

СЕРИЯ: ИСТОРИЯ И ФИЛОЛОГИЯ



**УЧЕНЫЕ
ЗАПИСКИ
ИТТСПИ**

2024 № 1

УЧЕНЫЕ
ЗАПИСКИ
НТГСПИ

SCIENTIFIC
NOTES
OF NTSSPI

УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ НТГСПИ

Серия: История и филология

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Нижнетагильского государственного
социально-педагогического института

ISSN: 2949-4982

2024

№ 1

SCIENTIFIC NOTES OF NTSSPI

Series: History & Philology

JOURNAL

published by
Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (NTSSPI)

ISSN: 2949-4982

2024

NUMBER ONE

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор

Будаев Эдуард Владимирович, доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков и русской филологии НТГСПИ (ф) РГППУ

Члены редколлегии

Андерсон Ричард, доктор философии (PhD), профессор политологии Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе.

Аникина Татьяна Вячеславовна, кандидат филологических наук, зав. кафедрой иностранных языков и русской филологии НТГСПИ (ф) РГППУ.

Голубкова Екатерина Евгеньевна, доктор филологических наук, профессор кафедры лексикологии английского языка Московского государственного лингвистического университета.

Дзюба Елена Вячеславовна, доктор филологических наук, профессор Гуманитарного института Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

Кириллов Виктор Михайлович, доктор исторических наук, профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических наук НТГСПИ (ф) РГППУ.

Кушнерук Светлана Леонидовна, доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики английского языка Челябинского государственного университета.

Ларионова Марина Бариевна, кандидат исторических наук, зав. кафедрой документоведения, истории и правового обеспечения Российского государственного профессионально-педагогического университета.

Неклюдов Евгений Георгиевич, доктор исторических наук, главный научный сотрудник Института истории и археологии УрО РАН.

Ольховиков Константин Михайлович, доктор философских наук, профессор кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.

Попова Татьяна Георгиевна, доктор филологических наук, профессор кафедры английского языка Военного университета Министерства обороны РФ.

Поршнева Ольга Сергеевна, доктор исторических наук, заведующий кафедрой теории и истории международных отношений Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.

Рыжкова Ольга Васильевна, кандидат исторических наук, доцент кафедры гуманитарных и социально-экономических наук НТГСПИ (ф) РГППУ.

Сериков Юрий Борисович, доктор исторических наук, ведущий научный сотрудник НТГСПИ (ф) РГППУ.

Солопова Ольга Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики и перевода Южно-Уральского государственного университета (национального исследовательского университета).

Чудакова Наиля Муллахметовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и русской филологии НТГСПИ (ф) РГППУ

Чудинов Анатолий Прокопьевич, доктор филологических наук, заведующий кафедрой межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного Уральского государственного педагогического университета.

Editor-in-Chief

Budaev E. V., Doctor of Philological Sciences, Professor of the Department of Foreign Languages and Russian Philology, Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University

Editorial Board

Anderson Richard, PhD, Professor of Political Science in University of California in Los Angeles.

Anikina T. V., Candidate of Philological Sciences, Head of Department of Foreign Languages and Russian Philology, Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University.

Chudakova N. M., Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages and Russian Philology, Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University.

Chudinov A. P., Doctor of Philological Sciences, Head of Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University.

Dzyuba E. V., Doctor of Philological Sciences, Professor of Institute of Humanities of Saint-Petersburg State Polytechnic University.

Golubkova E. E., Doctor of Philological Sciences, Professor of the Department of English Lexicology, Moscow State Linguistic University.

Kirillov V. M., Doctor of Historical Sciences, Professor of Department of Humanities and Socio-Economic Sciences, Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University.

Kushneruk S. L., Doctor of Philological Sciences, Professor of Department of Theory and Practice of the English Language, Chelyabinsk State University.

Larionova M. B., Candidate of Historical Sciences, Head of Department of Document Studies, History and Legal Enforcement, Russian State Vocational Pedagogical University.

Neklyudov E. G., Doctor of Historical Sciences, Principal Researcher of Institute of History and Archaeology, Ural Branch of Russian Academy of Sciences.

Olkhovikov K. M., Doctor of Philosophical Sciences, Professor of Department of Sociology and Technologies of State and Municipal Administration, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin.

Popova T. G., Doctor of Philological Sciences, Professor of the English Language Department, The Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation.

Porshneva O. S., Doctor of Historical Sciences, Head of Department of Theory and History of International Relations, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin.

Ryzhkova O. V., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Humanities and Socio-Economic Sciences, Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University.

Serikov Yu. B., Doctor of Historical Sciences, Leading Researcher of Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University.

Solopova O. A., Doctor of Philological Sciences, Professor of Department of Linguistics and Translation, South Ural State University (National Research University).

СОДЕРЖАНИЕ

ФИЛОЛОГИЯ

Попова Т. Г. О прагматике межкультурной коммуникации.....	8
Аникина Т. В., Проказова В. В. Национально-маркированные фразеологические единицы со значением «взаимоотношения между людьми».....	22
Боровкова Е. Р., Харитонова М. Е. Эвфемизмы как способ реализации гендерной вежливости в английском языке.....	41
Бронникова Е. Д. Концептуальные признаки колоратива rouge в СМИ Франции.....	56
Гутникова А. В. Именные девербативы с конкретным значением в средневерхненемецком и нововверхненемецком языке.....	69
Нечкина М. В. Метафоры войны и природы как средство концептуализации миграции в СМИ ФРГ.....	81
Информация для авторов.....	96

CONTENTS

PHILOLOGY

Popova T. G.

About the pragmatics
of intercultural communication..... 8

Anikina T. V., Prokazova V. V.

Nationally specific phraseological units
with the meaning of “relations between people”..... 22

Borovkova E. R., Kharitonova M. E.

Euphemisms as a tool for implementing
gender politeness in the English language..... 41

Bronnikova E. D.

Conceptual features of
colorative rouge
in the French media..... 56

Gutnikova A. V.

Nominal derivatives with a specific value
in middle high German and modern German..... 69

Nechkina M. V.

Metaphors of war and nature
as a means of conceptualization of migration
in the German media..... 81

Submission Guidelines 96

ФИЛОЛОГИЯ

УДК 811.111

О ПРАГМАТИКЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Т. Г. Попова

Военный университет имени князя Александра Невского
Министерства обороны Российской Федерации
Москва, Россия
tatyana_27@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена описанию вопросов прагматики межкультурной коммуникации. Автором раскрываются проблемы культурных модераторов. В исследовании используются такие методы, как лингвостатистический метод, контекстуальный анализ, метод моделирования, дискурсивный и структурно-смысловой методы, корреляционный и культурологический анализы, а также концептуальный метод. В работе акцентируется внимание на особенностях взаимодействия культуры и языка, что находит свое преломление в самых различных коммуникативных процессах, в том числе, и в межкультурной коммуникации. Выявляются и анализируются межкультурные коммуникативные транзакции, основанные на стратегической линии, выбранной участниками межкультурного процесса. В статье делается вывод о том, что для полноценного межкультурного коммуникативного акта необходимо наличие у партнеров экстралингвистической информации, где закодированы разнообразные культурные смыслы. В экстралингвистической информации находит свое отражение национально-обусловленное коллективное восприятие окружающей реальности, обусловленное историческими, географическими, экономическими, социальными, а также другими факторами. Для передачи смыслов культуры объём экстралингвистической составляющей, на основе которой в лингвокультуре формируются фоновые знания, аккумулируются в информационный ресурс, под которым подразумевается объем информации, соотносимое участниками коммуникативного акта с языковым знаком или кодированным им объектом.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, коммуникативный акт, взаимоотношение языка и культуры, экстралингвистическая информация, фоновые знания, кодирование, декодирование.

1. Введение

Приступая к освещению вопросов, связанных с прагматикой межкультурной коммуникации, прежде всего, затронем тему слоев культуры как системы воззрений. К слоям культуры относятся наружный и средний слои, а также ядро культуры. Наружный слой культуры представлен продуктами и артефактами, средний слой культуры состоит из норм и ценностей. Ядро культуры представлен концепциями, связанными в целом, с существованием человечества. Межкультурная коммуникация как средства общения,

передачи информации от одной культуры к другой, находит свое применение во всех сферах культуры, соприкасаясь со всеми слоями культуры.

Применительно к термину «межкультурная коммуникация» следует отметить, что под данным термином понимается как общение между представителями различных культур, например, личные контакты между людьми, так и самые разнообразные опосредованные формы коммуникативного акта, к примеру, массовая коммуникация и письменность. Подобное широкое использование термина «межкультурная коммуникация» является причиной того обстоятельства, что представители различных парадигм знаний находят свои предметы и объекты междисциплинарных исследований в рамках межкультурной коммуникации.

Не вдаваясь в дальнейшие рассуждения по этому вопросу, хотелось бы подчеркнуть, что термин «межкультурная коммуникация» был введен в оборот Эдвардом Холлом. В книге ‘The silent language’ Эдвард Холл [Hall, 1973, с. 37–42], описывая взаимосвязь между культурой и общением, делает вывод о том, что межкультурная коммуникация является особой областью отношений между людьми. Именно Эдварду Холлу принадлежит высказанная им идея рассматривать вопросы межкультурного взаимодействия не только предметом научных изысканий, но и учебной дисциплиной.

В нашей стране исследование межкультурной интеракции в области изучения иностранных языков берёт свое начало с научного изыскания Е. М. Верещагина и В. Г. Костомарова «Язык и культура: лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного» [1973], где авторы впервые вводят в оборот нашей отечественной лингводидактики терминологическую единицу «межкультурная коммуникация», под которой понимается «адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам» [Верещагин, Костомаров, 1973, с. 43]. При описании термина «межкультурная коммуникация» также процитируем С. Г. Тер-Минасову [Тер-Минасова, 2000, с. 13], которая считает, что под межкультурной коммуникацией необходимо толковать «общение людей, представляющих разные культуры».

2. Материал и методика исследования

В статье проводится лингвокультурологический анализ прагматики межкультурной коммуникации и языковых феноменов на базе комплексного подхода с использованием совокупности методов исследования. В статье используются такие методы, как лингвостатистический метод, контекстуальный анализ, метод лингвистического моделирования, дискурсивный и структурно-смысловой методы, корреляционный и культурологический анализы, а также концептуальный метод.

Аналитический разбор интеракции языка и культуры проводится на основе осмысления ее роли в формировании картины мира человека. В качестве материала для настоящего исследования послужили современных медийные тексты и лексикографические источники.

3. Результаты исследования и их обсуждение

В английском языке для обозначения «межкультурная коммуникация» используют такие термины, как *'intercultural communication'* – коммуникация между культурами и *'cross-cultural communication'*. Обратимся к 3-му изданию Словаря средств массовой информации и коммуникации (A Dictionary of Media and Communication (3 ed.), изданном в издательстве Оксфордского университета 2020 году под редакцией Роба Мандея и Дэниэла Чендлера. Отметим, что Дэниэл Чендлер является почетным преподавателем Аберистуитского университета, где в 2002 году он получил степень по изучению медиа и коммуникаций. Он является автором книги "Семиотика: основы" (Routledge, 3-е издание, 2017), которая была переведена на несколько языков (включая корейский, фарси, арабский, польский и китайский), и консультантом по маркетинговой семиотике.

Авторы 3-го издания Словаря средств массовой информации и коммуникации (A Dictionary of Media and Communication (3 ed.) термины *'intercultural communication'* и *'cross-cultural communication'* интерпретируют синонимично. Дэниэл Чендлер и Роб Мандей на страницах своего лексикографического труда термины *'intercultural communication'* и *'cross-cultural communication'* толкуют следующим образом: *'intercultural communication (cross-cultural communication) – «Loosely, an umbrella term for interaction between people from different cultural or subcultural backgrounds intended to lead to shared understandings of messages' – «межкультурная коммуникация» («кросс-культурная коммуникация» – «В широком смысле, обобщающий термин, обозначающий взаимодействие между людьми из разных культурных или субкультурных слоев, призванное привести к общему пониманию сообщений».*

Следующее толкование терминов «intercultural communication» и «cross-cultural communication» Дэниэлом Чендлером и Робом Мандеем сводится к следующему высказыванию: *'In discourses where cross-cultural communication refers to entire cultures as in relation to collectivistic cultures, high-contact cultures, high-context cultures, power-distance' – «в дискурсах, где межкультурная коммуникация относится к целым культурам, как в отношении коллективистских культур, культур с высоким уровнем контакта, культур с высоким контекстом, индивидуалистических культур, культур с низким уровнем контакта, культур с низким контекстом, дистанции власти».*

На основании приведенных выше толкований терминов *'intercultural communication'* и *'cross-cultural communication'*, можно сделать заключение, что обсуждаемые нами в данном контексте термины в английском языке используются синонимично, что совершенно оправдано, поскольку в противном случае *'cross-cultural communication'* акцентирует внимание на том обстоятельстве, что вектор внимания направлен на причины, побуждающие

участников коммуникативного акта преодолевать свои культурные различия. В том случае, если используется термин ‘intercultural communication’, то под межкультурной коммуникацией понимается форма глобальной коммуникации. Например, речь в таком случае может идти о коммуникативной деятельности организаций, которые представлены людьми, различающимися по религиозным, социальным, образовательным, а также этническим признакам. Чтобы избежать такой путаницы и с целью объединения исследователей человеческой деятельности в аспекте межкультурного взаимодействия с 1962 г. в Канаде и США в роли подобного единства выступает направление, названное «экологией средств коммуникации» (*media ecology*), которое во главу угла ставит идею, что любой предмет культуры воспринимается по отношению к той роли, которую он выполняет в осуществлении межкультурной коммуникации. Именно поэтому сегодня течение «экологией средств коммуникации» (*media ecology*) объединяет специалистов самых различных областей знания.

Таким образом, мы делаем вывод о том, что современные коммуникативные процессы представляют собой многогранное, комплексное взаимоотношение подсистем культуры, акцентирующих систему ценностных предпочтений.

Участниками межкультурного коммуникативного акта являются конкретные реальные люди, представляющие собой носителей тех или иных норм и правил поведения, ценностей и предпочтений. Эффективная межкультурная интеракция требует не только владения партнерами по коммуникативному акту абстрактной системой правил языка, используемого ими в качестве средства общения, но также предполагает обладание участниками коммуникации умением применять эти правила в конкретных социальных ситуациях, а также наличия способности генерировать мысли на языке общения [Попова, 2015, с. 169–174; 2022, с. 72–86; 2003, с. 18–29; 2016, с. 62–67; Fiske, 1970, с. 198–212; Popova, 2013, с. 34–43; Tannen, 2020, с. 203–231; Verschueren, 2018, с. 489–509].

Таким образом, выявление и последующий анализ лингвокультурной специфики способствует осмыслению как языковых, так культурологических явлений, что обосновывается тем обстоятельством, что выявление компонентов культуры через анализ языковых явлений является важным теоретико-практическим материалом для познания нами окружающей нас реальной действительности.

При переходе с одного языка на другой язык коммуникант попадает в поле другой культуры с ее специфическими нормами правил поведения, коммуникации, ценностями, представлениями, символами и образами и т.д. Участники коммуникативного акта в процессе общения объединяются в поле обоюдных интересов на основе интересующих их целей. Такое общение связывает получателя и отправителя информационного сообщения на микроуровне, тогда как общение межкультурного социума имеет место на

уровне макроуровня. О поле мегауровня следует говорить применительно к цивилизационному полю. Коммуникативное поле имеет свои целевые установки. Каждое поле имеет свои особенности коммуникации. Внутри поля в зависимости от стратегических задач могут быть свои тактические приемы и доминирующие установки. Но необходимо помнить, что не всегда доминирование своей конкретной позиции может представлять оптимальный вариант межкультурной коммуникации. Нередко свои положительные плоды с меньшими потерями, а подчас и с большими приобретениями, дает так называемая азиатская дипломатия. Подобная тактика заключается в своеобразной выжидательной позиции, направленной на то, чтобы можно было «расцвести всем цветам».

Без должного внимания к этим особенностям языка и национально-культурной среде невозможно построить полноценное межкультурное общение. Интеракция культуры и языка проявляет свое непосредственное преломление в различных коммуникативных процессах, что находит свое отражение в семантике и дифференциации языка на разных уровнях, а также в национальных особенностях нашего коммуникативного поведения, которое основывается на культурном коде.

Успешная кросскультурная интеракция, адекватное восприятие межкультурных вербальных и невербальных символов, как и любой другой коммуникативный акт, требует наличия определенных условий. В качестве одного из таких условий можно назвать обладание адресатом и адресантом межкультурного общения общим коммуникативным кодом, в котором отражается экстралингвистическая информация, помогающая реципиенту, участвующему в акте межкультурной коммуникации, адекватно декодировать закодированную отправителем информационное сообщение.

Так, например, в Мексику привезли для продажи крепкий напиток, который пользовался успехом во многих странах. Однако в противовес к ожиданиям хорошей продажи, в Мексике этот напиток приносил торговым центрам лишь убытки. Долго не могли понять в чем дело, поскольку, по мнению торговой компании, все условия для успешной продажи привезенного из другой страны напитка, были соблюдены. И тогда на помощь пришли лингвисты, занимающиеся невербальной коммуникацией, и выяснили, что дело было в цвете крышек бутылок вина, который был окрашен в желтый цвет. Именно тогда стало ясно, что покупатели хотели праздновать успехи, удачи, тогда, как желтая крышка напитка символизировала печаль и траур.

Как видим из этого примера, важным условием адекватной коммуникации, в том числе, межкультурной коммуникации, является общий код участников как вербального, так и невербального коммуникативного акта.

Следующее важное обстоятельство прагматики межкультурной коммуникации связано с условием обладания участниками межкультурной интеракции общей экстралингвистической информацией. Говоря иными словами, для полноценного межкультурного общения весьма важно наличие у

участников коммуникативного акта компетенции передачи и восприятия экстралингвистической информации. В данном контексте видится необходимым отметить, что экстралингвистическая информация имеет самое непосредственное отношение к фоновым знаниям и тезаурусу. Фоновые знания интерпретируются как социокультурные сообщения, которые характерны для определенного этноса. Эти специфические сведения находят яркое отражение в языке представителей той или иной лингвокультуры.

Л. С. Бархударов, говоря об отправителе и получателе информационного сообщения в процессе коммуникативного акта, отмечает, что и адресат, и адресант характеризуются «наличием определенного опыта как нелингвистического (знания об окружающем реальном мире), так и лингвистического (знание языка) характера» [1975, с. 33].

К экстралингвистическим знаниям относятся различного рода фоновая информация и, в том числе, исторические события, произведения литературы и искусства, нравы, обычаи и традиции народа, сказки, пословицы и поговорки и т.д. Таким образом, экстралингвистическая информация представляет собой информацию, которая отражает различные социальные традиции общества, исторические и культурные факты жизнедеятельности народа и так далее. Эта информация может быть передана целым рядом самых различных кодов и, в том числе, аудиальным, предметно-изобразительным кодом, а также визуальным кодом. Кроме этого, экстралингвистическая информация может быть передана текстом, как в ее письменной, так и устной формах. Если не знать фоновую информацию, которая лежит, например, в основе фразеологизмов, нельзя полностью и адекватно понять смысл высказывания, где используется фразеологизм.

К примеру, возьмем некоторые фразеологические единицы китайского языка, которые сохранили имена таких известных исторических личностей, как Чжугэ Лян и Цзян Тайгун. «Старец Цзян ловит рыбу – сидит и ждет, когда она сядет на крючок, то есть появляется фразеологизм «сидеть и ждать у моря погоды». Вспомним, что Чжугэ Лян был известным полководцем в эпоху Троецарствия», отличавшийся мудростью и умением выходить из трудных положений, поэтому в приведенном выше фразеологизме «быть Чжугэ Ляном после события» это все равно, что фразеологизм русского языка «махать после драки кулаками».

Относительно второго фразеологизма можно сказать, что здесь подразумевается, что «старец Цзян – легендарный мудрец и праведник, житие которого легенда относит ко времени правления чжоусского Веня-вана, которое относится к XIII веку до нашей эры. Предание о нем дало пищу для многих пословиц и поговорок, недоговорок и так далее. Как гласит легенда, он был большим любителем рыбной ловли и проводил за этим занятием много времени. При этом рыба, как бы отдавая дань его праведности и мудрости, шла к нему даже на пустой крючок» [Прядохин, Прядохина, 2007, с. 109].

Что касается пословиц и поговорок, то необходимо отметить, что они «справедливо считаются сгустками народной мудрости, то есть тем самым народным культурным опытом, который хранится в языке и передается из поколения в поколение. Русская пословица, живая, употребительная, не утратившая, в отличие от многих других, своей актуальности, учит: *В чужой монастырь со своим уставом не ходят*. Ее аналог в английском языке выражает ту же мысль другими словами: *When in Rome, do as Romans do* [Приехав в Рим, делай, как римляне]. Так в каждом из языков народная мудрость старается предостеречь от того, что теперь принято называть термином «конфликт культур» [Тер-Минасова, 2000, с. 18].

Таким образом, пословицы и поговорки содержат ценную лингвокультурно значимую информацию. В коммуникативной деятельности они, моделируя ситуацию и, становясь яркими народными символами, выполняют самые различные функции. Не случайно, в русском языке мы встречаем целый набор пословиц и поговорок, которые отражают ценность этих языковых явлений для нашей коммуникативной деятельности, например, *«Пословица к слову молвится»*, где репрезентируется характер пословиц и поговорок. Таким образом, язык передает нам, что эти явления находят широкое употребление в устной форме коммуникации, поэтому *«Пословица к слову молвится»* означает, что она припоминается в тех или иных соответствующих ситуациях.

Далее обратимся к одной из наиболее частотно употребляемых поговорок русской лингвокультуры: *«Без труда не вытащишь и рыбку из пруда»*, означающей, что «всякое дело требует усилий; без усилия, старания никакого дела не сделаешь», а также и то, что «для получения какого-нибудь результата требуется большая работа, упорный труд». В этом контексте также следует отметить, что данная поговорка в Национальном корпусе русского языка зафиксирована всего в 1972, 2002 и 2014 годах. Однако поговорка *«Без труда не вытащишь и рыбку из пруда»*, являясь культурно-маркированной поговоркой, зафиксирована во всех имеющихся изданиях, посвященных словарям русских пословиц и поговорок и, значит, оцениваемая их составителями как культурно маркированная,

При межкультурном общении, данная поговорка, как и все другие пословицы и поговорки, может вызвать сложности при восприятии передаваемого адресантом сообщения, если адресат, представитель другой лингвокультуры воспринимает «пруд» как безэквивалентное слово-реалему и не различает специфической особенности обозначения этого искусственного водоема. Пруд или ставок, однако, кроме рукотворного происхождения также может возникнуть как результат различных естественных процессов, например, образованием торфяников, ледниковыми процессами и т.д.

Пруд служит для самых разнообразных целей, например, для разведения рыбы или ее ловли, полоскания белья или для купания, а в зимнее время пруды служат местом для катания на коньках или для зимней ловли рыбы.

Поэтому представитель другой лингвокультуры при межкультурном общении может понять смысл данной поговорки не совсем корректно. К тому же его может ввести в заблуждение неразличение особенностей смысла слов «работа» и «труд». Ведь поговорка совершенно неслучайно содержит в своем составе именно лексическую единицу «труд», а не его неполный синоним «работа». На основании данных современных частотных словарей можно утверждать, что лексическая единица «работа» в русском языке представляет собой более частотную единицу. Частота ее использования – *1058 против частоты использования в количестве 285* у лексической единицы «труд».

Мы не можем в поговорке *«Без труда не вытащишь и рыбку из пруда»* заменить слово *«труд»* на слово *«работа»*, хотя в составе других пословиц и поговорок слово *«работа»* присутствует, к примеру, *«Была бы охота - наладится всякая работа»*, *«Были бы руки, а работу дадут»*, *«От работы кони дохнут»*, *«Работа не волк – в лес не убежит»*, *«В полплеча работа тяжела, оба подставишь – легче справишь»*, *«Где работа, там и густо, а в ленивом доме пусто»*, *«Горька работа, да хлеб сладок»*, *«Кто без усталы работает, тот без хлеба не бывает»*, *«Кто не работает, тот не ест»*, *«На охочего работника дело найдется»*, *«По готовой работе дело вкусней»*.

Лексическая единица «работа» входит также в состав такой крылатой фразы, как *«За любую работу берись с охотой»*. Лексическая единица «труд» кроме поговорки *«Без труда не вытащишь и рыбку из пруда»* встречается также и в составе других пословиц и поговорок. В этой связи приведем такие примеры, как *«Что потрудился, то и поел»*, *«Не потрудиться, так и хлеба не добиться»*, *«От трудов праведных не построишь палат каменных»*, *«Кто хорошо трудится, тому есть чем хвалиться»*, *«Труд человека кормит, а лень портит»*, *«Без труда меду не едят»*, а также популярное крылатое выражение *«Труд сделал из обезьяны человека»*.

Таким образом, в русской лингвокультуре семантика лексических единиц «работа» и «труд» имеет различный характер как по причине происхождения слов, их исконности и заимствованности, так и с особенностями характера рода деятельности. Лексико-семантическая сочетаемость хорошо отражает разницу тонкостей значения лексических единиц «работа» и «труд». В этой связи можно привести такие коллокации, как, например, *«работаче спустя рукава»*. Синонимом употребления данной лексико-семантической сочетаемости является лексическая единица разговорного подъязыка *«ишалай-валяй»* *Оппозиционное значение данной лексико-семантической сочетаемости звучит, как «не покладая рук»*. Приведем также коллокации, содержащие в своем составе дериват «трудиться»: *«трудиться во славу Отечества»*, *«работать на благо Родины»*.

Как видим из приведенных выше пословиц, поговорок и крылатых выражений, эти языковые явления, с одной стороны, обогащают межкультурную коммуникацию, а, с другой стороны, при отсутствии у адресата и

адресанта соответствующих компетенций их декодирования, достаточно серьезно осложняют общение между представителями не только разных национальностей с несовпадающими культурными маркерами, но могут давать «разночтения» и в среде своей лингвокультуры.

В этой связи для сравнения приведем англоязычные пословицы. Людям свойственна любовь к языковым играм. Действительно, мы подчас специально отклоняемся от языковых норм, придумываем индивидуальные окказионализмы, искажаем грамматические правила. Так, например, участниками коммуникативного акта пословицы и поговорки переделываются на свой собственный лад. При этом и пословицы, и поговорки, и крылатые выражения, начинают приобретать абсолютно другой смысл, расширяя или, наоборот, сужая свое значение. В качестве примера приведем такую пословицу, как «*Тише едешь, дальше будешь*», социализированную дополнительной информацией: «*От того места, куда едешь*».

В русской лингвокультуре частотно использование пословицы «*Не имей сто рублей, а имей сто друзей*». Однако в речи эта широко используемая носителями русского языка пословица демонстрирует свое окказиональное расширение: «*Не имей сто рублей, а имей сто тысяч*». Зададимся вопросом: характерно ли такое явление только для русской лингвокультуры? Лингвистический анализ дает совершенно явный ответ: отнюдь нет. Приведем пример, взятый нами из английской лингвокультуры. Льюис Кэрролл, заменив всего лишь несколько слов в оригинале английской пословицы «*take care of the pence and the pounds will take care of themselves*» придал пословице любопытный колорит: «*take care of the sense and the sounds will take care of themselves* [The Duchess to Alice in the book "Alice in Wonderland"]».

Юлий Морисович Катцер и Александр Владимирович Кунин, известные переводоведы, в своем труде «Письменный перевод с русского языка на английский», изданном еще в 1964 году, заменили английские наименования денег русскими названиями и образовали такой яркий аффоризм: «*take care of the kopeks and the rubles will take care of themselves*» [Катцер, Кунин, 1964].

Приведем еще один пример замены идиомы английского языка: «*When in Rome do as Romans do*», и посредством небольшой замены слов делаем это высказывание русским: *Be adventurous – when in Moscow do as the Muscovite do*.

Газета 'Newsweek' использует замену идиомы «*to rob Peter to pay Paul*» в следующем высказывании: «*Moscow does not have to borrow money to cover the shortfall; it merely rolls the loss over into the next year, robbing Pëtr to pay Pavel*» (Newsweek 07.11.1988). В процессе передачи идиомы в межкультурной коммуникации наблюдаются и такие примеры, когда характерные для той или иной лингвокультуры артефакты заменяются специфическими артефактами другой лингвокультуры. Так, например, в публикации

издания 'Time' (Time 06.06.1980) русский музыкальный инструмент «бала-лайка» заменяется таким музыкальным инструментом, как «скрипка» ('fiddle'): «*to play second fiddle to smb/smith*»: *Pupil independence, however, plays second balalaika to the pressure for marks*».

Таким образом, для адекватного восприятия коммуникативного послания адресанта получателю информации необходимо обладать фоновыми знаниями. Это высказывание можно продемонстрировать на следующем примере. В английском языке есть сложное существительное «*fired man*» – это «человек для битья», «стрелочник», «козел отпущения». Однако, подобное интерпретирование возможно только в случае экстралингвистической информации о том, что в США в Чикаго вначале XX века в универмаге «*Marshall Field*» (он был открыт в 1852 году, а сейчас это – одним из флагманских магазинов Macy's существовала должность «человек для увольнения» – «*fired man*», что дословно переводится как «уволненный человек». Это был работник универмага, которого администрация магазина демонстративно увольняла с целью успокоения разгневанных работой магазина покупателей. Контекстуально «*fired man*» может восприниматься ситуативно, как человек, которому вменяют в вину ошибки других людей и, соответственно он является человеком для «битья». Следовательно, на русский язык «*fired man*» будет переводиться, как «козел отпущения».

Таким образом, для успешного межкультурного коммуникативного акта необходимо, чтобы получатель информационного сообщения обладал той же культурной и экстралингвистической эрудицией, которую предполагает у него отправитель. В противном случае, общение между представителями различающихся лингвокультур может быть достаточно затруднено.

Так, например, понимание значения фразеологизма «*Tom Tiddler's ground*», используемого в английском языке в значении «место легкой наживы», при декодировании смысла требует знания реципиента о том, что фраза «*Tom Tiddler's ground*» принадлежит детской игре, содержащей песню с такими словами: «*Here // we are // on Tom Tiddler's ground // Picking up // gold and silver*». Таким образом, строчку песни из детской игры «*Tom Tiddler's ground*» можно сравнить с «полем чудес». Как видим из этого примера, общий экстралингвистический признак может быть охарактеризован как «место для получения денег», что связывает первоначальное значение выражения «*Tom Tiddler's ground*» с нынешним фразеологическим значением этого словесного комплекса. Таким образом, экстралингвистическая информация проявляет способность совмещать в своей содержательной структуре ряд актуальных и потенциально значимых характеристик, а также передает смыслы и символы той или иной лингвокультуры.

Можно сделать вывод о том, что при передаче символов, образов и смыслов экстралингвистическая информация в своей содержательной структуре совмещает целый ряд значимых и актуальных культурологиче-

ских характеристик. Говоря иными словами, происходит своеобразное приращение культурного материала. Таким образом, рассмотрев роль экстралингвистической информации при межкультурном общении мы можем сделать вывод, что при подобном взаимодействии перед коммуникантами – представителями различных лингвокультур стоит важная и непростая задача – постараться избежать ошибок и неточностей, которые могут быть вызваны не только влиянием родного языка, но также и влиянием родной культуры и национального сознания. Здесь речь, конечно же, идет о явлениях более широкого плана, то есть о лингвокультурной интерференции.

4. Заключение

Итак, при рассмотрении вопросов взаимовлияния языка и культуры в межкультурном взаимодействии, а также прагматики межкультурного общения, мы описали некоторые сложности, имеющие место в процессе интеракции языка и культуры как следствие декодирования экстралингвистической информации в кросс-культурном общении. Мы можем сделать вывод о том, что важным условием для полноценного межкультурного общения является адекватное восприятие реципиентом как вербальных, так и невербальных знаков и символов и, как результат, – адекватное декодирование закодированных кодов и культурных смыслов. Таким образом, мы делаем вывод о том, что вопросы, относящиеся к теме взаимоотношения языка и культуры, представляют собой прагматическую основу межкультурной коммуникации. Культурные особенности страны имеют самое непосредственное отношение к экстралингвистической информации, оказывающей влияние на процесс межкультурной коммуникации.

Список литературы

Бархударов, Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л. С. Бархударов. – Москва : Международные отношения, 1975. – 240 с. – Текст : непосредственный.

Верещагин, В. М. Язык и культура: лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / В. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – Москва : Наука, 1973. – 251 с. – Текст : непосредственный.

Попова, Т. Г. Межкультурная коммуникация и проблемы перевода / Т. Г. Попова. – Текст : непосредственный // Язык, литература и культура как грани межкультурного общения. – Москва : Градиент, 2015. – С. 169–174.

Попова, Т. Г. Категоризация эгоцентрического пространства языковой личности в политическом дискурсе / Т. Г. Попова. – Текст: непосредственный // Организационная психолингвистика. – 2022. – № 3(19). – С. 72–86.

Попова, Т. Г. Национально-культурная семантика языка и когнитивно-социокоммуникативные аспекты (на материале английского, немецкого и русского языков) / Т. Г. Попова. – Москва : Изд-во МГОУ «Народный учитель», 2003. – 179 с. – Текст : непосредственный.

Попова, Т. Г. Перевод как вербальная проекция этноментального опыта / Т. Г. Попова, О. В. Мингалева // Язык, литература и культура как грани межкультурного общения. – Пльзень : Градиент, 2016. – С. 62–67.

Прядохин, М. Г. Краткий словарь недоговорок-иносказаний современного китайского языка / М. Г. Прядохин, Л. И. Прядохина. – Москва : АСТ, 2007. – 224 с. – Текст : непосредственный.

Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – Москва : Наука, 2000. – 165 с. – Текст : непосредственный.

Chandler, D. A Dictionary of Media and Communication / D. Chandler, R. Munday. – Oxford : Oxford University Press, 2020. – 544 p. – Текст : непосредственный.

Hall, E.T. The Silent Language / E. T. Hall. – New York : Knopf Doubleday, 1973. – 217 p. – Текст : непосредственный.

Popova, T. G. Language Conceptualization / T. G. Popova. – Текст : непосредственный // The Seventh Annual Conference of the Global Communication Association (GCA). – Ottawa : Saint Paul University, 2013. P. 34–43.

Tannen, D. Conversational style: Analyzing talk among friends / D. Tannen. – Oxford : Oxford University Press, 2005. – 272 p. – Текст : непосредственный.

Verschueren, J. English for cross-cultural communication / J. Verschueren. – Текст : непосредственный // Language in Society. – 1984. – Vol. 13. – P. 489–509.

Получена: 25.02.2024

Принята: 18.03.2024

ABOUT THE PRAGMATICS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

T. G. Popova

The Prince Alexander Nevsky Military University
of the Ministry of Defense of the Russian federation
tatyana_27@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the description of the issues of pragmatics of intercultural communication. The author reveals the problems of cultural moderators. The study uses such methods as the linguostatistical method, contextual analysis, modeling method, discursive and structural-semantic methods, correlation and cultural analyzes, as well as the conceptual method. The work focuses on the peculiarities of the interaction of culture and language,

which finds its reflection in a variety of communicative processes, including intercultural communication. Intercultural communicative transactions based on the strategic line chosen by the participants of the intercultural process are identified and analyzed. The article concludes that for a full-fledged intercultural communicative act, it is necessary for partners to have extralinguistic information, where a variety of cultural meanings are encoded. Extralinguistic information reflects a nationally determined collective perception of the surrounding reality, conditioned by historical, geographical, economic, social, and other factors. To convey the meanings of culture, the volume of the extralinguistic component, on the basis of which background knowledge is formed in linguoculture, is accumulated into an information resource, which means the amount of information correlated by participants in a communicative act with a language sign or an object encoded by it.

Key words: intercultural communication, communicative act, relationship between language and culture, extralinguistic information, background knowledge, coding, decoding.

References

Barkhudarov, L. S. (1975). *Yazik i perevod (Voprosi obshej i tchactnoj teorii perevoda)* [Language and translation (Issues of general and particular theory of translation)]. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniya.

Vereshagin, V. M. & Kostomarov, V. G. (1975). *Yazik i kul'tura* [Language and culture: linguistic and regional studies in teaching Russian as a foreign language]. Moscow: Nauka.

Popova, T. G. (2015). *Mezhkulturnaja kommunikatchija i problem perevoda* [Intercultural communication and translation problems]. Moscow: Gradient.

Popova, T. G. (2022). Kategorizatchija egocentricheskogo prostranstva jazikovoj lichnosti v politicheskom diskurse [Categorization of the egocentric space of a linguistic personality in political discourse]. *Organizational psycholinguistics*, 3(19), 72–86.

Popova, T. G. (2003). *Natsional'no-kul'turnaya semantika yazyka i kognitivno-sotsiokommunikativnye aspekty (na materiale anglijskogo, nemetskogo i russkogo yazykov)* [National-cultural semantics of language and cognitive-socio-communicative aspects (based on the material of English, German and Russian languages)]. Moscow: Narodnij uchitel.

Popova, T. G. & Mingaleva, O.V. (2016). *Perevod kak verbal'naja projektsija etnomental'nogo opita* [Translation as a verbal projection of ethnomental experience]. In *Language, literature and culture as facets of intercultural communication* (pp. 62–67). Plzen: Gradient.

Pryadokhin, M. G. & Pryadokhina, L. I. (2007) *Kratkij slovar' nedogovorok-inoskazaniy sovremennogo kitajskogo jazyka* [A brief dictionary of omissions and allegories of the modern Chinese language]. Moscow: AST.

Ter-Minasova, S. G. (2000). *Yazik i mezhkul'turnaja kommunikatsia* [Language and intercultural communication]. Moscow: Nauka.

Chandler, D. & Munday, R. A (2020). *Dictionary of Media and Communication*. Oxford: Oxford University Press.

Hall, E. T. (1973). *The Silent Language*. New York: Knopf Doubleday.

Popova, T. G. (2013). Language Conceptualization. In *The Seventh Annual Conference of the Global Communication Association (GCA)* (pp. 34–43). Ottawa : Saint Paul University.

Tannen, D. (2005) *Conversational style: Analyzing talk among friends*. Oxford : Oxford University Press.

Verschueren, J. (1984). English for cross-cultural communication. *Language in Society*, 13, 489–509.

Submitted: 25.02.2024

Accepted: 18.03.2024

УДК 81'373

**НАЦИОНАЛЬНО-МАРКИРОВАННЫЕ
ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ СО ЗНАЧЕНИЕМ
«ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ ЛЮДЬМИ»**

Т. В. Аникина

Российский государственный профессионально-педагогический университет
Екатеринбург, Россия
anikishna@mail.ru

В. В. Проказова

Российский государственный профессионально-педагогический университет
Екатеринбург, Россия
xxxxprokazova@yandex.ru

Аннотация. Данная статья посвящена изучению национально-маркированных фразеологических единиц со значением «взаимоотношения между людьми». Материалом для исследования послужили 100 фразеологических единиц, отобранных из фразеологических словарей английского и русского языков. В работе были использованы сравнительный и описательный методы, теоретический анализ литературы, метод сплошной выборки, метод словарных дефиниций.

В рамках обозначенной семантической группы были выделены следующие подгруппы: фразеологические единицы, связанные с сотрудничеством; фразеологические единицы, связанные с отношением к семье и родственникам; фразеологические единицы, связанные с дружбой; фразеологические единицы, связанные с любовными отношениями. Как показал анализ, фразеологические обороты английского языка, отражающие сотрудничество и партнерство обладают большей национальной спецификой, нежели русские выражения с подобным значением. В ходе анализа фразеологических оборотов со значением «любовь» мы обнаружили наименьшее количество выражений, содержащих национально-культурную специфику или национально-культурный компонент. К тому же, выражения со значением «любовь» довольно часто имеют эквивалент в сопоставляемых языках. Наиболее ярко национально-культурный компонент и национально-культурная специфика прослеживается в выражениях со значением «дружба» и «семья».

Главной особенностью национально-маркированных фразеологизмов является наличие средств выразительности. В ходе исследования были выявлены следующие языковые средства, с помощью которых формируются фразеологизмы: метафора, метонимия, сравнение, эпитет, гиперболы, каламбур.

Ключевые слова: фразеологизм, идиома, взаимоотношения между людьми, национальная культура, универсалия, национально-культурный компонент, устойчивое словосочетание, фразеологический фонд.

1. Введение

Язык является отражением культуры и особенностей народа, и изменения, которые происходят в обществе, можно проследить во фразеологическом фонде языка. Фразеологизмы позволяют глубже понять народ, особенности его мышления, душевное состояние, представления о мире.

Во фразеологический фонд английского и русского языков вошло огромное количество разных выразительных выражений, отражающих традиции и обычаи наций, историю народа, национальный характер. Фразеологизм или фразеологическая единица – это устойчивое, неделимое сочетание слов, свободно создаваемое в процессе речи. Основное назначение фразеологизмов – придание высказыванию выразительности, образности и эмоциональности. В данной работе рассматриваются национально-маркированные фразеологические единицы английского и русского языков.

Именно фразеологизмы являются отражением культуры народа. Невозможно знать язык, не зная его фразеологии. Разумное использование фразеологизмов делает речь более выразительной и красочной. Фразеология удерживается в языке веками, репрезентируя культуру народа-носителя. По мнению В. Н. Телия, «фразеологический состав языка – это зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание» [Телия, 1996, с. 9].

2. Материал и методология исследования.

Материалом для исследования послужили 100 фразеологических единиц, отобранных из фразеологических словарей английского и русского языков.

Методологическую базу исследования составили труды следующих авторов:

1) А. В. Кунина, В. В. Виноградова, Н. Н. Амосовой, Л. П. Смит, Н. А. Самарец, А. И. Смирницкого, Н. М. Шанского и др. в области определения понятия фразеологической единицы;

2) А. Вежбицкой, В. В. Воробьева, Ю. В. Королевой и др. в области определения сущности национально-культурного компонента и выявления национально-культурной специфики;

3) А. В. Кунина, Л. П. Смит, Е. Г. Котовой, Е. В. Годуновой, и др. в области определения различных классификации фразеологических единиц с национально-культурным компонентом русского и английского языков.

В работе были использованы следующие методы: сравнительный и описательный методы, теоретический анализ литературы, метод сплошной выборки, метод словарных дефиниций.

3. Понятие фразеологической единицы. Сущность и специфика национально-культурного компонента фразеологических единиц.

В настоящее время для обозначения понятия «фразеологизм» используется множество разных терминов, такие как фразеологическая единица, фразеологический оборот, фразеологическое выражение, устойчивое словосочетание, идиома и пр. Рассмотрим несколько определений отечественных и зарубежных лингвистов.

Основоположником фразеологической теории является Шарль Балли. Его трактовка фразеологизма звучит так: «словосочетания, компоненты которых, постоянно употребляемые в данных сочетаниях для выражения одной и той же мысли, утратили всякое самостоятельное значение» [цит. по Кунину, 1996, с. 6].

Академик В. В. Виноградов даёт следующие определение фразеологического оборота: «Фразеологическими единицами являются «устойчивые» словесные комплексы, противопоставляемые «свободным» синтаксическим словосочетаниям как готовые языковые образования, не создаваемые, а лишь воспроизводимые в процессе речи» [цит. по Амосовой, 1963, с. 4].

Профессор А. В. Кунин предложил следующую трактовку фразеологизма: «Фразеологизм – это устойчивое сочетание слов с осложненной семантикой, не образующееся по порождающим структурно-семантическим моделям переменных сочетаний» [Кунин, 1996, с. 4].

А. И. Смирницкий различает фразеологические единицы, под которыми он понимает стилистически нейтральные обороты, лишённые метафоричности или потерявшие ее и идиомы основаны на переносе значения, на метафоре, ясно сознающей говорящим» [цит. по Кунину, 1996, с. 13].

Н. Н. Амосова анализировала фразеологические единицы с точки зрения контекста. По ее мнению, фразеологические единицы – это «единицы постоянного контекста, то есть единицы, в которых невозможно заменить ни один из имеющихся компонентов, без того, чтобы изменить значение не только всего единства, но также и тех элементов, которые остаются неповрежденными» [Амосова, 1963, с. 67].

Л. П. Смит выделяет термин «идиома». Этот термин используется как синоним французского слова *idiotisme* «для обозначения таких особенностей языка, прежде всего фразеологических единиц, которые являются речевыми аномалиями, нарушающими либо правила грамматики, либо законы логики» [Смит, 1959, с. 10].

Е. Ф. Арсентьева определяет фразеологизм как носитель культурной информации, который позволяет сказать многое, при этом выразить всю глубину народного духа, культуры и сэкономить языковые средства [цит. по Маркевич, 2014, с. 50].

Также в статье Г. В. Редько и А. А. Еремеевой дается следующие определение: «Фразеологизм можно обозначить как одну из языковых

универсалий, так как в каждом языке присутствуют устойчивые сочетания, которые отражают национальную культуру данного народа» [Редько, Еремеева, 2019, с. 2].

Таким образом, мы видим, что существует огромное количество определений фразеологизма, которые зачастую перекликаются или дополняют друг друга. Многие лингвисты сходятся во мнениях, что фразеологизм – устойчивое, неделимое словосочетание, в котором невозможно заменить ни один из имеющихся компонентов, ни утратив смысл высказывания.

Следовательно, проанализировав труды лингвистов, мы пришли к выводу, что фразеологизм – устойчивое, неделимое словосочетание, в котором невозможно заменить ни один из имеющихся компонентов без утраты смысла высказывания, обладающий национальной самобытностью народа и отражающий глубину культуры конкретного народа.

Исследовать фразеологизмы без национально-культурной специфики невозможно, так как язык и культура взаимосвязаны. События, происходящие в стране, влияют на людей, проживающих в ней и все это отражается в языке. Н. А. Трофанюк и И. Г. Михайлова в статье «Происхождение фразеологических единиц русского языка» отмечают, что фразеологические обороты отражают национально-культурную специфику языка, а также его самобытность, непохожесть на другие культуры. Во фразеологическом составе «запечатлен богатый исторический опыт народа, в ней отражены представления, связанные с трудовой деятельностью, бытом и культурой людей» [Трофанюк, Михайлова, 2016, с. 44]. Также важно понимать, что значит национально-культурный компонент и какова его специфика.

Так, например, А. Вежицкая говорит о том, что единицы с культурно-специфичным компонентом отражают не только образ жизни людей, но и их мышление, поэтому являются «культурными универсалиями. А. Вежицкая также утверждает, что слова с культурной спецификой представляют собой «понятийные орудия», т. е. такие слова отражают прошлые события, прошлый опыт общества, действия и размышления о различных вещах [Вежицкая, 1999].

Таким образом, лингвисты пришли к выводу, что у каждого народа есть такие качества, события, которые принадлежат только им: например, особенности культуры, быта, среды в которой проживает определенный народ. Данная специфика проявляется в языке в виде языковых единиц, принадлежащих данному народу, с «культурным отпечатком в национальных словесных образах» [Ощепкова, 1995, с. 267].

Первыми учеными, которые занимались исследованием национально-культурного компонента были Е. М. Верещагин и В. Г. Костомаров. Данные исследователи разработали лингвострановедческую теорию

слова на материале русского языка. Авторы пишут, что «слова, план выражения которых нельзя сопоставить с какими-либо другими иноязычными лексическими понятиями, называются безэквивалентными», т. е. такие слова невозможно перевести на родной язык дословно [цит. по Згиrowsкой, 2018, с. 16]. Такие выражения отражают национальные особенности определенной культуры, к ним относятся: исторические события, среда проживания конкретного народа, особенности климата, расположения страны, специфика мифологии, фольклора [Згиrowsкая, 2018].

В своей статье «Национально-культурный компонент значения идеологем» М. Мэн пишет о том, что А. Э. Шаповалова определяет национально-культурный компонент как «слово, обладающие информацией о национальной культуре народа» [Мэн, 2023, с. 351]. В состав фразеологических единиц с национально-культурным компонентом входят географические названия, культура и религия, антропонимы, характерные для какой-то определенной страны.

Изучив данные исследования, можно сделать вывод, что под национально-культурным компонентом подразумеваются черты языка, которые свойственны определённому народу, такие черты формируются посредством культуры и ценностей. Значимыми для такого процесса являются языковые и коммуникативные реалии. Таким образом, национально-культурный компонент – компонент значения слова, который содержит в себе информацию о национальной культуре определенного народа.

4. Фразеологические единицы русского и английского языков, связанные со взаимоотношениями между людьми.

Все люди относятся к той или иной национальной культуре, в состав которой входят традиции, история, литература, язык. Язык – неотъемлемая часть культуры. Язык отражает особенности национального характера, а культура содержит в себе весь национальный опыт, который увеличивается множеством поколений, поэтому важно исследовать язык в контексте культуры. Также, современный мир постоянно развивается, что отражается в языке, в котором возникают и сохраняются новые, культурно-маркированные элементы [Суриков, 2020].

В английском и русском языках немало фразеологических оборотов посвящено взаимоотношениям между людьми. Данная тема является довольно значимой и интересной, побуждает к обсуждению на протяжении многих лет. Стоит отметить, что взаимоотношения между людьми затрагивают различные сферы жизнедеятельности. Это могут быть как отношения в семье, так и на работе. В языках существует достаточно много фразеологических единиц, отражающих различные отношения между людьми [Осмонова, 2017].

В данном исследовании мы сравним взаимоотношения англичан и русских, используя следующие фразеологические единицы: связанные с

сотрудничеством; с отношением к семье и родственникам; с дружбой; с любовными отношениями.

В первую очередь проанализируем те фразеологизмы, которые выражают *сотрудничество*. Партнерство, объединение, сотрудничество – это процесс совместной деятельности, который направлен на достижение каких-либо целей и осуществляется двумя и более лицами [Кристине, 2015]. Обратимся к английским фразеологическим единицам со значение «сотрудничество». Например:

• *be art and part of* – принимать участие в чём-л., действовать заодно с кем-л., быть причастным к чему-л.

• *play ball* – сотрудничать, задабривать, быть готовым работать с другими людьми, особенно для того, чтобы кто-то мог получить то, что он хочет. Данный фразеологизм имеет метафорическое значение и подразумевает отношения, сотрудничество в команде во время игры. Возникло данное выражение из спортивных игр, связанных с мячом, таких как: бейсбол, крикет.

• *a halfway house* – находить компромисс. Происхождение данного выражения восходит к концу XVIII в. Существует забавная история британского трактира, официально известного как “Old Red Lion Inn”. Он сменил свое название на “The Halfway House” после визита юной принцессы Виктории в 1820-х годах. Она остановилась там, чтобы сменить лошадей, и спросила, где она находится. «На полпути, мэм», – последовал ответ.

• *a broad church* – широкий спектр убеждений, вкусов, мнений. Этимология этой фразеологической единицы восходит к направлению в английской церкви, которое активно выступало за разнообразное толкование церковных догматов.

• *if you can't beat them, join them* – «не можешь побить, присоединяйся к ним» – если вы не можете победить кого-то или быть таким же успешным, как они, тогда более разумно присоединиться к тому, что они делают, и, возможно, получить некоторое преимущество.

• *make common cause with somebody* – «объединяться ради общего дела» быть единым с кем-то в чем-то, с чем вы оба согласны, во что оба верите и чего хотите достичь.

• *the old boy network* – «старые университетские связи», такая ситуация была во многих британских компаниях, правительственных ведомствах и подразделениях вооруженных сил, когда люди предоставляют рабочие места и другие привилегии “old boys”, т. е. бывшим ученикам государственной школы или университета, в которых они учились.

• *close ranks* – «объединяться», т. е. группа людей сплачивает ряды, они тесно сотрудничают, чтобы защитить себя, особенно когда их критикуют. Данное устойчивое выражение имеет военное происхождение. Оно

возникло примерно в 1700-х годах. Одним из значений слова “close” было сближение. Сомкнуть ряды первоначально означало, что солдаты будут сближаться в бою, чтобы закрыть любые бреши в боевой линии. Эта идиома прочно закрепилась в английском языке с начала 18 века.

• *it takes two to tango* – «для танго требуются двое», это такая работа, которая не может быть выполнена в одиночку, т. е. для ее выполнения нужно два человека.

• *to get into bed with smb./ to be in bed with smb.* – иметь соглашение с кем-то и намереваться сотрудничать с ним, быть в сговоре.

Обратимся к русским фразеологическим оборотам, связанным с отношением к *сотрудничеству*. Например:

найти общий язык – найти решение, обрести взаимопонимание. Данный фразеологизм имеет исторические корни, так как в древности наша страна была разделена на многие государства, в которых люди общались на разных языках и диалектах. Поэтому, было сложно установить контакт и начать общение, но тем не менее они пытались это делать. В русском языке фразеологизм стал широко использоваться в XIX в.

• *связать одной веревочкой* – соединить кого-либо крепко и неразрывно общим делом;

• *сглаживать острые углы* – смягчать ситуацию, преуменьшать какие-либо разногласия или проблемы;

В русском языке существуют также пословицы со значением «объединение». Например:

• *одна пчела не много меду натаскает* – одному человеку будет сложно справиться с работой, необходимо объединиться для выполнения какого-либо задания;

• *хорошая нива только у коллектива* – обычно так говорит работодатель, который требует хороших результатов от своих работников. Данное выражение обладает метафоричностью и подразумевает следующие: нива – это огромное поле, которое засеяно различными сельскохозяйственными культурами. Поэтому, чтобы засеять такое поле, требуется много работать.

Таким образом, проанализировав фразеологические единицы русского и английского языков со значением «сотрудничество», можно сделать вывод, что фразеологизмы английского языка обладают большей национальной спецификой, нежели русские фразеологические обороты. Данная специфика во многих фразеологизмах проявляется в их происхождении и связана с национальными играми, такими как бейсбол и крикет, историей, традициями, религией, военными особенностями. Более того, стоит отметить, что устойчивых выражений с таким значением больше в английском языке, чем в русском.

Отношение с семьей и родственниками также нашло отражение во фразеологических оборотах. Как отмечают многие исследователи, компонент «семья» является универсальным, так как существует в различных культурах. Тем не менее, он является и специфичным, поскольку выражается по-разному [Вишнякова, 2014]. Рассмотрим фразеологией единицы со значением «семья, родственные связи» в английском языке:

● *one's kith and kin* – родственники, близкие. Слово “kith” означает «хорошо известный». Это очень старое английское слово, и первоначально оно использовалось для обозначения того, с чем человек знаком очень хорошо. “kin”, как известно, означает «семья» и используется в английском языке с 9-го века. Данное выражения встречается в среднеанглийской поэме Уильяма Ленгленда «Видение о Петре-пахаре». В привычной форме такое устойчивое словосочетание использовалось в стихах и песнях Роберта Бернса в конце 18-го века.

● *the angel in the house* – букв. «ангел в доме» данное выражение подражает жемчужину, которая предана своим детям, мужу и домашнему очагу, стало общеупотребительным, используясь при этом в ироническом значении.

● *blood is thicker than water* – семейные отношения крепче любых других. Данная пословица впервые появилась в печатном виде в сборнике шотландских пословиц Аллана Рамзай в 1737 году.

● *charity begins at home* – «благотворительность начинается дома», вы должны помогать и заботиться о своей собственной семье и т.д., прежде чем начнете помогать другим людям. Согласно недавно проведенным исследованиям, вопреки более раннему представлению, данная пословица изначально не была заимствована из Библии. Эта фраза использовалась в различных формах в английском языке с древних времен. Сэр Томас Браун впервые использовал это выражение (в настоящем виде, как мы используем его сегодня) в книге «Религия Медичи», опубликованной в 1642 году.

● *your own flesh and blood* – «родная плоть и кровь», т. е. человек, с которым вы состоите в родстве.

● *a chip off the old block* – «быть похожим на кого-то из родственников». Человек, чей характер или личность похожи на характер или личность их родителя. Эта идиома появилась в британских писаниях, примерно в 1627 году, в анонимных проповедях Дика Девонширского и епископа Роберта Сандерсона.

● *an Englishman's home is his castle* – для англичанина его дом – его крепость, он делает дома то, что он хочет и никто не имеет права вмешиваться в его жизнь. Это изречение возникло в Англии в 17 веке. С тех пор оно закрепилось в качестве общего права с точки зрения безопасности дома. Сэр Эдвард Коук, английский политик и правовед, упомянул об

этом в своей знаменитой книге «Институты законов Англии», опубликованной в 1628 году.

Проанализируем фразеологические единицы, связанные с **семейными отношениями** и **родственными связями** в русском языке. Например:

- *без роду, без племени* – человек, у которого нет родственников и близких;

- *Иван, родства не помнящий* – человек, который отказывается от своего прошлого, не уважает традиции и историю. Происхождение данного выражения восходит к царской России. В то время белых каторжников и крепостных крестьян ловили, а они в свою очередь пытались скрыть свое происхождение и притворялись, что ничего не помнят. Полицейские записывали таких людей как «Иван, не помнящий родства». Такое выражение считалось юридическим термином;

- *отрезанный ломоть* – родственник, который отделился от семьи и решил жить самостоятельно. Данный фразеологизм возник из пословицы: «Отрезанный ломоть к хлебу (караваю) не приставишь». Раньше эта пословица употреблялась по отношению к дочери, которую выдали замуж. Позднее и по отношению к сыновьям, которые покидали семью. Более того, в таком фразеологизме используется образ хлеба. Как известно, в давние времена к хлебу относились почтительно, его никогда не резали, а ломали руками;

- *седьмая вода на киселе* – так говорят о человеке, который является очень дальним родственником. Происхождение данного фразеологического оборота связано с приготовлением киселя. Известно, что на Руси такой напиток готовили из овсянки. Зерно заливали водой и замачивали до тех пор, пока из него не вымоется крахмал. Это крахмал и использовали для приготовления киселя. Поэтому, такую процедуру проделывали много раз и кисель становился все жиже и жиже с каждым разом;

- *семеро по лавкам* – о многодетной семье, много маленьких детей, которых нужно обеспечивать. На Руси большинство крестьян жили в маленьких избушках, часто в таких домиках проживало много человек, которым приходилось спать, где придется. Кто-то спал на лавках, а кто-то и на печи. В основном дети спали на лавках, так как они не занимали много места.

При анализе фразеологических оборотов, связанных с семьей и родственными связями, мы обнаружили устойчивые выраженные с компонентом «бабушка». Например,

- *бабушкины сказки* – рассказывать небылицы, что-то нереальное, неправдивое, преувеличивать;

- *бабушка надвое сказала* – что-то неопределённое, двоякое. В старину люди часто ходили к бабушкам, которые предсказывали будущие их

часто называли бабки-ведуньи. Они предсказывали иносказательно и неопределенно, такие предсказания можно было трактовать двояко;

• *бабушка ворожит* – о человеке, которому все удастся, успех и везение сопутствуют ему;

• *вот тебе, бабушка, и Юрьев день* – неожиданное известие в худшую сторону, о несбывшихся надеждах. Данная поговорка появилась в конце XVI века, когда крестьянам запретили уходить от своего помещика. Это означало, что они оставались у него по жизненно;

• *к чертовой бабушке* – прогнать кого-либо прочь, долой. В русской народной культуре очень часто используется образ «чёрта» как элемент чего-либо грязного, греховного, злого. «Бабушка» в данном фразеологизме используется для усиления эффекта.

При анализе фразеологических единиц со значением «семья», «семейные узы», «родственные связи» мы обнаружили, что большинство выражений обладают яркой национальной спецификой и содержат в себе национально-культурный компонент.

В английском языке национально-культурная специфика отражается в происхождении данных выражений. Такие фразеологические обороты часто образованы от древнеанглийского языка, например, слово “kin” означает «семья» и используется в английском языке с 9-го века, некоторые фразеологические единицы возникли из писаний и проповедей, например, *a chip off the old block* (быть похожим на кого-то из родственников), а некоторые пришли из политики: *an Englishman's home is his castle* (для англичанина его дом – его крепость). В английских фразеологизмах ярко прослеживается сдержанное, немного холодное отношение к семье и семейным узам. Однако, не стоит отрицать, что англичане ценят семью и уважают семейные ценности. Тем не менее, во фразеологическом фонде английского языка встречаются выражения, которые носят более общий характер и адресованы только самым близким людям, т. е. в представлении англичан семья является больше нуклеарной, чем расширенной. В ходе анализа английских фразеологических единиц, мы выявили следующие национально-культурные компоненты: *kith, kin, Englishman*.

В русском языке семья представляется расширенной, т. е. в ней часто проживают несколько поколений родственников. Следовательно, можно выделить и национально-культурный компонент «бабушка», который подчеркивает значимость родственных связей для русского человека. Это подтверждается большим количеством фразеологических единиц с данным компонентом. Также можно выделить следующие национально-культурные компоненты: *кисель, ломоть, Иван*. Более того, фразеологизмы с общим значением, отражающие семейные отношения часто имеют значения дальний родственник, отделившийся родственник, многодетная семья. Такая особенность также подчеркивает наличие огромного количества родственников у русского человека.

Также не малую роль во взаимоотношениях между людьми играет **дружба**. Фразеологические единицы со значением «дружба» могут содержать в себе как общие черты для всех народов, так и национально-культурную специфику [Журкова, Хомутникова, Чалых, 2021]. Обратимся к фразеологизмам английского языка:

• *hail-fellow-well-met with* – «приятельский, дружественный», если человека или его действия описывают данным выражением, то такой человек очень дружелюбный и полон энтузиазма, иногда неискренним образом;

• *scrape acquaintance with* – навязывать знакомство кому-л. набиваться на знакомство (с кем-либо);

• *to get on like a house on fire* – быстро сблизится, подружиться. Происхождение данного фразеологизма основывается на истории о Великом лондонском пожаре. Возгорание произошло в пекарне Томаса Фарринера на Паддинг-Лейн и привело к тому, что огонь перешел на соседние дома, где была смола, а также находился порох;

• *to be at home with smb.* – быть на дружеской ноге с кем-то, чувствовать непринужденность;

• *to be thick as thieves* – быть закадычными друзьями, водой не разольешь. Данное выражение появилась в печати из избранных статей семьи Ричарда Твилинга, опубликованных в 1781 году, где он использовал это выражение для обозначения близких отношений. Ричард Твиллинг был английским торговцем, купцом;

• *fast friends* – надежный, верный, хороший друг. Происхождение данной идиомы происходит от более древней версии слова “steadfast” – древнеанглийского слова, означающего верный, заслуживающий доверия человек.

Разберем фразеологические обороты русского языка в значении «дружба». Например:

• *закадычный друг* – близкий, надёжный, верный друг. На Руси существовало выражение «залить за кадык», которое означало «напиться алкоголя». В словарях Г. А. Крылова, А. В. Семенова и Н. М. Шанского, изначально данное выражение «закадычный друг» использовалось для описания друга по выпивке, т. е. собутельника. Значение, в котором мы употребляем такое устойчивое словосочетание появилось позже;

• *водить хлеб-соль* – дружить, иметь дружеские отношения с кем-либо. Как нам уже известно, на Руси встречали гостей с хлебом и солью от этого обычая и произошел данный фразеологизм;

• *друг-портянка* – ненадежный друг, на такого друга нельзя положиться. Происхождение данного фразеологизма происходит от слова «портянка», такая вещь была заменимой, поэтому и послужила средством

сравнения с ненадежным другом. Портянка – тряпка, согревающая и защищающая ноги, но в тоже время она быстро изнашивается и становится бесполезной;

- *мы с Тamarой ходим парой* – так говорят о неразлучных друзьях, которые ходят везде вместе. Данное выражение возникло в стихотворении «Мы с Тamarой» А. Л. Барто;

- *(быть) на дружеской ноге* – быть в близких дружеских отношениях с кем-либо;

- *не в службу, а в дружбу* – поговорка, которая означает сделать что-либо для кого-либо из дружеских побуждений, а не по обязанности.

Итак, проанализировав фразеологические единицы со значением «дружба» можно подтвердить, что такие выражения содержат как общие черты для всех народов, так и свою национально-культурную специфику. Например, некоторые фразеологизмы имеют эквивалент в сопоставляемом языке: *to be at home with smb.* – быть на дружеской ноге с кем-то (русский эквивалент); *measure for measure* – зуб за зуб, око за око (русский эквивалент). Однако, стоит также отметить, что многие фразеологические обороты не имеют эквивалента в сопоставляемом языке. Следовательно, большинство фразеологизмов со значением «дружба» обладают национально-культурной спецификой, а некоторые содержат в себе национально-культурный компонент.

В английском языке национально-культурная специфика отражается в происхождении данных выражений. Такие фразеологические обороты часто образованы от древнеанглийского языка, например, “steadfast” – древнеанглийское слово, означающее верный, заслуживающий доверия человек. Некоторые фразеологические единицы основаны на исторических событиях страны, например, *to get on like a house on fire* (быстро сблизится, подружиться), а некоторые возникли в статьях, например, *to be thick as thieves*. Большинство фразеологизмов имеют значение приятельский, дружественный. Более того, многие выражения описывают верного, хорошего, близкого, надежного друга. Данные фразеологические обороты обладают национально-культурной спецификой и многие из них не имеют эквивалента в сопоставляемых языках.

В русском языке национально-культурная специфика также проявляется в происхождении фразеологических единиц. Например, некоторые фразеологизмы возникли из древних выражений, которые использовались на Руси, например, *закадычный друг* появилось от выражения «залить за кадык», другие возникли из традиций, например, *водить хлеб-соль*, также фразеологизм *друг-портянка* – от слова «портянка», а выражение *мы с Тamarой ходим парой* взято из стихотворения А. Барто. При анализе русских фразеологических оборотов, связанных с дружбой, можно выделить национально-культурные компоненты, например, *хлеб, соль, портянка,*

Тамара, закадычный. Стоит отметить, что многие фразеологические обороты также, как и в английском языке отражают надежного, хорошего друга и крепкую, неразлучную дружбу.

Любовные отношения также отражаются во фразеологическом фонде любого языка. Любовь прослеживается во всех культурах и составляет значительный объем фразеологических единиц. Изучив данные выражения, мы понимаем, как проявляется любовь у англичан и у русских. Определим сходства и установим различия [Гулбекова, 2014].

Рассмотри фразеологические единицы английского языка со значением «любовь». Например:

- *to bill and coo* – целоваться, обниматься, мило разговаривать с другим человеком, как правило, с романтическим партнером;

- *to be cheek by jowl* – жить вместе, бок о бок, состоять в близких отношениях;

- *an old flame* – старая любовь, прежняя страсть;

- *sealed with a (loving) kiss* – обычно означает конверт, который был запечатан поцелуем. Во время Первой и Второй мировых войн солдаты отправляли своим девушкам письма, на конвертах они писали следующую аббревиатуру: “SWAK” или “SWALK”, что означало конверт запечатан поцелуем.

- *pop the question* – неожиданно сделать предложение;

- *tie the knot* – пожениться, вступить в брак;

- *wear heart on sleeve* – не скрывать своих чувств, чувства на распашку. Это выражение происходит от старого обычая, согласно которому женщина привязывает свое благословение к рукаву мужчины. Это благословение считалось знаком их любви друг к другу. Ранее использование этого выражения появилось в творчестве английского драматурга Уильяма Шекспира. Он использовал это выражение в своей пьесе «Отелло».

Обратимся к фразеологическим единицам русского языка со значением «любовь». Например:

- *вскружить голову* – увлечься кем-то, лишиться способности здраво мыслить, рассуждать;

- *души не чаять* – очень любить кого-либо;

- *любить слепо* – очень сильно любить человека, не замечать недостатков в человеке;

- *по уши влюбиться* – влюбиться в кого-либо, очень сильно любить кого-либо;

- *окрыленный любовью* – быть счастливым, легким, чувствовать свободу из-за любви к кому-либо.

При анализе фразеологические единицы со значением «любовь» мы выявили наименьшее количество выражений, содержащих национально-культурную специфику или национально-культурный компонент. Более

того, выражения со значением «любовь» довольно часто имеет эквивалент в сопоставляемых языках. Например, “give one’s heart to smb.” – «отдавать сердце» (русский эквивалент); “blind love” – «слепая любовь» (русский эквивалент); “gain (win) smb’s heart” – «завоевать чье-л. сердце» (русский эквивалент). Большинство выражений носят общий характер в рассматриваемых языках.

5. Заключение

Таким образом, анализ показал, что фразеологические обороты английского языка, отражающие сотрудничество и партнерство обладают большей национальной спецификой, нежели русские выражения с данным значением. Это подтверждается тем, что фразеологический фонд английского языка содержит большее количество фразеологизмов с таким значением.

В ходе анализа фразеологических оборотов со значением «любовь» мы обнаружили наименьшее количество выражений, содержащих национально-культурную специфику или национально-культурный компонент. К тому же, выражения со значением «любовь» довольно часто имеют эквивалент в сопоставляемых языках.

Наиболее ярко национально-культурный компонент и национально-культурная специфика прослеживается в выражениях со значением «дружба» и «семья». Стоит отметить, что многие фразеологические обороты с такими значениями не имеют эквивалента в сопоставляемых языках.

В ходе исследования фразеологизмов в данных значениях, нами были выделены следующие национально-культурные компоненты английского языка: *kith, kin, Englishman, ball*. При анализе русских фразеологических оборотов, мы обнаружили следующие национально-культурные компоненты: *нива, кисель, ломоть, бабушка, хлеб, соль, портянка, закадычный, Иван, Тамара*.

Фразеологизмы являются огромным разделом в культуре любого языка, так как все события, которые происходят в обществе отражаются во фразеологии. Также фразеологические единицы меняются вместе с развивающейся культурой, на смену устаревшим высказываниям приходят новые, таким образом, можно проследить изменения в культуре, следовательно, и в языке.

Главной особенностью национально-маркированных фразеологизмов является наличие средств выразительности. В ходе исследования были выявлены следующие языковые средства, с помощью которых формируются фразеологизмы: метафора, метонимия, сравнение, эпитет, гипербола, каламбур. Чаще всего в данных фразеологизмах встречаются метафора, сравнение, метонимия, реже всего эпитет, гипербола, каламбур. Данные средства выразительности помогают сделать устойчивые выражения красочными, яркими, образными, эмоциональными.

Таким образом, данные особенности помогают наиболее точно понять и изучить менталитет и культуру английской и русской наций через призму языка.

Список литературы

Амосова, Н. Н. Основы английской фразеологии / Н. Н. Амосова. – Москва : ЛИБРОКОМ, 2013. – 216 с. – Текст : непосредственный.

Балли, Ш. Французская стилистика / Ш. Балли. – Москва : Эдиториал УРСС, 2001. – 392 с. – Текст : непосредственный.

Вежицкая, А. Семантические универсалии и описание языков / А. Вежицкая. – Москва : Языки русской культуры, 1999. – 616 с. – Текст : непосредственный.

Виноградов, В. В. Лексикология и лексикография / В. В. Виноградов. – Москва : Наука, 1977. – 312 с. – Текст : непосредственный.

Вишнякова, А. С. Репрезентация концепта «семья» в английской фразеологии / А. С. Вишнякова. Текст : непосредственный // Вестник магистратуры. – 2014. – № 12. – С. 10–12.

Воробьев, В. В. Лингвокультурология / В. В. Воробьев. – Москва : Рос. ун-та дружбы народов, 1997. – 331 с. – Текст : непосредственный.

Годунова, Е. В. Имена собственные в составе английских фразеологических единиц / Е. В. Годунова. – Текст : непосредственный // Современное педагогическое образование. – 2020. – № 11. – С. 234–236.

Гулбекова, М. Д. Особенности выражения концепта «Любовь» во фразеологических единицах с соматизмом «Сердце» в разноструктурных языках / М. Д. Гулбекова. – Текст : непосредственный // Вестник ТГУПБП. – 2014. – № 3. – С. 268–273.

Журкова, Е. А. Роль компонента «friend» в формировании семантических и лингвокультурологических особенностей фразеологизмов английского языка / Е. А. Журкова, Е. А. Хомутникова, Н. А. Чалых. – Текст : непосредственный // МНКО. – 2021. – № 2. – С. 539–542.

Згировская, О. Г. Культурный компонент в семантике лексических единиц и его фиксация средствами лексикографии (на примере словарных статей на букву ж «Толкового словаря живого великорусского языка» В. И. Даля) / О. Г. Згировская. – Текст : непосредственный // Отечественная филология. – 2018. – № 1. – С. 14–23.

Королева, Ю. В. Подходы к изучению национально-культурной специфики / Ю. В. Королева. – Текст : непосредственный // Языковое бытие человека и этноса. – 2006. – № 2. – С. 120–130.

Котова, Э. Л. Английские фразеологические единицы с национально-культурной составляющей / Э. Л. Котова. – Текст : непосредственный // Вестник ЛГУ им. А. С. Пушкина. – 2014. – № 3. – С. 200–205.

Кристине, Б. Э. Концепция сотрудничества и теоретические аспекты терминов сотрудничества / Б. Э. Кристине. – Текст : непосредственный // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – 2015. – № 10. – С. 25–30.

Кунин, А. В. Курс фразеологии современного английского языка / А. В. Кунин. – Москва : Феникс, 1996. – 200 с. – Текст : непосредственный.

Маркевич, В. И. Национально-культурная специфика фразеологизмов с компонентом-антропонимом в русском, белорусском и немецком языках / В. И. Маркевич. – Текст : непосредственный // Грамота. – 2014. – № 7. – С. 136–139.

Мэн, М. Национально-культурный компонент значения идеологем / М. Мэн. – Текст : непосредственный // МНКО. – 2023. – № 4. – С. 350–353.

17. Осмонова, Н. Использование в художественных текстах фразеологизмов, отражающих чувства и душевный настрой людей / Н. Осмонова. – Текст : непосредственный // Символ науки. – 2017. – № 11. – С. 41–45.

Ощепкова, В. В. Учебное пособие по страноведению / В. В. Ощепкова. – Москва : Новая школа, 1995. – 289 с. – Текст : непосредственный.

Редько, Г. В. Фразеологизмы как языковая универсалия, отражающая национальную культуру народа / Г. В. Редько, А. А. Еремеева. – Текст : непосредственный // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2019. – № 1. – С. 100–105.

Самарец, Н. А. К вопросу о классификации английских фразеологизмов / Н. А. Самарец. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 11. – С. 43–47.

Смирницкий, А. И. Лексикология английского языка / А. И. Смирницкий. – Москва : МГУ, 1998. – 261 с. – Текст : непосредственный.

Смит, Л. П. Фразеология английского языка / Л. П. Смит. – Москва : УЧПЕДГИЗ, 1959. – 208 с.

Суриков, К. О. Взаимосвязь языка и культуры при обучении иностранным языкам / К. О. Суриков. – Текст : непосредственный // Вестник Московского информационно-технологического университета – Московского архитектурно-строительного института. – 2020. – № 4. – С. 88–91.

Телия, В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – Москва : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с. – Текст : непосредственный.

Трофанюк, Н. А. Происхождение фразеологических единиц русского языка / Н. А. Трофанюк, И. Г. Михайлова. – Текст : непосредственный // Язык и культура. – 2016. – № 21. – С. 44–48.

Чикина, Е. Е. Выявление национально-культурной специфики фразеологизмов: современные подходы / Е. Е. Чикина. – Текст : электронный // Международный научно-практический журнал «INTERCULTUR@L-NET». – 2004. – № 3. – URL: <http://textarchive.ru/c-2655325.html> (дата обращения: 15.03.2024).

27. Шанский, Н. М. Фразеология современного русского языка / Н. М. Шанский. – Санкт-Петербург : Специальная литература, 1996. – 192 с. – Текст : непосредственный.

Получена: 17.02.2024

Принята: 19.03.2024

NATIONALLY SPECIFIC PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE MEANING OF “RELATIONS BETWEEN PEOPLE”

T. V. Anikina

Russian State Vocational Pedagogical University
Ekaterinburg, Russia
anikishna@mail.ru

V. V. Prokazova

Russian State Vocational Pedagogical University
Ekaterinburg, Russia
xxxxprokazova@yandex.ru

Abstract. The article deals with the study of country specific phraseological units with the meaning of “relations between people.” The material of the study includes 100 phraseological units selected from phraseological dictionaries of the English and Russian languages. Within this semantic group the following subgroups are distinguished: phraseological units related to cooperation; phraseological units related to attitude towards family and relatives; phraseological units related to friendship; phraseological units related to love relations.

As the analysis revealed, phraseological units of the English language reflecting cooperation and partnership have greater national specificity than Russian expressions with a similar meaning. During the analysis of phraseological units with the meaning “love”, we found the smallest number of expressions containing national-cultural specifics or a national-cultural component. In addition, expressions with the meaning “love” quite often have equivalents in the compared languages. The national-cultural component and national-cultural specificity can be most clearly seen in expressions meaning “friendship” and “family”

The main feature of nationally marked phraseological units is the presence of means of expression. During the study, the following linguistic tools were identified with the help of which phraseological units are formed: metaphor, metonymy, comparison, epithet, hyperbole, pun.

Key words: phraseologism, idiom, relationships between people, national culture, universal, national-cultural component, set phrase, phraseological fund.

References

Amosova, N. N. (2013). *Osnovy anglijskoj frazeologii* [The elements of English lexicology]. Moscow: LIBROKOM.

Balli, Sh. (2001). *Francuzskaja stilistika* [French stylistics]. Moscow: Editorial URSS.

Godunova, E. V. (2020). Imena sobstvennye v sostave anglijskikh frazeologicheskikh edinic [Proper names as elements of English phraseological units]. *Sovremennoe pedagogicheskoe obrazovanie*, 11, 234-236.

Gulbekova, M. D. (2014). Osobennosti vyrazhenija koncepta «Ljubov'» vo frazeologicheskikh edinichah s somatizmom «Serdce» v raznostrukturnyh jazykakh [The peculiarities of the concept “Love” expression in phraseological units with somatism “Heart” in different structural languages], *Vestnik TGUPBP*, 3, 268-273.

Koroleva, U. V. (2006). Podkhody k izucheniyu natsional'no-kul'turnoy spetsifiki [Approaches to the study of national and cultural specifics]. *Yazykovoe bytie cheloveka i etnosa*, 2, 120-130.

Kotova, E. L. (2014). Anglijskie frazeologicheskie edinitsey s natsional'no-kul'turnoy sostavlyayushchey [English phraseological units with national and cultural components]. *Vestnik LGU imeni A. S. Pushkina*, 3, 200-205.

Kristine, B. E. (2015). Kontseptsiya sotrudnichestva i teoreticheskie aspekty terminov sotrudnichestva [The concept of cooperation and theoretical aspects of cooperation terms]. *Ekonomika i sovremennyy menedzhment: teoriya i praktika*, 10, 20-30.

Kunin, A. V. (1996). *Kurs frazeologii sovremennogo angliyskogo yazyka* [Course in modern English Phraseology]. Moscow: Feniks.

Markevich, V. I. (2014). Natsional'no-kul'turnaya spetsifika frazeologizmov s komponentom-antropomimom v russkom, belorusskom i nemetskom yazykakh [National and cultural specifics of phraseological units with an anthroponym component in Russian, Belarusian and German languages]. *Gramota*, 7, 136-139.

Men, M. (2023). Natsional'no-kul'turnyy komponent znacheniya ideologem [The meaning of national-cultural components in ideologemes]. *MNKO*, 4, 350-353.

Oshchepkova, V. V. (1995). *Uchebnoe posobie po stranovedeniyu* [The textbook in country studies]. Moscow: Novaya shkola.

Osmonova, N. Y. (2017). Ispol'zovanie v khudozhestvennykh tekstakh frazeologizmov, otrazhayushchikh chuvstva i dushevnyy nastroy lyudey [The use of phraseological units reflecting the feelings and spiritual mood of people in literary texts that]. *Simvol Nauki*, 11, 41-45.

Red'ko, G. V. (2019). Frazeologizmy kak yazykovaya universal'niya, otrazhayushchaya natsional'nuyu kul'turu naroda [Phraseologisms as a linguistic universal reflecting national culture of people]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie*, 1, 100-105.

Samarets, N. A. (2016). K voprosu o klassifikatsii anglijskikh frazeologizmov [Classification issues of English phraseological units]. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk*, 11, 43-47.

Shanskiy, N. M. (1996). *Frazeologiya sovremennogo russkogo yazyka* [Phraseology of modern Russian language]. Saint-Petersburg: Spetsialnaya literatura.

Smirnitkiy, A. I. (1998). *Leksikologiya angliyskogo yazyka* [Lexicology of English language]. Moscow: MGU.

Smit, L. P. (1959). *Frazeologiya angliyskogo yazyka* [Phraseology of English language]. Moscow: UCHPEDGIZ.

Surikov, K. O. (2020). Vzaimosvyaz' yazyka i kul'tury pri obuchenii inostrannym yazykam [The relations between language and culture in teaching foreign languages]. *Vestnik Moskovskogo informatsionno-tehnologicheskogo universiteta – Moskovskogo arkhitekturno-stroitel'nogo instituta*, 4, 88-91.

Teliya, V. N. (1996). *Russkaya frazeologiya. Semanticheskiy, pragmaticheskiy i lingvokul'turologicheskii aspekty* [Russian phraseology. Semantic, pragmatic and linguoculturological aspects]. Moscow: Shkola “Yazyki Russkoy kul'tury”.

Trofanyuk, N. A., & Mikhaylova, I. G. (2016). Proiskhozhdenie frazeologicheskikh edinits russkogo yazyka [The origin of Russian phraseological units]. *Yazyk i kul'tura (Novosibirsk)*, 21, 44-48.

Vezhbitskaya, A. (1999). *Semanticheskie universalii i opisanie yazykov* [Semantic universals and language description]. Moscow: Yazyki russkoy kul'tury.

Vinogradov, V. V. (1977). *Leksikologiya i leksikografiya* [Lexicology and lexicography]. Moscow: Nauka.

Vishnjakova, A. S. (2014). Rerezentacija koncepta “sem'ja” v anglijskoj frazeologii [Representation of the concept “family” in English phraseology]. *Vestnik magistratury*, 12, 10-12.

Vorob'ev, V. V (1997). *Lingvokul'turologiya* [Cultural linguistics]. Moscow: Rossijskij universitet druzhby narodov.

Zgirovskaja, O. G. (2018). Kul'turnyj komponent v semantike leksicheskikh edinic i ego fiksacija sredstvami leksikografii (na primere slovarnyh statej na bukvu zh «Tolkovogo slovarja zhivogo velikorusskogo jazyka» V. I. Dalja [The cultural component in the semantics of lexical units and its fixation by means of lexicography (using the example of dictionary entries starting with the letter zh in V. I. Dahl's Explanatory Dictionary of the Russian Language)]. *Otechestvennaja filologija*. 1, 14-23.

Zhurkova, E. A., Homutnikova, N. A., & Chalyh, N. A. (2021). Rol' komponenta «friend» v formirovanii semanticheskikh i lingvokul'turologicheskikh osobennostej frazeologizmov angliyskogo jazyka [The role of the “friend” component in the formation of semantic and linguocultural features of English phraseological units]. *MNKO*, 2, 539-542.

Submitted: 17.02.2024

Accepted: 19.03.2024

УДК 811.11-112

ЭВФЕМИЗМЫ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ ГЕНДЕРНОЙ ВЕЖЛИВОСТИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Е. Р. Боровкова

Российский государственный профессионально-педагогический университет
Екатеринбург, Россия
rifovna@mail.ru

М. Е. Харитонова

Российский государственный профессионально-педагогический университет
Екатеринбург, Россия
12moon1102@gmail.com

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию эвфемизмов через призму теории гендерной вежливости, проведена систематизация гендерно-вежливых эвфемизмов с точки зрения их образования и семантики на материале гендерно-вежливых эвфемизмов из англоязычных СМИ за 2022-2023 года. В данной статье предпринимается попытка классифицировать различные типы эвфемизмов, используемых в современном английском языке для выражения гендерной вежливости, включая анализ конкретных слов, фраз, метафор и других языковых приемов, которые используются для достижения гендерной вежливости. Авторы ставят целью проанализировать специфику использования гендерно-вежливых эвфемизмов и выявить особенности их специфических особенностей употребления. Были использованы следующие методы исследования: анализ, описание, обобщение, классификация, метод сплошной выборки. В результате проведенного исследования были выявлены особенности категории вежливости и специфика функционирования гендерно-вежливых эвфемизмов в современном английском языке. Сделан вывод о том, что эвфемизмы, связанные с половой сферой, являются самыми многочисленными (56% от общего корпуса примеров, составляющего 134 эвфемизма).

Ключевые слова: вежливость, эвфемизм, гендерно-вежливые эвфемизмы, маркер, инклюзивная коммуникация, гендерно-чувствительная коммуникация.

1. Введение

Гендерная вежливость — это концепция и практика общения, которая направлена на устранение или смягчение неравенства между полами и на создание более равноправной среды для всех людей, независимо от их гендерной принадлежности [Ларина, 2009].

Одной из основных целей гендерной вежливости является предотвращение использования языковых конструкций, которые утверждают или поддерживают стереотипы о гендерных ролях и нормах. Гендерная вежливость призвана создать пространство, где каждый человек может чувствовать себя уважаемым, признанным и включенным в общение, независимо от

своего пола или гендерной идентичности. Эта концепция получает широкое распространение, включая язык и коммуникацию.

Связь категории вежливости с эвфемизмами проявляется в использовании языковых средств, которые уважают и признают гендерную идентичность людей. В гендерно-вежливом языке подразумевается избегание использования универсальных мужских форм и стереотипных выражений, замена их на гендерно-нейтральные эвфемизмы.

В трактовке Е. Е. Тюриной «эвфемизмы — это мягкие и дозволенные, мелиоративно-иносказательные, а иногда и просто более приемлемые по тем или иным причинам слова или выражения, употребляемые вместо слов или выражений, представляющихся говорящему запрещенными, неприличными, грубыми, нетактичными, неприемлемыми с точки зрения принятых в обществе норм морали, тематически стигматического или социально некорректного антецедента» [Тюрина, 1998, с. 14].

В этом контексте эвфемизмы, или «мягкие» выражения, приобретают особое значение, поскольку они могут служить средством реализации гендерной вежливости в современном английском языке. Эвфемизмы позволяют нам избегать использования терминов или выражений, которые могут быть оскорбительными или стереотипными, и вместо этого использовать нейтральные формулировки [Боталова, Южанинова, 2023; Дружинин, Фомина, 2022; Крысин, 2000; Мищенко, Нахимова, Сегал, 2022; Торопцева, 2003; Medvedeva, 2022].

Определения эвфемизма всегда славилась своим разнородным характером. В статье М. Касас Гомес [Casas Gomez, 2022] были рассмотрены различные определения эвфемизма, которые автор разделил на две группы: экстралингвистические и строго лингвистические. После критически-дескриптивного анализа этих формулировок с позиций лексической семантики и коммуникативной прагматики автор выдвинул новое предложение по лингвистической трактовке эвфемистически-дисфемистического феномена, исходящее из разграничения языкового табу и концептуального табу. Эта точка зрения основана на рассмотрении запрещенных концептуальных категорий или реалий и, следовательно, дает более широкое понимание эвфемизма, не ограничивающееся лексическим планом и выходящее за рамки простого процесса замены. Благодаря когнитивному взгляду на это явление, делается предложение осмыслить эвфемизм как ментально-языковое явление, поскольку языковое выражение нельзя напрямую назвать эвфемистическим или дисфемистическим. С точки зрения когнитивной лингвистики явление эвфемизации можно рассматривать как частный случай концептуальной деривации [Болдырев, Алексикова, 2010]. Как отмечает С. А. Логвина [Logvina, 2021], для того, чтобы лексическая единица имела статус эвфемизма необходима реализация трех минимально достаточных условий, т.е. лексическая единица должна обладать определенными свойствами, а

именно: денотативной амелиорации, семантической контенсивности (стратегия морфосинтаксического кодирования с базовым переходом от значения к форме) и информативной трандукции (свойство переносимого признака).

Таким образом, одной из основных целей гендерной вежливости является предотвращение использования языковых конструкций, которые утверждают или поддерживают ментальные стереотипы о гендерных ролях и нормах. Категория вежливости в английском языке играет важную роль в общении и проявлении уважения к другим людям. Она определяет выбор форм обращения, уровень формальности и использование вежливых выражений. Гендерная вежливость и эвфемизмы, в свою очередь, вносят аспекты уважения и инклюзивности в язык, учитывая гендерные различия и предотвращая дискриминацию [Вильданова, 2008].

2. Материал и методика исследования.

В качестве материала для данного исследования использовались популярные англоязычные газеты и журналы за 2022-2023 гг.: The Sun, The Daily Mail, The Mirror, The Hindu, The Guardian, The Washington Post, Cosmopolitan.

В данном исследовании применялся лингвокультурологический и приемы когнитивно-дискурсивного анализа. Методом случайной выборки было выявлено 45 статей, содержащих 134 гендерно-вежливых эвфемизмов. Для обработки результатов выборки использовались количественные и качественные методы.

3. Анализ

В ходе изучения классификаций эвфемизмов [Москвин, 2017; Шейгал, 2000; Павленко, 1996; Сеничкина, 2012] было выделено 5 тем, наиболее тесно связанных с гендерной вежливостью:

- эвфемизмы, связанные с половой сферой;
- эвфемизмы, связанные с инвалидностью и физическими ограничениями;
- эвфемизмы, связанные с возрастом;
- эвфемизмы, связанные с родом деятельности;
- эвфемизмы, связанные с внешним видом.

Результаты выборки на основе семантической классификации показали следующие результаты (Рис. 1):

Всего было отобрано 133 гендерно-вежливых эвфемизма, среди них:

- а) эвфемизмы, связанные с половой сферой – 75;
- б) эвфемизмы, связанные с внешним видом – 24;
- в) эвфемизмы, связанные с родом деятельности – 20;
- г) эвфемизмы, связанные с возрастом – 12;
- д) эвфемизмы, связанные с физическими ограничениями – 2.

Проанализируем полученные данные.



Рис. 1 – распределение процентного соотношения тем семантической классификации среди гендерно-вежливых эвфемизмов.

3.1. Эвфемизмы, связанные с половой сферой

Наиболее часто встречаются эвфемизмы, связанные с половой сферой – 75 примера (56%).

Данная сфера представлена следующими темами: сексуальные акты, гендерно-нейтральные обращения, отношения между полами, половые органы.

В ходе анализа 75 эвфемизмов, относящихся к половой сфере, мы выяснили, что (Рис.2):

- На первом месте (32 примера) стоят гендерно-нейтральные обращения.
- На втором месте (21 пример) – отношения между полами.
- На третьем месте (19 примеров) – сексуальные акты.
- На последнем месте (3 примера) – половые органы.

Разберем подробнее примеры эвфемизмов, связанных с половой сферой и причины их активного употребления.

Начнем с гендерно-нейтральных обращений. Гендерно-нейтральные обращения – это слова или выражения, которые не указывают на конкретный пол или гендерную идентичность человека, которые помогают избежать предположений о чьей-либо гендерной идентичности на основе их внешности или социальных ожиданий: *individual* или «*person*» вместо «*man*» или «*woman*». Ср.:

Last week, the meeting of G7 leaders attracted public attention. Person, who represented his country, emphasized the need for cooperation in solving global problems (The Guardian. 13.02.2022).

Также *parent* вместо *mother* или *father*, *partner* или *life partner* вместо *husband* или *wife*. Ср.:

In the heartwarming story covered by several media outlets, a parent in a small town displayed exceptional courage by organizing a community event to raise awareness about inclusivity (The Guardian. 29.07.22).

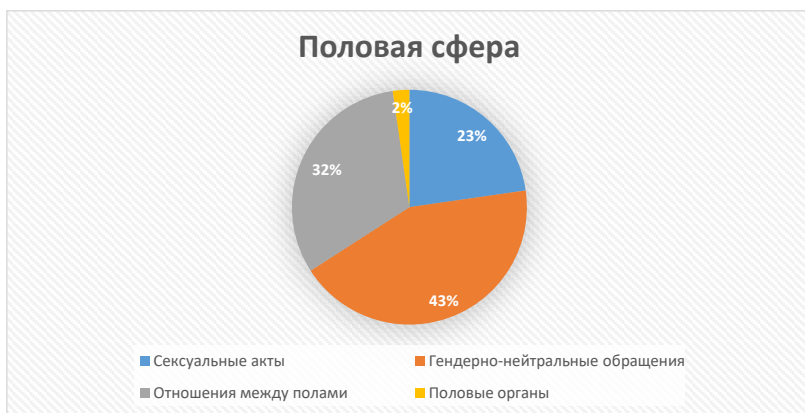


Рис. 2 – распределение процентного соотношения тем половой сферы по использованию в них гендерно-вежливых эвфемизмов

Суд Европейского союза в 2021 году принял решение, что все страны Евросоюза обязаны признавать семьями однополых родителей и их детей, таким образом, если пол партнёра неизвестен, лучше воспользоваться гендерно-нейтральным термином: *them* вместо *he* или *she*. Данное гендерно-нейтральное обращение употребляется как местоимение *they*, но согласуется в единственном числе. Ср.:

A researcher has to be completely objective in their findings» (Cosmopolitan. 12.11.2022).

Однако с недавних пор в английском появились специальные гендерно-нейтральные местоимения, которые используются вместо местоимений *he*, *she* и их производных. Ими пользуются люди, не желающие афишировать свой пол или «не определившиеся» со своей гендерной принадлежностью. Это местоимения *ze* и *hir/zir*. При этом местоимение *ze* используется вместо *he/she*, а местоимения *hir/zir* синонимичны и заменяют формы *her/his/him*. *MX*. Используется вместо *Mr., Ms., Mrs*. Ср.:

Air Vistara and AirAsia made their ticket booking ‘gender-neutral’ with an option titled ‘MX’ (The Hindu.com. 09.06.2022).

MX является гендерно-нейтральным префиксом, который может использоваться в случаях, когда пол человека неизвестен или не важен в данном контексте. Этот термин может быть использован для обращения к лицу, которое не идентифицирует себя как мужчина или женщина, или когда важно избежать предположений о поле собеседника. Нарастает тенденция, согласно которой при обращении к женщине не стоит употреблять формы *miss* или *mrs*, если она не просила так к ней обращаться, а местоимение *he* не следует использовать, когда вы имеете в виду любого человека, вне зависимости от его пола. Встречаются формы *people with periods* и *prostate owners* вместо *women* и *men* соответственно. Ср.:

Here's Why Some People Swear by Raspberry Leaf Tea To Ease Period Cramps and Labor, How to Finger a Prostate Owner:... (<https://www.wellandgood.com>, 7.06.21).

Это два наиболее ярких примера попытки создать гендерно-вежливый эвфемизм. Несмотря на то, что в некоторых странах насчитывают более, чем два гендера, трансгендеры обладают физиологией биологической женщины или мужчины. Данные термины очень узко распространены на данный момент, но тем не менее могут использоваться в статьях, связанных с медицинской.

Еще одним примером использования гендерно-нейтральной формы является *Latinx*. Данная лексема употребляется для описания латиноамериканцев вместо *Latino* для мужчин и *Latina* для женщин. Ср.:

As things get under way, a young Latinx couple — Tania (Paloma Nozicka) and Pablo (Gabriel Ruiz) — have moved into an old and stately Washington neighborhood alongside Frank (Patrick Clear) and Virginia (Janet Ulrich Brooks), an older white couple» (<https://www.merriam-webster.com>, 22.02.2023).

Что касается отношений между полами, то сюда мы отнесли взаимодействия, влияние и взаимоотношения между людьми, сексуальную ориентацию. Они могут включать различные аспекты, такие как социальные роли, права, стереотипы, неравенство, сексуальность и коммуникацию. Так, *abrosexual, multisexual, mixed-gender*, «*non-binary* — всё это прилагательные, употребляющиеся вместо *male, female* в зависимости от его гендера. В данном случае вежливость заключается в уважении выбора человека, в признании существования более, чем одного гендера. Отношения, в которых один партнер значительно старше другого, называется *age-gap relationship*. Ср.:

Age-gap relationship (<https://www.mirror.co.uk>, 14.10.2022).

Billie Eilish's brother Finneas has addressed his sister's age-gap relationship with Jesse Rutherford.

К этой группе относятся эвфемизмы *Seasonal girlfriend* – временная девушка и *Ben phase* (The Guardian, 27.12.22). «Фаза Бена» – период времени, когда люди были в плохих отношениях или имели ряд негативных событий на свиданиях.

Сексуальные аспекты отношений между полами касаются интимной и сексуальной сферы взаимодействия между людьми разных полов. Они включают в себя физическую привлекательность, взаимное притяжение, эмоциональную и физическую интимность, сексуальную активность, репродуктивные взаимоотношения и прочие аспекты, связанные с сексуальной сферой. К эвфемизмам, означающим близость на одну ночь, относятся устойчивые словосочетания *making love* и *to have shared a bed*. В нашей картотеке зафиксированы примеры *humping*, *one-night stands*. Ср.:

In the comedian's clip, Celeste joked the exercises were similar to «humping» (The Guardian, 25.05.23);

One-night stands (Cosmopolitan, 13.09.22).

Отметим, что степень эвфемизации у данных примеров разная. Так, *to have shared a bed* — является наиболее вежливой из них и может быть эвфемизмом для других эвфемизмов, например, для слова *humping* – горбление, которое в свою очередь эвфемизирует прямое название полового акта.

To have problems with women может употребляться вместо *homosexuals*. Ср.:

A few comedians turn out to have problems with women, I suggest (The Guardian, 27.05.2023).

В нашей картотеке примеры эвфемизмов, связанных с обозначениями половых органов, носят единичный характер. Ср.:

Chestfeeding вместо *breastfeeding* — это термин, используемый многими трансгендерными людьми, идентифицирующими себя как мужчины, для описания акта кормления ребенка грудью, независимо от того, перенесли ли они операцию по изменению или удалению молочной железы. Ср.:

Families can always be asked what term they prefer. The Department of Health in New York City has encouraged hospitals to use the term “chestfeeding” as well (The Daily Mail, 14.10.2023).

Таким образом, половая сфера, как одна из наиболее табуируемых, часто подвергается гендерно-вежливой эвфемизации по спектру причин.

3.2. Эвфемизмы, связанные с внешним видом

На втором месте по частоте употребления находятся *эвфемизмы, связанные с внешним видом* (24 примера) – 18%.

В данную группу мы отнесли эвфемизмы, обозначающие рост, вес, национальность, внешность. Например, слова *midsize woman*, *person of size*, *overweight* используются вместо *fat*. Отметим, что данные эвфемизмы различаются по степени эвфемизации. Так *midsize woman* может являться эвфемизмом к фразе *person of size*, которая в свою очередь может эвфемизировать не самое вежливое *overweight*. Ср.:

A MIDSIZE woman has revealed that she constantly gets told that she doesn't look her size (The Sun, 26.05.23).

Но не только большой вес подлежит эвфемизации, ведь сказать худому человеку, что он худой, может быть не менее невежливо. Так, для описания

женщин низкого роста и маленького веса может быть использована фраза *petite women* — миниатюрные женщины. Или то же прилагательное используется для описания низкого роста, без определения веса — *petite frame* (The Daily Mail, 24.05.23).

Эвфемизация национальностей — это процесс использования более мягких или нейтральных терминов для описания различных этнических групп, с целью избежать оскорбления или унижения людей из этих групп. К примеру, аббревиатура *WOC* используется как сокращение от *woman of color* (The Sun, 23.06.2023). Она может быть продиктована стремлением быть более толерантным и уважительным к разным культурам, а также избегать стереотипов и предрассудков, связанных с определенными национальностями. Эвфемизация национальностей может проявляться в различных формах. Например, вместо использования устаревших или потенциально оскорбительных терминов, таких как *gypsies* или *negroes*, употребляются более нейтральные формулировки, такие как *Roma* или *African Americans*.

Использование эвфемизмов при описании внешнего вида человека является способом проявления вежливости и уважения. Некоторые прямые или оскорбительные описания могут вызвать дискомфорт или обиду у людей. Помимо этого, в обществе существуют определенные социальные нормы и стандарты красоты, которые могут влиять на способ описания внешнего вида людей. Эвфемизация помогает избежать негативных описаний, которые могут не соответствовать этим стандартам.

3.3. Эвфемизмы связанные с родом деятельности

На третьем месте расположены *эвфемизмы связанные с родом деятельности* (20 примеров) – 15%.

Внимательно проанализировав найденные примеры, мы выделили 3 основных фундамента, на которых базируются данные эвфемизмы:

- а) гендерно-нейтральное наименование;
- б) непрестижный род деятельности;
- в) маркировка гендера.

Процентное соотношение можно увидеть на Рисунке 3.

Гендерно-нейтральное наименование рода деятельности — это использование терминов или выражений, которые не предполагают привязки к конкретному гендеру или полу, при описании определенной работы, профессии или деятельности. Это делается с целью создания более инклюзивной и равноправной среды, где все люди независимо от их пола или гендерной идентичности могут чувствовать себя признанными и уважаемыми специалистами. Ср.:

weather presenter вместо *weatherman* (The Washington Post, 3.03.23);
flight attendant вместо *steward* или *stewardess* (The Guardian, 21.01.23);
postal carrier вместо *mailman* или *mailwoman* (The Sun, 17.02.23).

homemaker вместо *housewife* или *househusband* (The Daily Telegraph, 26.05.23).

chairperson вместо *chairman* (The Daily Mail, 26.05.23).

Отдельную группу составляют обозначения непрестижных видов деятельности. Эвфемизация этих видов деятельности свидетельствует об изменении отношения общества к таким профессиям. К таким примерам относятся *A lads' mag favourite* вместо *porn model*. Ср.:

In 2002 Anna was voted the world's sexiest woman, and became a lads' mag favourite, gracing the covers of Maxim and FHM (The Sun, 12.06.23).

Другой пример – *work-shy*, означающий «стесняющийся работы», вместо *unemployed*. Ср.:

When the then Duchess of Cambridge announced she was expecting Princess Charlotte in 2014, Prince Harry recounts how his brother had started being referred to as 'Work-shy Wills' (The Daily Mail, 29.05.23).



Рис. 3 – распределение процентного соотношения оснований, на которых базируются гендерно-вежливые эвфемизмы в сфере рода деятельности.

Наиболее типичный пример этой группы – замена *a prostitute* на *a sex worker*. Ср.:

I may have fallen in love with a sex worker I am paying. Could it be real? (The Guardian, 19.05.23).

Обращаем внимание, что данные эвфемизмы также являются гендерно-нейтральными.

Важно отметить, что эвфемизация непрестижных видов деятельности вызывает дебаты и критику. К примеру, использование эвфемизмов может замаскировать реальные проблемы, связанные с этими профессиями, и что вместо этого следует работать над улучшением социальных условий жизни общества.

Необходимо отдельно сказать о маркировке гендера. Гендерная вежливость – это не только гендерно-нейтральные формы слов, но и наоборот, уважение может проявляться в том, что гендер человека как раз-таки будет обозначен: *male model* (модель-мужчина) вместо *model*. Ср.:

Adidas has come under fire for using a male model to plug a swimsuit while Nike used trans influencer Dylan Mulvaney in a sports bra ad (The Sun, 04.07.22).

Такая практика может быть использована в том случае, когда определённая профессия в сознании людей закрепляется за определённым гендером. Так при упоминании слова *model* в сознании людей в основном всплывает женщина модель, поэтому в данном случае понадобилось уточнение.

3.4. Эвфемизмы, связанные с возрастом.

На четвёртом месте находятся эвфемизмы, связанные с возрастом.

Эвфемизация возраста позволяет решать несколько задач. Среди них – элиминация негативных ассоциаций. Эвфемизация возраста может помочь смягчить отрицательные ассоциации и уменьшить возможное принижение или стигматизацию людей в зависимости от их возраста.

Вторая задача – улучшение самооценки. Использование более положительных или менее конкретных терминов для описания возраста может помочь людям сохранять положительную самооценку и чувство собственного достоинства, особенно в период старости. Это может быть особенно важно в обществах, где старение часто ассоциируется с утратой способностей.

Третья задача – сохранение приватности. Эвфемизация возраста также может быть связана с желанием уважать приватность людей и предоставлять им возможность выбирать, хотят ли они раскрывать свой точный возраст. Некоторые люди предпочитают не раскрывать свой возраст по разным причинам и использование эвфемизмов позволяет им сохранить свою приватность.

Приведем следующие примеры: *elderly* или *senior* вместо *old*, *women of a certain age* (The Sun, 13.12.22), *women at those ages* вместо *old* (The Guardian, 30.11.23). В следующем примере *60s* заменяет точный возраст – 65 лет. Ср.:

Sharon Stone is proving your swimwear game can still be epic in your 60s (<https://uk.style.yahoo.com>, 25.05.23).

Также существует эвфемизация юного возраста. Ср.:

Jesse Rutherford was alive during George H W Bush's presidency. Billie Eilish cannot legally drink (The Guardian, 27.12.22).

Следует отметить, что эвфемизация возраста может вызывать споры и разногласия. Некоторые люди считают, что прямое и открытое обозначение возраста является проявлением честности в коммуникации, а эвфемизация создает недоразумения или затруднения в общении. В конечном счете, вопрос эвфемизации возраста зависит от культурных и личных предпочтений каждого человека.

3.5. Эвфемизмы, связанные с физическими ограничениями

На последнем месте стоят эвфемизмы, связанные с инвалидностью и физическими ограничениями.

Использование более нейтральных или позитивно окрашенных терминов может способствовать более инклюзивному и равноправному обществу, где все люди, независимо от своих физических возможностей, могут чувствовать себя признанными и уважаемыми.

Использование более вежливых и снисходительных выражений помогает подчеркнуть, что физические ограничения не определяют полностью человека и не должны ставить его в неблагоприятное положение.

Наиболее типичными эвфемизмами этой группы являются словосочетания *person with a disability* вместо *invalid* и *differently abled* вместо *disabled*. Ср.:

The needs of differently abled people have not been high on many fashion designers' agendas, but this is slowly beginning to change (The Guardian, 19.08.22).

Каждый человек может иметь свои предпочтения относительно терминологии, связанной с физическими ограничениями. Некоторые предпочитают использовать самоопределенные термины, в то время как другие могут считать эти термины оскорбительными или неверными. Важно слушать и уважать предпочтения и предпочтенные выражения каждого человека при общении о физических ограничениях.

4. Заключение

Таким образом, мы пришли к выводу о том, что наиболее популярными эвфемизмами в современном англоязычном медиадискурсе являются эвфемизмы, связанные с половой сферой, инвалидностью и физическими ограничениями, возрастом, родом деятельности и внешним видом.

Эти наблюдения показывают, что эвфемизмы в современном английском языке – это не только языковое, но и социальное явление. Важную прагматическую роль в этом отношении играет повышение эффективности сотрудничества людей, невзирая на различия между коммуникантами по культурному происхождению, возрасту, полу, статусу, физическому состоянию. Эвфемизмы способствуют поддержанию социального статуса людей в современном обществе, особенно в межкультурной коммуникации. Для достижения успеха в будущей профессии необходимо хорошее знание эвфемизмов, которые широко используются в повседневной жизни.

Список литературы

Болдырев, Н. Н. Когнитивный аспект эвфемизации (на материале английского языка) / Н. Н. Болдырев, Ю. В. Алексикова. – Текст : непосредственный // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2010. – № 2 (23). – С. 5–11.

Боталова, С. Г. Структурно-семантическая характеристика современных немецкоязычных газетных эвфемизмов / С. Г. Боталова, Е. В. Южанинова. – Текст : непосредственный // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. – 2023. – № 4. – С. 71–85.

Вильданова, Г. А. Гендерно-вежливые эвфемизмы в прагматическом аспекте (на материале английского языка) / Г. А. Вильданова. – Текст : непосредственный // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2008. – № 73-1. – С. 101–104.

Дружинин, А. С. Эвфемизмы и дисфемизмы в конструировании опыта / А. С. Дружинин, Т. А. Фомина. – Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2022. – № 76. – С. 47–75.

Крысин, Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи / Л. П. Крысин. – Текст : непосредственный // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). – Москва : Языки русской культуры, 2000. – С. 384–408.

Ларина, Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций / Т. В. Ларина. – Москва : Языки славянских культур, 2009. – 509 с. – Текст : непосредственный.

Москвин, В. П. Эвфемизмы в лексической системе современного русского языка / В. П. Москвин. – Москва : URSS, 2017. – 262 с. – Текст : непосредственный.

Мищенко, А. Н. Языковые особенности реализации эвфемизма «вежливые люди» в электронных СМИ России, Украины и Белоруссии / А. Н. Мищенко, Е. А. Нахимова, Н. А. Сегал. – Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. – 2022. – № 2 (92). – С. 129–137.

Павленко, Т. Л. Мягко говоря / Т. Л. Павленко. – Текст : непосредственный // Русская речь. – 1996. – № 5. – С. 49–54.

Сеничкина, Е. П. Эвфемизмы русского языка / Е. П. Сеничкина. – Москва : Флинта, 2012. – 121 с. – Текст : непосредственный.

Торопцева, Е. Н. Эвфемистические наименования в аспектах языка, истории и культуры : специальность 10.02.19 «Теория языка» : диссертация на соискание учёной степени доктора филологических наук / Торопцева Елена Николаевна ; Московский государственный областной университет. – Москва, 2003. – 193 с. – Текст : непосредственный.

Тюрина, Е. Е. Семантический статус эвфемизмов и их место в системе номинативных средств языка (на материале современного английского языка) : специальность 10.02.04 «Германские языки» : диссертация на соискание учёной степени доктора филологических наук / Тюрина Екатерина Евгеньевна ; Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова. – Новгород, 1998. – 134 с. – Текст : непосредственный.

Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса : специальность 10.02.19 «Теория языка» : диссертация на соискание учёной степени доктора филологических наук / Шейгал Елена Иосифовна ; Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2000. – 431 с. – Текст : непосредственный.

Casas Gomez, M. Towards a new approach to the linguistic definition of euphemism / M. Casas Gomez. – Текст : непосредственный // Language Sciences. – 2009. – Vol. 31(6). – P. 725–739.

Logvina, S. A. Essence and properties of euphemism from the perspective of cognitive linguistics / S. A. Logvina. – Текст : непосредственный // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2021. – Т. 7. № 4. – С. 125–144.

Medvedeva, N. E. Linguopragmatic analysis of euphemisms in political discourse / N. E. Medvedeva. – Текст : непосредственный // Political Linguistics. – 2022. – № 6 (96). – С. 59–68.

Список источников

Cosmopolitan. <https://www.cosmopolitan.com>

The Daily Mail. <https://www.dailymail.co.uk>

The Guardian. <https://www.theguardian.com>

The Hindu. <https://www.thehindu.com>

The Sun. <https://www.thesun.co.uk/>

The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com>

Получена: 22.02.2024

Принята: 20.03.2024

EUPHEMISMS AS A TOOL FOR IMPLEMENTING GENDER POLITENESS IN THE ENGLISH LANGUAGE

E. R. Borovkova

Russian State Vocational Pedagogical University
Yekaterinburg, Russia
rifovna@mail.ru

M. E. Kharitonova

Russian State Vocational Pedagogical University
Yekaterinburg, Russia
12moon1102@gmail.com

Abstract. This article is devoted to the study of euphemisms through the prism of the theory of gender politeness; a systematization of gender-polite euphemisms is carried out in terms of their formation and semantics based on the material of gender-polite euphemisms from the English-language media for 2022–2023. This article attempts to classify the different types of euphemisms used in modern English to express gender politeness, including an analysis of specific words, phrases, metaphors and other linguistic devices that are used to achieve gender politeness. The authors' aim is to analyze the specifics of using gender-polite euphemisms and identifying their specific features of use. As a result of the study, the features of the politeness category and the specific functioning of gender-polite euphemisms in modern English were identified.

It is concluded that euphemisms related to the sexual sphere are the most numerous (56% of the total corpus of examples, amounting to 134 euphemisms).

Keywords: politeness, euphemism, gender-polite euphemisms, marker, inclusive communication, gender-sensitive communication.

References

Boldyrev, N. N. & Aleksikova, Yu. V. (2010). Kognitivnyy aspekt evfemizatsii (na materiale angliyskogo yazyka) [Cognitive aspect of euphemization (based on the English language)]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki*, 2 (23), 5–11.

Botalova, S. G. & Yuzhaninova, E. V. (2023). Strukturno-semanticheskaya kharakteristika sovremennykh nemetskoyazychnykh gazetnykh evfemizmov [Structural and semantic characteristics of modern German-language newspaper euphemisms]. *Scientific Notes of NTGSPi. Series: History & Philology*, 4, 71–85.

Casas Gomez, M. (2009). Towards a new approach to the linguistic definition of euphemism. *Language Sciences*, 31(6), 725–739.

Druzhinin, A. S. & Fomina, T. A. (2022). Evfemizmy i disfemizmy v konstruirovanii opyta. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*, 76, 47–75.

Krysin, L. P. (2000). Euphemisms in modern Russian speech. In *The Russian language of the end of the XX century (1985–1995)* (pp. 384–408). Moscow: The languages of Russian culture.

Larina, T. V. (2009). *Kategoriya vezhlivosti i stil' kommunikatsii: sopostavlenie angliyskikh i russkikh lingvokul'turnykh traditsiy* [Category of politeness and communication style: comparison of English and Russian linguistic and cultural traditions]. Moscow: Yazyki slavyanskikh kul'tur.

Logvina, S. A. (2021). Essence and properties of euphemism from the perspective of cognitive linguistics. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki*, 7(4), 125–144.

Medvedeva, N. E. (2022). Linguopragmatic analysis of euphemisms in political discourse. *Political Linguistics*, 6 (96), 59–68.

Mishchenko, A. N., Nakhimova, E. A. & Segal, N. A. (2022). Yazykovye osobennosti realizatsii evhfemizma «vezhlyvye ljudi» v ehlektronnykh SMI Ros-

sii, Ukrainy i Belorussii [Linguistic features of the implementation of the euphemism “polite people” in the electronic media of Russia, Ukraine and Belarus]. *Political linguistics*, 2 (92), 129–137.

Moskvin, V. P. (2017). *Evfemizmy v leksicheskoy sisteme sovremennogo russkogo yazyka* [Euphemisms in the lexical system of the modern Russian language]. Moskva: URSS.

Pavlenko, T. L. (1996). Myagko govorya [To put it mildly]. *Russkaya rech'*, 5, 49-54.

Senichkina, E. P. (2012). *Evfemizmy russkogo yazyka* [Euphemisms of the Russian language]. Moscow: Flinta.

Shejgal, E. I. (2000). *Semiotika politicheskogo diskursa* [Semiotics of political discourse]. [Doctoral dissertation, Volgograd State Pedagogical University].

Toroptseva, E. N. (2003). *Evfemisticheskie naimenovaniya v aspektakh yazyka, istorii i kul'tury* [Euphemistic names in aspects of language, history and culture]. [Doctoral dissertation, Moscow State Regional University].

Tyurina, E. E. (1998). The semantic status of euphemisms and their place in the system of nominative means of language (based on the material of modern English). [Doctoral dissertation, Nizhny Novgorod State Linguistic University named after N. A. Dobrolyubov].

Vildanova, G. A. (2008). Genderno-vezhlivye evfemizmy v pragmaticheskoy aspekte (na materiale angliyskogo yazyka) [Gender-polite euphemisms in the pragmatic aspect (based on the material of the English language)]. *Proceedings of the A.I. Herzen Russian State Pedagogical University*, 73-1, 101-104.

Submitted: 22.02.2024

Accepted: 20.03.2024

УДК 81'373.612.2

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПРИЗНАКИ КОЛОРАТИВА ROUGE В СМИ ФРАНЦИИ

Е. Д. Бронникова

Российский государственный профессионально-педагогический университет
Екатеринбург, Россия
law-kate1996@yandex.ru

Аннотация. Данная статья посвящена рассмотрению колоратива *rouge* в текстах СМИ Франции. В качестве материала исследования использованы контексты за период с 2008 по 2023 гг. Исследование проведено в рамках когнитивно-дискурсивного подхода, подразумевающего анализ концептуальных признаков колоратива в экстралингвистическом контексте. Как показал анализ, в СМИ Франции широко востребованы колоративы, вербализующие признаки концепта ROUGE. При этом наиболее востребованы пять концептуальных признаков: «красный цвет», «радикальные политические движения», «опасность», «гуманитарная помощь», «экономический спад». Не все концептуальные признаки, актуализируемые в современных СМИ Франции, представлены в описании плана содержания анализируемой лексики в лексикографических источниках, что свидетельствует о том, что когнитивный подход расширяет возможности по изучению актуальной семантики колоративов. Актуализация признаков реализуется с помощью трех когнитивных операций: денотативная проекция (прямая номинация), метафорическая проекция (вторичная номинация) и метонимическая проекция (вторичная номинация).

Ключевые слова: колоратив; СМИ Франции; цветообозначение; концептуальный анализ; красный цвет; признаки концепта.

1. Введение

В последние десятилетия наблюдается повышенный интерес лингвистов к проблемам когнитивной семантики в целом и изучению отдельных концептов в частности. Значимыми компонентами концептуальной картины мира в любой лингвокультурной общности являются концепты цвета, репрезентированные в различных языках с помощью колоративов – лексем с семантикой цветообозначения. В широком смысле колоративы включают в себя монологические номинации (например, *красный*); составные слова (например, *светло-зеленый*); словосочетания с колоративным компонентом, в том числе фразеологизмы (*голубая кровь*).

Актуальность данной работы определяется тем, что колоративы являются важным инструментом реализации прагматических интенций адресанта коммуникации: привлечения внимания читателей к новостям в дискурсе СМИ, выделения ключевых моментов в новостной статье, создания эмоционального настроения у читателей, высвечивания определенной проблемы. При этом семантика колоративов – феномен динамический, то есть требующий специального внимания со стороны лингвистов.

Объект настоящего исследования – колоратив *rouge* в СМИ Франции.

Предметом данной работы являются когнитивно-дискурсивные особенности употребления колоратива *rouge* в СМИ Франции.

Цель данного исследования – выявление когнитивно-семантических особенностей употребления колоратива *rouge* в современных средствах массовой информации Франции.

Колоратив, обозначающий красный цвет, уже подвергался исследованию на примере СМИ России [Блохина, 2019], Китая [Jingshen, Kuprieva, 2019], Алжира [Derki, 2023]. Научная новизна настоящего исследования заключается в том, что в нем впервые изучается когнитивно-дискурсивная специфика использования колоратива *rouge* в современных СМИ Франции.

2. Материал и методика исследования

Материалом для настоящей работы послужил корпус из 100 колоративов, использованных в электронных СМИ Франции («Le Figaro», «Libération», «Le Monde», «Le Parisien» и др.). Хронологические рамки выборки охватывают период 2008–2023 гг.

Методология настоящего исследования основывается на положениях когнитивно-дискурсивного подхода к языку (Н. Д. Арутюнова, Н. Н. Болдырев, Т. А ван Дейк, Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, А. П. Чудинов) и лингвокультурологического подхода (В. В. Воробьев, В. И. Карасик, А. Т. Хроленко). В процессе исследования использовались методы дискурсивного анализа, концептуального анализа, классификации, обобщения, выборки, лингвокультурного описания.

Использование когнитивного метода подразумевает два обязательных шага: первый реализуется на уровне эмпирических данных, второй – на ментальном уровне. Первый шаг подразумевает обработку речевых данных, а второй шаг заключается в моделировании когнитивных структур на основе речевых данных. Применительно к нашему материалу необходимо через анализ колоративов в дискурсе СМИ перейти к анализу концептуальных признаков, объективируемых в современных французских медиатекстах.

Таким образом, методика концептуального анализа колоративов подразумевает инвентаризацию концептуальных признаков, актуализованных в СМИ, а также их описание в когнитивном и дискурсивном аспектах.

3. Метонимия и метафора

Андерс Стейнвал в своей книге «English Colour Terms in Context» пишет о том, что *цветовая терминология и метафоры уже несколько десятилетий являются предметом интереса в лингвистике* [Steinvall, 2002, p. 189]. Однако удивительно мало внимания уделялось образному использованию *цветовых терминов*. С 1978 года лишь несколько исследований были посвящены этой конкретной области в английском языке. Эти исследования могут быть сгруппированы на основе их методологии и анализа. Первоначальные статьи были посвящены *цветовым метафорам в разных языках и наце-*

лены на поиск универсальных паттернов с использованием несвязанных языков. Однако между этими исследованиями мало общего, и их результаты различаются.

Так, в исследовании Д. Кос-Дьенес изучалась взаимосвязь между шведским, английским и венгерским языками, которые являются типологически разными, но культурно родственными языками. Было обнаружено большое соответствие между этими языками, что наводит на мысль об общих культурных моделях. Д. Кос-Дьенес [Kos-Dienes, 1983] исследовала ассоциации, связанные со значениями цветов, и обнаружила корреляцию между ассоциациями и фигуративным использованием цветовых терминов. Кроме того, она смогла продемонстрировать, что в некоторых случаях существует сильная взаимосвязь между символическим использованием цвета и концепцией, к которой он относится. Например, в ее исследовании большинство респондентов указали, что черный может символизировать смерть, и упоминание о смерти заставляет людей думать о черном. Однако ассоциация между красным цветом и любовью не показала такой сильной связи.

С. Уайлер [Wyler, 1992] не поддерживает идею о том, что цветовые термины могут быть использованы в метафорическом смысле. Он сомневается в том, что есть смысл говорить о метафоре, когда названия цветов использованы в структурных образованиях, где они не несут никакого семантического значения. Вместо этого С. Уайлер предлагает рассматривать цветовые термины как символы в соответствии с их определением. Он придерживается символического подхода, сосредоточиваясь на структуре в целом и на эмпирическом опыте. Для того чтобы объяснить значение цветового термина, например, красного, необходимо выделить семантические особенности, которые являются общими для этого термина и которые могут быть выведены с помощью ассоциаций.

С. Уайлер считает, что семантические особенности цветовых терминов в метафорическом использовании не связаны напрямую с их основным оттенком. Он интерпретирует их как часть значения, выраженного в данном контексте. Однако такой подход не учитывает культурную мотивацию метафорического использования цветовых терминов.

По мнению А. Веросуб [Verosub, 1994], объединяющая идея, лежащая в основе красного цвета, заключается в том, что красный цвет обозначает что-то важное. Исходя из этой основной идеи, она выделяет две «универсальные» и очень важные субстанции красного цвета: кровь и огонь. Они предназначены для того, чтобы сформировать основы для метонимических систем знаков.

С. Нимайер утверждает, что концептуальная смежность метонимии основана на экстралингвистическом опыте и коннотациях и, следовательно, зависит от культуры [Niemeier, 1998]. Исследователь утверждает, что мо-

дель культуры имеет концептуальный статус. Если это концептуально, возникает соблазн рассматривать центр как нечто более базовое, чем периферию.

М. Верспур [Verspoor, 1998] исследует различные аспекты использования образных цветовых терминов и подчеркивает связь между метонимией и нашим взаимодействием с окружающим миром. Она также обращает внимание на то, что метонимическое использование цветовых терминов отражает то, что мы считаем важным в нашей жизни и потому заслуживающим вербализации.

Андерс Стейнвал [Steinvall, 2002] полагает, что исследования образного использования цветовых терминов прошли путь от фрагментарных описательных исследований к более системным и методологически обоснованным подходам. В этих новых подходах уделяется внимание культурному значению и метонимическому сопоставлению, а также связи между типом модификации и образным употреблением цветовых терминов.

К этому можно добавить, что современные лингвистические изыскания в области вторичной семантики ведутся в условиях доминирования когнитивно-дискурсивной парадигмы [Будаев, Чудинов, 2006; 2018], что позволяет получать новые данные о семантике лексических единиц.

4. Концептуальные признаки колоратива rouge

Анализ позволил выявить пять признаков концепта ROUGE которые наиболее часто встречаются в современных СМИ Франции. Во французском языке слово «rouge» может отражать следующие концептуальные признаки:

Признак 1. «Натуральный цвет». Наиболее распространенным признаком данного колоратива является обозначение красного цвета и его оттенков. Ср.:

- 1. Betterave rouge: quelle cuisson privilégier (La Rédaction, 10.01.2023).
Красная свекла: какой кулинарии отдать предпочтение.*
- 2. Feu tricolore: orange n'est pas rouge (Le Figaro, 12.01.2023).
Трехцветный светофор: оранжевый – не красный.*
- 3. L'éproustouflant tapis rouge des Oscars 2023 (Le Figaro, 13.03.2023).
Потрясающая красная ковровая дорожка на церемонии вручения премии Оскар.*
- 4. Pourquoi le père Noël est-il rouge (Le Figaro, 24.12.2015).
Почему Санта красный.*
- 5. La théorie des ongles rouges selon TikTok (Le Figaro, 12.01.2023).
Теория красных ногтей согласно TikTok.*
- 6. Une empreinte de main rouge sur la bouche : le message politique fort de l'actrice de «Vaiana» lors d'une avant-première (Le Figaro, 27.03.2023).
Красный отпечаток руки на губах : сильное политическое послание актрисы " Вайаны » на премьере.*
- 7. Shopping déco : les lampes voient rouge (Le Figaro, 11.10.2022).*

Шоппинг в стиле деко : лампы светят красным.

8. *Comment savoir si un vin rouge est prêt à boire* (Le Figaro, 14.03.2023).

Как узнать, готово ли красное вино к употреблению

Данный признак предсказуемо доминирует в семантике рассматриваемого колоратива в современной прессе.

Признак 2. «Радикальные политические движения». Лексема «rouge» обозначает политические движения, предлагающие радикальные методы общественных преобразований (коммунисты, революционеры, протестное движение в целом). Ср.:

Партии:

1. *Les «chemises rouges» de retour à Bangkok* (Le Figaro, 19.11.2010).

«Красные рубашки» возвращаются в Бангкок.

Во Франции термин «Chemises Rouges» был впервые использован в 1960-х годах для описания группировок студентов и рабочих, участвовавших в студенческих протестах и других социальных движениях. Они выбрали красные рубашки и красные банданы в знак солидарности и выражения своих левых политических убеждений. В более поздние периоды, например, в начале 2000-х годов, «Les Chemises Rouges» использовались для обозначения протестующих отрядов трудящихся, представленных различными организациями, направленных против правительственной политики.

Традиционно красный цвет ассоциируется с коммунизмом и Россией, как страной, в которой проект построения коммунизма получил самое известное воплощение:

1. *Russie: dans le bastion de l'ancienne «ceinture rouge»* (Le Figaro, 27.02.2012).

Россия: в бастионе бывшего «красного пояса».

2. *À Champigny, le PCF perd l'un de ses derniers bastions de la ceinture rouge* (Le Figaro, 29.06.2020).

В Шампиньи ФКП теряет один из своих последних оплотов красного пояса.

3. *Le secret autour de la santé de Poutine: un attribut du pouvoir hérité des Tsars rouges* (Le Figaro, 14.01.2023).

Секрет здоровья Путина: атрибут власти, унаследованный от красных царей.

Революционеры, протестное движение:

1. *Vonnets rouges: les indépendantismes menacent-ils une Europe en crise* (Le Figaro, 22.04.2014).

Красные шапочки: угрожает ли независимость Европе, находящейся в кризисе.

2. *Le bonnet rouge, symbole de la révolte en Bretagne* (Le Figaro, 02.11.2013).

Красная Шапочка – символ восстания в Бретани.

3. *Le bonnet rouge d'Armor-Lux mis en avant par la révolte bretonne* (Le Figaro, 01.11.2013).

Красная Шапочка Д'Армор-Люкс, выдвинутая Бретонским восстанием.

КОЛОРАТИВ «ROUGE», ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ В СЛОВСОЧЕТАНИИ «LE BONNET ROUGE» (КРАСНАЯ ШАПОЧКА), ЯВЛЯЕТСЯ СИМВОЛОМ, КОТОРЫЙ УХОДИТ СВОИМИ КОРНЯМИ ВО ФРАНЦУЗСКУЮ РЕВОЛЮЦИЮ 1789 ГОДА. ОН БЫЛ ЧАСТЬЮ АТРИБУТОВ РЕВОЛЮЦИОНЕРОВ, КОТОРЫЕ ВЫСТУПАЛИ ПРОТИВ ТИРАНИИ И ПРИВИЛЕГИЙ АРИСТОКРАТИИ.

КРАСНАЯ ШАПОЧКА БЫЛА ГОЛОВНЫМ УБОРОМ, КОТОРЫЙ СИМВОЛИЗИРОВАЛ СВОБОДУ, РАВЕНСТВО И БРАТСТВО. РЕВОЛЮЦИОНЕРЫ НАДЕВАЛИ КРАСНЫЕ ШАПОЧКИ, ЧТОБЫ ВЫРАЗИТЬ СВОЕ ПРОТЕСТНОЕ НАСТРОЕНИЕ И СВОЮ ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ К РЕВОЛЮЦИОННОМУ ДВИЖЕНИЮ.

В НАШИ ДНИ МЫ МОЖЕМ ЗАМЕТИТЬ, ЧТО «Le bonnet rouge» ПРОДОЛЖАЕТ ИСПОЛЬЗОВАТЬСЯ В ПОЛИТИЧЕСКИХ АКЦИЯХ, КАК СИМВОЛ ПРОТЕСТА НАСЕЛЕНИЯ ПРОТИВ РЕЖИМА, УГНЕТАЮЩЕГО ИХ ПРАВА И СВОБОДЫ.

Признак 3. «Опасность». Рассматриваемый признак актуализирует предупреждение, сигнал тревоги, а также используется для обозначения границ дозволенного (красная линия), опасных (красных) зон. Мы привыкли к тому, что запрещающий свет светофора, знаки опасности, стоп-сигналы автомобиля, пожарные машины — все они красного цвета. Но почему именно красного? Специальное исследование показало, что красный цвет способен провоцировать определенные эмоциональные и физические реакции у людей [Moller, Elliot, Maier, 2009]. Как выяснилось, красный цвет положительно ассоциировался с неудачей и общими негативными словами и отрицательно ассоциировался с успехом и общими положительными словами, тогда как зеленый положительно ассоциировался только со словами успеха. Эти результаты прямо подтверждают, что оттенок имеет психологически значимое значение. Также было выявлено, что когда человек смотрит на красный цвет, его двигательные реакции (ответ на внезапно появляющийся сигнал определенными движениями или действиями) становятся более резкими. Эти данные вполне согласуются с биологическим смыслом различения цветом приматами. Красный цвет может свидетельствовать о ранении члена стаи, то есть о близости хищника, что требует мобилизации сил организма, в частности активизации симпатической нервной системы, отвечающей за регуляцию скорости реакции и движения.

Опасность, тревога:

1. *Alerte rouge sur l'inflation alimentaire en France* (Le Figaro, 28.03.2023).

Красная тревога по поводу продовольственной инфляции во Франции.

2. *Crise de l'hôpital: «Alerte rouge»* (Le Figaro, 24.05.2022).

Кризис в больнице: «Красная тревога».

Красная зона:

1. *Départements en zone rouge, les Ardennes et le Haut-Rhin craignent une double peine pour le tourisme* (Le Figaro, 23.05.2020).

Департаменты в красной зоне, Арденнах и Верхнем Рейне опасаются двойного наказания за туризм.

2. *Premier League: Everton sort de la zone rouge* (Le Figaro, 09.05.2023).

Премьер-Лига: Эвертон выходит из красной зоны.

3. *Top 14: Castres retrouve enfin des couleurs, Perpignan sort de la zone rouge* (Le Figaro, 04.03.2023).

ТОП 14: Кастр наконец-то обретает цвета, Перпиньян выходит из красной зоны.

Красная линия:

1. *Renaud Girard: «La ligne rouge de la révolution biélorusse»* (Le Figaro, 17.08.2020).

Рено Жирар: «красная черта белорусской революции».

2. *Taiwan, Ukraine, Corée... Xi Jinping et Joe Biden fixent leurs lignes rouges* (Le Figaro, 14.11.2022).

Тайвань, Украина, Корея ... Си Цзиньпин и Джо Байден устанавливают свои красные линии.

Как показывают примеры, красный цвет часто используется в метафорическом и метонимическом смысле для обозначения опасности любого характера, не связанного с ранением или смертью индивида.

Признак 4. «Гуманитарная помощь». Данный признак актуализируется в контекстах, посвященных деятельности организации «Красный крест», которая предоставляет защиту и оказывает помощь пострадавшим в вооружённых конфликтах и внутренних беспорядках (является составной частью Международного движения Красного Креста и Красного Полумесяца). Ср.:

1. *Lyon: un ancien bénévole de la Croix-Rouge jugé pour pédophilie* (Le Figaro, 14.03.2023).

Лион: бывшего добровольца Красного Креста судят за педофилию.

2. *Croix-Rouge: une ingénieur quitte l'industrie pour prendre la direction générale de l'association humanitaire* (Le Figaro, 31.01.2023).

Красный Крест: женщина-инженер уходит из отрасли, чтобы возглавить гуманитарную ассоциацию.

3. *Soudan: la Croix-Rouge et l'OMS demandent un accès humanitaire* (Le Figaro, 18.04.2023).

Судан: Красный Крест и ВОЗ просят предоставить гуманитарный доступ.

4. *Deux employés de la Croix Rouge enlevés au Mali* (Le Figaro, 04.03.2023).

Двое сотрудников Красного Креста похищены в Мали.

Лексема «rouge» в словосочетании «Croix-Rouge» (Красный крест) во Франции связана с традицией использования красного креста как символа

гуманитарной помощи и защиты. Красный крест был выбран в качестве универсального символа охраны здоровья и жизни раненых на поле боя. Этимологически номинация связана с метонимией (красный – цвет крови) и христианским знаком креста, символизирующим любовь к ближнему и гуманизм.

Признак 5. «Экономический спад». Лексема «rouge» используется в экономическом дискурсе для обозначения спада количественных показателей. Когда речь идет о «красной зоне» (*zone rouge*), имеется в виду снижение стоимости ценных бумаг, курса валюты, уровня ВВП и т.п., что свидетельствует о кризисных явлениях в экономике. Ср.:

1. *Wall Street conclut légèrement dans le rouge* (Le Figaro, 17.11.2022).

Уолл-Стрит немного в минусе.

2. *L'empire indien Adani de nouveau dans le rouge* (Le Figaro, 09.02.2023).

Индийская империя Адани снова в минусе.

3. *Lloyd's of London bascule dans le rouge, plombé par l'ouragan Ian et l'Ukraine* (Le Figaro, 23.03.2023).

Лондонский Lloyd's колеблется в минусе из-за урагана Ян и Украины.

4. *Les Bourses européennes concluent leur sixième séance dans le rouge* (Le Figaro, 12.10.2022).

Европейские фондовые биржи завершают шестую сессию в минусе.

5. *Fnac Darty dans le rouge en 2022 avec des ventes en légère baisse* (Le Figaro, 23.02.2023).

Fnac Darty в минусе в 2022 году с небольшим снижением продаж.

6. *DÉCRYPTAGE - La banque a essuyé une perte de 7,4 milliards d'euros en 2022. Elle sera encore dans le rouge en 2023.* (Le Figaro, 09.02.2023).

Расшифровка – в 2022 году банк понес убыток в размере 7,4 миллиарда евро. В 2023 году она все еще будет в минусе.

Колоратив в данных примерах описывает ситуацию ухудшения финансовых показателей, при которых расходы превышают доходы, что является неблагоприятной ситуацией для любого бизнеса или организации.

Типы когнитивных проекций, задействованных при актуализации концепта ROUGE.

Проанализированный материал позволяет выделить три типа когнитивных проекций, задействованных при актуализации концепта ROUGE в современных СМИ Франции.

Первый тип. Денотативная проекция. При денотативной проекции концептуальный признак колоратива переносится на признак концепта-мишени, что на речевом уровне проявляется в употреблении лексемы в первичном значении.

1. *Qu'est-ce que le vin rouge* (Le Figaro, 24.05.2023).

Что такое красное вино.

2. *L'époustouflant tapis rouge des Oscars 2023* (Le Figaro, 13/03/2023).

Потрясающая красная ковровая дорожка на церемонии вручения премии Оскар 2023 года.

3. *10 astuces pour enlever une tache de vin rouge* (Le Figaro, 16.05.2023).
10 советов по удалению пятен от красного вина.

Второй тип. Метафорическая проекция. При метафорической проекции концептуальные признаки колоратива переносятся из сферы-источника в сферу-мишень на основе аналогии.

1. *Wall Street conclut légèrement dans le rouge* (Le Figaro, 17.11.2022).
Уолл-Стрит немного в минусе.

2. *L'empire indien Adani de nouveau dans le rouge* (Le Figaro, 09.02.2023).
Индийская империя Адани снова в минусе.

Третий тип. Метонимическая проекция. При метонимической проекции концептуальные признаки колоратива переносятся на признак концепта-мишени на основе смежности.

1. *Les «chemises rouges» de retour à Bangkok* (Le Figaro, 19.11.2010).
«Красные рубашки» возвращаются в Бангкок.

2. *Départements en zone rouge, les Ardennes et le Haut-Rhin craignent une double peine pour le tourisme* (Le Figaro, 23.05.2020).

Департаменты в красной зоне, Арденнах и Верхнем Рейне опасаются двойного наказания за туризм.

3. *Lyon: un ancien bénévole de la Croix-Rouge jugé pour pédophilie* (Le Figaro, 14.03.2023).

Лион: бывшего добровольца Красного Креста судят за педофилию.

У колоратива «красный» значение опасности возникло из-за цвета крови, который ассоциируется с опасностью (раной, повреждением тела). Красный крест метонимически ассоциируется с кровью раненных.

Соответственно, можно сделать вывод о том, что в СМИ Франции достаточно часто используются колоративы, вербализующие признаки концепта «rouge».

5. Заключение

Как показывает анализ, в СМИ Франции широко востребованы колоративы, вербализующие признаки концепта ROUGE. При этом наиболее востребованы пять концептуальных признаков:

Признак 1. «Красный цвет».

Признак 2. «Радикальные политические движения».

Признак 3. «Опасность».

Признак 4. «Гуманитарная помощь».

Признак 5. «Экономический спад».

Важно отметить, что не все концептуальные признаки, актуализируемые в современных СМИ Франции, представлены в описании плана содержания лексемы rouge в лексикографических источниках, что свидетельствует о том, что когнитивный подход расширяет возможности по изучению

актуальной семантики колоративов. Динамический характер семантики цветообозначений требует дискурсивного подхода к анализу колоративов, с целью мониторинга новообразований и фиксации их актуальной семантики. Таким образом, когнитивно-дискурсивный подход демонстрирует возможности изучения процессов функционирования колоративов в современном французском языке, недоступные в структурной парадигме.

Расширение когнитивно-семантического объема колоратива *rouge* реализуется с помощью набора когнитивных операций, а именно разного рода проекций. Актуализация признаков реализуется с помощью трех когнитивных операций: денотативная проекция (прямая номинация), метафорическая проекция (вторичная номинация) и метонимическая проекция (вторичная номинация). Показательно, что подавляющее число примеров со вторичным значением основаны на метонимической, а не метафорической проекции, в то время как в современной когнитивистике метафору зачастую относят к основным ментальным операциям.

Список литературы

Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова. – Текст : непосредственный // Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В. Н. Ярцева. – Москва : Советская энциклопедия, 1990. – С. 136–137.

Блохина, А. А. Русские фразеологизмы с колоризмами «красный», «белый», «черный» в текстах СМИ / А. А. Блохина. – Текст : непосредственный // Язык и текст. – 2019. – Т. 6, № 4. – С. 72–78.

Будаев, Э. В. Концептуальная метафора в политическом дискурсе: американский, европейский и российский варианты исследования / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов // Политическая лингвистика. – 2006. – № 17. – С. 35–77.

Будаев, Э. В. Метафора в политической коммуникации / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – Москва : Флинта, 2018. – 248 с. – Текст : непосредственный.

Воробьев, В. В. Лингвокультурология / В. В. Воробьев. – Москва : Российский ун-т дружбы народов, 2008. – 336 с. – Текст : непосредственный.

Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с. – Текст : непосредственный.

Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – Москва : УРСС, 2004. – 256 с. – Текст : непосредственный.

Фрумкина, Р. М. Цвет, смысл, сходство / Р. М. Фрумкина. – Москва : Наука, 1984. – 175 с. – Текст : непосредственный.

Хроленко, А. Т. Основы лингвокультурологии / А. Т. Хроленко. – Москва : Флинта, 2004. – 181 с. – Текст : непосредственный.

Derki, N. Connotative meanings of color in algerian culture: case study of red and yellow / N. Derki. – Текст : непосредственный // Professional Discourse & Communication. – 2023. – Т. 5. № 2. – С. 60–69.

Jingshen, G. Cultural conceptualizations of the Chinese red- related color terms under the frame of cultural model of colors / G. Jingshen, I. A. Kuprieva. – Текст : непосредственный // Communications. Media. Design. – 2019. – Т. 4. № 3. – С. 22–47.

Kos-Dienes, D. Om Färgtermernas Symboliska Användning. Papers in Anthropological Linguistics. Paper 10. – Göteborg : Göteborgs universitet, 1983. – Текст : непосредственный.

MacLaury, R. (1997). Color and Cognition in Mesoamerica: Constructing Categories as Vantages. – Austin : University of Texas Press. – 644 p. – Текст : непосредственный.

Moller, A. C. Basic hue-meaning associations / A. C. Moller, A. J. Elliot, M. A. Maier // Emotion. – 2009. – Vol. 9(6). – P. 898–902.

Niemeier, S. Colourless Green Ideas Metonymise Furiously / S. Niemeier. – Текст : непосредственный // Kognitive Lexikologie und Syntax / Ed. by F. Ungerer. – Rostock : Universität Rostock, 1998. – P. 119–146.

Steinval, A. English Colour Terms in Context / A. Steinval. – Umea : UmU, 2002. – 267 p. – Текст : непосредственный.

Verosub, A. L. Scarlet Letters: Metonymic Uses of the Color Red // Semiotica. – 1994. – Vol. 102, no. 1/2. – P. 27–47.

Verspoor, M. Colourful Bits of Experience that Count / M. Verspoor. – Текст : непосредственный // Series A: General & Theoretical Papers. – Paper No. 450. – Essen: LAUD, 1998. – P. 1–21.

Wyler, S. Colour and Language: Colour Terms in English / S. Wyler. – Tübingen : Gunter Narr Verlag, 1992. – 203 p. – Текст : непосредственный.

Получена: 11.12.2023

Принята: 05.02.2024

CONCEPTUAL FEATURES OF COLORATIVE *ROUGE* IN THE FRENCH MEDIA

E. D. Bronnikova

Russian State Vocational Pedagogical University
Ekaterinburg, Russia
law-kate1996@yandex.ru

Abstract. This article deals with colour term rouge in the texts of the French media. The contexts from the French media for the period from 2008 to 2023 were used as research material. The study was carried out within the framework of the cognitive-discursive approach,

which implies the analysis of the conceptual features of the color terms in an extralinguistic context. As the analysis shows, in the French media there is a great demand for color words that verbalize the features of the ROUGE concept. At the same time, five conceptual features are most in demand: “red color”, “radical political movement”, “danger”, “humanitarian aid”, “economic downturn”. Not all conceptual features updated in modern French media are presented in the description of the content plan of the analyzed lexeme in lexicographic sources, which indicates that the cognitive approach expands the possibilities for studying the actual semantics of color naming. The actualization of features is implemented using three cognitive operations: denotative projection (direct nomination), metaphorical projection (secondary nomination) and metonymic projection (secondary nomination).

Key words: colorative; French media; color designation; conceptual analysis; Red color; signs of the concept.

References

Arutyunova, N. D. (1990). *Lingvisticheskij enciklopedicheskij slovar'* [Linguistic encyclopedic dictionary]. In V. N. Yarceva (Ed.). *Linguistic encyclopedic dictionary* (pp. 136-137). Moscow: Sovetskaya enciklopediya.

Blokhina, A. A. (2019). Russian phraseological units with colorisms “red”, “white”, “black” in media texts. *Language and text*, 6(4), 72–78.

Budaev, E. V., & Chudinov, A. P. (2006). Conceptual metaphor in political discourse: American, European and Russian research options. *Political linguistics*, 17, 35–77.

Budaev, E. V., & Chudinov, A. P. (2018). *Metaphor in political communication*. Moscow: Flinta.

Derki N. (2023). Connotative meanings of color in Algerian culture: case study of red and yellow. *Professional Discourse & Communication*, 5(2), 60–69.

Frumkina, R. M. (1984) *Cvet, smysl, skhodstvo* [Color, meaning, similarity]. Moscow: Nauka.

Jingshen, G., & Kuprieva, I. A. (2019). Cultural conceptualizations of the Chinese red-related color terms under the frame of cultural model of colors. *Communications. Media. Design*, 4(3), 22–47.

Karasik, V. I. (2002). *Yazykovej krug: lichnost', koncepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd: Peremena.

Khrolenko, A. T. (2004). *Fundamentals of linguoculturology*. Moscow: Flinta.

Kos-Dienes, D. (1983). *Om Färgtermernas Symboliska Användning*. Papers in Anthropological Linguistics, 10. Göteborg: Göteborgs universitet.

MacLaury, R. (1997). *Color and Cognition in Mesoamerica: Constructing Categories as Vantages*. Austin: University of Texas Press.

Mart'yanova, N. A. (2011). *Field description of eloquent coloratives* [Candidate Dissertation, Khakass University].

Moller A. C., Elliot A. J., & Maier M. A. (2009). Basic hue-meaning associations. *Emotion*, 9(6), 898–902.

Niemeier, S. (1998). Colourless Green Ideas Metonymise Furiously. In Ungerer, F. (ed.), *Kognitive Lexikologie und Syntax* (pp. 119–146). Rostock: Universität Rostock.

Steinval, A. (2002). *English Colour Terms in Context* [Cvetovye terminy v kontekste]. Umea: UmU.

Verosub, A. L. (1994). Scarlet Letters: Metonymic Uses of the Color Red. *Semiotica*, 102(1/2), 27–47.

Verspoor, M. (1998). Colourful Bits of Experience that Count. *Series A: General & Theoretical Papers* (pp. 1–21), Paper No. 450. Essen: LAUD.

Vorobyov, V.V. (2008). *Linguoculturology*. Moscow: Russian Peoples' Friendship University.

Wyler, S. (1992). *Colour and Language: Colour Terms in English*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.

Submitted: 11.12.2023

Accepted: 05.02.2024

ИМЕННЫЕ ДЕВЕРБАТИВЫ С КОНКРЕТНЫМ ЗНАЧЕНИЕМ В СРЕДНЕВЕРХНЕНЕМЕЦКОМ И НОВОВЕРХНЕНЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

А. В. Гутникова

Мариупольский государственный университет имени А. И. Куинджи
Мариуполь, Россия
gutnikova.a@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются лексико-семантические группы безаффиксных имен существительных на двух срезах развития немецкого языка. В качестве методики анализа содержательной стороны именных производных используется метод перифразирования, который содержит набор наиболее частотных глаголов любого языка (*быть, есть, находиться, иметь*) и охватывает однотипные ситуации. На основе формулы толкования мотивирующего глагола устанавливается функция данных deverbativov, а количественный анализ позволяет устанавливать наполненность каждой из лексико-семантических групп. Описание смысловой структуры дериватов идет на основе валентности и семантической характеристик мотивирующего глагола, что позволяет установить связь между образующей и производной основаниями.

Анализ семантики именных производных зафиксировал развитие 7 функций у данных дериватов – *Sv Ag col, SvAg unpers, Sv Ob unpers, Sv Ob eff, Sv Loc, SV Instr, Sv Loc eff* с конкретным значением. Таким образом, абстрактное мышление изображает действия, связи, состояния, характер их протекания во времени как субъекты или объекты реальной действительности. Данные deverbativov имеют те же синтаксические отношения, что и мотивирующая основа.

Ключевые слова: семантика, безаффиксные имена существительные, мотивирующий глагол, deverbativ, производящая основа, производное слово.

1. Введение

Производные имена существительные и словообразовательные модели, действующие в области отглагольной деривации, являлись объектом исследования в основных трудах, посвященных немецкому словообразованию и исторической грамматике немецкого языка [Henzen, 1965; Naumann, 2000; Paul, 1958; Stephanowa, Fleischer, 1985; Wellmann, 1975; Wilmanns 1930].

Но большинство исследований содержит описание семантических типов суффиксных и сложных имен существительных в плане изучения словообразовательных моделей, средств и их продуктивности в нововерхненемецком языке (нвн), реже – в средневерхненемецком периоде (свн). Меньше внимания уделяется семантике безаффиксных производных (ОС-Ø), которые появляются в результате взаимодействия двух частей речи: глагола и

имени; и в значении которых переплетаются сема предметности и сема процессуальности [Кудрявцева, 1991, с. 3; Маслова, 1985, с. 4].

Таким образом, отсутствуют работы с системным описанием безаффиксного способа именного словообразования в отдельные периоды истории немецкого языка, с выделением семантических и структурных типов производных на основе объемного эмпирического материала, а также с сопоставительным описанием безаффиксных дериватов на двух синхронных срезах. Именно количественные характеристики словообразовательных систем в разные периоды развития языка позволяют получить четкое представление о характере и динамике развития словообразования в целом и его подсистем. Анализ безаффиксных имен в средневерхненемецком с привлечением материала из нововверхненемецкого языка позволяет рассматривать развитие безаффиксного словопроизводства как составную часть немецкого словообразования, и, в свою очередь, языка, так как средневерхненемецкий период является важным периодом в становлении всей словообразовательной системы немецкого языка.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью всестороннего изучения семантики подобных дериватов на двух синхронных языковых срезах. Чаще данные производные имена описываются как составная часть лексико-семантической категории имен действия или имен с акциональной семантикой [Brinkmann, 1971; Eichler, Bünting, 1996; Erben, 1980; Naumann, 1965].

Сам термин “имена действия” предполагает наличие отглагольных существительных, которые выражают действие в опредмеченном виде, однако эта сема отсутствует в смысловой структуре таких существительных как *nvn der Fund* ‘находка’, *das Abteil* ‘отделение, купе’. В процессе номинации меняются семантические и грамматические функции, а глагольные морфологические категории становятся в имени – “...категориями семантическими” [Востоков, 1835, с. 108].

В работах А.А. Потебни, М.Д. Степановой, В. Фляйшера указывается на развитие значения отглагольных существительных, появление в них семы конкретности, результативности, персональности [Потебня, 1958, с. 85; Stepanowa, Fleischer, 1985, с. 123], а следовательно, безаффиксные дериваты следует рассматривать как производные со сложной семантикой, выходящей за рамки обозначения процесса.

2. Материал и методы исследования

Материалом для исследования послужили 845 имен, образованных путем субстантивации глагольной основы из “Средневерхненемецкого словаря” М. Лексера [Lexner, 1974]: *svn der schoz* ‘снаряд’, *der inzûc* ‘везд, абзац’. Выборка безаффиксных дериватов в *nvn* период осуществлялась на основе “Большого словаря немецкого языка” под редакцией Г. Дроздовского

[Duden, 1995] и составила 1109 имен существительных, типа: *der Bezug* ‘покрытие, покупка, отношение’, *der Überbau* ‘несущая часть моста, защитная поверхность, надстройка’.

Семантика производного слова определяется в работе на основе семантической функции безаффиксного деривата, когда значение производной единицы может передаваться с помощью синтагмы, так называемой формулы толкования. При этом вводится принцип компрессии высказывания без значительных потерь информации и принцип синтаксической производности, т.е. производящее слово (глагол) обуславливает появление деривата своими синтаксически-семантическими особенностями, а синтаксическая структура может быть базой деривации. Вопрос о количестве и характере семантических функций (глубинных падежей, реальных актантов, семантических валентностей) остается открытым в современной лингвистике, так как количество семантических функций различается в работах по падежной грамматике от автора к автору

3. Имена производные с конкретным значением в свн языке.

Сема конкретности характеризует 256 производных средневрхненемецкого языка, что в процентном отношении выражается как 30,3% от общего корпуса лексем. Таким образом, каждый третий безаффиксный дериват в этот период имеет конкретное значение, и модель “субстантивация глагольной основы” в свн языке представляется продуктивной как в отношении имен с абстрактным значением, так и для субстанциональных deverбатов.

3.1. Функция локатива продуктивно развивается у ОС-Ø. Когда вершинным словом является глагол, он задает названия действия и его исполнителей, инструментов и места, так как “небольшое число элементарных смыслов дает очень большое число возможных комбинаций, реализуемых словами естественного языка” [Апресян, 1974, с. 254]. Так, в средневрхненемецком языке зафиксировано 67 локативов (7,9%): *îngân* ‘входить’ – *der înganc* ‘вход’, *behalten* ‘держат’ – *der behalt* ‘укромное место’, *steigen* ‘подниматься’ – *der steic* ‘подъем’, *anetrëten* ‘подходить’ – *der anetrët* ‘ступени’, *uzgiezen* ‘выливать’ – *der auzguz* ‘отверстие’, *rîten* ‘ехать верхом’ – *der rît* ‘место прибытия, назначения’.

У большинства дериватов сема локативности развивается на основе абстрактного значения ОС-Ø, но часть дериватов имеет в качестве первичного только конкретное значение (8 ОС): *undersleipfen* ‘скрыться’ – *der undersleipf* ‘укромное место’, *angiezen* ‘наливать’ – *der anguz* ‘воронка, кратер’, *nîdertrëten* ‘спускаться’ – *der nîdertrit* ‘спуск’, *antrîben* ‘расти’ – *der antrîp* ‘место выпаса’, *steigen* ‘подниматься’ – *der stîc* ‘тропинка’.

3.2. Глаголы могут мотивировать не только имена действия, но и дериваты, что соотносятся с одним из компонентов глагольной семантики [Пелехата, 2000, с. 450]. Инструментальное значение имеют 48 средневрхненемецких безаффиксных имен (5,7%), а в качестве высокопроизводительных

выступают глаголы движения, помещения объекта и физического воздействия на объект.

Часть абстрактных имен развивает свою семантику в сторону предметности уже в этот период: *durchschlâgen* 'просеивать, пропускать' – *der durchschlâg* 'просеивание', 'кухонная утварь', *umbeslâgen* 'поворачивать, оборачивать' – *der umbeslâc* 'поворот', 'компресс, повязка', *besliezen* 'закрывать, заканчивать' – *der besloz* 'закрытие, окончание', 'запор', *vliegen* 'лететь' – *der vluc* 'полет', 'крыло'.

Однако у 14 безаффиксных deverбатов в качестве единичного выступает обозначение инструмента, с помощью которого субъект производит действие: *beschirmen* 'закрывать' – *der beschirm* 'занавес', *schiezen* 'стрелять' – *der, daz schoz* 'снаряд', *binden* 'вязать' – *daz bint* 'повязка', *durchziehen* 'протягивать, растягивать' – *der durchzûc* 'опорная балка'.

3.3. В качестве неодушевленного субъекта свн языка выступают 33 безаффиксных имен, что составляет 3,9% от общего количества в этот период: *vluten* 'течь' – *die vluot* 'течение, вода', *vlizen* 'течь' – *daz vliez* 'река', *wahsen* 'расти' – *daz wahs* 'поросль', *gespringen* 'выскакивать, выбиваться' – *der gesprinc* 'ключ, источник', *spriezen* 'распускаться' – *der sproz* 'росток', *swimmen* 'плавать' – *der swam* 'губка', *übevallen* 'падать, спадать' – *der übevall* 'воротник'.

Данные имена существительные имеют такой признак как неодушевленность. Исходной базой для этих deverбатов служат, в основном, глаголы движения и процесса, так как номинация субъекта связана с характерными для него действиями.

3.4. Семантику эффицированного объекта имеют 30 свн имен, что составляет 3,6% от общего количества безаффиксных дериватов: *binden* 'связывать' – *der bunt* 'узел', *schrôten* 'резать' – *der schrôt* 'разрез, рана', *beken* 'печь' – *daz bâc* 'печенье', *abesnîden* 'отрезать' – *der abesnitz* 'поленья, щепки', *brêchen* 'ломать' – *der bruch* 'обломок', *strichen* 'красить' – *der strîch* 'штрих, мазок', *abeteilen* 'отделять' – *der, daz abeteil* 'обломок'.

3.5. В свн языке значение аффицированного объекта имеют 25 имен (3%): *înbîzen* 'кусать' – *der înbîz* 'еда', *setzen* 'ставить' – *der saz* 'то, что устанавливается', *umbehângen* 'вешать' – *der umbehanc* 'занавес ковер', *bezihen* 'накрывать' – *der bezoc* 'подкладка', *schieben* 'двигать' – *der schop* 'то, что двигают', *abwerfen* 'выбрасывать' – *der abwerf* 'хлам, мусор', *îngiezen* 'вливать, добавлять' – *der îngûz* 'жидкость, добавка', *ûfslagen* 'вешать, прибивать' – *der ûfslag* 'ковёр, гобелен'.

3.6. Безаффиксные ОС-Ø могут обозначать место, которое возникло по окончании действия. В качестве эффицированных локативов выступают 23 лексемы средненемецкого языка (2,7%): *schrôten* 'резать' – *der schrôt* 'разрез', *rîsen* 'рвать' – *der reiz, rîz* 'разрыв', *trêten* 'ступать' – *der trit* 'след', *slâgen* 'бить' – *der slâc* 'углубление', *slîzen* 'разрывать' – *der slîz* 'разрыв',

bîzen ‘кусать’ – *der bîz* ‘место укуса’, *kratzen* ‘царапать’ – *der kraz* ‘царапины’, *geschrôten* ‘резать’ – *der geschrôt* ‘разрез’, *schnîten* ‘резать’ – *der schnit* ‘разрез’.

3.7. Семантику possessive объекта имеет ограниченное количество дериватов. Так в свн языке зафиксировано 15 производных (1,8%): *koufen* ‘покупать’ – *der kouf* ‘покупка’, *besetzen* ‘владеть’ – *der besëz* ‘владение’, *gewinnen* ‘получать, добывать’ – *der gewinn* ‘прибыль, цена, находка, добыча’, *verborgen* ‘давать займы’ – *der verborc* ‘сумма займа’, *bejagen* ‘охотиться’ – *der bejac* ‘добыча’, *widerkoufen* ‘возвращать товар’ – *der widerkouf* ‘возвращенный товар’, *erwerben* ‘получать’ – *der erwerb* ‘прибыль, поступления’.

3.8. Категория агентивных имен традиционно связывается с таким способом словообразования как суффиксация, и нередко категориальное значение приписывается суффиксам *-er* и *-ling*. Наличие субъекта при глаголе предполагает появление отглагольных агентивов, так как категориальные признаки глагола (действие, состояние, отношение) реализуются, по мнению некоторых ученых, в сфере предметов, т.е. субъектов и объектов реального мира, а значит в сфере существительного [Кацнельсон, 1971, с. 9–10; Мигирова, 1980, с. 23].

К агентивам относятся 13 средненемецких лексем (1,5%). Данное значение неразделенного множества развивается у большинства дериватов на основе абстрактного обозначения события: *beleiten* ‘сопровождать’ – *daz beleit* ‘сопровождение, сопровождающие’, *wëren* ‘защищать’ – *die wër* ‘защита, войско’, *anhengen* ‘сопровождать’ – *der anehanc* ‘сопровождение, сопровождающие’.

Вместе с тем некоторые существительные обнаруживают наличие одного конкретного значения: *vrezzen* ‘есть’ – *der vraz* ‘едок’, *nachriten* ‘сопровождать’ – *der nachrit* ‘сопровожающие’, *geleiten* ‘сопровождать’ – *der geleit* ‘охрана’.

3.9. Функцию одушевленного объекта выполняют только 2 свн ОС (0,2%): *geziehen* ‘притягивать, привлекать’ – *der geziuc* ‘свидетель’, *binden* ‘связывать, соединять’ – *der bunt* ‘союзники’. Низкая продуктивность двух последних групп в свн период свидетельствует о том, что категория лица является признаком, блокирующим появление безаффиксных имен в функциях агенса и одушевленного объекта.

Признак неодушевленности представляется средством, повышающим продуктивность групп неодушевленного производителя действия и аффицированного объекта у безаффиксных имен свн языка.

4. Нвн субстанциональные имена существительные.

В диахроническом аспекте наблюдается увеличение количества имен с конкретным значением с 256 свн единиц до 431 ОС в современном немецком языке, что свидетельствует о развитии значения безаффиксных дериватов в сторону конкретности (почти 40%). Конкретная семантика данных ОС развивается на основе семы абстрактности, так как “абстрактное понятие

всегда предполагает наличие конкретных предметов” [Сергеев, 1988, с. 110–112].

4.1. В настоящее время функцию локатива выполняют 97 deverбатов, и для развития семы локативности важную роль играет соответствующая валентность исходного глагола: *durchlassen* ‘отводить воды’ – *der Durchlaß* ‘туннель для сточных вод’, *ausfließen* ‘вытекать’ – *der Ausfluß* ‘отверстие в кране’, *aufgehen* ‘восходить’ – *der Aufgang* ‘лестница’, *gehen* ‘идти’ – *der Gang* ‘коридор, труба, канал’, *ausfliegen* ‘вылетать’ – *der Ausflug* ‘место в улье для вылета пчел’, *belaufen* ‘обегать’ – *der Belauf* ‘участок лесничества’.

Данная функция является наиболее продуктивной среди ОС с конкретным значением на обоих языковых срезах (свн – 7,9%; нвн – 8,7%), а значительный рост группы локативов объясняется тем, что у большинства дериватов сема локативности развивается на основе абстрактного значения ОС-Ø.

В качестве первичного конкретное значение имеют только 14 дериватов: *steigen* ‘подниматься’ – *der Steig* ‘подъем’, *der Steg* ‘мост, тропинка, пешеходная дорожка’, *verbleiben* ‘оставаться, находиться’ – *der Verbleib* ‘местонахождение’.

4.2. Сравнительный анализ свн и нвн имен показал, что значительно возрастает количество эффицированных объектов, и в процентном отношении выглядит как 7,4% (свн – 3,6%): *entwerfen* ‘проектировать’ – *der Entwurf* ‘проект, план, эскиз’, *aufbinden* ‘связывать’ – *der Aufbund* ‘связка’, *absieden* ‘кипятить’ – *der Absud* ‘экстракт’, *abgießen* ‘лить’ – *der Abguß* ‘литье’, *verschlagen* ‘сбивать, сколачивать’ – *der Verschlag* ‘деревянный барак’, *vereinen* ‘соединять’ – *der Verein* ‘союз, объединение’, *ausheben* ‘вынимать’ – *der Aushub* ‘вынутый грунт, экскавированная порода, пробы минералов’, *ausschießen* ‘выбраковывать, отсортировать’ – *der Ausschuß* ‘брак, некондиционный товар, отходы, отбросы, макулатура’.

Исходной базой для этих образований служат высокоактантные глаголы, ОС-Ø от которых развивают в своей семантической структуре не только значение эффицированного объекта, но и могут обозначать инструмент действия.

4.3. В нвн языке возрастает количество дериватов с инструментальным значением (70 единиц), что обусловлено специализацией значения у исходных глаголов, а также дальнейшим развитием семантической структуры безаффиксных абстрактных ОС. При этом производные могут иметь несколько конкретных значений: *verbinden* ‘связывать, перевязывать’ – *der Verband* ‘соединение, перевязочный материал, союз’, *aufziehen* ‘поднимать’ – *der Aufzug* ‘подъем, ‘подъемник, ‘акт’, *antreiben* ‘приводить в движение’ – *der Antrieb* ‘приведение в движение, привод’, *ablaufen* ‘стекать’ – *der Ablauf* ‘сточные воды, ‘сток, ‘устройство для стока’, *abschroten* ‘обрезать’ – *der Abschrot* ‘резец, обрезки’, *auspuffen* ‘выводить газы’ – *der Auspuff* ‘выхлоп, ‘выхлопная труба’.

У 19 ОС отсутствует абстрактное значение, и функция локатива является первичной: *umwerfen* ‘оборачивать’ – *der Umwurf* ‘оборка’, *einbeißen* ‘надкусывать’ – *der Einbiß* ‘зуб верхней челюсти у лошадей’, *einbinden* ‘заворачивать’ – *der Einband* ‘книжная обертка’, *umhängen* ‘обвешивать’ – *der Umhang* ‘ткань для обертывания, тога’.

4.4. На современном этапе аффицированного объекта обозначают 5,4% ОС, что свидетельствует о количественном росте данной группы в диахроническом аспекте (свн – 3%): *aufschieben* ‘поднимать, снимать верхний слой’ – *der Aufschub* ‘верхний слой почвы’, *vorschmecken* ‘пробовать’ – *der Vorschmack* ‘закуска’, *auftragen* ‘наносить, ставить’ – *der Auftrag* ‘блюда, стоящие на столе’, *abwaschen* ‘мыть’ – *der Abwasch* ‘посуда, требующая мытья’, *anblicken* ‘смотреть’ – *der Anblick* ‘осматриваемая вещь’, *aufbeißen* ‘раскусывать, разгрызть’ – *der Aufbiß* ‘закуска’, *aufsetzen* ‘насаживать, надевать’ – *der Aufsatz* ‘насадка, наконечник, приставка, наставка’.

В подавляющем большинстве исходной базой служат глаголы действия, направленного на объект, и появление безаффиксных производных с данной функцией обусловлено семантико-синтаксическими связями мотивирующей основы.

4.5. Новонемецкий язык насчитывает 57 единиц для обозначения аффицированного локатива (5%), что также превосходит свн показатели (2,7%): *einreißen* ‘надорвать’ – *der Einriß* ‘надорванное место’, *anbrechen* ‘надламывать’ – *der Anbruch* ‘надлом’, *schießen* ‘стрелять’ – *der Schuß* ‘стреляная рана’, *verderben* ‘портить, приводить в негодность’ – *der Verderb* ‘руины’, *eindrucken* ‘вдавливаться’ – *der Eindruck* ‘углубление’, *abtreten* ‘истапывать’ – *der Abtritt* ‘истоптанный луг’, *durchhauen* ‘прорубать’ – *der Durchhau* ‘просека’, *einstechen* ‘укалывать’ – *der Einstich* ‘укол’.

4.6. В современном немецком языке функцию неодоушевленного производителя действия или носителя состояния выполняют 35 дериватов, что свидетельствует об относительной стабильности данных имен в немецком словаре (свн – 33 ОС): *spritzen* ‘брызгать’ – *die Sprutz* ‘мелкий дождь’, *durchwachsen* ‘прорасти’ – *der Durchwachs* ‘прорастающая трава’, *ausschlagen* ‘высыпать’ – *der Ausschlag* ‘сыпь’, *aufschlagen* ‘падать’ – *der Aufschlag* ‘упавшее семя’, *zufließen* ‘притекать’ – *der Zufluß* ‘приток’, *vorspringen* ‘выбиваться из общего ряда’ – *der Vorsprung* ‘часть строения’, *eingehen* ‘поступить, приходить’ – *der Eingang* ‘поступление, корреспонденция’, *abfallen* ‘спадать’ – *der Abfall* ‘водопад, мусор’.

4.7. Функцию агентива выполняет 24 нвн имени (2,2%), что свидетельствует об увеличении их численности с точки зрения исторического развития языка (свн – 1,5%): *abwehren* ‘отражать, оборонять, защищать’ – *die Abwehr* ‘контрразведка’, *auflaufen* ‘набегать’ – *der Auflauf* ‘толпа’, *aufstehen* ‘восставать’ – *der Aufstand* ‘восставшие’, *widerstehen* ‘сопротивляться’ – *der Widerstand* ‘сопротивление, люди’, *vorstehen* ‘быть во главе’ – *der Vorstand* ‘руководящий орган’, *nachwachsen* ‘подрастать’ – *der Nachwuchs*

‘потомство’, *besuchen* ‘посещать’ – *der Besuch* ‘посетитель, гости, гость’, *vorsitzen* ‘председательствовать’ – *der Vorsitz* ‘президиум’, *umstehen* ‘стоять, окружать, обступать председательствовать’ – *der Umstand* ‘зрители’.

Группа агентивов является в нвн языке менее продуктивной, чем группа с обозначением неодушевленного субъекта, так как наиболее продуктивной моделью образования одушевленного агенса является модель “основа глагола + суффикс *-er*”. Направленность метонимизации по линии действие – деятель, как отмечает Н. А. Маслова, происходит в тех случаях, когда семантическим стержнем для данного предметного существительного выступает процессуальное производное, т.е. имя действия, образованное от двухвалентного глагола [Маслова, 1985, с. 79].

Все отыменные образования в нвн языке обозначают социальную, профессиональную группу людей, военную группировку, организацию, стихийное объединение лиц (кроме *der Besuch* ‘посетитель, гости, гость’). Данные имена существительные образуются от глаголов действия, производителем которого является человек, а “если глагол означает действие, которое может производить только человек, то имя приобретает значение лица” [Wellmann, 1975, с. 95].

4.8. Удельный вес имен существительных с функцией посессивного объекта в современном немецком уменьшается в три раза по сравнению со свн языком (свн – 15 ОС; нвн – 5 ОС), что свидетельствует о непродуктивности данной словообразовательной модели в отношении данных девербатов: *besitzen* ‘владеть, иметь’ – *der Besitz* ‘имущество, недвижимость’, *aus-tauschen* ‘менять’ – *der Austausch* ‘товар, идущий на обмен’, *ankaufen* ‘покупать’ – *der Ankauf* ‘купленная вещь, выручка’, *finden* ‘находить’ – *der Fund* ‘найденная вещь’.

Конкретная семантика у данных ОС развивается на основе абстрактного обозначения процесса, при котором происходит обмен, утеря, приобретение объекта.

5. Выводы.

Безаффиксные производные имеют в свн языке 9 конкретных значений (30,3%), среди которых высокую продуктивность имеют дериваты, обозначающие: место действия; инструмент действия; неодушевленного производителя действия или носителя состояния; эффицированного объекта; аффицированного объекта; эффицированного локатива.

В нвн языке безаффиксные дериваты также характеризуются наличием 8 конкретных значений (отсутствует группа имен, обозначающих одушевленный объект). Увеличивается доля дериватов с конкретным значением – 38,8%.

На этом этапе развития немецкого языка наблюдается рост конкретных имен с обозначением: места действия; эффицированного объекта; инструмента действия; аффицированного объекта; эффицированного локатива;

одушевленного агенса; и значительно снижается корпус имен, обозначающих посессивный объект.

Список литературы

Апресян, Ю. Д. Лексическая семантика. Синонимические средства языка / Ю. Д. Апресян. – Москва : Наука, 1974. – 367 с. – Текст : непосредственный.

Востоков, А. Х. Русская грамматика / А. Х. Востоков. – Санкт-Петербург : типография И. Глазунова, 1835. – 408 с. – Текст : непосредственный.

Кацнельсон, С. Д. Об универсальных категориях и грамматике / С. Д. Кацнельсон. – Текст : непосредственный // Универсалии и их место в типологических исследованиях. – Москва : Наука, 1971. – С. 9–10.

Кудрявцева, В. А. Соотношение явных и скрытых значений в семантике производного слова / В. А. Кудрявцева. – Алма-Ата : АГУ, 1991. – 152 с. – Текст : непосредственный.

Маслова, Н. А. Семантика и синтаксис производных имен существительных в современном немецком языке / Н. А. Маслова. – Казань : Изд-во КГУ, 1985. – 170 с. – Текст : непосредственный.

Мигирина, Н. И. Типы номинаций для обозначения статусов лица в современном русском языке / Н. И. Мигирина. – Кишинев : Штиинца, 1980. – 90 с. – Текст : непосредственный.

Пелехата, О. М. Семіологічні характеристики та словотворчі можливості дієслова / О. М. Пелехата. – Текст : непосредственный // Семантика мови і тексту. Збірник статей 6 міжнародної наукової конференції. – Івано-Франківськ : Плай, 2000. – С. 449–453.

Потебня, А. А. Из записок по русской грамматике: В 4-х томах / А. А. Потебня. – Москва : Учпедгиз, 1958. – т. 1–2. – 536 с. – Текст : непосредственный.

Сергеев, А. В. Специфика проявления переходности и непереходности в лексике и синтаксисе современного английского языка (на материале глаголов звучания и их производных) : специальность 10.02.04. «Германские языки» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Сергеев Александр Викторович ; Бакинский государственный университет. – Баку, 1988. – 18 с. – Текст : непосредственный.

Brinkmann, H. Die deutsche Sprache: Gestalt und Leistung / H. Brinkmann. – Düsseldorf : Schwann, 1971. – 654 S. – Текст : непосредственный.

Eichler, W. Deutsche Grammatik / W. Eichler, K.–D. Bünting. – Weinheim : Beltz, Athenäum, 1996. – 313 S. – Текст : непосредственный.

Erben, J. Deutsche Grammatik. Ein Abriß / J. Erben. – München : Hueber, 1980. – 392 S. – Текст : непосредственный.

Henzen, W. Deutsche Wortbildung / W. Henzen. – Tübingen : Niemeyer, 1965. – 314 S. – Текст : непосредственный.

Naumann, H. Zur Lexik der Gegenwartssprache / H. Naumann. – Текст : непосредственный // Wissenschaftliche Zeitschrift des Pädagogischen Instituts. – Zwickau : Gesellschafts- und Sprachwissenschaftliche Reihe 1, 1965. – S. 34–59.

Naumann, B. Einführung in die Wortbildungslehre des Deutschen / B. Naumann. – Текст : непосредственный // Germanistische Arbeitshefte. – Tübingen : Niemeyer, 2000. – Bd. 4. – 90 S.

Paul, H. Deutsche Grammatik / H. Paul. – Halle (Saale) : Niemeyer, 1958. – Bd. 1. – 345 S. – Текст : непосредственный.

Stepanowa, M. D. Grundzüge der deutschen Wortbildung / M. Stepanowa, W. Fleischer. – Leipzig : Bibliographisches Institut, 1985. – 236 S. – Текст : непосредственный.

Wellmann, H. Das Substantiv / H. Wellmann. – Текст : непосредственный // Deutsche Wortbildung. Typen und Tendenzen in der Gegenwartssprache. Eine Bestandsaufnahme des Instituts für deutsche Sprache. Forschungsquelle Innsbruck. – Düsseldorf : Schwann, 1975. – 487 S.

Wilmanns, W. Deutsche Grammatik. Zweite Abteilung: Wortbildung / W. Wilmanns. – Berlin : de Gruyter & Co, 1930. – 671 S. – Текст : непосредственный.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache: In 8 Bdn. / Unter Leitung von G. Drosdowski. – Mannheim : Dudenverlag, 1995. – 4093 S. – Текст : непосредственный.

Lexer, M. Mittelhochdeutsches Handwörterbuch: In 3 Bdn. / M. Lexer. – Stuttgart : Hirzel, 1974. – 5538 S. – Текст : непосредственный.

Получена: 15.01.2024

Принята: 13.02.2024

NOMINAL DERIVATIVES WITH A SPECIFIC VALUE IN MIDDLE HIGH GERMAN AND MODERN GERMAN

A. V. Gutnikova

Mariupol State University named after A. I. Kuindzhi

Mariupol, Russia

gutnikova.a@mail.ru

Abstract. The article deals with lexico-semantic groups of non-affix nouns in the Middle High and Modern German language. The interpretation formula of the basic verb determines the meanings of the given verbal nouns, and the quantitative analyse make it possible to

determine the volume of each lexico-semantic group. While describing non-affix nouns, their valency alongside with the semantic characteristics of basic verbs is also taken into account, which makes it possible to determine the correlation between a basic word and its derivative.

Analysis semantics derivatives recorded 7 development functions in these derivatives with the specific value: *Sv Ag col*, *SvAg unpers*, *Sv Ob unpers*, *Sv Ob eff*, *Sv Loc*, *Sv Instr*, *Sv Loc*.

Thus depicting abstract thinking action links, states the nature of their occurrence over time as subjects or objects of reality. These nouns have the same syntactic relations and motivating basis, but represent a predictive value of a complex motivating verb.

Keywords: semantics, non-affix nouns, verbs motivating, deverbative, generating base, derivative basis.

References

Apresyan, Yu. D. (1974). *Leksicheskaya semantika. Sinonimicheskie sredstva yazyka* [Lexical semantics. Synonymous means of language]. Moscow: Nauka.

Brinkmann, H. (1971). *Die deutsche Sprache: Gestalt und Leistung* [The German language: form and performance]. Düsseldorf: Schwann.

Eichler, W. & Bünting, K.-D. (1996). *Deutsche Grammatik* [German Grammar]. Weinheim: Beltz, Athenäum.

Erben, J. (1980). *Deutsche Grammatik. Ein Abriss* [German Grammar. Demolition]. München: Hueber.

Henzen, W. (1965). *Deutsche Wortbildung* [German word formation]. Tübingen: Niemeyer.

Katsnel'son, S. D. (1971). Ob universal'nykh kategoriyakh i grammatike [About universal categories and grammar]. *Universalii i ikh mesto v tipologicheskikh issledovaniyakh*. Moscow: Nauka, 9–10.

Kudryavtseva, V. A. (1991). *Sootnoshenie yavnykh i skrytykh znacheniy v semantike proizvodnogo slova* [The ratio of explicit and hidden meanings in the semantics of a derived word]. Alma-Ata: AGU.

Maslova, N. A. (1985). *Semantika i sintaksis proizvodnykh imen sushchestvitel'nykh v sovremennom nemetskom yazyke* [Semantics and syntax of essential production names in modern German]. Kazan': Izd-vo KGU.

Migirina, N. I. (1980). *Tipy nominatsiy dlya oboznacheniya statusov litsa v sovremennom russkom yazyke* [Types of nominations for the designation of the status of a person in modern Russian]. Kishinev: Shtiintsa.

Naumann, B. (2000). Einführung in die Wortbildungslehre des Deutschen [Introduction to the theory of word formation in German]. In *Germanistische Arbeitshefte*, Bd. 4. Tübingen: Niemeyer.

Naumann, H. (1965). Zur Lexik der Gegenwartssprache [The lexicon of the contemporary language]. In *Wissenschaftliche Zeitschrift des Pädagogischen Instituts* (pp. 34–59). Zwickau: Gesellschafts- und Sprachwissenschaftliche Reihe.

Paul, H. (1958). *Deutsche Grammatik* [German Grammar], Bd. 1. Halle (Saale): Niemeyer.

Pelekhata, O. M. (2000). Semiologichni kharakteristiki ta slovotvorchi mozhливosti dieslova [Semiological characteristics and word-forming possibilities of the verb]. *Semantika movi i tekstu*. Ivano-Frankivsk: Play, 449–453.

Potebnya, A. A. (1958). *Iz zapisek po russkoy grammatike* [From notes on Russian grammar]. Moscow: Uchpedgiz. Vol. 1–2.

Sergeev, A. V. (1988). *Spetsifika proyavleniya perekhodnosti i neperekhodnosti v leksike i sintaksise sovremennogo angliyskogo yazyka (na materiale glagolov zvuchaniya i ikh proizvodnykh* [The specifics of the manifestation of transitivity and intransitivity in Mexico and the syntax of the modern English language (based on the material of sounding verbs and their derivatives)]. [Candidate dissertation, Baku State University].

Stepanowa, M. D. & Fleischer, W. (1985). *Grundzüge der deutschen Wortbildung* [Basic features of German word formation]. Leipzig: Bibliographisches Institut.

Vostokov, A. Kh. (1835). *Russkaya grammatika* [Russian Grammar]. Sankt-Petersburg: tipografiya I. Glazunova.

Wellmann, H. (1975). Das Substantiv [The Noun]. In *Deutsche Wortbildung. Typen und Tendenzen in der Gegenwartssprache. Eine Bestandsaufnahme des Instituts für deutsche Sprache. Forschungsquelle Innsbruck*. Düsseldorf: Schwann.

Wilmanns, W. (1930). *Deutsche Grammatik*. Zweite Abteilung: Wortbildung [German Grammar. Second section: word formation]. Berlin: de Gruyter & Co.

List of sources

Drosdowski G. (Ed.). (1995). *Duden. Das größte Wörterbuch der deutschen Sprache*: In 8 Bdn. [The size dictionary of the German language: In 8 volumes]. Mannheim: Dudenverlag.

Lexer, M. (1974). *Mittelhochdeutsches Handwörterbuch*: In 3 Bdn. [Dictionary of the Middle High German language in three volumes]. Stuttgart: Hirzel.

Submitted: 15.01.2024

Accepted: 13.02.2024

УДК 81'373.612.2

МЕТАФОРЫ ВОЙНЫ И ПРИРОДЫ КАК СРЕДСТВО КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ МИГРАЦИИ В СМИ ФРГ

М. В. Нечкина

Российский государственный профессионально-педагогический университет
Екатеринбург, Россия
madisson.ashley@bk.ru

Аннотация. Данная статья посвящена рассмотрению метафорического образа миграции в текстах СМИ ФРГ. Исследование проведено в рамках когнитивно-дискурсивного подхода, подразумевающего анализ концептуальных признаков метафор в экстралингвистическом контексте. Материалом для настоящей работы послужил корпус из 150 метафорических контекстов, использованных в СМИ ФРГ (*der Spiegel, die Welt, die Süddeutsche Zeitung, der Stern, Focus, Mosereien, Taz.de, Frankfurter Allgemeine*). Хронологические рамки выборки охватывают период 2011–2019 гг. В процессе исследования использовались методы дискурсивного анализа, метафорического моделирования, классификации, описания, выборки.

Как показал анализ, в СМИ ФРГ при создании образа миграции широко востребованы метафоры из таких сфер-источников как «Natur» и «Krieg». Хотя СМИ ориентированы на сглаживание миграционных противоречий, недовольство местного населения по поводу миграционной политики Германии неизбежно отражается в метафорах медиадискурса. При создании образа миграции немецкие СМИ преимущественно прибегают к метафорической модели миграции как стихийного явления, преимущественно водной стихии. Значение стихийного явления несёт в себе семантику разрушения среды обитания и нарушения нормальных условий жизни населения. Метафоры данной группы характеризуют миграцию ФРГ как природную силу, которая несет угрозу членам общества и государству. В дискурсе оппозиционеров метафорическая модель «Война» концептуализирует миграцию как насильственный захват территории безликой массой беженцев, в связи с чем возникает потребность в защите Германии от «захватчиков». Вместе с тем правящие элиты пытаются переконцептуализировать эту картину мира, сдвигая фокус с жизни немцев на идеологию. Таким образом, формируется представление о том, что «защита» требуется не немецким гражданам, а европейским ценностям.

Таким образом, в немецком медиадискурсе доминируют метафоры с отрицательными коннотациями. Эти данные свидетельствуют о том, что несмотря на активно пропагандируемую в ФРГ политику мультикультурализма и толерантности, в общественном сознании доминируют негативные образы миграции. Миграция преимущественно оценивается как стихийное бедствие или как ситуация военного противостояния.

Ключевые слова: миграция; СМИ ФРГ; метафорическая модель; концептуальная метафора; метафоры природы; метафоры войны.

1. Введение

Миграция является одним из наиболее важных факторов развития населения и одной из временных проблем для экономики и общества, политики

и культуры в истории и современности. Особый интерес для развития и изменения социальной структуры индустриальных обществ представляют миграционные перемещения рабочей силы, а также миграция из города в деревню. В настоящее время более 100 миллионов мигрантов по всему миру ищут работу и жилье за пределами своей страны, и около 20 миллионов человек спасаются бегством от преследований. Большая часть глобальной миграции происходит внутри регионов и, таким образом, приобрела значительное значение в межрегиональном миграционном движении.

Миграционные процессы характеризуются международным характером по всему миру и носят весьма устоявшийся курс. Но особого внимания требует к себе миграционная политика Германии: миграция в ФРГ на данный момент остаётся острым и нерешённым вопросом, поскольку наибольший груз беженцев принимает на себя крупнейшая западноевропейская Федеративная Республика Германии. Несмотря на все противоречивости и «упадок» миграционной политики, всё же в миграционном кризисе следует учитывать не только слабые стороны и неудачи разрешительного государства, безудержную потребность общественности в понимании и объяснении, но и отношение между коренными жителями Германии и мигрантами, которые по тем или иным причинам выбрали данную страну для проживания на постоянное место жительства.

Предметом настоящей работы являются особенности использования метафор из сферы-источника «Natur» при концептуализации миграции в медиадискурсе ФРГ.

2. Материал и методика исследования

Материалом для настоящей работы послужил корпус из 100 метафорических контекстов, использованных в СМИ ФРГ (*der Spiegel, die Welt, die Süddeutsche Zeitung, der Stern, Focus, Mosereien, Taz.de, Frankfurter Allgemeine*). Хронологические рамки выборки охватывают период 2011–2019 гг.

Методология настоящего исследования основывается на положениях когнитивно-дискурсивного подхода к языку (Н. Н. Болдырев, Т. А. ван Дейк, Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, А. П. Чудинов). В процессе исследования использовались методы дискурсивного анализа, метафорического моделирования, классификации, описания, выборки.

Как отмечает Т. Г. Попова, «задача построения теории метафоры, имеющей достаточную объяснительную силу, не может быть решена лишь в рамках лингвистики и требует выхода в область познавательных процессов» [2011, с. 34], что подразумевает не только анализ языковых метафор, но и их коррелятов в ментальной сфере. Так как метафора рассматривается в качестве когнитивного механизма, целесообразно использовать когнитивный подход к анализу метафоры, что подразумевает проведение исследования в два этапа: первый реализуется в ходе сбора эмпирического (ре-

чего) материала, второй – в процессе моделирования ментальных процессов [Будаев, 2020]. Применительно к нашему материалу необходимо через анализ метафор в дискурсе СМИ перейти к анализу особенностей концептуальных метафор.

При дискурсивном подходе «в центре внимания авторов находятся взаимосвязи данного текста с другими публикациями, зависимость данного текста от социальной ситуации в стране и его влияние на жизнь общества, взаимосвязь текста с политическими убеждениями и личностью автора» [Будаев, Чудинов, 2006, с. 167].

Таким образом, методология настоящего исследования подразумевает сочетание анализа концептуальных метафор и экстралингвистического контекста медиадискурса.

3. Миграция в контексте метафорических исследований

Проблема миграции в Европе привлекает пристальное внимание современных исследователей.

После Второй мировой войны страны Северной и Западной Европы стали приглашать «гастарбайтеров» из южных регионов, в частности из Югославии и Турции, различных стран Африки и Азии, а также бывших колоний, для заполнения низкоквалифицированных рабочих мест в бурно развивающейся экономике. На протяжении 1970-х число иммигрантов продолжало расти, главным образом за счет воссоединения семей. Кризис 1980-х годов привел к росту числа безработных иммигрантов, которые продолжали оставаться в принимающих странах и не спешили возвращаться на родину. Кроме того, число иммигрантов продолжало расти за счет беженцев из стран Африки и Азии в начале 1990-х годов. В результате возросла популярность правых партий, выступающих за переход к ограничительной иммиграционной политике и превращению Европы в крепость и бастион. В противодействие этим тенденциям правящие круги, опасаясь потери дешевой рабочей силы и как следствия углубления экономического и демографического кризисов в Европе, взяли противоположный курс на нормативную и дискурсивную поддержку иммигрантов и борьбу с антииммигрантскими настроениями.

Эти процессы не могли не найти отражения в языке, начиная от фонетических процессов [Anderson, 2008] и заканчивая метафорами, в том числе в европейских СМИ [Новикова, 2015; Собянина, Хохлова, 2018; Степанова, 2021; Стрелкова 2023; Charteris-Black, 2014]. Отдельное внимание исследователей привлекает сравнение метафор в медиадискурсах различных стран Европы [Бачурин, Шапочкин, 2016] и в аспекте сопоставления метафор в европейских и неевропейских СМИ [Калыгина, 2009; Киреева, 2019; Хисматуллина, Гараева, Ахметзянов, 2017]. Так как миграционные процессы относятся к глобальным проблемам человечества, неудивительно, что метафорическая концептуализация миграции изучается в том

числе и на примере дискурсов неевропейских стран (России [Веснина, 2010], Турции [Онал, 2022], США [Polonskaaya, 2020] и др.).

Особенность подобных исследований заключается в том, что они в подавляющем большинстве (как показывает специальный обзор [Будаев, Чудинов, 2018]) опираются на когнитивный подход к метафоре. Этот подход во многом основан на монографии Дж. Лакоффа и М. Джонсона [2004], в которой авторы утверждают, что наша понятийная система структурирована метафорически. Большинство метафор возникают из нашего физического опыта, который влияет на наши мыслительные процессы. С когнитивно-лингвистической точки зрения метафоры используются для понимания одного набора концептов (сфера-мишень) с точки зрения другого набора, с которым мы хорошо знакомы (сфера-источник). Каждая метафора устанавливает соответствие между сферой-мишенью и сферой-источником. Например, в метафоре ИММИГРАЦИЯ — ЭТО НАВОДНЕНИЕ, стихийное бедствие в исходной области высвечивает определенные характеристики наводнения (разрушительные качества), что структурирует наше понимание иммиграции в понятиях природной катастрофы.

Семантические фреймы определяют цели, к которым мы стремимся, реакцию и поведение, которые мы демонстрируем, наше представление об успешном или неудачном исходе наших действий. С помощью метафор эти фреймы охватывают сложные мыслительные пространства, характеризуют миграционные процессы и явления. Сложные пространства структурируются с помощью простых и понятных образов (например, воды, огня, сражения и др.).

Метафоры воздействуют на способ осмысления проблемы и на сценарий решения проблемы. В экспериментах показано [Thibodeau, Boroditsky, 2011], что метафоры задают фреймы для описания социальных проблем, что часто приводит к выводам, которые согласуются со структурой фрейма. Метафоры используются в качестве средства для формирования определенной когнитивной схемы в сознании адресата коммуникации. Следовательно, изучение метафор позволяет определить доминирующие способы концептуализации миграции и сценарии разрешения миграционных проблем.

4. Сфера-источник «Natur»

При описании миграции в немецкой прессе наиболее востребованы метафоры природных явлений. Среди природоморфных метафор доминируют образы стихийных бедствий, которые представлены следующими лексемами: Brise (ветер), Welle (волна), Zustrom (наплыв, поток), Flut (наводнение), Lavine (лавина). Ср.:

Фрейм «Elemente (Стихии)»

В СМИ ФРГ миграция регулярно сравнивается с водными стихиями. Образы наводнения, наплыва, потока подчеркивают стихийный и всепроникающий характер процесса миграции. Самая распространённая метафора в данной понятийной сфере – Strom (поток). Ср.:

Flüchtlingsströme, sie sorgen sich, dass der Zustrom außer Kontrolle ist (Der Spiegel. 2015. № 44).

den Flüchtlingsstrom bewältigen, den Zustrom einzudämmen (Fokus. 2015. № 43).

Bayern ist am deutschen Ende der Balkan-Route von der Flut der Flüchtlinge am meisten betroffen (Focus. 2015. № 43).

Der ungebrochene Zustrom der Flüchtlinge verunsichert die Republik (Der Spiegel. 2015. № 43).

Österreich handelt spät, aber vernünftig. Erstens hat man dort erkannt, dass der unkontrollierte Migrantenstrom eine Bedrohung und kein Segen für die Gesellschaft ist (Alternative für Deutschland. 2016).

Um die Flüchtlingsströme einzudämmen, greifen die Europäer allerdings seit Jahren zu einem zweifelhaften Mittel: Sie hofieren Nordafrikas Diktatoren (Alternative für Deutschland. 2011).

Wir setzen uns für eine Begrenzung des Migrantenstroms aus den arabischen Ländern ein und bekämpfen damit auch den importierten Antisemitismus (Alternative für Deutschland. 2017).

Proteste gegen den Flüchtlingsstrom anführen (Der Spiegel. 2015. № 42).

В целях борьбы с массовым притоком беженцев власти Германии ограничивают и исключают присутствие на территории нелегальных лиц, в результате чего лишь только один проситель убежища может пересечь в день границу. Ср.:

С одной стороны, такой образ акцентирует природный, то есть естественный характер происходящих событий. Стихии неподвластны людям, поэтому за скобками остаются вопросы об ответственности политиков за возникающие кризисы. С другой стороны, такие образы подчеркивают необходимость противодействия разгулу стихии, в первую очередь со стороны властей. Ср.:

Was die Regierung unternommen hat, um den Zustrom zu begrenzen, war für seinen Geschmack stets zu wenig, zu spät und wurde zudem noch ... (Der Spiegel. 2015. № 42).

В прессе звучат призывы обратить внимание на первопричину миграционного кризиса – нестабильную ситуацию на родине мигрантов, вынужденных искать лучшей жизни в ФРГ, связанную с военными действиями. Ср.:

Wenn man ihr zuhört, dann muss erst der Nahe Osten befriedet werden, bevor der Flüchtlingsstrom versiegt (Der Spiegel. 2015. № 42).

Фрейм «Folgen einer Naturkatastrophe (Последствия стихийного бедствия)»

Стихийные бедствия, влекущие за собой трагические последствия, принято называть катастрофой. Эта метафора получила широкое распространение в СМИ ФРГ. Ср.:

Landrat Cyriax berief die Katastrophenschützer des Kreises ein , Die Ankunft so vieler Flüchtlinge sei natürlich keine “Katastrophe im landläufigen Sinn”, schob Cyriax hinterher (Der Spiegel. 2015. № 43).

Die Europäische Kommission hat 2013 auf die anrollende humanitäre Katastrophe hingewiesen (Der Spiegel. 2015. № 42).

...steuern wir in die Katastrophe, das sich abzeichnende Integrationsdesaster (Alternative für Deutschland. 2016).

В приведенных примерах наплыв беженцев сравнивается с надвигающейся катастрофой, для противодействия которой необходимо предпринимать срочные действия. В таких контекстах метафора сочетается с активизацией сценария темного будущего, что подразумевает активизацию прагматического смысла тревожности и необходимости предпринять меры противодействия. Ср:

Ist die aktuelle Flüchtlingswelle nur der Anfang? (Der Spiegel. 2015. № 46).

Eine Flüchtlingswelle hat uns 2015 überrollt (Der Spiegel. 18.03.2016).

Wolfgang Schäuble warnt vor Flüchtlings-Lawine (Frankfurter Allgemeine. 12.11.2015)

В качестве примера противодействия приводится политика Венгрии, введшей значительные ограничения на миграцию. Ср.:

was die Regierung unternommen hat, um den Zustrom zu begrenzen: um den Zustrom zu begrenzen, hatte die ungarische Regierung nach Errichtung des Grenzzauns im Frühjahr 2016 verfügt, dass an den beiden Grenzübergängen nahe Subotica jeweils nur noch 50 Asylsuchende pro Tag passieren dürfen (Der Spiegel. 2015. № 42).

Вместе с тем отмечается тенденция противодействовать типичным метафорам, циркулирующим в обществе. В следующем примере метафора «переполненной лодки» оценивается как контрпродуктивная. Ср.:

Wenn sich aber die Debatte nur noch zwischen den medial zugespitzten “Wir schaffen das” und “Das Boot ist voll” bewegt, dann droht die Flüchtlingsfrage unsere Gesellschaft zu zerreißen (Der Spiegel. 2015. № 42).

Примечательно, что журналисты целенаправленно отговаривают читателей от использования метафоры водных стихий, с целью затушевать негативные следствия, возникающие при таком способе осмысления ситуации. Ср.:

Der prominenteste Begriff ist dabei derjenige von Flüchtlingen als Wassermassen. Eine Flüchtlingswelle hat uns 2015 überrollt. Eine Flüchtlingsflut, die auch im Jahr 2016 nur langsam abebben wird. Flüchtlingsströme, die wieder ansteigen. Die Metapher von Flüchtenden als Wasser erzählt eine schrille Ges-

chichte. Flüchtende sind keine Opfer, sondern eine Bedrohung. Opfer der Situation sind Deutschland und Europa - ihnen droht, überflutet zu werden. Und sie sind somit aufgerufen, zugleich Helden zu sein. Und zwar Helden der Selbstrettung (Spiegel. 18.03.2016).

Современные СМИ предлагают набор образов, которые отражают определённый набор типичных метафор. В этом отношении в Германии, как и в других странах, используются образы природных стихий, что позволяет говорить о некоем мигрантском интердискурсе. Метафоры проникают из одного языка в другой при переводе журналистских материалов. В месте с тем всегда существует выбор между различными концептуальными метафорами, что профилирует отношения автора к обсуждаемой проблеме. В германском дискурсе СМИ метафорическая модель «миграция = стихийное явление» является высокопродуктивной и, как правило, профилирует негативные составляющие стихии: всепроницаемость, разрушительность, непредсказуемость. В представлении миграции как стихийного явления главным оказываются семантические следствия «угроза безопасности» и «страх перед неконтролируемой силой».

Таким образом, метафоры, олицетворяющие природные катастрофы и стихийные бедствия (наводнения, штормы, приливы, потоки, волны, лавины), привносят негативные коннотации и акцентируют внимание на стихийности и неуправляемости процессов.

5. Сфера-источник «Krieg»

Второй по значимости сферой-источником метафорической концептуализации миграции стала милитарная понятийная сфера, представляющая миграцию как вторжение иноземцев.

Фрейм «Invasion» (вторжение)

Метафоры вторжения привносят отрицательные смыслы и являются способом критики политики мультикультуризма, поддерживая описание угроз нарастания преступности и террора. Неудивительно, что такие образы чаще востребованы в оппозиционном дискурсе, в том числе в дискурсе движения «Alternative für Deutschland». Ср.:

Nach jetzigem Stand kann man davon ausgehen, dass es sich um einen gezielten Angriff auf unsere christlich-abendländische Kultur und unsere Wertvorstellungen durch den Islamismus handelt. Jeder der weiterhin leugnet, dass der Islam in direkter Verbindung mit dem islamistischen Terror steht, macht sich mitschuldig an jedem weiteren Opfer. Wir müssen nun zeigen, dass wir eine wehrhafte Nation sind, dass wir niemals akzeptieren werden, wenn Terroristen unsere Grundfesten bedrohen (Alternative für Deutschland. 2016).

Наплыв беженцев-африканцев в Европу вызвал всплеск негодования немецких граждан, привел к росту правонарушений в стране, породил сомнения в том, сможет ли Германия вместить в себя такой объем чужестранцев. Ср.:

Oft mit letzter Kraft versuchen hunderte afrikanische Flüchtlinge über die spanischen Exklaven Ceuta und Mellila die Wohlstandsfestung EU zu stürmen. Der Flüchtlingsansturm aus Afrika hat die Menschen verunsichert. Die Deutschen werden zunehmend skeptisch, ob das Land den Ansturm der Verzweifelten verkraften kann (Der Spiegel. 2015. № 44).

Критика миграционной политики базируется на тезисе о неспособности Европы обезопасить внешние границы, что может быть возможным в том случае, если европейские страны будут действовать сообща, что и поможет защитить границы ЕС. Но на данный момент Европа представляет собой картину разобщенности и относится с пренебрежением к собственной сохранности. Примечательно, что некоторые образы формируют представление о том, что мигранты используются отдельными политическими силами как оружие в борьбе со своими оппонентами. Ср.:

Die Migranten dienen dabei dem gleichen Zweck wie Molotow-Cocktails, die man als "Antifaschist" in die Städte der verhassten bürgerlichen Ordnung wirft (Mosereien. 2020).

Фрейм «Feindseligkeiten» (Военные действия)

Можно было ожидать, что образы военных действий будут описывать отношения между местными жителями и беженцами. Однако в СМИ такие метафоры используются применительно к описанию политической борьбы между сторонниками ужесточения миграционной политики и сторонниками привлечения мигрантов как дешевой рабочей силы в условиях экономического и демографического кризиса. Ср.:

Die Attacke auf Merkel findet in gemütlichem Ambiente statt. An der Wand des Saales in der bayerischen Landesvertretung hängen ein Kreuz und ein Foto der Zugs Spitze, die JournalistInnen bekommen Weißwurst mit süßem Senf serviert. Und vorne sitzt CSU-Landesgruppenchef Alexander Dobrindt und feuert eine Salve nach der anderen in Richtung Kanzleramt (Taz.de. 12.6.2018).

В целом метафоры атаки используются гораздо реже метафор обороны. В СМИ ФРГ активно используются метафоры, связанные с понятием защиты от иноземных захватчиков. Обычно речь идет о «возведении стен» и об «уплотнении границ» при описании мер по обеспечению безопасности и восстановлению стабильности на границе. Активное использование указанных метафор свидетельствуют о восприятии миграции как внешней угрозы, преодоление которой связывается с надежностью государственных границ. Вместе с тем эти настроения не столько воспроизводятся в дискурсе, сколько подвергаются критике. О возведении укреплений или настоящей «защите» границ речи не идёт. Метафоры в основном используются политиками, чтобы показать, что ужесточение политики не планируется, хотя признается необходимость уделять больше внимания безопасности. Ср.:

Flüchtlingskrise: Wenn Deutschland seine Grenzen schließt (Spiegel. 20.01.2016).

Wir können die Grenzen nicht schließen (Der Spiegel. 2015. № 43).

Die Flucht vor den Problemen hinter nationale Grenzen (Süddeutsche Zeitung. 2015. № 284).

EU müsse mit zusätzlichen Mitteln ausgestattet werden, zur Sicherung der Küsten (Der Spiegel. 2015. № 44).

Посыл политиков заключается в том, что нет необходимости строить стены и укрепления, но нужно показать, что на границе будет неуютно. Ср.:

Wir müssen das Signal aussenden, dass es ungemütlich an der Grenze wird (Der Spiegel. 2015. № 44)

Метафора защиты подразумевает не защиту граждан ФРГ, а защиту европейских ценностей. Можно сказать, что существует метонимия «Европа — это ценности». Эти ценности многократно провозглашались: уважение к достоинству человека, равенство перед законом, равенство возможностей, недопустимость насилия по отношению к индивиду со стороны государства.

Интересно, что в период обострения противоречий в рядах партий-сестёр сама Меркель прибегла к метафоре «жизнь за забором». Меркель в течение своей политической карьеры избегала говорить о своей жизни в закрытой ГДР, и вот настал момент, когда она посчитала важным солидаризоваться с беженцами, показать, что она испытала нечто подобное и не желает, чтобы кто-то ощущал себя отгороженным от «свободного мира» стенами и крепостями. Ср.:

Ein paar Stunden zuvor hatte Merkel hinter verschlossenen Türen mit konservativen Abgeordneten im Straßburger Europaparlament gesprochen. Dort verteidigte sie nicht nur ihre Politik, sie begründete diese auch mit ihrer DDR-Biografie. Ich habe nun lange genug hinterm Zaun gelebt, man kann sich dort vielleicht ein paar Jahre aufhalten, sagte sie <...>. Selbst die schöne Mauer von der DDR ist gefallen. Und so wird auch Europa nicht in eine Festung verwandelt werden. Es wird einfach nicht klappen (Der Spiegel. 2015. № 42).

Zäune um Deutschland herumzuziehen wird nicht helfen (Der Fokus. 2015. № 43).

Angela Merkel will nicht Zäune bauen, sondern die Syrienkrise befrieden (Der Spiegel. 2015. № 42).

Таким образом, наблюдается смещение фокуса «обороны» с людей на идеологию. Большинство немецких политиков, которые выступают как основные действующие лица в текстах СМИ, видит свою миссию в том, чтобы убедить немцев в отсутствии угроз со стороны мигрантов. Председатель ХСС Хорст Зеehoфер требовал ввести «верхнюю границу» числа беженцев, которым допустим въезд в Германию, однако речь шла о мерах, и скорее это стоит воспринимать в контексте дискурса о том, как можно законодательно обеспечить комфортное совместное проживание

немцев и новопривывших из других стран, но не о том, чтобы водрузить шлагбаум. Ср.:

Grölen, pöbeln, abwehren, das gibt es auch, und zwar weltweit. Das ist nichts typisch Deutsches. Schauen Sie doch mal nach Ungarn, nach Frankreich, nach Österreich. Die steigende Ungleichheit hat Verlierer hinterlassen, die zunehmend auch integrationsfeindlich sind (Der Spiegel. 2015).

Метафоры войны регулярно встречаются в дискуссиях о миграции. Они выражают негативный эмоциональный тон, что привлекает внимание читателей и мотивирует к действию.

5. Заключение

Как показал анализ, метафорическое представление миграции в медиадискурсе ФРГ носит преимущественно негативный характер. Хотя СМИ ориентированы на сглаживание миграционных противоречий, недовольство местного населения по поводу миграционной политики Германии неизбежно отражается в метафорах медиадискурса. В ходе работы нами были выявлены две самые частотные сферы-источники, востребованные при осмыслении миграции в СМИ ФРГ – «Natur» и «Krieg».

При создании образа миграции немецкие СМИ преимущественно прибегают к метафорической модели «миграция = стихийное (природное) явление». На уровне текста она выражается посредством лексических единиц *Flüchtlingswelle* / волна беженцев, *Flüchtlingsstrom* / поток беженцев, *Flüchtlingsflut* / поток, прилив беженцев. У всех у них семантический множитель «*Wassermasse, die sich schnell ausbreitet*» («быстро распространяющиеся водные массы»). С одной стороны, вода символизирует чистоту и возрождение к жизни, с другой – выступает в форме разрушительной силы. Значение стихийного явления несёт в себе семантику разрушения, воздействие которого способно нарушить нормальные условия жизни населения, привести к уничтожению материальных ценностей и гибели людей. Метафоры данной группы характеризуют миграцию ФРГ как природную силу, которая несёт угрозу членам общества и государству.

В дискурсе оппозиционеров метафорическая модель «Война» концептуализирует миграцию как насильственный захват территории безликой массой беженцев, в связи с чем возникает потребность в защите Германии от «захватчиков». Германия представляется полем боя, где разворачиваются военные действия, направленные на сопротивление «армии вторжения». В этих метафорах отражается критика либеральной политики Германии в отношении беженцев, представляющих в глазах немцев угрозу безопасности, несмотря на в целом уравновешенный тон медиатекстов. Метафоры этой группы характеризуют миграцию как опасное и нежелательное явление, от которого стране необходимо защищаться, отражая массовое нашествие беженцев. Вместе с тем правящие элиты пытаются переконцептуализировать

эту картину мира, сдвигая фокус с жизни немцев на идеологию. Таким образом, формируется представление о том, что «защита» требуется не немецким гражданам, а европейским ценностям.

Таким образом, в немецком медиадискурсе доминируют метафоры с отрицательными коннотациями. Эти данные свидетельствуют о том, что несмотря на активно пропагандируемую в ФРГ политику мультикультурализма и толерантности, в общественном сознании доминируют крайне негативные образы миграции. Миграция преимущественно оценивается как стихийное бедствие или как ситуация военного противостояния.

Список литературы

Бачурин, В. Д. Театральная метафора в политическом дискурсе (на материале исследования миграционного кризиса в европейском союзе в британских и немецких СМИ) / В. Д. Бачурин, Д. В. Шапочкин. – Текст : непосредственный // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. – 2016. – Т. 2. – № 3. – С. 82–92.

Будаев, Э. В. Когнитивный метод: принцип двухуровневой структуры / Э. В. Будаев. – Текст : непосредственный // Когнитивные исследования языка. – 2020. – № 2 (41). – С. 169–174.

Будаев, Э. В. Метафора в политической коммуникации / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – Москва : Флинта, 2018. – 248 с. – Текст : непосредственный.

Веснина, Л. Е. Метафорическое моделирование миграции (по материалам российских печатных СМИ и данным ассоциативного эксперимента) : специальность 10.02.01 – русский язык : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Веснина Людмила Евгеньевна ; Уральский государственный педагогический университет. – Екатеринбург, 2010. – 250 с. – Текст : непосредственный.

Калыгина, М. Ю. Метафорическая репрезентация миграции в медиадискурсе России, Великобритании и США / М. Ю. Калыгина. – Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. – 2009. – № 3 (29). – С. 109–113.

Киреева, О. В. Метафорическое моделирование миграции в дискурсе российских и британских СМИ / О. В. Киреева. – Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. – 2019. – № 4 (76). – С. 31–38.

Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – Москва : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с. – Текст : непосредственный.

Новикова, В. П. Миграция: метафора «стихий» и «войны» или библейская история? / В. П. Новикова. – Текст : непосредственный // Когнитивные исследования языка. – 2016. – № 26. – С. 687–691.

Онал, И. О. Метафорическая репрезентация миграции в турецких СМИ / И. О. Онол. – Текст : непосредственный // Когнитивные исследования языка. – 2022. – № 4 (51). – С. 753–757.

Попова, Т. Г. Роль когнитивной функции метафоры в создании картины мира / Т. Г. Попова. – Текст : непосредственный // Иностранные языки в высшей школе. – 2011. – № 2 (17). – С. 34–36.

Собянина, В. А. Языковая репрезентация миграции в немецких СМИ / В. А. Собянина, И. В. Хохлова. – Москва : Московский городской педагогический университет, 2018. – 152 с.

Степанова, Н. В. Метафорическая репрезентация миграционного кризиса как природного явления водной стихии (на материале англоязычных медиатекстов). – Текст : непосредственный // Дискурс. – 2021. – Т. 7. – № 3. – С. 103–117.

Стрелкова, Д. В. Метафорический образ миграции в СМИ Франции / Д. В. Стрелкова. – Текст : непосредственный // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. – 2023. – № 1. – С. 79–93.

Хисматуллина, Л. Г. Метафорическая репрезентация миграции в британских, американских и российских СМИ / Л. Г. Хисматуллина, А. К. Гараева, И. Г. Ахметзянов // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2017. – № 2. – С. 170–176.

Чудинов, А. П. Дискурсивное направление в зарубежной медиалингвистике / А. П. Чудинов, Э. В. Будаев. – Текст : непосредственный // Известия Уральского государственного университета: Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2006. – № 45. – С. 167–175.

Anderson, B. L. Migration, Accommodation and Language Change. Language at the Intersection of Regional and Ethnic Identity / B. L. Anderson. – Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2008. – 196 p. – Текст : непосредственный.

Charteris-Black, J. Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor / J. Charteris-Black. – Basingstoke : Palgrave-MacMillan, 2014. – 318 p. – Текст : непосредственный.

Lakoff, G. *Metaphors We Live by* / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : University of Chicago Press, 1980. – 242 p. – Текст : непосредственный.

Polonskaya, O. Yu. Metaphorical modeling of migration: on the material of the U. S. mass media / O. Yu. Polonskaya. – Текст : непосредственный // Litera. – 2020. – № 3. – С. 48–54.

Taylor, Ch. Metaphors of migration over time / Ch. Taylor. – Текст : непосредственный // Discourse & Society. – 2021. – Vol. 32(1). – P. 1–19.

Thibodeau, P. H. Metaphors we think with: The role of metaphor in reasoning / P. H. Thibodeau, L. Boroditsky. – Текст : электронный // PLoS One. – 2011. – Vol. 6(2). – e16782. – URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0016782> (дата обращения: 17.01.2024).

Получена: 19.01.2024

Принята: 21.02.2024

METAPHORS OF WAR AND NATURE AS A MEANS OF CONCEPTUALIZATION OF MIGRATION IN THE GERMAN MEDIA

M. V. Nechkina

Russian State Vocational Pedagogical University
Ekaterinburg, Russia
madisson.ashley@bk.ru

Abstract. This article is devoted to the consideration of the metaphorical image of migration in German media texts. The study was conducted within the framework of a cognitive-discursive approach, which involves the analysis of the conceptual features of metaphors in an extralinguistic context. The material for this work was a corpus of 150 metaphorical contexts used in the German media (*der Spiegel, die Welt, die Süddeutsche Zeitung, der Stern, Focus, Mosereien, Taz.de, Frankfurter Allgemeine*). The chronological frame of the sample covers the period 2011–2019. During the research process, methods of discourse analysis, metaphorical modeling, classification, description, and sampling were used.

As the analysis revealed, in the German media, when creating an image of migration, metaphors from such source domain as “Natur” and “Krieg” are widely in demand. Although the media are focused on smoothing out migration contradictions, the local population’s dissatisfaction with Germany’s migration policy is inevitably reflected in the metaphors of media discourse. When creating an image of migration, the German media predominantly resort to the metaphorical model of migration as a natural phenomenon, mainly a water element. The meaning of a natural phenomenon carries the semantics of destruction of the habitat and disruption of normal living conditions of the population. The metaphors of this group characterize German migration as a natural force that poses a threat to members of society and the state. In the discourse of the opposition, the metaphorical model “War” conceptualizes migration as a violent seizure of territory by a faceless mass of refugees, which creates a need to protect Germany from the “invaders.” At the same time, the ruling elites are trying to reconceptualize this picture of the world, shifting the focus from the life of Germans to ideology. Thus, the idea is formed that “protection” is required not by German citizens, but by European values.

Thus, metaphors with negative connotations dominate in German media discourse. These data indicate that despite the policy of multiculturalism and tolerance actively promoted in Germany, negative images of migration dominate in the public consciousness. Migration is predominantly assessed as a natural disaster or as a situation of military confrontation.

Key words: migration; German media; metaphorical model; conceptual metaphor; nature metaphors; war metaphors.

References

- Anderson, B. L. (2008). *Migration, Accommodation and Language Change. Language at the Intersection of Regional and Ethnic Identity*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Bachurin, V. D., & Shapochkin, D. V. (2016). *Teatral'naja metafora v politicheskom diskurse (na materiale issledovaniya migracionnogo krizisa v*

evropejskom sojuze v britanskikh i nemeckikh SMI [Theatrical metaphor in political discourse (based on the study of the migration crisis in the European Union in the British and German media)]. *Bulletin of Tumen State University. Humanities studies*, 2(3), 82–92.

Budaev, E. V. (2020). Kognitivnyj metod: princip dvuhurovnevoj struktury [Cognitive method: the principle of a two-level structure]. *Cognitive studies of language*, 2(41), 169–174.

Budaev, E. V., & Chudinov, A. P. (2018). *Metafora v politicheskoj komunikacii* [Metaphor in political communication]. Moscow: Flinta.

Charteris-Black, J. (2014). *Analyzing Political Speeches: Rhetorical, Discourse and Metaphor*. Basingstoke: Palgrave-MacMillan.

Chudinov, A.P., & Budaev, E.V. (2006). Diskursivnoe napravlenie v zarubezhnoj medialingvistike [Discursive trend in foreign media linguistics]. *News of the Ural State University: Series 1: Problems of education, science and culture*, 45, 167–175.

Kalygina, M. Yu. (2009). Metaforicheskaja reprezentacija migracii v mediadiskurse Rossii, Velikobritanii i SShA [Metaphorical representation of migration in the media discourse of Russia, Great Britain and the USA]. *Political linguistics*, 3(29), 109–113.

Khismatullina, L.G., Garayeva, A.K., & Akhmetzyanov, I.G. (2017). Metaforicheskaja reprezentacija migracii v britanskikh, amerikanskikh i rossijskikh SMI [Metaphorical representation of migration in British, American and Russian media]. *Bulletin of the Chelyabinsk State Pedagogical University*, 2, 170–176.

Kireeva, O. V. (2019). Metaforicheskoe modelirovanie migracii v diskurse rossijskikh i britanskikh SMI [Metaphorical modeling of migration in the discourse of Russian and British media]. *Political linguistics*, 4(76), 31–38.

Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live by*. Chicago: Chicago University Press.

Lakoff, G., & Johnson, M. (2004). *Metaphors we live by*. Moscow: URSS.

Novikova, V. P. (2016). Migracija: metafora «stihii» i «vojny» ili biblejskaja istorija? [Migration: a metaphor for “the elements” and “war” or a biblical story?] *Cognitive studies of language*, 26, 687–691.

Onal, I. O. (2022). Metaforicheskaja reprezentacija migracii v tureckikh SMI [Metaphorical representation of migration in Turkish media]. *Cognitive studies of language*, 4 (51), 753–757.

Polonskaya, O. Yu. (2020). Metaphorical modeling of migration: on the material of the U. S. mass media. *Litera*, 3, 48–54.

Popova, T. G. (2011). Rol' kognitivnoj funkcii metafory v sozdanii kartiny mira [The role of the cognitive function of metaphor in the development of a world picture]. *Foreign languages in higher education*, 2 (17), 34–36.

Sobyanina, V. A., & Khokhlova, I. V. (2018). *Yazykovaya reprezentatsiya migratsii v nemetskikh SMI* [Language representation of migration in the German media]. Moscow: Moscow City Pedagogical University.

Stepanova, N.V. (2021). Metaforicheskaia reprezentacija migracionnogo krizisa kak prirodnoho javlenija vodnoj stihii (na materiale anglojazychnyh mediatekstov). [Metaphorical representation of the migration crisis as a natural phenomenon of the water element (based on English-language media texts)]. *Discourse*, 7(3), 103–117.

Strelkova, D. V. (2023). Metaforicheskij obraz migracii v SMI Francii [Metaphorical image of migration in the French media]. *Scientific notes of NTGSPI. Series: History and Philology*, 1, 79–93.

Taylor, Ch. (2021). Metaphors of migration over time. *Discourse & Society*, 32(1), 1–19.

Thibodeau, P. H. & Boroditsky, L. (2011). Metaphors we think with: The role of metaphor in reasoning. *PLoS One*, 6(2), e16782.

Vesnina, L. E. (2010). *Metaforicheskoe modelirovanie migratsii (po materialam rossiyskikh pechatnykh SMI i dannym assotsiativnogo eksperimenta)* [Metaphorical modeling of migration (based on materials from Russian print media and data from an associative experiment)]. [Candidate Dissertation, Ural State Pedagogical University].

Submitted: 19.01.2024

Accepted: 21.02.2024

Информация для авторов

Правила предоставления рукописей

Редакционная коллегия журнала приглашает к сотрудничеству специалистов в области истории и филологии.

К рассмотрению принимаются статьи, представляемые к публикации впервые, не опубликованные ранее и не находящиеся на рассмотрении в других изданиях. Статья должна содержать результаты выполненного авторами самостоятельно оригинального исследования, характеризующиеся отчетливой научной новизной, актуальностью, теоретической и практической значимостью.

Все статьи проходят проверку на плагиат.

Редакция принимает материалы объемом от 20 до 40 тыс. знаков с пробелами (1 авт. л.). Объем сообщений, рецензий и других подобных материалов — до 8 тыс. знаков. По согласованию с редакцией журнала объем текста может быть увеличен.

В редакцию высылаются:

1. Файл с текстом статьи (именуется «Фамилия_первые слова названия статьи»).

2. Файл «Фамилия_данные об авторе», в которой помещается следующая информация:

- Фамилия, имя, отчество автора полностью.
- Официальное наименование места работы, должность, учёная степень, учёное звание автора.
- Контактная информация (служебный адрес с почтовым индексом, номер телефона, электронная почта).
- Название статьи.

3. Подписанный текст согласия (сканированная копия) на опубликование в открытой печати текста статьи и индивидуальных сведений автора (авторов). **Образец бланка согласия представлен в Приложении 2.**

4. Для работ авторов, не имеющих ученой степени, требуется рекомендация научного руководителя или рекомендация кандидата/доктора наук по специальности статьи в виде сканированного текста с подписью и контактными данными. Файл именуется «Фамилия_Рекомендация».

Тексты высылаются в форматах .doc, .docx, .rtf. Электронные версии рисунков (в форматах .bmp, .png, .jpg, .tif) высылаются отдельными пронумерованными файлами (названия файлов: «рис. 1.», «рис. 2» и т.д.).

Адрес для отправки материалов по электронной почте: uzntgspi@yandex.ru

Статьи, оформленные с нарушением требований журнала, возвращаются авторам на доработку.

Требования к оформлению статей в журнале «Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология»

Параметры страницы: верхнее и нижнее поля — 2 см, левое и правое — 2,5 см. Шрифт Times New Roman, кегль 14. Интервал одинарный, абзацный отступ 1 см.

Ссылки оформляются согласно ГОСТ 7.05-2008 «Библиографическая ссылка». Например: [Иванов, 1999, с. 56], [Теория метафоры, 1990, с. 67], [Лаккофф, 2001; Чудинов, 2001].

В лингвистических статьях иллюстративный материал (слово, фразеологическая единица, словосочетание, предложение и т. п.) в тексте статьи выделяется курсивом. Толкование значения слова и семы заключается в одинарные кавычки ‘...’. Ссылка на источник приводимого иллюстративного материала дается после примера в круглых скобках (внутритекстовая ссылка): *Надзор за деятельностью банков должен быть в надежных руках* (Новая газета. 2007. № 7).

Источники оформляются в виде нумерованного списка литературы в алфавитном порядке. Библиографические записи в списке литературы оформляются согласно ГОСТ 7.80-2000 «Библиографическая запись. Заголовок», ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание».

Примеры оформления библиографических записей в списке литературы

Книги одного автора

Скляревская, Г. Н. Метафора в системе языка / Г. Н. Скляревская. – Санкт-Петербург : Наука, 1993. – 151 с. – Текст : непосредственный.

Книги двух авторов

Будаев, Э. В. Метафора в политической коммуникации / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – Москва : Наука : Флинта, 2008. – 248 с. – Текст : непосредственный.

Книги трех авторов

Антрушина, Г. Б. Лексикология английского языка / Г. Б. Антрушина, О. В. Афанасьева, Н. Н. Морозова : учебное пособие. – 2-е изд. – Москва : Дрофа, 2000. – 288 с. – Текст : непосредственный.

Книги четырех авторов

Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1996. – 245 с. – Текст : непосредственный.

Книги пяти и более авторов

Распределенные интеллектуальные информационные системы и среды / А. Н. Швецов, А. А. Сукощников, Д. В. Кочкин [и др.]. – Курск : Университетская книга, 2017. – 196 с. – Текст : непосредственный.

Книги под заглавием

Теория метафоры : сборник научных статей / Под ред. Н. Д. Арутюновой. – Москва : Прогресс, 1990. – 512 с. – Текст : непосредственный.

Диссертации

Кушнерук, С. Л. Когнитивно-дискурсивное миромоделирование в британской и российской коммерческой рекламе : специальность 10.02.19 «Теория языка» : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук / Кушнерук Светлана Леонидовна ; Уральский государственный педагогический университет. – Екатеринбург, 2016. – 567 с. – Текст : непосредственный.

Авторефераты диссертаций

Величковский, Б. Б. Функциональная организация рабочей памяти : специальность 19.00.01 «Общая психология, психология личности, история психологии» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора психологических наук / Величковский Борис Борисович ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. – Москва, 2017. – 44 с. – Текст : непосредственный.

Многотомное издание в целом

Голсуорси, Д. Сага о Форсайтах : в 2 томах. / Д. Голсуорси ; перевод с английского М. Лорне [и др.]. – Москва : Время, 2017. – Текст : непосредственный.

Статьи из журналов

Серио, П. От любви к языку до смерти языка / П. Серио. – Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. – 2009. – № 29. – С. 118–123.

Вепрева, И. Т. Перегрузка / И. Т. Вепрева, Н. А. Купина. – Текст : непосредственный // Русский язык за рубежом. – 2009. – № 3. – С. 119–122.

Влияние психологических свойств личности на графическое воспроизведение зрительной информации / С. К. Быструшкин, О. Я. Созонова, Н. Г. Петрова [и др.]. – Текст : непосредственный // Сибирский педагогический журнал. – 2017. – № 4. – С. 136–144.

Статьи из сборников, книг

Кибрик, А. А. Функционализм / А. А. Кибрик, В. А. Плунгян. – Текст : непосредственный // Фундаментальные направления современной американской лингвистики / Под ред. А. А. Кибрика, И. М. Кобозевой, И. А. Секериной. – Москва : Издательство МГУ, 1997. – С. 276–339.

Электронные ресурсы локального доступа

Основы системного анализа и управления : учебник / О. В. Афанасьева, А. А. Клавдиев, С. В. Колесниченко, Д. А. Первухин. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2017. – 1 CD-ROM. – Загл. с титул. экрана. – Текст : электронный.

Романова, Л. И. Английская грамматика : тестовый комплекс / Л. Романова. – Москва : Айрис : MagnaMedia, 2014. – 1 CD-ROM. – Загл. с титул. экрана. – Текст. Изображение. Устная речь : электронные.

Электронные ресурсы сетевого распространения

Яницкий, М. С. Ценностная детерминация инновационного поведения молодежи в контексте культурно-средовых различий / М. С. Яницкий. – Текст : электронный // Сибирский психологический журнал. – 2009. – № 34. – С. 26–37. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=13024552> (дата обращения: 29.05.2018).

В статье приводятся данные об авторах, аннотация (100–150 слов), ключевые слова и список литературы на английском языке, оформленный согласно требованиям APA Style. На сайте <http://translit.ru/> можно воспользоваться программой транслитерации русского текста в латиницу (последовательность действий: выбираем стандарт VGN, помещаем библиографические ссылки из русскоязычного списка в рабочее поле и нажимаем кнопку «в транслит», копируем получившийся текст). После транслитерации названия источника приводится его перевод на английский язык в квадратных скобках.

Примеры оформления библиографических записей в списке литературы на английском языке (APA Style)

Книги

Mitchell, J.A., Thomson, M., & Coyne, R.P. (2017). *A guide to citation*. London: Publisher.

Jones, A.F. & Wang, L. (2011). *Spectacular creatures: The Amazon rainforest* (2nd ed.). San Jose: Publisher.

Williams, S.T. (Ed.). (2015). *Referencing: A guide to citation rules*. New York: Publisher.

Глава в книге

Troy, B.N. (2015). APA citation rules. In S.T. Williams (Ed.), *A guide to citation rules* (pp. 50–95). New York: Publishers.

Статьи в журналах

Mitchell, J.A. (2017). Citation: Why is it so important. *Journal*, 67(2), 81–95.

Диссертация

Kabir, J. M. (2016). *Factors influencing customer satisfaction at a fast food hamburger chain* [Doctoral dissertation, Wilmington University].

Электронный текст

Mitchell, J.A., Thomson, M., & Coyne, R.P. (2017). *A guide to citation*. Retrieved from <https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager>

Mitchell, J.A. (2017). Citation: Why is it so important. *Journal*, 67(2), 81-95. Retrieved from <https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager>

Образец оформления статьи

УДК 811.111'42

ЛИТЕРАТУРНЫЕ ПЕРСОНАЖИ КАК СФЕРА-ИСТОЧНИК ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ИМЕН В СМИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

А. Б. Иванов

Уральский государственный педагогический университет
Екатеринбург, Россия
ivanov@gmail.com

П. Н. Петров

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал)
Российского государственного профессионально-педагогического университета
Нижний Тагил, Россия
petrov@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются прецедентные имена из сферы-источника «Литература» в СМИ Великобритании (The Guardian, The Times, The Daily Mail, The Daily Telegraph, The Independent) за последние десять лет (2010—2019). Для изучения данных прецедентных имен применялись когнитивно-дискурсивный анализ и приемы лингвокультурологического описания. Сделан вывод о том, что сфера-источник «Литературные персонажи» является наиболее востребованным источником прецедентности в СМИ Великобритании (26 % от общего корпуса примеров, составляющего 400 прецедентных имен). Выявлено, что британские журналисты регулярно обращаются в своих текстах к именам героев из классических произведений английской литературы. Вместе с тем показано, что ведущее место по частотности актуализации и продуктивности занимают прецедентные имена, ставшие популярными в последние десятилетия, что в первую очередь относится к героям романов Дж. Роулинг о Гарри Поттере. Таким образом, анализ показал, что функционирование прецедентных имен зависит не только от когнитивных и культурных, но и от дискурсивных факторов.

Ключевые слова: прецедентное имя; прецедентные феномены; интертекстуальность; СМИ Великобритании; дискурс СМИ; литературные персонажи.

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 01-234-56789.

1. Введение

Отличительной чертой современной массовой коммуникации является активное использование прецедентных имен (далее — ПИ) [Богоявленская, 2015; Будаев, 2019; Гудков, 2020; Зырянова, 2016; Нахимова, 2011]. Согласно определению В. В. Красных, ПИ — «индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом (например, Печорин, Теркин), или с прецедентной ситуацией (например, Иван Сусанин, Стаханов). Это своего рода сложный знак, при употреблении которого в коммуникации осуществляется

апелляция не к собственно денотату (в другой терминологии — референту), а к набору дифференциальных признаков данного ПИ» [Красных, 2002, с. 172].

2. Материал и методика исследования

В качестве материала для настоящего исследования послужили ...

В настоящей работе используется методика исследования ПИ, объединяемых сферой-источником «Литературные персонажи».

3. Анализ

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

Таблица 1 – Название таблицы

U	A (%)	B (%)
X	8	14,6
Y	92	85,4
Всего:	100	100

Текст. Текст.

4. Заключение

Итак, наши наблюдения показывают, что сфера-источник «Литературные персонажи» является наиболее востребованным ресурсом прецедентности в СМИ Великобритании (26 % от общего корпуса примеров ПИ). Особенность функционирования ПИ из данной сферы-источника заключается в том, что...

Список литературы

Богданович, Г. Ю. Библейские мотивы как источник формирования медийного образа Крыма / Г. Ю. Богданович, Е. А. Нахимова, Н. А. Сегал. – Текст : непосредственный // Язык и культура. – 2019. – № 47. – С. 8–20.

Гудков, Д. Б. Люди и звери. Русские прецедентные имена и зоонимы в национальном мифе. Лингвокультурологический словарь / Д. Б. Гудков. – Москва : Ленанд, 2020. – 200 с. – Текст : непосредственный.

Budaev, E. V. Transformations of precedent text: Metaphors We Live by in academic discourse / E. V. Budaev, A. P. Chudinov. – Текст : непосредственный // Voprosy Kognitivnoy Lingvistiki. – 2017. – Vol. 1. – P. 60– 67.

Kennedy, V. Intended tropes and unintended metatropes in reporting on the war in Kosovo / V. Kennedy. – Текст : непосредственный // Metaphor and Symbol. – 2000. – Vol. 15. – № 4. – P. 252– 265.

LITERARY CHARACTERS AS A SOURCE DOMAIN OF PRECEDENT NAMES IN THE UK MEDIA

A. B. Ivanov

Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute (branch)
of the Russian State Vocational Pedagogical University
Nizhny Tagil, Russia
ivanov@gmail.com

P. N. Petrov

Ural State Pedagogical University
Yekaterinburg, Russia
petrov@gmail.com

Abstract. The article deals with precedent names from the source domain “Literature” in the UK media (The Guardian, The Times, The Daily Mail, The Daily Telegraph, The Independent) over the past ten years (2010–2019). The methods of cognitive-discourse analysis and cultural description of language were used to study the precedent names. It is concluded that the source domain “Literary characters” is the most demanded source of precedent names in the British media (26 % of the total body of examples, which is 400 precedent names). It was revealed that British journalists regularly refer to the names of characters from the classical works of English literature in their texts. At the same time, it is shown that the leading place in terms of frequency of actualization and productivity is occupied by precedent names that have become popular in recent decades and which primarily refer to the characters of J. Rowling’s Harry Potter novels. Thus, the analysis showed that the functioning of precedent names depends not only on cognitive and cultural, but also on discursive factors.

Key words: precedent name; precedent phenomena; intertextuality; UK media; media discourse; literary characters.

Acknowledgments: The reported study was funded by RFBR according to the research project № 01-234-56789

References

- Bogdanovich, G. Yu., Nakhimova, E. A., & Segal N. A. (2019). Bibleyskiye motivy kak istochnik formirovaniya mediynogo obraza Kryma [Biblical motives as the source of the creation of media image of the Crimea]. *Yazyk i kultura*, 47, 8–20.
- Budaev, E. V., & Chudinov, A. P. (2017). Transformations of precedent text: Metaphors We Live by in academic discourse. *Voprosy Kognitivnoy Lingvistik*, 1, 60–67.
- Gudkov, D. B. (2003). *Teoriya i praktika mezhkulturnoy kommunikatsii* [Theory and Practice of Intercultural Communication]. Moscow: Gnozis.

Kennedy, V. (2000). Intended tropes and unintended metatropes in reporting on the war in Kosovo. *Metaphor and Symbol*, 15, 252–265.

Бланк согласия на обработку персональных данных

СОГЛАСИЕ
на обработку персональных данных

Я,

нижеподписавшийся

фамилия, имя, отчество

проживающий

по

адресу

индекс, область, район, населенный пункт, улица, дом, корпус

документ,
ность

удостоверяющий

лич-

название, серия, номер

кем и когда выдан

в соответствии с требованиями статьи 9 Федерального закона «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ, подтверждаю свое согласие на обработку Нижнетагильским государственным социально-педагогическим институтом (филиалом) ФГАОУ ВО «Российский государственный профессионально-педагогический университет» (далее – НТГСПИ) моих персональных данных, включающих:

- фамилия, имя, отчество;
- дата рождения;
- образование;
- профессия;
- место работы;
- данные паспорта;
- место фактического жительства и домашний телефон;
- адрес электронной почты.

Я не возражаю против включения в общедоступные источники следующих моих персональных данных:

- фамилия, имя, отчество;
- образование, специальность;
- место работы;
- адрес электронной почты.

В период действия соглашения я предоставляю работникам НТГСПИ право осуществлять любое действие (операцию) или совокупность действий (операций), с использованием средств автоматизации или без использования таких средств с персональными данными, включая сбор, запись, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), извлечение, использование, передачу (распространение, предоставление, доступ).

Я оставляю за собой право отозвать свое согласие посредством составления соответственного письменного документа, который может быть направлен мной в НТГСПИ по почте заказным письмом с уведомлением о вручении.

Я осознаю, что в случае отзыва согласия на обработку персональных данных работниками НТГСПИ вправе продолжить обработку персональных данных без моего согласия при наличии оснований, указанных в пунктах 2-11 части 1 статьи 6, части 2 статьи 10 и части 2 статьи 11 настоящего Федерального закона «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ.

Настоящим заявлением я подтверждаю достоверность предоставленных мной сведений.

Настоящее согласие дано мной «__» _____ 20__ г.

Подпись субъекта персональных данных _____