/akt/13272925>.
- Hage M. Teksti- ja kõneõpetus. Gümnaasiumi eesti keele õpik. Tallinn: Koolibri, 2003.
- Uusen A. Emakeele õpetamisest. Klassiõpetajale. Tallinn: TLÜ Kirjastus, 2002.

References

- Antonova, E.S. (2007), *Metodika russkogo yazyka. Kommunikativno-dejatel'nostnyi podhod* [Russian technique. Communicative and activity approach], Moscow.
- Biryukova, I., Zamkovaya, N., Moiseenko, I. (2002), *Zdravstvuite! 4* [Hello 4], Russian language textbook for 9 grade, Tallinn.
- Biryukova, I., Zamkovaya, N., Moiseenko, I. (2000), *Zdravstvuite 3* [Hello 3], Russian language textbook for 8 grade, Tallinn.
- Ehala, M. (2000), *Kirjutamise kunst, tekstiõpetuse õpik*, Tallinn, Koolibri publ.
- (1986), *Funktsional'naya organizatsiya yazykovogo materiala i obuchenie rechevoi deyatel'nosti* [Functional organization of linguistic material and training of speech activity], Tallinn.
- (2011), *Gümnaasiumi riiklik õppekava*, available at: <https://www.riigiteataja.ee/akt/13272925>.
- Hage, M. (2003). *Teksti- ja kõneõpetus*, Gümnaasiumi eesti keele õpik, Tallinn, Koolibri publ.
- Logvina, I., Maltseva-Zamkovaya, N. (2010), *Ot teksta k tekstu* [From text to text], Russian language textbook for 5-6 grade, Tallinn.
- Maltseva-Zamkovaya, N. (2007), *Trebovaniya vremeni i novyi uchebnik RKI v Estonii* [Time requirements and the new Russian as a foreign language textbook in Estonia]. *Mir russkogo slova i russkoe slovo v mire* [The World of a Russian word and a Russian word in the World], Vol. 6(2), Sofia, pp. 282-286.
- Maltseva-Zamkovaya, N., Moiseenko, I., Raudsepp, N. (2015), *Chto napisano perom. Kakovy vstrechi, takovy i rechi. Vospriyatie i sozdanie pis'mennogo teksta* [The pen is mightier than sword. As meetings as speeches. The perception and creation of a written text], Russian language textbook for a grammar school, Tallinn.
- Maltseva-Zamkovaya, N., Moiseenko, I., Raudsepp, N. (2012), *Kakovy vstrechi, takovy i rechi. Vospriyatie i sozdanie ustnogo teksta* [As meetings as speeches. The perception and creation of an oral text], Russian language textbook for a grammar school, Tallinn.
- Metsa, A., Kazesalu, T., Vasilchenko, E., Vakhar, Y. (1986), *Lectures on methods of teaching Russian*, Tallinn. (in Russian)
- Moiseenko, I. (2007), *Izmenenie paradigmy sozdaniya uchebnikov RKI dlya gimnazii v Estonii* [Changing the paradigm of Russian as a foreign language textbooks for high schools in Estonia]. *Mir russkogo slova i russkoe slovo v mire* [The World of a Russian word and a Russian word in the World], Vol. 6(2), Sofia, pp. 299-303.
- Moiseenko, I.M. (1989), *Lingvodidakticheskie osnovy sozdaniya kommunikativno orientirovannogo uchebnogo posobiya po russkomu yazyku dlya podgotovki uchitelei nachal'nykh klassov natsional'noi shkoly* [Linguistic and didactic basis for the creation of communicatively oriented textbook on the Russian language for the preparation of teachers of an elementary national school], Author's abstract of PhD thesis, Moscow.

- Moiseenko, I., Zamkovaya, N. (2006), *Innovacionnyye formy raboty na uroke russkogo yazyka kak inostrannogo* [*Innovative forms of work at lesson of Russian as foreign*], Tallinn.
- Moiseenko, I., Zamkovaya, N. (2002), Status russkogo yazyka v Estonii i problemy, svyazannye s ego prepodavaniem [The status of Russian in Estonia and the problems connected with its teaching]. *HUMANIORA: LINGUA RUSSICA*, VI, Tartu, pp. 173-185.
- Passov, E., Kuzovleva, N. (2010), *Osnovy kommunikativnoi teorii i tekhnologii inoyazychnogo obrazovaniya* [*Fundamentals of communication theory and techniques of foreign language education*], Moscow.
- Roovet, E. (1984), *Obuchenie rechevomu obshcheniyu (teoreticheskie osnovy)* [*Teaching to create speech dialogue (theory)*], Tallinn.
- Shteinfeldt, E. (2007), *Kak nauchit'sya i nauchit' sozdavat' kommunikativno znachimyye teksty* [*How to learn and teach to create meaningful communicative texts*], A textbook on methods of teaching Russian and Estonian languages, Tallinn.
- Zamkovaya, N., Moiseenko, I. (2009), *Prodolzhim znakovstvo* [*Let's continue get acquainted with Russian*], Russian language textbook for 10 grade, Tallinn.
- Zamkovaya, N., Moiseenko, I. (2002), *Mnogolikaya Rossiya* [*Divers Russia*], Russian language textbook for 11 grade, Tallinn.
- Zamkovaya, N., Moiseenko, I. (1999), *Trudno byt' molodym?!* [*Is this difficult to be young?!*], Russian language textbook for 12 grade, Tallinn.
- Zamkovaya, N., Moiseenko, I. (1998a), *Russian language textbook for 5 grade*, Tallinn, Pt. 1. (in Russian)
- Zamkovaya, N., Moiseenko, I. (1998b), *Yazyk tvoi – drug tvoi* [*Your tongue is your friend*], Russian language textbook for 5 grade, Tallinn, Pt. 2, Speech development.
- Zamkovaya, N., Moiseenko, I. (1996), *Zdravstvui, Moskva!* [*Hello Moscow*], Russian language textbook for high school students educating in Estonian language, Tallinn.
- Zamkovaya, N., Moiseenko, I. (1986), *Praktikum po russkomu yazyku dlya studentov otdeleniya nachal'nogo obucheniya* [*Russian language practice for elementary school students*], Written speech textbook Tallinn, Pt. 1.
- Zamkovaya, N., Moiseenko, I., Shteinfeldt, E. (1985), Spetsifika kommunikativnykh zadaniy pri obuchenii rechevomu obshcheniyu [Special features of communicative tasks at teaching speaking]. *Russkii yazyk i literatura v kirgizskoi shkole* [*Russian language and literature in Kyrgyz school*], No. 35, pp. 2-56.
- Uusen, A. (2002), *Emakeele õpetamisest. Klassiõpetajale*, Tallinn, TLÜ Kirjastus.

IMPLEMENTATION OF COMMUNICATIVE APPROACH IN TEXTBOOKS ON RUSSIAN LANGUAGE IN ESTONIA

¹ I.M. Moiseenko, ² N.V. Maltseva-Zamkovaya

¹ Tallinn University (Tallinn, Estonia)

² Education center TEACHME (Tallinn, Estonia)

Abstract: The communicative teaching method has been actively developing in Estonia since the end of the 70s of the 20th century. Major works have been devoted to the development of the theoretical foundations of this method, which were intro-

duced to the practice of teaching Russian as a foreign language. Currently, due to the demands of the time there is a convergence of methods of teaching Russian both as native and foreign. New training programmes are developed and introduced. The authors dwell on the characteristic of fundamentally new courses for schools and consider the principles of their construction. In this article you can get acquainted with the educational literature created for the courses “The perception and creation of an oral text” and “Perception and creation of a written text” in Estonian schools, where Russian is taught as a mother tongue.

Key words: speech communication, needs of students, textbook on Russian language, creating communicatively significant texts in native language.

For citation:

Moiseenko, I.M., Maltseva-Zamkovaya, N.V. (2016), Implementation of communicative approach in textbooks on Russian language in Estonia. *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 135-147. (in Russian)

About the authors:

¹ **Moiseenko Irina Mikhaylovna**, PhD, Associate Professor of School of Humanities

² **Maltseva-Zamkovaya Natalia Viktorovna**, PhD, teacher

Corresponding authors:

¹ Postal address: 25 Narva mnt, Tallinn, 10120, Estonia

² Postal address: 8 Rävåla pst, Tallinn, 10143, Estonia

¹ E-mail: irmo@tlu.ee

² E-mail: talyz@inbox.ru

Received: October 26, 2016

ОБУЧЕНИЕ ГОВОРЕНИЮ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СИТУАЦИОННЫХ ЗАДАЧ

Е.А. Штехман¹, Ю.А. Мельник²

¹ Омский автобронетанковый инженерный институт (Омск, Россия)

² Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)

Аннотация: Рассматриваются особенности обучения говорению на занятиях по русскому языку как иностранному. Говорение понимается как вид речевой деятельности, при котором осуществляется устное общение. Предлагается использовать на занятиях по русскому языку как иностранному ситуационные задачи, направленные на развитие речи в условиях, приближенных к действительности. Ситуационные задачи рассматриваются как методический прием, который представляет собой комплекс условий, позволяющий решить разнообразные речевые ситуации. Ситуационные задачи включают в себя следующие компоненты: обстановка общения (официальная, неофициальная), адресат (количество собеседников, ролевые и коммуникативные отношения), цель общения (общение, сообщение, воздействие). Развитие навыков говорения обычно проводится в три этапа: самостоятельное построение предложения; самостоятельное построение высказывания, состоящего из нескольких логически связанных фраз; самостоятельное построение законченного монолога. Выделяются два основных подхода, применяемых в методике обучения говорению иностранных учащихся на разных этапах обучения.

Ключевые слова: говорение, развитие речи, ситуационные задачи, русский язык как иностранный.

Для цитирования:

Штехман Е.А., Мельник Ю.А. Обучение говорению на занятиях по русскому языку как иностранному с использованием ситуационных задач // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 148–154.

Сведения об авторах:

¹ Штехман Елена Александровна, доцент, доцент кафедры иностранных и русского языков

² Мельник Юлия Александровна, аспирант кафедры теоретической и прикладной лингвистики

Контактная информация:

¹ Почтовый адрес: 644098, Россия, Омск, 14-й Военный городок, 119

² Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

¹ E-mail: shte-elena@mail.ru

² E-mail: uliya0783@mail.ru

Дата поступления статьи: 24.04.2016

Говорение – продуктивный вид речевой деятельности, посредством которого осуществляется устное общение, – является наиболее активной формой коммуникации. Целью говорения является выражение мыслей, чувств, передача информации, т. е. требуется обязательное обучение данному виду деятельности в рамках ситуации общения. Говорение следует рассматривать в системе коммуникативного метода.

Обучение говорению – одна из самых сложных задач в преподавании русского языка как иностранного. Трудность заключается в том, что языковым материалом нужно овладеть в совершенстве и пользоваться им как средством общения.

В настоящее время в методике разрабатывается два основных подхода к обучению иностранных учащихся самостоятельной речи. Первый подход представляет собой постепенное развитие речи от элементов к развернутому речевому высказыванию путем постепенного увеличения фраз. На данном этапе обучения целесообразно использовать ситуационные задачи.

Ситуационные задачи – это задачи, позволяющие учащемуся осваивать интеллектуальные операции последовательно в процессе работы с информацией: ознакомление – понимание – применение – анализ – синтез – оценка.

Специфика ситуационной задачи заключается в том, что она носит ярко выраженный практико-ориентированный характер, но для ее решения необходимо конкретное предметное знание [Екимова 2014: 87]. На занятиях по русскому языку как иностранному обычно решаются практические ситуации, так как именно их проигрывание позволяет учащимся чувствовать себя уверенней в повседневной действительности.

Мы понимаем ситуационную задачу как методический прием, включающий совокупность условий, направленных на решение практически значимой ситуации с целью формирования компонентов содержания образования [Павленко 2012].

Так, Е.И. Пассов отмечает, что «под ситуацией необходимо понимать не совокупность экстралингвистических обстоятельств, а систему взаимоотношений собеседников, отраженную в их сознании... Ситуация есть такая динамичная система взаимоотношений обучающихся, которая благодаря ее отраженности в сознании порождает личную потребность в целенаправленной деятельности и питает эту деятельность» [Пассов 1989: 95].

В методической литературе выделяют три «ситуации»:

1. Ситуация действительности – такая совокупность условий (обстоятельств) в акте деятельности какого-либо лица, одна часть которой, заключающая в себе противоречие, ставит перед этим лицом проблему – задачу действия, т. е. формирует целевую часть действия, другая же часть этой совокупности обуславливает исполнительную сторону действия.

2. Неречевая ситуация – такая совокупность условий (обстоятельств) в акте деятельности какого-либо лица, одна часть которой, заключающая в себе противоречие, ставит перед ним проблему – задачу действия, другая же часть этой совокупности обеспечивает выполнение задачи самим лицом посредством определенного физического действия.

3. Речевая ситуация – такая совокупность условий (обстоятельств) в акте деятельности какого-либо лица, одна часть которой, заключающая в себе противоречие, ставит перед ним проблему – задачу действия, другая же часть этой совокупности обуславливает возможность решения задачи с помощью собеседника, обращением к которому с этой целью и служит речевое действие [Пассов 1989: 14].

Разыгрывая на занятии речевую ситуацию, мы должны иметь представление о ее компонентах:

– обстановка общения (официальная, неофициальная);

– адресат (количество собеседников, ролевые и коммуникативные отношения);

– цель общения (общение, сообщение, воздействие).

Развитие навыков говорения обычно проводится в три этапа:

• Учащийся самостоятельно строит одно-два предложения. Чтобы сформировать данное умение, предлагается выполнить следующие задания:

Ситуация 1. Поздоровайтесь с другом, преподавателем.

Ситуация 2. Вы в гостях. Попрощайтесь с родителями друга (с другом, с подругой).

Ситуация 3. Вы едете в автобусе. Попросите передать деньги за билет, поблагодарите пассажира за помощь.

Ситуация 4. Вы на уроке русского языка (на дне рождения у друга, в театре). Выразите просьбу, используя речевые конструкции:

1. Пожалуйста.

2. Будьте добры.

3. Будьте любезны.

4. Если тебе не трудно + глагол в форме повелительного наклонения.

5. Если вас не затруднит + глагол в форме повелительного наклонения.

6. Сделайте одолжение.

7. Будь другом.

• Учащийся учится самостоятельно строить высказывания, состоящие из нескольких логически связанных фраз, которые реализуются в разных функциональных стилях речи. Например:

Ситуация 1. Вы пришли к директору фирмы устраиваться на работу инженером (продавцом, врачом, механиком, водителем). Расскажите о себе.

Ситуация 2. Вы пришли к другу. Расскажите о любимом виде спорта.

Ситуация 3. Проведите экскурсию по городу Омску (по столице вашей страны).

Ситуация 4. Расскажите другу, какой ваш любимый урок, и объясните почему.

• Учащийся учится строить законченный монолог. Например:

Ситуация 1. Перед вами прогноз погоды в больших городах России. Какое это время года? Расскажите о погоде по рисунку.



Прогноз погоды

Ситуация 2. Вечером ваш друг играет в компьютерные игры. Расскажите ему о вреде компьютерных игр.

Ситуация 3. В России проходит съезд врачей. Расскажите о системе здравоохранения в вашей стране.

Ситуация 4. Вы увлекаетесь живописью (архитектурой, скульптурой, музыкой). Расскажите друзьям об одном известном человеке из этой области искусства.

Второй подход к обучению речи представляет собой развитие от текста-модели к составлению собственного высказывания. Текст-модель, как правило, предъявляется учащимся в письменном виде как текст для чтения, при этом необходимо учитывать, что ведется обучение устной речи, следовательно, необходимо не только прочтение текста-модели, но и прослушивание его. Текст должен быть проанализирован на разных уровнях:

– содержательном: производится анализ главной идеи текста, композиции, его типа;

- фонетическом: обращается внимание на фонетические особенности слов, а также на интонации, присутствующие в тексте;
- лексическом: акцентируется внимание учащихся на лексемах, которые вызывают затруднения в понимании текста;
- грамматическом: рассматриваются синтаксические особенности предложений, представленных в тексте.

Далее обучаемым предлагается решить ситуационную задачу, связанную с текстом.

Ситуация. Это письмо написал курсант подготовительного курса в прошлом году. Прочитайте его.

Здравствуй, Анна!

Я хочу рассказать тебе о своей спортивной жизни в институте.

На подготовительном курсе курсанты не только учатся, но и занимаются спортом. Наша группа любит разные виды спорта: шахматы, теннис, волейбол, баскетбол, плавание, но больше всего – футбол. Дома мы тоже играли в футбол.

Футбол – это самая популярная спортивная игра в мире. Здесь, в институте, мы тоже играем в футбол.

Мы очень любим принимать участие в спортивных соревнованиях и любим их смотреть, чтобы болеть за свою команду.

Если на улице тепло, то мы играем в футбол на спортивной площадке. Здесь много места и свежий воздух.

Наш офицер говорит: «Спорт – это здоровье». Мы согласны с этим, знаем, что нельзя всё время заниматься спортом, потому что на первом месте для курсантов в нашем институте – учёба. Это главное для нас.

До свидания, Анна! Пиши.

Друг попросил вас прочитать это письмо ему. Вы стали его искать, но поняли, что потеряли. Расскажите, о чём письмо.

Вопросы к заданию:

1. Что делают курсанты на подготовительном курсе?
2. Какие виды спорта любит ваша группа?
3. Что больше всего любят курсанты?
4. Какая игра самая популярная в мире?
5. Где играют в футбол иностранные студенты, когда на улице тепло?
6. Что говорит офицер о занятиях спортом?
7. Что главное для курсантов в институте?

Расскажите (маме, сестре, брату, соседу) о своей спортивной жизни в институте.

Таким образом, данные подходы к обучению речи не противоречат друг другу. Первый подход, как правило, используется на начальных стадиях обучения и позволяет ввести участника общения в языковую среду,

второй подход предпочтителен на продвинутом этапе обучения и используется для расширения коммуникативных целей.

Список литературы

- Екимова В.И. Кейс-метод в высшей школе: проблемы применения и оценки эффективности // Современная зарубежная психология. 2014. Т. 3. № 1. С. 86–97.
- Павленко Е.К. Ситуационные задачи как форма интерактивного изучения школьного курса географии // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 2. URL: <http://www.science-education.ru/102-6101> (дата обращения: 06.09.2015).
- Пассов Е. Основы коммуникативной методики обучения иноязычному общению. М.: Русский язык, 1989. 276 с.

Referensces

- Ekimova, V.I. (2014), Case study in higher school: problems of application and efficiency estimation. *Journal of Modern Foreign Psychology*, Vol. 3, No. 1, pp. 86-97. (in Russian)
- Passov, E. (1989), *Osnovy kommunikativnoi metodiki obucheniya inoyazychnomu obshcheniyu* [Fundamentals of communicative methods of teaching foreign language communication], Moscow, Russkii yazyk publ., 276 p.
- Pavlenko, E.K. (2012), Case studies as a form of interactive learning of the school course of geography]. *Modern problems of science and education*, No. 2, available at: <http://www.science-education.ru/102-6101> (access date: September 06, 2015). (in Russian)

TEACHING SPEAKING WITH CASE PROBLEM ON LESSONS OF RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

E.A. Shtekhman¹, Yu.A. Melnik²

¹ *Omsk Tank-Automotive Engineering Institute (Omsk, Russia)*

² *Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)*

Abstract: The article is devoted to the peculiarities of teaching speaking on lessons of Russian as a foreign language. Speaking is understood as a type of speech activity with oral communication. Authors of the article suggest using a case problem which is aimed at the development of the speech in the closer to reality conditions on classes of Russian as foreign language. In this work case problems are considered as a methodical technique that represents a complex of conditions allowing to solve various speech situations. Case problems include the following components: communication situation (official, informal), addressee (a number of conversation partners, role and communicative relations), and communication purpose (communication, message, and impact). Development of speaking skills is usually carried out in three steps: independent creation of the sentence; independent creation of the statement consisting of several logically connected phrases; independent creation of the finished monologue. Researchers distinguish two main approaches applied in a technique of speaking training of foreign students at different education levels.

Key words: speaking, speech development, situational tasks, Russian as a foreign language.

For citation:

Shtekhman, E.A., Melnik, Yu.A. (2016), Teaching speaking with case problem on lessons of Russian as a foreign language. *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 148-154. (in Russian)

About the authors:

¹ **Shtekhman Elena Aleksandrovna**, Assistant Professor of the Chair of Foreign Languages and Russian

² **Melnik Yulia Aleksandrovna**, Post-graduate Student of the Chair of General and Applied Linguistics

Corresponding authors:

¹ Postal address: 119 14th Voennyi gorodok, Omsk, 644098, Russia

² Postal address: 55a Mira pr., Omsk, 644077, Russia

¹ E-mail: shte-elena@mail.ru

² E-mail: uliya0783@mail.ru

Received: April 24, 2016

Раздел IV

РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА





Part IV

REVIEWS. CHRONICLE

**РЕЦЕНЗИЯ НА МОНОГРАФИЮ
Т.П. СОКОЛОВОЙ «НЕЙМИНГОВАЯ ЭКСПЕРТИЗА:
ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОИЗВОДСТВО» (Москва, 2016. 208 с.)**

О.С. Иссерс

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)

Аннотация: Анализируется монография кандидата филологических наук и магистра юриспруденции Т.П. Соколовой, посвященная новому виду судебной лингвистической экспертизы – нейминговой. Она проводится по делам о защите личного имени гражданина, авторского имени, неймов как интеллектуальной собственности. В монографии рассматривается комплекс вопросов, связанных с закономерностями формирования и развития нейминговой экспертизы как вида речеведческих экспертиз. Издание адресовано практикующим лингвистам-экспертам, бренд-менеджерам, а также преподавателям высшей школы и может использоваться при подготовке филологов, маркетологов, специалистов по рекламе.

Ключевые слова: нейминг, нейминговая экспертиза, лингвистическая экспертиза, коммерческая номинация.

Для цитирования:

Иссерс О.С. Рецензия на монографию Т.П. Соколовой «Нейминговая экспертиза: организация и производство» (Москва, 2016. 208 с.) // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 157–160.

Сведения об авторе:

Иссерс Оксана Сергеевна, доктор филологических наук, профессор, ведущий кафедрой теоретической и прикладной лингвистики, декан факультета филологии и медиакоммуникаций

Контактная информация:

Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

E-mail: isserso@mail.ru

Дата поступления статьи: 03.11.2016

В монографии впервые рассматривается новый вид судебной лингвистической экспертизы – нейминговая экспертиза, которая может быть назначена по делам о защите личного имени гражданина, авторского имени или псевдонима, неймов как интеллектуальной собственности: товар-

ных знаков и знаков обслуживания, фирменных наименований, коммерческих обозначений, доменных имен. Актуальность разработки нейминговой экспертизы определяется, с одной стороны, бурным развитием коммерческой номинации, с другой – необходимостью правовой защиты неймов как интеллектуальной собственности, так как значительно возросло количество правонарушений, связанных с использованием речевых продуктов (в том числе наименований) в интернет-коммуникации.

Предмет рецензируемого исследования составляет комплекс вопросов, связанных с закономерностями формирования и развития нейминговой экспертизы как вида речеведческих экспертиз, причём трактовка сущности нейминговой экспертизы является по-настоящему междисциплинарной: с одной стороны, это «процессуально регламентированное лингвистическое исследование нейма как речевого продукта», с другой – для составления обоснованного заключения эксперт должен обладать специальными знаниями «в лингвистике, ономастике, судебном речеведении и судебной экспертологии» (с. 32).

Монографическое исследование Т.П. Соколовой состоит из введения, двух глав, заключения, приложения и библиографии, включающей 329 источников. В первой главе подробно рассмотрены юридико-лингвистические аспекты нейминговой экспертизы, касающиеся её генезиса и понятийного аппарата, в частности особый интерес представляет детальный анализ понятия «имя» и его «частичных эквивалентов – название, наименование» (с. 15) в нормативных правовых актах и в различного рода словарях. Именно несовпадением юридического и лингвистического содержания термина «имя» автор обосновывает введение термина *нейм* «в целях разграничения *нейма* – наименования как объекта нейминговой экспертизы – и *имени* как компонента составных юридических терминов, широко и непоследовательно используемых в нормативных правовых актах» (с. 15). Причем, по мнению автора, термин *нейм* в русском языке является результатом обратного словообразования – от *нейминг* (рассмотрению понятия и функций нейминга посвящен отдельный параграф книги). Завершает главу компаративный анализ ключевых терминов и понятий средств индивидуализации: товарный знак, знак обслуживания, фирменное наименование, коммерческое обозначение, наименование места происхождения товара (с. 43–55).

Во второй главе рассматриваются методические аспекты нейминговой экспертизы, предлагается классификация неймов в соответствии с типовыми задачами экспертной практики, показаны возможности разработываемого вида лингвистической экспертизы в доказывании при рассмотрении дел, связанных с нарушением права гражданина на имя, авторских и смежных прав, прав на фирменные наименования, товарные знаки, коммерческие обозначения и доменные имена. Так, нейминговая экспертиза может установить ономастические и общелингвистические параметры личных имен, отчеств, фамилий, в том числе их этимологию, системно-

структурные связи, этнокультурные составляющие неймов, их буквенно-звуковой состав, закрепление в письменной традиции и официальных документах, их вариативность и установить фактические данные об использовании имени в отношении одного и того же лица (с. 61).

В монографии показана роль нейминговой экспертизы по делам, связанным со столкновением прав на результаты интеллектуальной деятельности и на средства индивидуализации, в частности доменных имен и товарных знаков и фирменных наименований (с. 67–84). Впервые как объекты нейминговой экспертизы рассмотрены наименования географических объектов (топонимы) и внутригородских объектов (урбанонимы), которые вовлекаются в сферу гражданско-правовых отношений.

Практическую ценность представляет раздел «Методические приемы экспертного исследования неймов по различным категориям дел», в котором на основе анализа заключений экспертов и специалистов, судебной практики и специальных знаний сформулированы методические подходы к экспертному анализу разных видов неймов, дан перечень типичных задач и вопросов нейминговой экспертизы. Особое внимание уделено актуальной проблеме установления признаков сходства словесных обозначений (с. 92–99). Обращается автор и к другим дискуссионным вопросам коммерческой номинации: установление соответствия наименований нормам современного русского языка, а также принципам гуманности и морали, в том числе в аспекте использования в нейминге прецедентных имен (с. 100–109).

В монографии впервые рассмотрены методические аспекты нейминговой экспертизы объектов урбанистики и разработаны практические рекомендации по неймингу объектов на территории Новой Москвы. В связи с этим самостоятельную ценность имеет приложение «Комментарий к Закону города Москвы от 08.10.1997 № 40-70 “О наименовании территориальных единиц, улиц и станций метрополитена города Москвы” и Методические рекомендации по наименованию объектов города Москвы» (с. 127–190).

Таким образом, монография Т.П. Соколовой «Нейминговая экспертиза: организация и производство» представляет собой оригинальное междисциплинарное научное исследование теоретико-методологического типа, основанное на анализе обширной судебно-экспертной практики. Не вызывает сомнений актуальность данного издания: оно найдет своего адресата и в среде практикующих лингвистов-экспертов, бренд-менеджеров, и в образовательном процессе в высшей школе – для подготовки филологов, специалистов по рекламе и маркетингу. Работа написана хорошим языком, понятным и юристам, и лингвистам, а также всем интересующимся проблемами нейминга. Многие затронутые автором вопросы носят дискуссионный характер и побуждают к продолжению юридико-лингвистического дискурса.

**REVIEW ON THE SOKOLOVA'S MONOGRAPH
"NAMING EXAMINATION: ORGANIZATION AND PRODUCTION"
(Moscow, 2016, 208 p.)**

O.S. Issers

Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)

Abstract: The monograph of the Doctor of Philology and a Master of Law T.P. Sokolova is analyzed. The monograph is dedicated to a new kind of forensic linguistic examination – naming. It is performed in cases of protection of the personal name of a citizen, the author's name, and names as intellectual property. The monograph examines the complex of issues related to the laws of the formation and development of naming examination as a type of linguistic examinations. The publication is addressed to practitioners, linguists-experts, brand managers, as well as university teachers and can be used in the training of philologists, marketing experts, publicists.

Key words: naming, naming examination, linguistic examination, commercial nomination.

For citation:

Issers, O.S. (2016), Review on the Sokolova's monograph "Naming examination: organization and production" (Moscow, 2016, 208 p.). *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 157-160. (in Russian)

About the author:

Issers Oksana Sergeevna, Prof., Head of the Chair of Theoretical and Applied Linguistics, Head of the Faculty of Philology and Media Communication

Corresponding author:

Postal address: 55a Mira pr., Omsk, 644077, Russia

E-mail: isserso@mail.ru

Received: November 3, 2016

**РЕЦЕНЗИЯ НА МОНОГРАФИЮ
Н.А. ФАТЕЕВОЙ «ПОЭЗИЯ КАК ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС»**

Е.Н. Ремчукова

Российский университет дружбы народов (Москва, Россия)

Аннотация: Рецензируемая монография посвящена интересной и актуальной проблематике – изучению того, как поэты описывают процесс порождения художественного текста и определяют свое отношение к языковым знакам, становясь исследователями поэтического языка и в результате влияя на его развитие. Монография состоит из трех глав. Первая глава «Поэзия как само-описывающая система» посвящена анализу проявлений метаязыковой поэтики. Во второй главе «Неологизмы и девиации: креативный аспект» автор рассматривает явления, непосредственно связанные с метаязыковой рефлексией: изучается «креативный потенциал девиаций», рассматриваются неологизмы-термины как элементы индивидуальной «поэтической филологии». В третьей главе «Индивидуальные репрезентации метапоэтики» особенно ярко проявляются новизна предложенного Н.А. Фатеевой подхода и его научная ценность. В заключение отмечается, что монография «Поэзия как филологический дискурс» представляет собой целостное научное произведение, написанное на высоком профессиональном уровне.

Ключевые слова: поэзия, филологический дискурс, метаязык, метапоэтика, языковая рефлексия.

Для цитирования:

Ремчукова Е.Н. Рецензия на монографию Н.А. Фатеевой «Поэзия как филологический дискурс» // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 161–165.

Сведения об авторе:

Ремчукова Елена Николаевна, доктор филологических наук, профессор кафедры общего и русского языкознания

Контактная информация:

Почтовый адрес: 117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

E-mail: remchukova@pochta.ru

Дата поступления статьи: 19.06.2016

Монография Н.А. Фатеевой посвящена интересной и актуальной теме, так как внимание автора направлено на исследование того, как сами поэты (и шире, писатели) описывают процесс порождения художественного текста, а также определяют свое отношение к языковым знакам. С этой точки зрения они выступают не только как субъекты, порождающие текст, но и как исследователи поэтического языка, влияющие на его развитие и экспериментирующие с его возможностями.

Однако реальное наполнение книги оказывается шире заявленной проблематики. В работе с точки зрения языковой рефлексии рассматриваются явления, связанные с порождением новых языковых единиц как на уровне самого текста (авторские девиации), так и относящиеся к сфере его интерпретации (неологические термины), а также изучаются индивидуальные репрезентации метапоэтики в идиостилиях В. Хлебникова, В. Брюсова, И. Северянина, В. Набокова. Специальному рассмотрению подвергается творчество К. Малевича, который выступает не только как художник, но и автор трактатов и поэтических текстов.

Материалом исследования является русская поэзия XIX–XXI вв.: на основе этого материала выделяется целый ряд явлений, попадающих в центр внимания поэтов как исследователей языка; а затем состав этой лексической группы исследуется в диахронии.

В основе заявленной исследовательской позиции лежит положение о том, что в поэтическом тексте поэтическая функция языка вступает в тесную интеракцию с метаязыковой функцией. В работе также отмечается, что и метаязыковая компетенция в этом случае приобретает креативное измерение, позволяющее «порождать новые факты языка и расширять предметную лингвистическую область поэтической речи».

В первой главе монографии **«Поэзия как самоописывающая система»** анализируется сразу несколько проявлений метаязыковой поэтики, или метапоэтики.

Во-первых, автор показывает, как сами поэты отображают состояние «поэтического вдохновения», инстинктивно используя метод интроспекции. С этой точки зрения поэт выступает одновременно как в роли субъекта, испытывающего некоторое необычное физическое и психическое состояние, так и в роли творца, фиксирующего это состояние непосредственно в поэтическом тексте. Во-вторых, исследуются метаязыковые компоненты поэтического текста, которые собственно и превращают текст в самоописывающую систему. При этом отмечается, что если сначала, в XIX в., поэты сосредоточивались на тех языковых явлениях, которые непосредственно связаны с порождением стихотворного текста (*звук, слово, стих, стопа, рифма*), то в XX в. эта группа существенно расширяется за счет специальных языковедческих и стиховедческих терминов, характеризующих разные уровни языка, разряды, категории и формы (*метафора, метонимия, аллитерация, часть речи, время, число, падеж, сочинение и*

подчинение и др.). Одновременно в работе демонстрируется, что в поэтическом тексте лингвистические и стиховедческие термины используются не только в терминологическом значении, но и в переносном, а также подвергаются «растерминологизации» и вовлекаются в языковую игру, как, например, у В. Павловой: *Дитя орфографии, / сколько себя помню, живу от руки. / Стоит поверить руке – и не веришь зрению, / только слуху. Смогу ли судьбу упросить / выправить согласованья, склоненья, спряженья, / хоть немного синтаксис упростить?*

Параллельно усиление метаязыкового компонента отмечается в самой структуре текста, когда в него включаются инструкции читателю, организованные как «текст в тексте» и «текст о тексте» (заглавия, эпиграфы, авторские комментарии). В процессе анализа также устанавливается, что слова лексической группы, связанные с порождением стиха и языковыми явлениями, ему сопутствующими, притягиваются друг к другу в тексте, что создает «концентрацию метаязыкового поля в рамках отдельных строф» (ср., к примеру, стихотворения А. Драгомощенко).

В-третьих, в работе выделяются метаязыковые уровни и подробно описываются явления, происходящие на каждом из этих уровней. К числу метаязыковых уровней автор относит следующие: (авто)генеративный, лексико-семантический (фразеологический, лексикографический), словообразовательный, грамматический, фонетико-орфографический, уровень пунктуации, интерлингвистический уровень, интертекстуальный и текстуально-генеративный. Отмечается, что все эти уровни могут вступать во взаимодействие друг с другом.

На лексико-семантическом уровне особо отмеченной оказывается лексема «рифма», и именно поэтому ей посвящен специальный раздел в главе **«Слово о рифме: рифма как образ и как результат поэтической рефлексии»**. В нем изучаются основные образные переносы, которые свидетельствуют о том, что рифма непосредственно соотносится с рождением стиха.

Вторая глава под названием **«Неологизмы и девиации: креативный аспект»** посвящена наиболее интересным явлениям, непосредственно связанным с метаязыковой рефлексией. Во-первых, в ней изучается «креативный потенциал девиаций», которые автор относит к метаязыковым явлениям на основании того, что они являются осознанным авторским приемом, имеют особую мотивацию и работают на приращение смысла, прежде всего на его эстетическую составляющую. Во-вторых, в рамках второй главы обсуждается проблема появления неологических лингвистических и стиховедческих терминов, заполняющих лакуны существующего терминологического языка. Эти неологизмы-термины становятся элементами индивидуальной «поэтической филологии». Образование этих терминов идет двумя путями: с одной стороны, это словообразовательные неологизмы (типа *звучьмо, читьмо, наимал* у В. Хлебникова, *сдвигорифмы*

у А. Крученых, *словарево* у А. Альчук), во-вторых, термины, образованные путем метафорических переносов.

При этом автор убедительно показывает, что особенно много таких неологических терминов именно у футуристов, стремившихся к обновлению поэтического языка, однако у следующих поколений поэтов стремление к образованию новых понятий сохраняется и даже усиливается, прежде всего – у современных поэтов неофутуристического направления. Автор предлагает создание **«Словаря метапоэтических неологизмов»** и составляет для него словник неологических терминов, созданных поэтами (более 270 вхождений). Данное предложение Н.А. Фатеевой является очень значимым, и будем надеяться, что такой словарь в скором времени появится.

Новизна предложенного автором подхода и его научная ценность особенно ярко проявляются в третьей главе **«Индивидуальные репрезентации метапоэтики»**. Отметим в ней разделы, посвященные метапоэтическим экспериментам В. Хлебникова и В. Брюсова, а также метаязыковым компонентам в текстах И. Северянина и В. Набокова, в частности раздел, в котором анализируется стихотворный диалог В. Хлебникова и В. Брюсова, под названием «“Взводень звонов” В. Брюсова как метатекст идиолекта Велимира Хлебникова».

Не менее значим для исследования и раздел, посвященный поэзии И. Северянина, в котором автор показывает, что стремление поэта к порождению неологизмов сочеталось с особым вниманием к собственно лингвистической составляющей языкотворчества. Отметим, что хотя анализ метапоэтики Северянина выделен автором в отдельный раздел, в нем много перекличек с предыдущими разделами, вплоть до дословных повторов (ср. раздел о неологизмах-терминах). Поэтому мы советуем автору несколько перестроить общую композицию работы так, чтобы эти переклички не были столь очевидны.

Безусловный интерес вызывает и раздел «Язык и метаязык в прозе В. Набокова», в котором автор демонстрирует, что писатель создает собственную «языковую картину мира», перестраивая существующую по законам своего языка, который по отношению к этому миру становится метаязыком. Н.А. Фатеева отмечает, что в русскоязычной прозе Набокова более 150 терминов и понятий, связанных с разными уровнями языка, а также общесемиотических терминов (*знак, значение, коммуникация, контекст*). Такое обилие терминологических слов автор мотивированно связывает с тем, что Набоков уделял особое внимание языковой организации своих произведений и нередко воспроизводил в них сам акт текстопорождения (значительная часть его героев является пишущими людьми, и прежде всего главный герой романа «Дар» Федор Годунов-Чердынцев). Тем не менее следовало бы уточнить, почему для анализа метаязыка Набокова автор выбрал его прозу, а не поэзию. Разгадка, видимо, состоит в том, что проза Набокова по своим языковым характеристикам действительно близка поэзии и многими исследователями называется поэтической.

Также следует отметить, что книга Н.А. Фатеевой только бы выиграла, если вдобавок к перекрестным ссылкам в нее были бы введены дополнительные элементы связности, а именно включенные в текст фрагменты, в которых специально подчеркивалось, как отдельные части соотносены друг с другом.

Суммируя впечатление о монографии «Поэзия как филологический дискурс», можно сказать, что перед нами целостное научное произведение, написанное на высоком профессиональном уровне.

REVIEW ON THE FATEEVA'S MONOGRAPH "POETRY AS A PHILOLOGICAL DISCOURSE"

E.N. Remchukova

Peoples' Friendship University of Russia (Moscow, Russia)

Abstract: The reviewed monograph is devoted to interesting and topical issues, i.e. learning how poets describe the process of generating a literary text and determine their attitude to the linguistic sign, becoming explorers of the poetic language and as the result they influence on its development. The monograph consists of three chapters. The first chapter "Poetry as a self-describing system" is devoted to the analysis of the manifestations of metalinguistic poetics. In the second chapter "Neologisms and deviations: the creative aspect" the author examines the phenomenon directly related to the metalinguistic reflection: we study the "creative potential of deviations", examine neologism-terms as elements of individual "poetic philology". In the third chapter "The individual representation meta-poetics" the novelty of the proposed by N.A. Fateeva approach and its scientific value are particularly seen. In conclusion, the author of the review notes that the monograph "Poetry as philological discourse" is a coherent scientific work written in a high professional manner.

Key words: poetry, philological discourse, meta-language, meta-poetics, language reflection.

For citation:

Remchukova, E.N. (2016), Review on the Fateeva's monograph "Poetry as a philological discourse". *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 161-165. (in Russian)

About the author:

Remchukova Elena Nikolaevna, Prof., Professor of the Chair of General and Russian Linguistics

Corresponding author:

Postal address: 6 Miklukho-Maclaya ul., Moscow, 117198, Russia

E-mail: remchukova@pochta.ru

Received: June 19, 2016

ХРОНИКА III МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ «ЯЗЫКОВЫЕ КОНТАКТЫ И КОНТРАСТЫ»

И. Кошкин¹, Т. Стойкова²

¹ Латвийский университет (Рига, Латвия)

² Вентспилсская высшая школа (Вентспилс, Латвия)

Аннотация: Представлена хроника третьей Международной научной конференции «Языковые контакты и контрасты», которая состоялась 8–11 сентября 2016 г. в Латвийском университете (г. Рига) и Вентспилсской высшей школе (г. Вентспилс). На конференции основное внимание исследователей было уделено контактам балтийских языков со славянскими и другими языками. Проблематику конференции дополнили актуальные прикладные аспекты языковых контактов, связанные с переводоведением, теорией и практикой преподавания иностранных языков.

Ключевые слова: конференция, компаративистика, мультилингвизм, лингводидактика, переводоведение.

Для цитирования:

Кошкин И., Стойкова Т. Хроника III Международной научной конференции «Языковые контакты и контрасты» // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 166–171.

Сведения об авторах:

¹ Кошкин Игорь, доктор филологии, профессор

² Стойкова Татьяна, доктор филологии, доцент

Контактная информация:

¹ Почтовый адрес: 1586, Латвия, Рига, Бульвар Райниса 19

² Почтовый адрес: 3601, Латвия, Вентспилс, ул. Инженьеру, 101

¹ E-mail: igors.koskins@lanet.lv

² E-mail: tatjanas@venta.lv

Дата поступления статьи: 07.11.2016

Традиция проведения международных научных конференций, посвященных языковым контактам в регионе Балтийского моря, была заложена в 2008 г., когда на факультете гуманитарных наук Латвийского уни-

верситета прошла первая конференция «Языковые контакты и контрасты». Вторая конференция состоялась в 2013 г. Участники первой и второй конференций цикла сошлись во мнении, что данная исследовательская проблематика важна не только для Латвии, но и для всей Прибалтики, так как здесь веками соприкасались различные культуры, традиции и языки, и историческое развитие региона происходило и происходит под знаком мультилингвизма.

Надо сказать, что третья конференция была инициирована научно-общественной организацией «Национальный комитет славистов Латвии» (НКСЛ). Свою деятельность НКСЛ, учрежденный в 2013 г., а в 2014 г. принятый в состав «Международного комитета славистов» (МКС), координирует в соответствии с Уставом МКС. Комитет объединил латвийских славистов, чья исследовательская работа посвящена славянским языкам и культурам, а также связям между славянскими и балтийскими языками и культурами. Председатель НКСЛ, профессор факультета гуманитарных наук Латвийского университета Игорь Кошкин, возглавил оргкомитет конференции. В оргкомитет был приглашен член-корреспондент Национальной академии наук Беларуси, профессор, доктор филологических наук, председатель Национального комитета славистов Беларуси Александр А. Лукашанец; именно он присутствовал на учредительном собрании НКСЛ в 2013 г. и в августе 2014 г. на очередном заседании МКС засвидетельствовал факт создания в Латвии Комитета славистов.

В состав оргкомитета вошли также преподаватели и исследователи факультета переводоведения Вентспилсской высшей школы – доктор филологии, ассоциированный профессор Дзинтра Леле-Розентале; доктор филологии, доцент Гунтарс Дрейерс; доктор филологии, доцент Агнесе Дубова; доктор филологии, доцент Татьяна Стойкова.

В конференции приняли участие известные ученые и исследователи из Литвы, Эстонии, Беларуси, России, а также из разных вузов Латвии: Латвийского университета, Даугавпилсского университета, Балтийской международной академии, Вентспилсской высшей школы. Проблемы лингвистики контактов рассматривались как в теоретических, так и прикладных аспектах. Особое внимание было уделено вопросам, которые являются ключевыми в региональных лингвистических исследованиях, а именно контактам балтийских языков со славянскими и другими языками. Латышский язык, государственный язык Латвии, исторически тесно взаимодействовал с немецким, русским, польским и белорусским языками – в докладах была широко отражена междисциплинарная проблематика, связанная как с балтистикой и славистикой, так и с германистикой. Тематику конференции дополнили актуальные с точки зрения регионоведения прикладные аспекты языковых контактов, связанные с переводоведением, а также теорией и практикой преподавания иностранных языков. Доклады были объединены в тематические блоки – таким образом,

докладчики и слушатели могли участвовать в дискуссиях на определенные, интересующие их темы.

Участникам третьей конференции – гостям из разных регионов Латвии и других государств – представилась возможность посетить прекрасный г. Вентспилс (расположенный на западе страны, на берегу Балтийского моря), где на факультете переводоведения Вентспилской высшей школы проходили второй и третий рабочие дни конференции. Открытие конференции состоялось в Риге, в Малом актовом зале главного здания Латвийского университета. Первый рабочий день, 8 сентября, был посвящен, главным образом, общей проблематике языковых контактов и историческим контактам языков в Латвии.

Александр А. Лукашанец (Минск) представил анализ ситуации в современной славистике, обозначив главные тенденции и перспективы ее развития, а также место славянской компаративистики в славистических исследованиях. Николай П. Антропов (Минск) поделился опытом составления словарных статей для «Этымалагічнага слоўніка беларускай мовы», посвятив доклад проблемам этимологического анализа префиксальной лексики белорусского языка. Юрис Балдунчикс (Вентспилс), анализируя обширный лексический материал, показал, как в конце XIX – начале XX в. «конкурировали» русский и немецкий языки, являющиеся основными источниками заимствований в латышском языке. Продолжая тему заимствований в латышском языке, Игорь Кошкин (Рига) рассказал о языковых контактах в истории социальной терминологической лексики на примере ряда древних заимствований. Анатолий Кузнецов (Даугавпилс) рассмотрел взаимодействие старославянской книжной традиции и живых процессов языка, связанное с отражением процесса падения редуцированных в Зографском евангелии.

В фокусе внимания других выступающих были проблемы мультилингвизма в аспекте теории дискурса и межкультурной коммуникации. Елизавета Костанди (Тарту) охарактеризовала локально-темпоральную составляющую типового дискурса диаспоры – на основе анализа разнородных текстов русской диаспоры Эстонии. Любовь Каширина (Рига) предложила для обсуждения сравнительный анализ речевых стратегий публичных выступлений латвийских и российских политиков. Ирина В. Столярова (Санкт-Петербург) в публицистике рижанина Александра Гениса, филолога и путешественника, открыла мир разных и взаимодействующих культур. Оксана С. Иссерс (Омск) представила анализ такта как речевой стратегии – с учетом задач обучения иностранных студентов эффективной коммуникации на русском языке – и обозначила трудности, связанные с освоением данной стратегии. Ирина Моисеенко (Таллинн) на материале учебников рассмотрела особенности курсов практического русского языка для гимназий Эстонии.

Контакты славянских и балтийских языков во фразеологии стали предметом анализа в нескольких докладах. В своем выступлении Елена Королева (Даугавпилс) показала, как многовековое влияние иноязычного окружения и других языков отразилось в паремиях староверов Латгалии. Елена Коницкая (Вильнюс) выявила славянские, русские и польские, заимствования из области конфессиональной тематики в литовской фразеологии. Универсальные представления славян и балтов, отраженные в семантике эквивалентных соматических фразеологизмов, стали темой доклада Татьяны Стойковой (Вентспилс). В этих докладах, а также в совместном докладе Оксаны Ковзель и Елены Королевой (Даугавпилс), содержащем сопоставительный анализ русских разговорных и латышских книжных сравнений с фитонимами, особое внимание было уделено лингвокультурологической проблематике и ее связи с лингвистикой контактов.

Лингвокультурологические аспекты неизбежно затрагивались и в докладах, посвященных переводам художественных текстов. В центре внимания Гунтарса Дрейерса (Вентспилс) были общие лингвокультурологические аспекты перевода в обзорах художественной литературы, опубликованных на английском языке. Янис Вецкрацис (Вентспилс), анализируя переводы стихотворений И. Бродского на английский и латышский языки, акцентировал внимание на межкультурных компонентах перевода. Жанна Борман (Рига) сопоставила «языковой образ» России в романе современного австрийского писателя Даниэля Кельмана «Измеряя мир» и в его переводе на русский язык.

Обсуждались и актуальные проблемы перевода официально-деловых текстов. В совместном докладе Елена Вельман-Омелина и Валентина Щаднева (Тарту) обратились к феномену так называемых «параллельных текстов» на материале текстов разных жанров и их переводов в современной деловой коммуникации в Эстонии. Диана Неймане (Вентспилс) сопоставила деловые письма на русском и латышском языках, указав на их специфику в контексте межкультурной коммуникации.

Два реферата были посвящены специфике языковых контактов в период первой Латвийской Республики (1918–1940). Историк Анна Мохова (Рига) заинтересовала аудиторию темой межнациональных отношений в 1920–1930-е гг. и их отражением в русскоязычной прессе. Продолжая анализ этого исторического периода, Агнесе Дубова и Дзинтра Леле-Розентале (Вентспилс) систематизировали научные публикации на немецком языке, связанные с проблематикой языковых контактов, оценив их место в научном дискурсе и отметив значительный вклад балтийских немцев в развитие языкознания в Латвии.

Живые процессы в языке современных русскоязычных диаспор Эстонии и Латвии также стали предметом анализа: Инна Адамсон (Таллинн) рассмотрела заимствования из эстонского языка в текстах современных СМИ на русском языке. Наталья Малашёнок (Вентспилс) проиллюстриро-

вала примерами трансференции и языковой игры, как латышский язык влияет на сленг русскоязычной молодежи Латвии.

Прозвучавшие на конференции доклады вызвали большой интерес со стороны как докладчиков, так и слушателей – гостей конференции, побуждая к ярким дискуссиям по ряду проблем. Третья конференция цикла «Языковые контакты и контрасты» убедила участников, что проблематика языковых контактов в широком контексте теоретических и прикладных аспектов по-прежнему актуальна. В заключительном слове на закрытии конференции прозвучал вывод, что языковые контакты – значимый предмет исследований во многих сферах языкознания и смежных с ним научных областях – в сопоставительном языкознании и этимологии, в лексикографии и паремиологии, в социолингвистике и лингвокультурологии, в переводоведении и в теории и практике преподавания иностранных языков, в теории дискурса и межкультурной коммуникации. Организаторы конференции пообещали не прерывать традицию и продолжить обсуждение обширного круга проблематики языковых контактов в Латвийском университете и Вентспилсской высшей школе на четвертой конференции «Языковые контакты и контрасты».

CHRONICLE OF THE 3rd INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE “LANGUAGE CONTACTS AND CONTRASTS”

I. Koshkin¹, T. Stoikova²

¹ University of Latvia (Riga, Latvia)

² Ventspils University College (Ventspils, Latvia)

Abstract: The article presents a chronicle of the Third International Scientific Conference “Language contacts and contrasts” held on September 8-11, 2016 in the University of Latvia (Riga) and Ventspils University College (Ventspils). At the conference the main attention was paid to Baltic languages contacts with the Slavic and other languages. Conference range of problems were complemented with topical applied aspects of language contacts related to translation studies, theory and practice of teaching foreign languages.

Key words: conference, comparative studies, multilingualism, linguodidactics, translation studies.

For citation:

Koshkin, I., Stoikova, T. (2016), Chronicle of the 3rd International Scientific Conference “Language contacts and contrasts”. *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 166-171. (in Russian)

About the authors:

¹ Koshkin Igor, Prof.

² **Stoikova Tatyana**, Prof., associate professor

Corresponding authors:

¹ Postal address: 19 Raina Blvd., Riga, LV 1586, Latvia

² Postal address: 101a Inženieru st., Ventspils, LV-3601, Latvia

¹ E-mail: igors.koskins@lanet.lv

² E-mail: tatjanas@venta.lv

Received: November 7, 2016

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВИРТУАЛЬНЫЙ ФОРУМ – СТАМБУЛ 2016:
ГУМАНИТАРНЫЕ АСПЕКТЫ В ГЕОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ
(1–6 октября 2016 г.)**

С.М. Минасян

*Армянский государственный педагогический университет им. Хачатура Абовяна
(Ереван, Армения)*

Аннотация: В хронике представлены актуальные проблемы (социокультурные, филологические, психология билингвов, образование мигрантов, новые подходы в методике преподавания иностранных языков, смарт-технологии и образование, гуманитарные идеи и процесс воспитания и др.). Каждая из этих проблем была обсуждена не изолированно, а в соотношении с решением вопросов межкультурной коммуникации, связанной с интенсивными процессами миграции и межкультурными взаимодействиями.

Ключевые слова: геокультурное пространство, гуманитарные идеи, лингвистические интерпретации, мобильность ученых, совместные исследования.

Для цитирования:

Минасян С.М. Международный виртуальный форум – Стамбул 2016: Гуманитарные аспекты в геокультурном пространстве (1–6 октября 2016 г.) // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 172–176.

Сведения об авторе:

Минасян Светлана Михайловна, заслуженный работник образования и науки, профессор РАЕ, доцент кафедры теории и истории педагогики

Контактная информация:

Почтовый адрес: 0010, Армения, Ереван, пр. Тигран Меци, 17

E-mail: ifistambul@gmail.com

Дата поступления статьи: 22.10.2016

1–6 октября 2016 г. в Стамбульском университете прошел VIII Международный виртуальный форум «Гуманитарные аспекты в геокультурном пространстве». Лицо женщины, на одну половину выкрашенное белой краской, на другую – черной, стало символом форума, на котором пересекались культуры Востока и Запада. Новые гуманитарные идеи были от-

ражены в 115 статьях ученых из 18 стран мира, рассмотревших широкий круг вопросов, связанных с гуманитарными аспектами в геокультурном пространстве. Форум имел значение, как никогда актуальное не только для научной сферы, но и всего мирового сообщества. Как отметили многие ученые во время своих выступлений, был проделан гигантский труд, объединивший усилия современных ученых в энциклопедию, демонстрирующую распространение русского языка, русской литературы, русской культуры.

Как известно, требования к уровню подготовки кадров, к ведению учебного процесса стали необходимым элементом участия всех преподавателей в научно-исследовательской работе, но следует отметить, что это не было единственной мотивацией к участию в форуме. Можно быть уверенными, что каждый из участников, независимо от его местоположения, запомнил и тематику докладов, и живое общение с коллегами и единомышленниками. Дискуссии на площадках продолжались и в фойе, и во время экскурсий. Век науки, знаний и высоких технологий немислим без становления нового качества общения и совместной работы ученых и преподавателей. Главной задачей остается сохранение и поддержание накопленного потенциала, сбережение всего лучшего, что создавалось годами.

Инициаторы и энтузиасты проекта «Создание виртуального образовательного и научного пространства интеллектуального сообщества» смогли объединить лингвистов, методистов, культурологов, литературоведов и педагогов из разных стран с целью выявления и комплексного анализа актуальных проблем в гуманитарной сфере национальных социумов, поиска путей повышения эффективности международного сотрудничества, культуры общения в реальном и виртуальном форматах в режиме ADDOBE CONNECT PRO MEETING, интеграции научного и педагогического потенциала специалистов на основе создания инновационной межкультурной образовательной научной среды.

В ходе форума работали шесть дискуссионных площадок с подключением компьютерного оборудования, во время которых обсуждались инновационные направления теории и практики обучения, межкультурные и миграционные проблемы адаптации, билингвальное образование, смарт-технологии, филологические и литературные проблемы. Под руководством модераторов на каждой дискуссионной площадке велось совместное обсуждение с участниками форума, учеными ведущих университетов, виртуальными участниками и выносилось решение о совместных разработках той или иной проблемы в ближайшем будущем. Обсуждения велись интерактивно на трех языках – турецком, русском, английском. Многоаспектность поставленных целей, их актуальность и значимость проявились уже в первые дни работы форума.

В научно-исследовательских материалах были подняты как традиционные, так и принципиально новые вопросы. К числу «вечных» вопро-

сов принадлежат, например, общие вопросы лингвистической интерпретации отдельных грамматических форм (М. Китадзё, Япония; М.Ж. Коберидзе, Грузия; В. Соболева, США, и др.). По мере развития языков и литератур мы снова и снова возвращаемся к проблеме соотношения между традициями и новаторством в современном словесном творчестве (см. статью Л.С. Кисловой, Россия). Есть и другие вопросы, которые не являются новыми сами по себе, но по-новому ставятся современными учеными. Например, не теряет своей актуальности вопрос о воспитательном значении художественного слова (об этом пишут Б.Х. Хамукова с соавторами, Россия) и о «преображении словом» (Н.П. Видмарович, Хорватия). По-прежнему привлекает учёных возможность нового прочтения классики (Г.Д. Рысмаганбетова, Казахстан) и литературная критика творчества отдельных писателей (А.К. Ишанова, Казахстан; А.Н. Кузина, Россия; Е.В. Михайлова, Беларусь; А.Г. Нарозя, Киргизия; А.В. Науменко-Порохина, Россия). Продолжается изучение текста на основе концептов (И.А. Шерстобитова, Россия). Преподавателей-иностранцев неизменно интересуют дефективные глаголы, обучение которым они хотят ввести в определенные рамки (З. Шахин, Турция).

Однако гораздо большее количество материалов форума посвящено вопросам, появившимся только в последнее время. Эти требующие решения вопросы возникли в связи с серьёзными социальными изменениями в мире: интенсификацией контактов между народами, увеличением мобильности населения разных стран. Приведём некоторые примеры таких новых проблем, изучение которых только начинается. В этих направлениях могут начать работать и молодые учёные, размышляющие над выбором своего пути в науке.

1. Особую актуальность приобретают социокультурные проблемы миграции. Этой проблеме посвящен небольшой, но значимый раздел, охватывающий такие вопросы, как влияние миграционных потоков на социально-экономическое неравенство территорий (О. Козлова, Е. Бедрина, О. Пышминцева, Россия), урбоэкологические трансформации в академической среде (Т. Куприна, Л. Сергеева, Россия), проблемы обучения детей мигрантов (Т. Олджай, Турция), роль образования в процессе адаптации и интеграции (А. Цатурян, Армения), взгляды эмиграции на исторические события (Л. Щелокова, Россия), отражение проблем миграции в литературе и искусстве (У. Сенвич, Г. Узелли, Турция). Таким образом, прослеживается явная необходимость решения данных проблем на междисциплинарном уровне.

2. В наши дни стала актуальной такая проблема, как исследование русскоязычной литературы в разных странах, потому что русские сейчас живут и работают по всему миру (эта тема исследуется Т.Г. Мегрелишвили, Грузия).

3. Современная жизнь – это жизнь в плотном потоке информации разного качества и разной степени соответствия действительности. В свя-

зи с этим особую остроту приобретает вопрос об особенностях отражения жизни той или иной страны в иноязычной публицистике и иноязычных СМИ (на эту мысль нас наталкивают исследования И.А. Шамилишвили, Грузия, и М.С. Ворониной, Россия).

4. В современных условиях встаёт вопрос о лингвистической онтологии территории разных стран с позиций инжиниринга (Н.В. Халина с соавтором, Россия).

5. Увидеть инациональные черты в известных нам литературных героях – вот ещё один интересный и довольно новый ракурс в исследовании литературных произведений (Г.Н. Хлыпенко, Киргизия).

6. В наши дни продолжается начатое сравнительно недавно интенсивное изучение психологии билингвов (А.Р. Бейсембаев, А.Ж. Бахралинова, Казахстан; Е.Ю. Бекасова, Россия), а также изучение вопроса о предупреждении в их речи разного рода интерференции (Л.Ч. Далкылыч, Турция). Ещё более сложной оказывается проблема полиязычия в разных сферах коммуникации (А.К. Казкенова, Казахстан) и выработка стратегии обучения билингвов в условиях полиязычия (Ж.Х. Салханова, Казахстан). Неизбежно встают связанные с этим непростые теоретические вопросы двуязычия, в том числе проблемы терминологии (А. Швец, Украина).

7. Во многих выступлениях прослеживается мысль, что в новых условиях должен быть другим подход к методике и содержанию преподавания иностранных языков (Л. Тантуровска, Македония; К.А. Депомян, Р.А. Кулькова, Республика Корея, и др.). Требуется дальнейшей разработки и практического внедрения вопрос о моделировании в интерактивном обучении (Е.В. Архипова, Россия). Новое время с необходимостью требует осмысления принципа связи теории и практики в процессе обучения РКИ (С.В. Чупринина с соавтором, Грузия).

8. В связи с расширением экономического сотрудничества все более востребованными становятся квалифицированные переводчики экономической литературы, что делает необходимым их качественную подготовку (М.В. Мельничук, Россия).

9. Острым остаётся вопрос о том, как реально внедрить в повседневную практику самые современные средства обучения, в том числе эффективные курсы онлайн, информационные технологии, смарт-технологии и др. Этому посвящён большой раздел коллектива авторов из Армении, Беларуси, Казахстана, Китая, России (Л.Д. Бабакова, О.М. Воскерчьян, Т.Б. Михеева, Б.Н. Моренко, Л.В. Камлюк-Ярошенко, К.В. Киуру, Е.Е. Попова, С. Кожаяева, М. Жазикова, С.М. Минасян, Л.К. Мукатаева, И.М. Некипелова, Сюй Ли, Б.Х. Хамукова, А.Р. Шхумишхова, С.Н. Пханаева, Л.С. Чикилева).

Следовательно, сейчас все названные проблемы надо рассматривать не изолированно, а в связи с решением вопросов межкультурной коммуникации, связанной с интенсивными процессами миграции и межкультурными взаимодействиями, что делает их на порядок сложнее. Все усилия,

которые были сделаны во время форума в этом направлении, дают все основания сказать, что в процессе обсуждения успешно решались самые трудные задачи, стоящие перед теорией и практикой гуманитарной науки.

**THE INTERNATIONAL VIRTUAL FORUM – ISTANBUL 2016:
HUMANITARIAN ASPECTS IN GEOCULTURAL SPACE
(October 1-6, 2016)**

S.M. Minasyan

Armenian State Pedagogical University after Khachatur Abovyan (Yerevan, Armenia)

Abstract: The chronicle presents topical issues (social and cultural, philological, bilingual psychology, education of migrants, new approaches to the methodology of teaching foreign languages, smart technology and education, ideas of the humanities and the process of education, and others). Each of these problems has not been discussed in isolation, but in connection with the solution of the issues of intercultural communication, connected with intensive processes of migration and intercultural interaction.

Key words: geocultural space, ideas of the humanities, linguistic interpretation, mobility of scientists, joint research.

For citation:

Minasyan, S.M. (2016), The international virtual forum – Istanbul 2016: Humanitarian aspects in geocultural space (October 1-6, 2016). *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 172-176. (in Russian)

About the author:

Minasyan Svetlana Mikhailovna, Honored Worker of Education and Science, Professor of Russian Academy of Natural Science, Associate Professor of the Chair of Pedagogy History and Theory

Corresponding author:

Postal address: 17 Tigran Mets pr., Yerevan, 0010, Armenia

E-mail: ifistambul@gmail.com

Received: October 22, 2016

ЮБИЛЕЙ СИБИРСКОГО ФОЛЬКЛОРНОГО ЦЕНТРА В ОМСКЕ

Б.И. Осипов

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)

Аннотация: Представлена хроника XXV семинара Сибирского регионального вузовского центра по фольклору (Омский государственный педагогический университет). Освещается проблематика представленных в рамках семинара докладов сибирских фольклористов.

Ключевые слова: фольклор, фольклористика, Сибирский фольклорный центр, семинар, юбилей.

Для цитирования:

Осипов Б.И. Юбилей Сибирского фольклорного центра в Омске // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 177–179.

Сведения об авторе:

Осипов Борис Иванович, доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков

Контактная информация:

Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

E-mail: prof.ocun@gmail.com

Дата поступления статьи: 09.11.2016

В 1991 г. сектор фольклора Института мировой литературы Российской академии наук учредил на базе Омского государственного педагогического университета Сибирский региональный вузовский центр по фольклору. С тех пор этот центр проводит ежегодные научно-практические семинары и по их материалам публикует сборники научных трудов «Народная культура Сибири».

26–27 октября 2016 г. в педагогическом университете состоялся очередной, юбилейный, XXV семинар этого центра.

С самого основания центра и до сего дня его работу бесменно возглавляет и организует доктор филологических наук профессор Татьяна Георгиевна Леонова. И на открытии юбилейного семинара она выступила с обстоятельным докладом, в котором осветила обширную проблема-

тику, так или иначе отражённую в трудах сибирских (и не только сибирских) фольклористов на протяжении всей деятельности центра.

Характерной чертой этой деятельности является то, что к участию в ней привлекаются не одни только фольклористы, но и специалисты других сфер, так или иначе соприкасающихся с фольклором: диалектологи, культурологи, историки, этнографы, музыковеды, педагоги, журналисты.

При этом исследуется не только русский фольклор, но и творчество наших соседей – многочисленных народов Сибири: татар и казахов, хантов и манси, якутов, бурят и др.

Другая черта работы семинара – максимально разносторонний подход к материалу. Фольклорные тексты анализируются с точки зрения как их тематики, так и жанровых, композиционных, лингвистических особенностей, отражения в них материальной культуры народа, его традиционных ценностных представлений и т. д. Кроме того, привлекается не только текстовый материал: в поле зрения исследователей находятся и предметы материальной культуры, и произведения изобразительного искусства, созданные умельцами и художниками из народа, и т. п.

Нельзя не отметить живую творческую атмосферу семинара: по многим докладам слушатели задают вопросы, дискуссии вспыхивают и в кулуарах заседаний.

Если говорить об участии в работе семинара учёных нашего университета, то, кроме преподавателя устного народного творчества на филологическом факультете, доцента кафедры русской и зарубежной литературы И.К. Феоктистовой, надо назвать историков и этнографов профессора Н.А. Томилова, доцентов М.А. Корусенко, А.В. Жука и В.Б. Яшина, литературоведа профессора В.И. Хомякова, специалистов по журналистике доцента О.Л. Ермакову и М.В. Шумова, культурологов профессора Е.А. Акелькину и доцента В.С. Иванову-Даури, языковедов-диалектологов доцентов М.А. Харламову и Л.С. Зинковскую, музыковедов доцента Л.Р. Фаттахову и Г.Г. Поддубную, искусствоведа доцента Е.Э. Комарову, специалиста по философии профессора П.Л. Зайцева. Не однажды выступал с докладами на семинаре и автор этих строк. Мой доклад на юбилейном семинаре был посвящён теме «Из истории советского политического анекдота». В докладе анализировались тематика, жанровые особенности, круг персонажей и степень распространённости анекдотов политического содержания, имевших хождение в нашем обществе во второй половине XX в., а отчасти и в начале нынешнего столетия.

Отрадно, что регулярное участие в работе семинара принимают и аспиранты и студенты. Это свидетельствует о том, что фольклорная тематика отнюдь не перестала самым живым образом интересовать также и научную молодёжь.

Регулярно приезжают на семинар и представители иногородних вузов и научных центров, прежде всего из соседних регионов: Новосибирской, Курганской, Кемеровской областей, из Павлодарской области Ка-

захстана. Но не раз выступали на нём и гости из Москвы, в том числе заведующий сектором фольклора Института мировой литературы профессор Виктор Михайлович Гацак, к нашему глубокому прискорбию в 2014 г. ушедший из жизни (его памяти был посвящён вышедший в том же году сборник материалов XXII семинара).

С сожалением приходится констатировать, что в последние годы число иногородних участников семинара заметно сократилось: к примеру, на нынешнем XXV семинаре таких докладчиков было всего четверо. Однако это объясняется не каким-либо снижением интереса к семинару, а возрастающей скудостью финансирования научной работы в стране: многие вузы и научные центры просто-напросто не имеют средств на командировочные расходы.

Но, несмотря на эти и другие трудности, порождаемые сегодняшней обстановкой, Сибирский фольклорный центр живет, и на его семинарах продолжается активное и плодотворное общение учёных, посвятивших себя исследованию проблем народного творчества, традиционной культуры населяющих нашу страну больших и малых народностей. И хотелось бы подчеркнуть, что и в эпоху интернет-коммуникации и мобильной связи роль непосредственного, живого общения в научной сфере отнюдь не снижается.

ANNIVERSARY OF THE SIBERIAN FOLKLORE CENTRE IN OMSK

B.I. Osipov

Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)

Abstract: The article presents a chronicle of the 25th seminar of the Siberian regional university center of folklore (Omsk State Pedagogical University). The author highlights the problems presented in the reports on seminar of Siberian folklore.

Key words: folklore, study of folklore, Siberian folklore center, seminar, anniversary.

For citation:

Osipov, B.I. (2016), Anniversary of the Siberian folklore centre in Omsk. *Communication Studies*, No. 4 (10), pp. 177-179. (in Russian)

About the author:

Osipov Boris Ivanovich, Prof., Professor of the Chair of Foreign Languages

Corresponding author:

Postal address: 55a Mira pr., Omsk, 644077, Russia

E-mail: prof.ocun@gmail.com

Received: November 9, 2016

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

INFORMATION FOR AUTHORS

Правила представления авторами рукописей

Редакционная коллегия приглашает к сотрудничеству всех специалистов, интересующихся коммуникативными исследованиями и смежными проблемами. Публикация материалов осуществляется на русском и английском языках.

Журнал выходит четыре раза в год. Ежегодно срок подачи статей для первого номера – **до 1 февраля**; для второго – **1 апреля**; для третьего – **1 августа**; для четвертого – **до 1 октября**.

Письмо-заявка кроме самой статьи включает **отдельный файл** со сведениями об авторе.

Для публикации статья должна соответствовать требованиям РИНЦ, Web of Science и Scopus, т. е. помимо основного текста содержать следующие сведения, представленные на **русском и английском** языках:

1. УДК.
2. Название статьи (прописными буквами); инициалы и фамилию автора (-ов); аннотацию (резюме) (10–15 строк, отражающих основное содержание статьи); ключевые слова (5–8 слов через запятую) – на русском языке. Обращаем внимание авторов на то, что объем аннотации к статье в международном журнале обычно составляет около **700–1500 знаков с пробелами**. Аннотация должна быть составлена самостоятельно, а не повторять фрагменты статьи.
3. Информацию п. 2 в той же последовательности – на английском языке (ФИО автора (ов) – в транслитерации).
4. Полный текст статьи на русском или английском языке.
5. Список литературы на русском языке. Нумерация в списке литературы идет по алфавиту, в случае нескольких ссылок на одного автора – по хронологии. В список литературы включаются только те источники, на которые есть ссылки в тексте статьи.
6. Список литературы в латинице (References): транслитерация имени автора; год публикации (в круглых скобках); выделенные курсивом транслитерация названия источника и – в квадратных скобках – его перевод; если речь идет о публикации внутри сборника или журнала, то прежде по аналогичному принципу указывается название материала, на который дается ссылка, – без выделения курсивом и отделенное от названия источника точкой; английский вариант названия места издания и транслитерация названия издающей организации, с указанием publ. (если речь идет о книжной публикации). Прочие данные (сведения о редакторе или составителе, сведения об издании, номер выпуска, объём) приводятся в переводе на английский язык с использованием принятых сокращений.

В случае, если выходные сведения источника уже содержали перевод необходимых элементов записи (как правило, если речь идет о журнальных публикациях или переводной литературе), равно в случае «типовых» названий (например, «собрание сочинений» или «толковый словарь»), в описании источника достаточно привести лишь перевод, без сопровождения его транслитерацией, но в конце описания дав в круглых скобках указание на язык источника (in Russian).

7. Список источников речевых иллюстраций, если автор считает необходимым его представление. Оформляется отдельно по представленным выше правилам под заголовком «Источники», на латинице – «Sources».

8. Данные об авторах: фамилия, имя, отчество полностью; ученая степень; ученое звание; должность с указанием организации; юридический адрес организации (не домашний); электронная почта автора (-ов).

9. Информацию п. 8 на английском языке в той же последовательности: фамилия, имя, отчество автора (-ов); ученая степень; ученое звание; должность; название организации; юридический адрес организации; электронная почта.

Требования к оформлению

Гарнитура – Times New Roman. Кегль основного текста – 14 pt, списков литературы, аннотации и ключевых слов – 12 pt. Везде используется абзац 1,0 см и одинарный интервал. Все поля – по 2 см. Объем предлагаемого материала не должен превышать **30 000 знаков** с учетом пробелов, включая примечания и литературу.

Ссылка в тексте на цитируемые работы оформляется в виде [Иванов 2008: 25].

Речевые иллюстрации набираются курсивом без заключения в кавычки, выделения делаются жирным шрифтом.

Ссылка на источник фактического материала оформляется в круглых скобках следующими способами:

(Л. Улицкая. Священный мусор),
(Огонек. 2013. №1),
(НТВ. Сегодня. 7.08.2013),
(<http://file-rf.ru/analytics/54> 3.03.2013).

Сноски желательно минимизировать. В случае необходимости следует давать их в сквозной нумерации в конце страницы.

Сокращения, условные обозначения и цитаты оформляются в соответствии с общепринятыми стандартами (ГОСТ Р 7.0.5–2008).

Обращаем внимание авторов на то, что в Международном журнале часть информации представляется **на английском языке** (заглавия статей, аннотации, ключевые слова, названия организаций, к которым приписан автор, обозначения выходных данных). Ответственность за качество перевода возлагается на автора. Другая часть, которая не переводится на английский язык (фамилии авторов, русскоязычные названия первоисточников в списках литературы, собственные названия организаций и издательств), представляемых в оригинале в кириллице, должна

быть представлена в романском (латинском) алфавите в одной из принятых систем транслитерации.

Данное требование является обязательным в журналах, реферируемых в международных системах научного цитирования Web of Science и Scopus.

Образец оформления списка литературы

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Книга: Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974. 448 с.

Статья в журнале: Кибрик А.А. Когнитивные исследования по дискурсу // Вопросы языкознания. 1994. № 5. С. 126–139.

Часть книги: Серль Дж. Косвенные речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. М., 1986. С. 195–222.

Материалы конференции: Кабакова Ю.А. Убеждение как сложный комплексный речевой акт // Теория и практика германских и романских языков: материалы Всерос. науч.-практ. конф. Ульяновск, 2000. С. 96–98.

Электронный ресурс: Гусейнов Г.Ч. Заметки к антропологии русского Интернета // НЛО. 2000. № 43. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (дата обращения: 01.06.2015).

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского: официальный сайт. URL: <http://www.omsu.ru> (дата обращения: 24.06.2015).

REFERENCES

Книга: Benveniste, E. (1974), *Obshchaya lingvistika* [*The General Linguistics*], Moscow, Progress publ., 448 p.

Статья в журнале: Kibrik, A.A. (1994), *Kognitivnye issledovaniya po diskursu* [Cognitive research on discourse]. *Voprosy yazykoznanija* [*Linguistics Questions*], No. 5, pp. 223-235.

Часть книги: Searle, J. (1986), *Kosvennye rechevye акты* [Indirect speech acts]. *Novoe v zarubezhnoi lingvistike* [*New in foreign linguistics*], Moscow, Iss. XVII, pp. 195-222.

Материалы конференции: Kabakova, Yu.A. (2000), *Ubezhdenie kak slozhnyi kompleksnyi rechevoi akt* [Persuasion as a complex integrated speech act]. *Teoriya i praktika germanskikh i romanskikh yazykov* [*Theory and practice of German and Romance Languages*], Materials of All-Russian Scientific and Practical Conference, Ulyanovsk, pp. 96-98.

Электронный ресурс: Guseinov, G.Ch. (2000), *Zametki k antropologii russkogo Interneta* [Notes to the Anthropology of the Russian Internet]. *Novoe*

literaturnoe obozrenie [*New Literary Observer*], No. 43, available at: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (accessed date: June 1, 2015).

Dostoevsky Omsk State University, available at: <http://www.omsu.ru> (accessed date: June 24, 2015).

Просим учесть, что материалы, не соответствующие тематике журнала или оформленные не в соответствии с перечисленными требованиями, к рассмотрению не принимаются.

Каждая поступившая в редакцию журнала статья рецензируется двумя анонимными рецензентами из числа российских и зарубежных ученых, компетентных в проблематике статьи. Файл с текстом статьи передается рецензентам тоже анонимно, т. е. без имени автора статьи и данных о нем. Рецензент должен оценить соответствие статьи проблематике журнала, актуальность и оригинальность работы, анализ материала и язык, написать краткое обоснование / рекомендации. Замечания, содержащиеся в рецензиях (если есть), пересылаются автору статьи (без указания имени рецензента). Редакционная коллегия принимает решение о публикации с учетом мнения рецензента.

Контакты

644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а. ОмГУ им. Ф.М. Достоевского

Факультет филологии и медиакоммуникаций. Тел.: +7 (3812) 229-815

Кафедра прикладной и теоретической лингвистики. Тел.: +7 (3812) 670-620

Гл. редактор Иссерс Оксана Сергеевна

Отв. секретарь Терских Марина Викторовна (terskihm@mail.ru)