

---

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ  
(УНИВЕРСИТЕТ) МИНИСТЕРСТВА ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

---



**ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ**  
**В МГИМО**  
ЖУРНАЛ  
№ 4 (12) 2017

Издательство  
«МГИМО-Университет»  
2017

### Редакционная коллегия:

**Главный редактор, Председатель редакционной коллегии** – Иовенко Валерий Алексеевич,  
д-р филол. наук, проф. (Россия, Москва, МГИМО);

**Зам. главного редактора – отв. секретарь** – Ивушкина Татьяна Александровна,  
д-р филол. наук, проф. (Россия, Москва, МГИМО);

**Зам. главного редактора** – Евтеев Сергей Валентинович,  
канд. филол. наук, доцент (Россия, Москва, МГИМО);

Smirnova Ludmila – PhD, prof. (Mount Saint Mary College, New York, USA);

Блинова Ольга Александровна – канд. филол. наук (Россия, Москва, МГИМО);

Гладкова Елена Львовна – канд. филол. наук, доцент (Россия, Москва, МГИМО);

Голубкова Екатерина Евгеньевна – д-р филол. наук, проф. (Россия, Москва, МГЛУ);

Лосева Наталья Владимировна – канд. филол. наук, доцент (Россия, Москва, МГИМО);

Позднякова Елена Михайловна – д-р филол. наук, проф. (Россия, Москва, МГИМО);

Пономаренко Евгения Витальевна – д-р филол. наук, проф. (Россия, Москва, МГИМО);

Чеснокова Ольга Станиславовна – д-р филол. наук, проф. (Россия, Москва, РУДН);

Штанов Андрей Владимирович – канд. филол. наук, доцент (Россия, Москва, МГИМО);

Шубина Эльвира Леонидовна – д-р филол. наук, проф. (Россия, Москва, МГИМО);

Ястребова Елена Борисовна – канд. пед. наук, доцент (Россия, Москва, МГИМО).

**Филологические науки в МГИМО: Журнал.** № 4 (12) 2017 / Гл. ред. В.А. Иовенко. – М.: МГИМО-Университет, 2017. – 127 с.

В журнале публикуются статьи российских и зарубежных ученых, педагогов, аспирантов и магистрантов. Выходит ежеквартально.

Рубрики: лингвистика и межкультурная коммуникация; переводоведение; инновационные методики и компетентностный подход в преподавании иностранных языков; литературоведение и лингвокультурология.

В журнал принимаются статьи на 10 языках: русском, английском, немецком, французском, испанском, итальянском, китайском, японском, арабском, хинди.

Журнал включен в Перечень ВАК (с 6 июня 2017 г.), EBSCO, Российский индекс научного цитирования – РИНЦ. Индексируется международной реферативной базой Ulrich's Periodicals.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) ПИ № ФС 77-66596 от 21 июля 2016 г.

ISSN 2410-2423

© Московский государственный институт  
международных отношений (университет)  
МИД России, 2017

© Коллектив авторов, 2017

## ОГЛАВЛЕНИЕ

### ЛИНГВИСТИКА И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

|   |    |
|---|----|
| <b>Дружинин А.С., Карамалак О.А.</b><br>Язык в био-социо-культурной концепции: лексический и грамматический «уровни» .....  | 5  |
| <b>Иванова М.А.</b><br>Экономический тезаурус современного арабского языка: генеалогия и некоторые особенности функционирования. ....                                   | 15 |
| <b>Ларионова М.В., Царёва Н.И.</b><br>Новые политические партии Испании: новаторские игры имяобразования .....  | 21 |
| <b>Левковская Н.А.</b><br>Декларативные и манипулятивные способы воздействия на адресата через оппозицию «свой-чужой» в политическом тексте .....                       | 30 |
| <b>Леденёва С.Н.</b><br>О дискурсивных свойствах рекламных текстов. ....  | 36 |
| <b>Орел Е.В.</b><br>Явление геосинонимии в современном итальянском языке. ....  | 43 |
| <b>Пономаренко Е.В.</b><br>Прагматическое воздействие как базовая функция английского делового дискурса .....   | 55 |
| <b>Саванкова Е.В., Глушак В.М.</b><br>Конструирование языковой картины мира с помощью парных фразеологизмов в древневерхненемецкий и средневерхненемецкий периоды. .... | 63 |
| <b>Храмченко Д.С.</b><br>Ирония и юмор как дискурсивные механизмы прагматического воздействия (на материале англоязычных деловых публикаций СМИ) .....                  | 70 |

### ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ

|   |     |
|---|-----|
| <b>Володина А.В.</b><br>Полковник Уильям Кларк Фолкнер: на пути к консолидации Севера и Юга .....                               | 76  |
| <b>Гусева И.В.</b><br>Elementos no verbales de la comunicación intercultural .....  | 86  |
| <b>Камалова С.Д.</b><br>Имагологический образ палестинца в палестино-израильском конфликте. ....                                | 92  |
| <b>Караваева Е.М.</b><br>Постмодернистские нарративные техники в романе Иэна Макьюэна «Искупление» .....                        | 101 |
| <b>Клоков В.Т.</b><br>Отзыв на монографию Е.Ф. Овчаренко «У истоков печати Квебека (1534-1806) .....                            | 106 |
| <b>Наумова Е.Е.</b><br>Легенда об Агасфере и особенности интерпретации образа в немецкоязычной литературе XVIII-XIX веков ..... | 109 |
| <b>Ханбалаева С.Н., Веденяпина Э.А.</b><br>Русский мир (особенности реализма) в повести А.С. Пушкина «Дубровский» .....         | 120 |

## CONTENTS

### LINGUISTICS AND INTERCULTURAL COMMUNICATION

|   |    |
|---|----|
| <b>A.S. Druzhinin, O.A. Karamalak</b><br>LANGUAGE IN BIO-SOCIO-CULTURAL CONCEPTION: LEXICAL AND GRAMMAR “LEVELS”.....   | 5  |
| <b>M.A. Ivanova</b><br>THE ECONOMIC THESAURUS OF MODERN ARABIC: GENEALOGY AND SOME SPECIFICS OF<br>FUNCTIONING .....  | 15 |
| <b>M. Larionova, N. Tsareva</b><br>NEW POLITICAL PARTIES OF SPAIN: INNOVATIVE GAMES OF NAMING.....  | 21 |
| <b>N.A. Levkovskaya</b><br>DECLARATIVE AND MANIPULATIVE MEANS OF INFLUENCING THE ADDRESSEE THROUGH<br>THE OPPOSITION “WE-THEY” IN THE POLITICAL TEXT.....                         | 30 |
| <b>S.N. Ledeneva</b><br>DISCURSIVE FEATURES OF ADVERTISEMENTS.....  | 36 |
| <b>E.V. Orel</b><br>GEOSYNONYMS IN CONTEMPORARY ITALIAN .....   | 43 |
| <b>E.V. Ponomarenko</b><br>PRAGMATIC IMPACT AS BASIC FUNCTION OF BUSINESS ENGLISH DISCOURSE.....  | 55 |
| <b>E.V. Savankova, V.M. Glushak</b><br>CONSTRUCTION OF THE LINGUISTIC PICTURE OF THE WORLD THROUGH PAIRED<br>PHRASEOLOGICAL UNITS IN THE OLD HIGH AND THE MIDDLE HIGH GERMAN..... | 63 |
| <b>D.S. Khramchenko</b><br>IRONY AND HUMOUR AS DISCURSIVE MECHANISMS OF PRAGMATIC IMPACT<br>(BASED ON BUSINESS ARTICLES IN MASS-MEDIA).....                                       | 70 |

### LITERATURE AND LINGUOCULTUROLOGY

|   |     |
|---|-----|
| <b>A.V. Volodina</b><br>COLONEL WILLIAM CLARK FALKNER: ON THE WAY TO THE CONSOLIDATION<br>OF THE NORTH AND THE SOUTH.....                         | 76  |
| <b>I.V. Guseva</b><br>NON-VERBAL LANGUAGE IN THE INTERCULTURAL COMMUNICATION .....  | 86  |
| <b>S.D. Kamalova</b><br>THE IMAGE OF PALESTINIANS IN THE ISRAELI-PALESTINIAN CONFLICT .....   | 92  |
| <b>E.M. Karavaeva</b><br>NARRATIVE TECHNIQUES OF POSTMODERNISM IN IAN MCEWAN’S ATONEMENT.....   | 101 |
| <b>V.T. Klovov</b><br>OPINION IN THE MONOGRAPH OF E.F. OVCHARENKO «THE ORIGINS OF PRINTING<br>OF QUÉBEC (1534 – 1806)».....                       | 106 |
| <b>E.E. Naumova</b><br>LEGEND OF THE WANDERING JEW AND ITS INTERPRETATION IN THE GERMAN-LANGUAGE<br>LITERATURE OF THE XVIII - XIX CENTURIES ..... | 109 |
| <b>S.N. Khanbalaeva, E.A. Vedenjapina</b><br>THE RUSSIAN WORLD (PECULIARITIES OF REALISM) IN A.S. PUSHKIN’S STORY «DUBROVSKY».....                | 120 |

---

# ЯЗЫК В БИО-СОЦИО-КУЛЬТУРНОЙ КОНЦЕПЦИИ: ЛЕКСИЧЕСКИЙ И ГРАММАТИЧЕСКИЙ «УРОВНИ»

А.С. Дружинин, О.А. Карамалак

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,  
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76.

Национальный исследовательский университет «Высшая Школа Экономики»,  
115184, Россия, Москва, Большая Ордынка 47/7, с. 2

---

*Вопрос о том, как «порождаются» слова и словосочетания на уровне речи и каков их семиотический статус как лексико-грамматических единиц языка, волнует не одно поколение лингвистов. В данной статье предлагается взглянуть на эту проблему с позиции био-социокультурного подхода к языку как области когнитивных (биологических и социальных) взаимодействий человека с окружающей средой. Предполагается, что изучение лексической составляющей языка должно различаться в зависимости от того, рассматриваются ли слова в устном взаимодействии (речь первого порядка) или в текстовом формате (язык второго порядка). Значение слова ни субъективно (принадлежит только читателю), ни объективно (содержится только в тексте); оно выводится воспринимающим сознанием каждый раз на основе взаимодействия с графическим знаком, являющимся аффордансом для генерирования определённого контекстуального смысла (здесь и сейчас). Относительно грамматического уровня утверждается, что умение порождать синтаксические конструкции является биологической способностью человеческого организма актуализировать потенциальные когнитивные ресурсы – запас необходимых знаний, накопленный в результате рекурсивных (и рекуррентных) сопряжений с языковой средой и обеспечивающий ощущение уверенности в успешном выполнении адаптивных действий в каждой новой ситуации изменения этой среды.*

**Ключевые слова:** био-социо-культурный подход; воплощённая когниция; оязыченный организм; значение; знание-как-действие; аффордансы; слово; синтаксические конструкции; когнитивные ресурсы.

## Концепция биокогнитивного и био-социо-культурного подхода к языку

**Б**ио-социо-культурный подход в языкознании исходит из биологической теории познания, предложенной У. Матураной (1978), и социо-культурной теории Л. Выготского (1934). Интеграция биологического и социального объясняется тем, что язык, имея биологическую основу, предполагает социальное поведение человека как самоорганизующейся живой системы, встроенной (in-formed) в динамику взаимодействий с внешней физической и социо-культурной средой ([10, 21, 22]) и являющейся «записью» своего предыдущего развития

[7, с. 259]. Это достигается за счёт когниции, т.е. особого строения *нейронных сетей, рас-  
пределённых по всему организму человека и обеспечивающих работу высшей нервной деятельности в бесконечном множестве структурных взаимодействий «человек-среда» посредством определённых когнитивных/познавательных механизмов, т.е. буквального «запоминания» сенсомоторных реакций организма на повторяющиеся (рекуррентные) и усложняющиеся (рекурсивные) внешние стимулы, в результате чего выстраивается то или иное поведенческое различие – знание.* Под структурным взаимодействием (сопряжением) с внешней средой понимается любое изменение такой среды, влекущее

за собой структурное изменение (изменение в поведении) самой живой системы, адаптирующейся к ней и стремящейся сохранить свою биологическую устойчивость (организацию). «Запоминание» таких изменений, или сохранение во времени специфических состояний активности нервной системы [8, с. 194] обусловлено установлением причинно-следственных связей между внешними стимулами, своеобразной мысленной фиксацией стимулов и отношений между ними, т.е. буквально «пониманием, что к чему». В самом естественном смысле эти каузальные связи, устанавливаемые организмом в ходе его адаптивного «встраивания» (in-formation) в тот или иной элемент динамики внешней среды, можно назвать *значением*, играющим определяющую роль во всей его социокультурной и биологической жизни [26], поскольку оно позволяет человеку адекватно ориентироваться в пространстве хаотичных внешних сигналов и символов путём «сортировки» их на знаки и не-знаки. В качестве «положительного» результата вырабатывается знание, которое служит функциональной основой жизни человеческого организма и регулирует все его адаптивные механизмы.

Не стоит сужать понимание этого явления до рамок хранящейся в памяти инструкции или правила, а также до размытого определения когнитивной структуры, которая отражает или репрезентирует реальность. В сущности, любое поведение, включая катание на велосипеде и решение математической задачи, в различных контекстах опирается на когнитивный регулятор. В первом случае речь идёт о так называемом динамическом автоматизме (то, что в педагогическом дискурсе может называться навыком), выработанном организмом в результате неоднократных сопряжений с физическими изменениями среды, во втором – уже о мыслительном алгоритме математических операций, «достигнутом» в результате интеллектуальных взаимодействий. Во всех этих ситуациях неизменной остаётся когнитивная опора в виде поведенческого разграничения – результата встраивания (in-formation) организма в собственную нишу, – т.е. *знания как эффективного поведения* [10] двигательного или интеллектуального характера, что достигается за счёт распределённых по телу нейронных сетей и, тем самым, «воплощённой когниции» (embodied cognition).

К важному свойству нервной системы человеческого организма, обеспечивающей осуществление и прогрессирующее преобразование ак-

туального поведения в формы нового порядка, стоит отнести способность к потенциальному поведению, необходимо сопутствующему актуальному в каждом акте познавательной деятельности ([10, 20]). С открытием Н. П. Бехтеревой гибких звеньев мозга – особых мозговых систем, которые наряду с жёсткими звеньями регулируют нейронную активность адаптивного характера [3], – стало возможным говорить о «пластичности» поведенческих реакций, своеобразной «готовности» организма сохранять надёжное адаптивное состояние в условиях постоянных изменений внешних факторов. Когнитивная система человека может «действовать» настолько вариативно в рамках одной и той же задачи, насколько это обеспечивает устойчивость самой системы. Простыми словами, катание на велосипеде как совокупность двигательных реакций на внешние стимулы физической среды с каждым последующим разом своего совершения никогда не повторяется и не может быть в точности идентичным: маршрут, который выбирает велосипедист, погодные условия, состояние дороги, психологические ощущения и переживания всегда отличны друг от друга в определённой степени, однако внутренние ресурсы организма позволяют ему каждый раз «срабатывать» эффективно, несмотря на данные помехи. Именно эта особенность открывает возможности к физическому и интеллектуальному развитию, когда происходит усложнение требуемых решения задач до определённого уровня *потенциальных ресурсов организма*.

Особым достижением когнитивной деятельности человеческого организма является язык. Сложность этого феномена заключается прежде всего в том, что язык, по сути, представляет собой когнитивное различие уже проведённых организмом когнитивных различий. Это значит, что выделение того или иного признака внешней среды (т.е. сущности) совпадает с самим актом его лингвистического описания, поскольку сущность становится сущностью только тогда, когда мы можем её описать, т.е. установить такие точки референции, относительно которых эта сущность может выделяться как таковая (см. [10]). Иными словами, язык служит новым форматом поведенческих разграничений организма (областью референций, лингвистическим полем), внутри которых организм создаёт ещё одни поведенческие разграничения (т.е. «действует в языке»), при этом вторые не могут существовать без первых, а первые теряют смысл

без существования вторых. Таким образом, сущности и их описания возникают лишь как особые *референциальные состояния нервной системы* организма (репрезентации), с которыми она взаимодействует, как если бы эти состояния были независимыми сущностями, с которыми можно «обращаться» подобно объектам внешнего мира [10].

**Лексический уровень языка,  
или что представляют слова и их значения в  
письменной и устной модальности**

В современной биокогнитивной парадигме лексический уровень языка не изучается отдельно от синтаксического или прагматического уровней согласно «трёхмерному пространству языка» [13]. Семантика больше не абсолютизируется как главный аспект языкознания, а изучается в релятивной зависимости от синтактики, прагматики, экстралингвистических факторов и других смежных наук. Так, например, Р. Джэкендофф говорит о тесной связи семантики с другими науками, описывающими когнитивные способности человека, прежде всего, психологией [17]. Очевидно, что при восприятии речи человек использует те же механизмы, что и при восприятии чего-либо в целом. Следовательно, возникает интерес к пограничным областям лингвистики: гештальт-психологии (фигурафон), нейролингвистике и др. Изучаются механизмы концептуализации и категоризации знаний, а также операции, ведущие к абстрактному мышлению (метафоризация, метонимия, сканирование, создание имидж-схем и др.), непосредственно связанному с экспериенциальным опытом тела человека. Лингвисты XXI века всё больше говорят о воплощённости знаний в теле и их распределённости в социальной и культурной среде. Об этом свидетельствует, например, недавно прошедшая в Москве (10-12 сентября 2017) десятая международная конференция, посвященная вопросам воплощённости и ситуативности процессов языковой обработки («The 10<sup>th</sup> Annual Embodied and Situated Language Processing»).

Размышляя о том, что представляют слова с позиции биокогнитивизма, необходимо рассмотреть деление на речь первого порядка (*first-order languaging*) и язык второго порядка (*second-order language*) [25]. Речь первого порядка основывается на языке в действии, включая интерактивность человеческих тел во взаимодействии. Язык

второго порядка подразумевает систему языка, которая включает культурную динамику целого населения, взаимодействующего на данном языке в более длительном культурно-историческом плане.

Деление на язык и речь было впервые предложено Ф. Де Соссюром [12], однако главное отличие от Соссюровского структурализма заключается в том, что в современном подходе подчёркивается взаимодействие, сотрудничество и корреляция общающихся, благодаря которым расширяются их возможности интерпретации и генерации информации и знаний, а не существование абстрактной языковой системы, которую мы применяем в процессе общения. Диалогически скоординированная речь создаётся, воспринимается и осознаётся как самим агентом (говорящим), так и наблюдателем. Наблюдатель рассматривается как перцептивно-когнитивный субъект, человек в когнитивно-дискурсивной коммуникативной деятельности, заключающейся в ориентирующем взаимодействии участников коммуникации [5]. В широком смысле под наблюдателем можно понимать любое воспринимающее сознание (читателя, автора, интерпретатора) – одним словом, человека.

Акцент смещён на динамику поведенческих событий в реальном времени (здесь-и-сейчас). В интересубъективном пространстве языкового взаимодействия происходит распределённость когнитивных (в том числе языковых) и аффективных процессов через мозг, тела, аспекты социального, культурного и физического мира. Языковое значение имеет интересубъективную природу, оно возникает в универсуме дискурса как часть материального мира, в котором протекают другие виды человеческой деятельности [24; 9].

В диахроническом аспекте язык появился и первоначально существовал исключительно в устном виде. Речь рассматривается в данной статье как естественная биологическая способность социальной адаптации в языковой среде, обладающая ориентирующей функцией. Вступая в вербальную (устную) коммуникацию с другими, человек преследует цель оказать на собеседника ориентирующее воздействие таким образом, чтобы оно, в лучшем случае, способствовало повышению эффективности его адаптивных взаимодействий со средой. Значение слова играет часто меньшую роль, чем экстралингвистические динамики (интонация, жесты, мимика, и т.д.), понимание самой схемы ситуации. Так, напри-

мер, коммуникация может пройти успешно даже между не владеющими одним языком людьми, если схема или процедура ситуации им знакома, и используется язык тела. В устном общении важно создание «консенсуальной области взаимодействия» [10]. Понятие «консенсуальная область взаимодействий» синонимично понятию «кооперативная область взаимодействий». Языковую деятельность (languaging) У. Матурана сравнивает с танцем, которому свойственны не иерархия и управление и не конкуренция, а взаимная подгонка действий, сотрудничество. «Человеческие существа являются биологически любящими (сотрудничающими) существами, а язык – это наш биологический способ жизни» [10, с. 2].

С появлением письменности человечество вступило в новую эпоху текстовой среды. Письменный язык – это артефакт, являющийся неотъемлемой частью нашей жизни. Однако, письменный и устный языки – это две различные сущности. По словам П. Линелла, языкознание как наука прежде всего направлено на изучение графического слова или слов. Тем самым он обвиняет лингвистов в письменноязыковой предвзятости. Линелл полагает, что письменный текст или слово – это результат или продукт активности автора [18; 19]. Письменный текст воспринимается как объект и обладает свойствами постоянства и статичности. Текст состоит из отдельных символов или слов, которые пространственно и структурно организованы согласно нормам и правилам. Текст атемпорален, то есть к нему можно возвращаться несколько раз. Письменный текст в отличие от устной речи не обладает контекстом «здесь и сейчас». Среда письма сама по себе монологична, в том смысле, что автор или писатель взаимодействует со своим «Я». Более того, научение или усвоение письма и чтения существенно отличаются от усвоения говорения. Усвоение письменного языка происходит за счёт эксплицитных объяснений, правил. Талантливые писатели учатся годами, оттачивая мастерство письма. Усвоение письменного языка можно отнести к социализации второго порядка, где школа и другие культурные институты играют значимую роль.

Разная когнитивная природа естественного и письменного языка как семиотических феноменов неоднократно подчёркивалась А.В. Кравченко [8]. Текст и разговор – явления хотя и взаимосвязанные, но различающиеся по своей онтологии [9], в разговоре понимание зависит

от огромного количества индексальных знаков, присутствующих в коммуникативной ситуации и являющихся по большей мере невербальными (тембр, ритм, паузы, телодвижения др.). В то время как речь телесно воплощена, и присущая ей динамика контролируется и анализируется в режиме реального времени, письменный язык бестелесен относительно человека как деятеля. А.С. Мельничук говорит, что абстрактная система языка как результат научной обработки реального языка не может рассматриваться на одном уровне с конкретным языком как речевой деятельностью [11, с. 5 – 6]. Следовательно, методология изучения речи в действии должна существенным образом отличаться от изучения письменных текстов.

Так или иначе, само слово не несёт в себе лексического значения, последнее генерируется слушателем или читающим индивидом в процессе взаимодействия со средой. «Значения не являются предметами, «закреплёнными» за материальными формами, передаваемыми по коду, индивидуальный опыт «жизни в языке» (languaging) коммуниканта является единственным источником всех актуальных значений. При этом значения выводятся (inferred) либо на основе соотношений с системными формами актуальных слов («эксплицитные»), либо с опорой на комбинации слов, не характеризующихся такими отношениями, благодаря знаниям правил комбинаторики слов и картины мира («имплицитные»)» [2, с. 5].

Написанное или произнесённое слово является триггером или *аффордансом* для порождения значения. Термин «аффорданс» введён американским психологом Дж. Гибсоном (англ. affordance от afford – иметь или предоставлять возможность). В экологической теории восприятия Дж. Гибсона аффорданс – это возможности для возникновения определённого поведения организма в среде; предпосылки, имеющие определённое значение для организма, которые проявляются во взаимодействии организма и среды [16, с. 127]. Важно отметить, что аффордансы не являются ни частью среды, ни свойством человеческого организма. Аффордансы нельзя отнести ни к объективной, ни к субъективной действительности, они значимы, актуальны на стыке этих двух измерений или во взаимодействии организма со средой. Необходимо выйти за рамки дихотомии «субъективное-объективное». Следовательно, в самом слове нет аффордансов в отрыве от наблюдателя, аффордансы суще-

ствуют лишь во взаимодействии наблюдателя со словом: «Аффорданс возникает на стыке взаимодействия среды и наблюдателя» [16, с. 129: перевод – наш К., Д.].

В слове нет значения, так как значение создаётся при непосредственном взаимодействии человека с текстом, который является средой письменного слова или контекстом и невербальными составляющими взаимодействия при устном общении. Неправильно полагать, что если форма языковой единицы представлена, то компетентный носитель языка может «считать», «декодировать» и т.д. содержание так же, как он декодирует любую информацию, содержащуюся в объективном мире. На самом деле в мире нет «pre-existing» информации, «ждущей своего высвобождения» [23], и поэтому всё знание (информацию) каждый человек создаёт для себя сам. Значение одной и той же лингвоформы может быть адаптировано наблюдателем к тому или иному контексту по-разному, что влияет на понимание общего смысла всей ситуации. Воспринимающее сознание актуализирует содержание знака, а не пассивно получает его в готовом виде.

#### **Грамматический уровень языка, или что такое словосочетания и синтаксические конструкции**

Человеческий организм как оязыченная личность (language person) выделяет сущность не в изолированном виде, а всегда в совокупности взаимосвязей и отношений, которые «принадлежат» этой сущности. Это следует из того, что организм вступает в постоянные сопряжения со своей окружающей средой, которую сам создаёт для себя посредством разграничения в ней множества признаков. Выделяя тот или иной признак в качестве сущности, организм всячески с ней взаимодействует, в результате чего сущность «образует» область разнообразных взаимодействий и отношений, поэтому «описать сущность значит перечислить актуальные и потенциальные взаимодействия и отношения этой сущности» [10, с. 2]. Необходимость описания этой потенциальной реляционной области обуславливает адекватное функционирование потенциального поведения, что с биологической точки зрения подчиняется условной формуле «знание – эффективное действие». Иными словами, знание как «натренированность тела превращать потенциальные состояния в актуальные»

(цитата по [1, с. 492]) обеспечивает реализацию того самого языкового действия, которое соответствует перечислению всех потенциальных взаимодействий и отношений сущности, что на уровне речи как реального процесса соответствует грамматическому развёртыванию высказывания (incrementation) – описанию этой сущности.

В действительности, грамматические категории составляют *запас потенциальных когнитивных ресурсов, «хранящихся» в памяти организма как результат успешных (значимых) взаимодействий в лингвистическом поле, и которые могут быть актуализованы только в реальном процессе языковых сопряжений и в той степени, насколько это требует контекст внешней среды.* Знание того, какие потенциальные языковые действия можно совершить с отдельно взятой лексемой (предстоящей сознанию как самостоятельная сущность, но на деле являющейся «зафиксированным во времени» референциальным состоянием организма), составляют когнитивные возможности организма осуществлять такие действия, т.е. реальный «on-line» процесс «создания слов из небытия» [1, с. 495] во множестве их комбинаторных и трансформационных модификаций. Данный процесс всегда пластичен и требует от мозговой системы определённых ресурсов, гарантирующих гибкость, вариативность и интуитивность поведенческих реакций. И такие ресурсы у организма есть (гибкие звенья мозга), ведь без них было бы невозможно представить часто случающиеся ситуации, когда человек в начале своего предложения буквально не знает (или знает не полностью), как он его закончит.

Человек не мыслит синтаксическими конструкциями, поскольку говорить о них имеет смысл только тогда, когда в них есть «готовые» слова. Синтаксические конструкции – это результат процесса речетворчества, а точнее актуализации имеющихся когнитивных ресурсов, позволяющих говорящему сочетать и согласовывать знакомые слова таким образом, чтобы быть понятым, т.е. совершить эффективное действие в своей языковой области сопряжений. Такие грамматические ресурсы, как и лексические, «накапливаются» только в результате подобных совершаемых эффективных действий, однако в отличие от знания слов, знание грамматики само по себе – это знание-как-действие [15], или *когнитивная привычка*, что, как и в любой поведенческой привычке, предполагает склонность

к экстраполированию поведенческих актов и соответствующему грамматическому «достраиванию» [4]. Последнее означает, что, например, при освоении языка человек склонен «действовать» с новым языковым материалом, используя аналогию: например, если все известные носители русского языка глаголы на *-ировать* в форме 3-его лица ед.ч. оканчиваются на *-ирует*, то неизвестное слово типа «генотипировать» человек употребит в этой же модификации – «генотипирует». Именно эта способность к самостоятельному конструированию грамматики языка оказывается ключевой в процессе освоения детьми родного языка. Как показывают исследования, для полной «достройки языковой системы» исходных данных может или должно быть мало – человек способен создавать неограниченное количество новых сообщений на основе небольшого исходного опыта, т.е. он буквально «ухитряется овладеть полной грамматикой языка, слыша наряду с правильными много нечётко произнесённых слов, неполных предложений и т.д.» [4, с. 205].

Новое понимание сущности грамматики языка предполагает новый подход к её описанию, а именно не только в научных, но и в учебных целях. Что значит описать грамматику? Вероятно, это то же самое, что описать реальный жизненный процесс, сложный в многообразии своих проявлений и настолько непредсказуемый, насколько непредсказуемы могут быть факторы внешней среды и реакций на них человека. В таком процессе всегда можно выделить определённые закономерности и представить их в виде моделей, которые можно назвать правилами или инструкциями. Однако этот подход всегда условен, ведь трудно согласиться с тем, что за пределами языковой области сопряжений, например, в ситуациях простых двигательных действий – ходьбы – уместно говорить о правилах или моделях движений, которыми человек «должен» руководствоваться в том или ином случае, при той или иной внешней или внутренней переменной (погодные условия, опоздание, недомогание). Разумеется, человек не вспоминает правила и не полагается на модели походки, когда неспешно или торопливо направляется в какое-то место. Единственное, что им «движет» – это *ощущение уверенности* в том, что именно с такой скоростью, в таком темпе, в таком стиле координации своих движений он сможет адекватно адаптироваться к конкретной ситуации и успешно в ней сориентироваться. Немногим от

этого отличаются и жизненные процессы в языковой области сопряжений (*languageing*), в частности, необходимо признать, что *грамматика и есть ощущение уверенности в своих языковых действиях*, языковое чутьё (*language stance*) [14], и «поскольку это ощущение глубоко укоренено в сознаниях компетентных носителей языка, оно делает излишним применение в рамках конкретного коммуникативного акта какого-либо свода правил сборки языковых средств в соответствии с абстрактными правилами языка» [1, с. 494].

О правилах и правильности в контексте грамматики стоит говорить лишь в русле эффективности или неэффективности совершаемых действий, причём в социо-культурном, а не биологическом смысле. Письменный язык как культурный артефакт существенно отличается от устного языка и является достижением человеческой культуры, где, как и в любой другой форме культурной деятельности, сложились традиции и стандарты, сохранение которых и есть смысл самой культуры (подробнее об этом см. [8]). Таким образом, развитие письменности и литературного языка неразрывно связано с особым «этикетом» принятого культурного языкового (а точнее, грамматического) поведения, несоблюдение которого вызовет неодобрение со стороны социума. Именно такое условное социо-культурное неодобрение обуславливает неэффективность действий в лингвистическом поле и стремление оязыченной личности адекватно встраиваться в свою социо-культурную нишу, следуя нормам письменности в тех ситуациях сопряжений с ней, когда это необходимо. Простыми словами, если вернуться к примеру с походкой, мы вряд ли можем себе позволить прогуливаться по театру во время антракта босиком, даже если это намного удобнее, чем в обуви, поскольку это культурно неприемлемо в окружающем социуме в данном контексте. Тем не менее, это не отменяет (физическую) возможность такого стиля прогулки с нашей стороны – мы можем это сделать, например, в пустом театре в компании друзей-работников этого театра, которые нас пригласили на «экскурсию». Исходя из этого, было бы не совсем уместным говорить о невозможности или неправильности прогулки по театру босиком вообще, так же как не совсем «честно» со стороны лингвистов было бы формулировать свод правил – прескрипций, диктующих носителю языка или его изучающему грамматическое поведение, просто потому, что количество таких универсальных правил неиз-

бежно стремится к такому же количеству внезапных единичных исключений из них, по мере того как контекст внешней социо-культурной и биологической среды безгранично меняется, вызывая в организме как адаптивной системе всегда неодинаковые состояния координационной неустойчивости, восстановить которую можно только за счёт всегда нового, заново выстраиваемого в режиме «on-line» эффективного поведения.

### Заключение

В качестве заключения стоит ещё раз обратиться к важным положениям био-социокультурного подхода к сущности языка в своём лексическом и грамматическом «проявлении». Грамматика (как и лексика) не отражает реальный мир и не репрезентирует знание о нём. Это и есть знания (*как форма жизни и адаптивный механизм выживания*), приобретённые в достаточно «сжатой» форме по итогам взаимодействий в лингвистическом поле, однако по мере усложнения данных взаимодействий эти знания реализуются каждый раз в бесконечном множестве вариаций благодаря определённым нейрофизиологическим свойствам человека как «когнитивного накопителя» потенциальных ресурсов.

Таким образом, слова и словосочетания по сути виртуальны до тех пор, пока не происходит семиотический процесс их генерирования и интерпретации, в ходе которых они могут быть формально расчленены на отдельные единицы, структуры и конструкции в зависимости от языкового уровня. Виртуальность, тем самым, – свойство сознания, где язык распределён системно, в виде неразделимого, синкретического знания о способах адаптивного поведения, на-

копленного «опытным путём». Актуальность, присущая конкретным грамматическим и семантическим свойствам слов и словосочетаний, принадлежит речи как реальному процессу «онлайн» поведения – адаптации к окружающей среде, динамика которой «подсказывает» нужный контекст, т.е. снабжает аффордансами оязыченный организм. При этом слова в тексте и слова в речи представляют собой разные сущности, поскольку текстовое слово служит аффордансом для генерирования смысла. Читающий адаптирует и выводит смысл на основе контекста ситуации и общего понимания значения слова. В устном взаимодействии важны интерактивные динамики (экстралингвистические факторы), так как говорящий и слушающий создают консенсуальную область взаимодействия, тем самым ориентируя друг друга в коммуникативной среде. Способность человека как оязыченного организма с распределённой когницией сохранять внутреннюю устойчивость при нестабильности внешних факторов обеспечивает, с одной стороны, адекватную структурную вариативность (актуальность) и, с другой стороны – системность (потенциальность) всех его референциальных состояний. Это проявляется в успешном протекании семиотических процессов порождения и интерпретации слов и их сочетаний в грамматических моделях или конструкциях, где иницирующим фактором является не опора на «правила» или словарные дефиниции, а интуитивное ощущение правильности своих языковых действий как общебиологических адаптивных механизмов. При этом, данное ощущение достигается за счёт опыта установленных каузальных отношений (значений) в лингвистическом поле и выработанных на их основе привычек рекурсивных взаимодействий с ними и всегда новой коммуникативной средой.

### Список литературы

1. Архипов И. К. Взаимодействие речевого поведения и системы языка: как возникает язык на уровне речи // Когнитивные исследования языка, 2012. № 12. С. 489-500.
2. Архипов И. К. ИмPLICITные и эксплицитные значения, или парадокс обыденного сознания // Studia Linguistica (Санкт-Петербург), 2013. № XXII. С. 5 –10.
3. Бехтерева Н. П. О мозге человека. Размышления о главном. СПб.: Нотабене, 1994. 244 с.
4. Бурлак С. А. Происхождение языка: факты, исследования, гипотезы. М.: Астрель, Corpus, 2011. 464 с.
5. Верхотурова Т. Л. Фактор наблюдателя в языке науки (монография). Иркутск: Иркутский государственный лингвистический университет, 2008. 290 с.
6. Выготский Л. С. Мышление и речь. М.: Лабиринт, 1934. 318 с.
7. Капра Ф. Паутина жизни. Новое научное понимание живых систем. Пер. с англ. под ред. В. Г. Трилиса. К.: «София»; М.: ИД «София», 2003. 336 с.

8. Кравченко А. В. От языкового мифа к биологической реальности: переосмысляя познавательные установки языкознания. М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2013. 388 с.
9. Кравченко А. В. Когнитивный горизонт языкознания. Иркутск: Издательство БГУЭП, 2008. 320 с.
10. Матурана У., Варела Ф. Дерево познания. Перевод с англ. Ю. А. Данилова. М.: Прогресс-Традиция, 2001. 224 с.
11. Мельничук А. С. Методологические поиски в современных подходах к исследованию языка // Методологические основы новых направлений в мировом языкознании. Киев, 1992. С. 3 – 15.
12. Соссюр Ф. де. Труды по языкознанию / Пер. с франц. яз. под ред. А. А. Холодовича; Ред. М. А. Оборина; Предисл. проф. Н. С. Чемоданова. М.: Прогресс, 1977. 696 с.
13. Степанов Ю.С. В трехмерном пространстве языка: семиотические проблемы лингвистики, философии, искусства. М.: Наука, 1985. 335 с.
14. Cowley S. J. Taking a language stance // *Ecological Psychology*, 2011. Vol. 23. ISS 3. P. 5-25.
15. Frisina W. G. *The Unity of Knowledge and Action: Toward a nonrepresentational theory of knowledge*. NY: SUNY Press, 2002. 280 pp.
16. Gibson J. *The Ecological Approach to Visual Perception*. Boston: Houghton-Mifflin, 1979. 332 p.
17. Jakendoff R. *Semantics and cognition*. MIT Press, 1983. 283 p.
18. Linell P. *Dialogical Language, Dialogical Minds, Dialogical Brains* // *Language Sciences*. Cambridge: Elsevier, 2007. № 27. P. 605–620.
19. Linell P. *On the Nature of Language: Formal Written Language-Biased Linguistics vs. Dialogical Language Sciences / Cognitive Dynamics in Linguistic Interactions* ed. by A. V. Kravchenko. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2012. P. 107-124.
20. Love N. *Cognition and the Language Myth* // *Language Sciences*. – Cambridge, UK: Elsevier, 2004. № 26. P. 525-544.
21. Maturana H. R. *Biology of language: The epistemology of reality* // *Psychology and Biology of Language and Thought: Essays in Honor of Eric Lenneberg* by Miller, George A. and Elizabeth Lenneberg (eds.). New York: Academic Press, 1978. P. 27-63.
22. Maturana H. R. *Reality: The search for objectivity or the quest for a compelling argument* // *The Irish Journal of Psychology*. Dublin, 1988. Vol. 9 (1). – P. 25-82.
23. Reeke G.N., Edelman G.M. *Real brains and artificial intelligence* // *Daedalus*, 1988. No. 117. P. 143–174.
24. Sinha C. *Grounding, mapping, and acts of meaning*. In Th. Janssen and G. Redeker (eds.). *Cognitive Linguistics: Foundations, scope, and methodology*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1999. P. 223 – 255.
25. Thibault Paul J. *First-Order Linguaging Dynamics and Second-Order Language: The Distributed Language View* // *Ecological Psychology*, 2011. 23:3. P. 210-245.
26. Zlatev J. *Meaning = Life (+ Culture): An outline of a unified biocultural theory of meaning* // *Evolution of Communication*, 2003. No 4 (2). P. 1–37.

**Сведения об авторах:**

**Дружинин Андрей Сергеевич** – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры английского языка № 1 МГИМО. Email: andrey.druzhinin.89@mail.ru.

**Карамалак Ольга Алексеевна** – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков департамента иностранных языков Национального исследовательского университета «Высшая Школа Экономики». Сфера научных и профессиональных интересов: когнитивная лингвистика, семантика, лексические прототипы, многозначность. E-mail: okaramalak@hse.ru.

## LANGUAGE IN BIO-SOCIO-CULTURAL CONCEPTION: LEXICAL AND GRAMMAR “LEVELS”

**Andrey S. Druzhinin, Olga A. Karamalak**

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76 Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia  
National Research University Higher School of Economics,  
2 Building, 47/7 Bolshaya Ordinka, Moscow, Russian Federation, 115184.

**The Abstract:** *It has been an object of ongoing linguistic research to investigate the mechanisms of 'generating' words and word combinations in real speech, and define their semantic status as lexico-grammatical units of language-as-a-system. The article encourages the reader to look at the outlined problem from the bio-socio-cultural perspective on language as a domain of cognitive (biological and social) interactions between an individual and his/her environment. The authors claim that the study of the lexical*

*part of language should be different depending on whether words are analyzed in speech interactions (first-order languaging) or in text (second-order language). The meaning of a word is neither subjective (belongs to the reader only) nor objective (as part of the text only); it emerges every time anew from interactions of a perceiver with the perceived graphical sign which is an affordance for generating a particular hic et nunc contextual meaning. As for the grammatical part, it is asserted that the 'generation' of syntactical constructions is a biological ability of a human organism to renew and activate potential cognitive resources ('storage' of all the knowledge) which result from recursive (and recurrent) contingency with the language environment and which enable the organism to feel confident of the success and effectiveness of adaptive acts in every new situation of the environment dynamics.*

**Key Words:** *bio-socio-cultural approach; embodied cognition; languaging organism; meaning; knowledge-action; affordances; a word; syntactical constructions; cognitive resources.*

## References

1. Arkhipov I. K. Vzaimodeistviye rechevogo povedeniya i sistemy yazyk: kak vznikayet yazyk na urovne rechi [On the interaction of communicative behavior and language stance: how language emerges from languaging] // Kognitivnyie issledovaniya yazyka [Cognitive studies into language], ISS 12, 2012, pp. 489-500.
2. Arhipov I. K. Implicitnyie i jeksplisitnyie znachenija, ili paradoks obydenного soznaniya [Explicit and implicit meanings, a paradox as viewed by folk usage of a language] // Studia Linguistica. № XXII, 2013, pp. 5-10.
3. Bekhtereva N. P. O mozge cheloveka. Razmyshleniya o glavnom [On the human brain. Reflections on the essentials]. Saint-Petersburg, Notabene. 1994, 244 p.
4. Burlak S. A. Proishozhdenie jazyka: fakty, issledovaniya, gipotezy [Origin of language: facts, research, hypotheses]. Moscow, Astrel, Corpus. 2011, 464 p.
5. Verhoturova T. L. Faktor nabljudatelja v jazyke nauki [Factor of the observer in the language of science]. Irkutsk, Irkutskij gosudarstvennyj lingvisticheskij universitet [Irkutsk State Pedagogical University]. 2008, 290 p.
6. Vygotskij L. S. Myshlenie i rech' [Thinking and speech]. Moscow, Labirint. 1934, 318 p.
7. Kapra F. Pautina zhizni. Novoe nauchnoe ponimanie zhivyh sistem. Per. s angl. pod red. V. G. Trilisa [The web of life]. Kaliningrad, «Sofija»; Moscow, ID «Sofija». 2003. 336 p.
8. Kravchenko A. V. Ot jazykovogo mifa k biologicheskoj real'nosti: pereosmysljaja poznavatel'nye ustanovki jazykoznanija [From the language myth to biological reality: reconsidering the epistemic guidelines of linguistics]. Moscow, Rukopisnye pamjatniki Drevnej Rusi [Manuscripts of Ancient Rus]. 2003. 388 p.
9. Kravchenko A. V. Kognitivnyj gorizont jazykoznanija [Cognitive horizons of linguistics]. Irkutsk, Izdatel'stvo BGUJeP. 2008. 320 pp.
10. Maturana U., Varela F. Drevo poznaniya. Perevod s ang. Ju.A.Danilova [Tree of cognition. Transl. by Ju. Danilova]. Moscow, Progress-Tradicija. 2001. 224 p.
11. Mel'nichuk A. S. Metodologicheskie poiski v sovremennyh podhodah k issledovaniju jazyka [Methodological search in modern approaches to researching language] // Metodologicheskie osnovy novyh napravlenij v mirovom jazykoznanii [Methodological foundations of new trends in modern linguistics]. Kiev. 1992. P. 3 – 15.
12. Saussure F. de. Trudy po jazykoznaniju [Writings in General Linguistics] / Per. s franc. jaz. pod red. A. A. Holodovicha; Red. M. A. Oborina; Predisl. prof. N. S. Chemodanova [Trans.; by M. A. Oborina; Preface written by prof. N. S. Chemodanova]. Moscow, Progress. 1977. 696 p.
13. Stepanov Ju.S. V trehmernom prostranstve jazyka: semioticheskie problemy lingvistiki, filosofii, iskusstva [In a three-dimensional space of language: semiotic issues of linguistics, philosophy and art]. Moscow, Nauka. 1985. 335 p.
14. Cowley S.J. Taking a language stance // Ecological Psychology. Vol. 23. ISS 3. 2011. pp. 5-25.
15. Frisina W. G. The Unity of Knowledge and Action: Toward a nonrepresentational theory of knowledge. NY, SUNY Press. 2002. 280 p.
16. Gibson J. The Ecological Approach to Visual Perception. Boston, Houghton-Mifflin. 1979. 332 p.
17. Jakendoff R. Semantics and cognition. Cambridge, Massachusetts, London, MIT Press. 1983. 283 p.
18. Linell P. Dialogical Language, Dialogical Minds, Dialogical Brains // Language Sciences. Cambridge, Elsevier. № 27. 2007. P. 605–620.
19. Linell P. On the Nature of Language: Formal Written Language-Biased Linguistics vs. Dialogical Language Sciences / Cognitive Dynamics in Linguistic Interactions ed. by A. V. Kravchenko. Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars Publishing, 2012. P. 107-124.
20. Love N. Cognition and the Language Myth // Language Sciences. Cambridge, Elsevier. № 26. 2004. P. 525-544.
21. Maturana H. R. Biology of language: The epistemology of reality // Psychology and Biology of Language and Thought: Essays in Honor of Eric Lenneberg by Miller, George A. and Elizabeth Lenneberg (eds.). New York, Academic Press. 1978. P. 27-63.
22. Maturana H. R. Reality: The search for objectivity or the quest for a compelling argument // The Irish Journal of Psychology. Vol. 9 (1). 1988. P. 25-82.
23. Reeke G.N., Edelman G.M. Real brains and artificial intelligence // Daedalus. No. 117. 1988. P. 143–174.
24. Sinha C. Grounding, mapping, and acts of meaning. In Th. Janssen and G. Redeker (eds.). Cognitive Linguistics: Foundations, scope, and methodology. Berlin, New York, Mouton de Gruyter, 1999. P. 223 – 255.

25. Thibault Paul J. First-Order Language Dynamics and Second-Order Language: The Distributed Language View // Ecological Psychology. 23:3. 2011. P. 210-245.
26. Zlatev J. Meaning = Life (+ Culture): An outline of a unified biocultural theory of meaning // Evolution of Communication. No 4 (2). 2003. pp. 1–37.

***About the authors:***

**Andrey Druzhinin** – PhD in Linguistics, Senior Lecturer at English language Department № 1, MGIMO. Spheres of research: cognitive linguistics, biology of cognition, cognitive grammar. E-mail: andrey.druzhinin.89@mail.ru.

**Olga Karamalak** – PhD in Linguistics, Associate professor of Foreign Languages Department at National Research University Higher School of Economics. Spheres of research and professional interest: cognitive linguistics, semantics, lexical prototypes, polysemy. E-mail: okaramalak@hse.ru.

\* \* \*

---

# ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ТЕЗАУРУС СОВРЕМЕННОГО АРАБСКОГО ЯЗЫКА: ГЕНЕАЛОГИЯ И НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

М.А. Иванова

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,  
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

---

*Цель работы – выявить некоторые особенности процессов формирования экономического тезауруса литературного арабского языка, а также характер и глубину понятийного и терминологического реагирования языкового пространства арабского мира на изменения, происходящие в глобальной экономике. Отмечается, что арабский экономический тезаурус в силу особенностей формирования лексического состава арабского языка демонстрирует прочные семантические связи и отличается чёткой привязкой к корневым гнёздам, по принципу которых традиционно формируется большинство арабских словарей. Выявляются наиболее характерные закономерности в системе формирования экономического лексикона в рамках целого этноса, рассматриваются случаи употребления готовых эквивалентов или способ подбора словообразовательной модели для нового термина или понятия. В ходе исследования определено место иноязычных терминов и сделан вывод об их постепенном вытеснении семантическими заимствованиями в ходе языковой корреляции. Рассматриваются способы достижения смысловой однородности в процессе освоения новой терминологии, отмечается чёткое преобладание семантических заимствований в системе новых номинаций. Делаются выводы о том, что современный арабский экономический тезаурус формируется в подавляющем большинстве случаев в соответствии с генеалогией корневых гнёзд в основном в процессе отбора и освоения семантических заимствований. Процесс формирования происходит в строгом соответствии с правилами арабского словообразования, что позволяет пополнять корневой словарь арабского языка без образования новых гнёзд или путём образования вторичных корней. Это, в свою очередь, даёт возможность быстрой семантизации при переводе с арабского языка и ускоряет поиск эквивалентов.*

**Ключевые слова:** *литературный арабский язык, экономический тезаурус, семантические поля, дериваты, отыменное и отглагольное словообразование, вторичные языковые структуры.*

**Т**езаурус (от древнегреческого «thesauros») – сокровищница, запас. Тезаурус как специальная терминология включает в себя явления, понятия и номинации, являясь семантическим аспектом слова как употребляемого (возникающего) в данной речевой ситуации или контексте [1, с. 270]. Тезаурус даёт возможность выявить суть понятия в его соотношении с прочими понятиями, явлениями и процессами, номинированными в связи с конкретным

аспектом. В современной лингвистике тезаурус относится к специальной области знаний или сферы деятельности, обеспечивая адекватную лексическую коммуникацию в рамках одной дисциплины.

Специфика процессов формирования тезауруса арабского языка носит наиболее очевидный характер в области экономики, поскольку экономика – это та сфера человеческой деятельности, где происходят сегодня наиболее быстрые

изменения. И чем стремительнее экономический рост, который имеет место в той или иной стране или регионе, тем быстрее это языковое пространство реагирует на происходящие изменения в понятийном и терминологическом плане. Активность осмысления изменяющейся экономической действительности в рамках профессиональной группы, экспертного сообщества и, в конечном счёте, в масштабах целого социума применительно к огромному ареалу распространения современного арабского языка ведёт к формированию новых семантических полей.

Обширность ареала распространения арабского языка приводит к тому, что процессы, связанные с достижением смысловой однородности и освоением новых терминов, соответствующих новым понятиям, проходят неодинаково и занимают порой достаточно продолжительное время из-за того, что они связаны с преобразованиями, происходящими в сознании более чем одного социума более чем в одной стране. Арабский экономический тезаурус в силу особенностей формирования лексического состава арабского языка демонстрирует прочные семантические связи и отличается чёткой привязкой к корневым гнёздам, по принципу которых традиционно формируется большинство арабских словарей. Это относится как к толковым словарям, так и к арабо-иноязычным.

Вышесказанное вовсе не означает, что общеупотребительные понятия, давно вошедшие в обиход, могут обозначаться в арабском языке лишь с помощью нового осмысления уже существующих номинаций. Напротив, в системе обозначения мер и весов, например, наряду с новыми, заимствованными понятиями продолжают использоваться исконно семитские архаизмы. Например: «أشبار - شبر» (шибр – мера длины, равная 22,5 см); «ات - كيلة» (кейля – египетская мера сыпучих тел). Однако, в отличие от прочих исконных единиц словарного состава, они не образуют дериватов, и такие слова постепенно вытесняются заимствованными словами.

Тезаурусный подход даёт возможность проследить текущие тенденции формирования понятийного аппарата, связанного с развитием экономики как одной из наиболее динамичных сфер человеческой жизни. Применительно к этой области развития арабского языка речь может идти не только о прагматике как системе изучения единиц языка в их отношении к тем лицам, которые ими пользуются, но и о закономерностях в системе формирования экономиче-

ского лексикона в рамках целого этноса. В арабском языке подобные процессы освоения новой лексики связаны, как и в любом другом языке, с особенностями речевого поведения. Они возникают под воздействием разнообразных факторов. Такие факторы обусловлены прагматикой, экстралингвистическими императивами, наконец, своеобразной ментальностью носителей арабского языка как одного из древнейших языков мира, в котором семантика слова, морфологические модели и существующие способы словообразования позволяют либо найти готовый эквивалент, либо подобрать соответствующую словообразовательную модель для того или иного термина или нового понятия.

Рассмотрим некоторые когнитивные аспекты терминологического своеобразия и общеупотребительной лексики в современном арабском языке. Здесь следует отметить справедливости ради, что в целом арабский экономический тезаурус включает в себя не только новые термины, поскольку в нём функционирует большое количество уже имеющихся исконных лексем. Заимствованные же термины являются относительно немногочисленными и преимущественно относятся к сфере общеупотребительной лексики. Например: «بيولوجي» (biyuludzhiy – «биологический»); «التكنولوجيا الخضراء» (tiknuludzhiya hadra – «зелёные технологии»); «الاوزون» (al-uzun – «озоновый слой»); «الهايپر ماركت» (hipermarkt – «гипермаркет»); «الميكروباص» (mikrubas – «микроавтобус»).

В этом сегменте терминологического тезауруса широкое распространение получили композиты (сложные слова). В их состав входит от двух неаффиксальных морфем, т.е. морфем, не употребляющихся в качестве аффиксов и естественно выступающих в качестве основы слова [1, с. 430]. Например: كيلو غرام' كيلومتر' كيلوات. Являясь прямыми заимствованиями, эти лексемы образуют присущие арабской грамматике словоформы, например, формы правильного множественного числа (كيلو مترات' كيلو غرامات), однако, в отличие от исконных лексем, они не могут образовывать дериваты, т.е. новые словоформы, путём морфонологического изменения основы за счёт внутренней флексии, как это происходит чаще всего в арабском языке.

От этих заимствованных словоформ, относящихся к общеупотребительной лексике, образуются акомпированные слова, т.е. усечённые, которые функционируют параллельно с полной сложной основой как самостоятельные слова. Например: كيلو (в значении один килограмм).

Наиболее обширную группу лексем, функционирующих в современном арабском экономическом дискурсе, составляют семантические заимствования. В состав этого значительного лексического пласта входят как прочно освоенные термины, например: «إحصائيات» (статистика), так и языковые соответствия, возникшие относительно недавно. Среди них встречаются дериваты как отглагольного, так и отыменного происхождения. Например: «إشتركية» (социализм) от глагола 8 породы «إشترك» (участвовать, делать что-либо совместно, объединять); «رقم قياسي» (индекс) – семантическое заимствование, представляющее собой словосочетание из определения «قياسي» (сравнительный, относительный) и существительного «رقم» (номер, цифра). Среди них также встречаются композиты. Например: в слове «капитал», присутствующем во всех европейских языках, включая русский, основа представлена латинским заимствованием «capitalis» (главный). В арабском же языке для обозначения этого понятия издавна функционирует сло-

во «رأسمال», состоящее из двух исконно арабских слов: «رأس» (голова) и «مال» (деньги). В процессе функционирования подобные семантические заимствования становятся самостоятельными основами и образуют дериваты: «رأسمالية» (капитализм), «رسمّل» (глагол: капитализировать), «رأسمة» (капитализация) и т.д.

Составные термины отыменного происхождения могут включать в себя несколько слов, в том числе существительное, прилагательное и масдар (отглагольное имя). Например: слово «центрифуга» (от лат. «centrum» – центр + «fuga» – бегство) трансформировалось в семантическое заимствование «جهاز الطرد المركزي» (где «جهاز» означает «аппарат»; «طرد» означает «удаление» и «مركزي» означает «центральный»). Слово «прогноз» (от греческого – «prognosis») в значении «предсказание экономического развития» в арабском варианте – «دراسات مستقبلية» («исследования, касающиеся будущего»); термин «капитализация» утвердился как «تشكيل رأس المال» («формирование капитала»); «клиринговый

#### Дериваты отглагольного происхождения

| исходная форма | перевод                   | термин  | перевод       |
|----------------|---------------------------|---------|---------------|
| إشترك          | совместно участвовать     | إشتركية | социализм     |
| تشتت           | рассеиваться, расходиться | تشتت    | дезинтеграция |
| تضخم           | разбухать                 | تضخم    | инфляция      |
| سوق            | отправлять на рынок       | تسويق   | маркетинг     |
| إستثمر         | использовать              | إستثمار | инвестиция    |

#### Термины отыменного происхождения

| исходная форма    | перевод                                  | термин            | перевод                      |
|-------------------|--|-------------------|------------------------------|
| مَعْرِفِي، عامل   | относящийся к области познания; работник | عامل معرفي        | программист                  |
| عصر معرفة         | эпоха, знание                            | عصر المعرفة       | век информатизации           |
| شركة عملاقة       | гигантская компания                      | شركة عملاقة       | корпорация                   |
| سهم (اسهم)        | доля                                     | سهم (اسهم)        | акция                        |
| موقع              | место, позиция                           | موقع              | сайт                         |
| اقتصاد كلي        | экономика, полный                        | الاقتصاد الكلي    | макроэкономика               |
| اقتصاد جزئي       | экономика, частичный                     | الاقتصاد الجزئي   | микроэкономика               |
| ماركة عالمية      | мировая марка                            | ماركة عالمية      | бренд                        |
| مشروع نووي متكامل | ядерный проект, достигший полноты        | مشروع نووي متكامل | ядерный проект полного цикла |
| حضانة المشروعات   | инкубация проектов                       | حضانة المشروعات   | бизнес-инкубатор             |
| جهاز المحاسبات    | аппарат подсчётов                        | جهاز المحاسبات    | аудит                        |

фонд» соответствует термину «صندوق المقاصة» («фонд возмещения») и т.д. В ходе освоения в экономическом дискурсе общеупотребительные слова претерпевают лексические трансформации, порождая вторичные языковые структуры.

Даже когда первоначально то или иное вновь появившееся явление или понятие обозначается с помощью слова, представляющего собой прямое заимствование, впоследствии в ходе языковой корреляции его часто вытесняет семантическое заимствование. Например: إستعمار – إمبريالية (империализм), هاتف – تليفون (телефон), شبكة عامة – الانترنت (интернет), الكمبيوتر – الكومبيوتر (компьютер), البيئة – الايكولوجيا (экология), المحل العام – الهبير ماركت (гипермаркет).

Иногда на месте одного прямого заимствования возникает два семантических заимствования. Например: افتراض – شبه حقيقي – فيرتوال (виртуальный).

В ходе развития экономического тезауруса возникают промежуточные варианты – когда в состав термина входят заимствованные лексемы наряду с исконно арабскими. Например, возникший относительно недавно термин «биоинженерия» трансформировался в арабском языке в словосочетание «البيواوجية الحيوية» (буквально: «жизненная биология»).

В процессе освоения и закрепления новых номинаций в арабском языке помимо формирования семантических заимствований в системе словообразовательных морфем происходят процессы, связанные с образованием новых корней. Характерная особенность этих процессов состоит в том, что они проходят в соответствии с нормами арабского словообразования в рамках существующих способов словообразования.

Для корня существуют запреты на совмещение согласных, т.е. на следование рядом в пределах двусогласной ячейки, для четырёхсогласных корней согласно этим правилам необходимо присутствие хотя бы одного из «плавных» согласных [11, с. 41]. Корни могут содержать в себе слабые согласные, в качестве инфиксов для образования четырёхбуквенных корней. Формы, содержащие дифтонг после 1-ого корневого, считаются в историческом языкознании параллельными интенсивным геминированным

основам. Глагольные основы такой структуры считаются производными от имени [6, с. 63, 72]. Например, от трёхсогласной основы «عالم» (вселенная, мир) образован новый четырёхсогласный корень «عَوْلَمَ» (глобализировать), где место долготы после первой корневой, выраженной буквой «алиф», заняла более «сильная» согласная «вав». Изначально это понятие вошло в экономический обиход, а далее получило широкое распространение во всех видах тезауруса. Морфологические средства арабского языка дают возможность пополнять это новое гнездо, в результате чего в обиход вошли такие слова как: «عَوْلَمَة» (глобализация); «مُعَوْلَمَ» (глобализованный). На базе корня «خَصَنَ» (быть связанным с чем-либо путём редупликации, т.е. удвоения двусогласной ячейки, образовалось гнездо, семантически связанное с понятием «приватизация»: «صَخَصَنَة» (приватизация); «خَصَصَنَ» (приватизировать); «مُخَصَصَنَ» (приватизированный).

На недавних по времени образования примерах можно увидеть употребление моделей классического языка. В современном арабском тезаурусе появились глаголы «مَصَّرَ» (переводить в египетскую собственность), «تَكْوَّتَ» (натурализоваться в Кувейте), «سَوَّدَنَ» (перевести в суданскую собственность).

Современный арабский экономический тезаурус формируется в подавляющем большинстве случаев в соответствии с генеалогией корневых гнёзд в основном в процессе отбора и освоения семантических заимствований. В этом состоит его главное преимущество для плавного вхождения в словарь и закрепления в качестве лексической нормы, т.к. его элементы изначально характеризуются смысловой органикой, точностью отображения сути нового явления и редко нуждаются в дополнительных разъяснениях. Процесс формирования происходит в строгом соответствии с правилами арабского словообразования, что позволяет пополнять корневой словарь арабского языка без образования новых гнезд или путём образования вторичных корней. Это, в свою очередь, даёт возможность быстрой семантизации при переводе с арабского языка и ускоряет поиск эквивалентов.

#### Список литературы

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М., 2009.
2. Баранов Х. К. Арабско-русский словарь. Изд.5. М., 1976.

3. Белкин В.М. Формирование словарного состава современного арабского литературного языка. ДД (автореф.) ИВ АН СССР М., 1980.
4. Боднар С.Н. Язык арабских документов торгово-экономической деятельности. Монография. 2012 г.
5. Большой латинско-русский словарь [электронный ресурс] //http://linguaterna.com/vocabula/
6. Гранде Б.М. Курс арабской грамматики. Изд.2. М., 1998.
7. Пак В. М. Некоторые функциональные особенности отглагольных производных арабского литературного языка. – В сб. «Семитская филология». Тбилиси, 1987.
8. Скворцова И.В. Особенности экономической терминологии современного арабского литературного языка: на материале арабской прессы начала XXI века. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. М., 2008.
9. Темнова Е.В. Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей. М., 2004. Вып. 26.
10. Юшманов Н. В. Грамматика литературного арабского языка. Л., 1928.
11. Газеты «Аль-Ахрам» и «Аль-Хаят», 1997-2016 гг.

#### **Сведения об авторе:**

**Иванова Мария Александровна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры языков стран Ближнего и Среднего Востока МГИМО (Россия, Москва). Сфера научных и профессиональных интересов: грамматика арабского языка, лингвокультурология, политический и экономический перевод. E- mail: ivmariam@mail.ru.

## **THE ECONOMIC THESAURUS OF MODERN ARABIC: GENEALOGY AND SOME SPECIFICS OF FUNCTIONING**

**Maria A. Ivanova**

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76, Prospekt Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

**The Abstract:** *The goal of the work is to reveal specific features of the processes of formation of the economic thesaurus of the literary Arabic language as well as the nature and depth of the conceptual and terminological response of the Arabic linguistic space to the changes taking place in the global economy. It is noted that the Arab economic thesaurus, due to the peculiarities of formation of the lexical composition of the Arabic language, demonstrates strong semantic connections and is characterized by a clear link to the root nests, according to which the majority of Arabic dictionaries are traditionally formed. The most characteristic regularities in the system of forming an economic lexicon within the framework of a whole ethnos are revealed, cases of the use of ready-made equivalents or the way of selection of the word-formation model for a new term or concept are considered. The study identified the place of foreign language terms and concluded that they were gradually replaced by semantic borrowings in the course of language correlation. The ways of achieving semantic homogeneity in the process of mastering the new terminology are considered, and clear predominance of semantic borrowings in the system of new nominations is noted.*

*Conclusions are drawn that the modern Arab economic thesaurus in the overwhelming majority of cases is formed in accordance with the genealogy of the root nests mainly in the process of selecting and mastering semantic borrowings. The process of formation occurs in strict accordance with the rules of Arabic word formation, which allows to replenish the root dictionary of the Arabic language without the formation of new nests or by the formation of secondary roots. This, in turn, enables rapid semantization when translated from the Arabic language and speeds up the search for equivalents.*

**Key Words:** *literary Arabic language, economic thesaurus, semantic fields, derivatives, nominal and verbal derivation, secondary linguistic structures.*

**References**

1. Akhmanova O.S. Slovar lingvisticheskikh termonov [Dictionary of linguistic terms]. M., 2009.
2. Baranov Kh.K. Arabsko-russkii slovar [The Arabic-Russian Dictionary]. Ed.5. M., 1976.
3. Belkin V.M. Formirovanie slovarnogo sostava sovremennogo arabskogo literaturnogo yazika [Formation of the dictionary composition of the modern Arabic literary language. PhD (Abstract)]. M., 1980.
4. Bodnar S.N. Yazik arabskikh dokumentov torgovo-ekonomicheskoi deyatel'nosyti. Monograph. 2012.
5. Bolshoi latinsko-russkii slovar [The large Latin-Russian dictionary]. <http://linguaterna.com/vocabula>
6. Grande B.M. Kurs arabskoi grammatiki [The course of Arabic grammar]. Ed.2. M., 1998.
7. Temnova E.V. Yazik, soznanie, kommunikatsiya [Language, consciousness, communication]. Collection of articles. Issue. 26. M., 2004.
8. Pak V.M. Nekotoriye funktsionalnie osobennosti otglagolnikh proizvodnikh arabskogo literaturnogo yazika [Some functional features of the verbal derivatives of Arabic literary language]. - In the collection. "Semitic philology." Tbilisi, 1987.
9. Skvortsova I.V. Osobennosti ekonomicheskoi termonologii sovremennogo arabskogo literaturnogo yazika. PhD (Abstract). M., 2008.
10. Yushmanov N.V. Grammatika literaturnogo arabskogo yazika [Grammar of Arabic literary language]. Leningrad, 1928.
11. "Al-Ahram", "Al-Hayat" newspapers, 1997-2016.

**About the author:**

**Maria A. Ivanova** – PhD (Philology), Associate Professor of the Department of Languages of the Near and Middle East Countries, MGIMO University (Moscow, Russia). Spheres of research and professional interest: Arabic grammar, cultural linguistics, political and economic translation. E- mail: [ivmariam@mail.ru](mailto:ivmariam@mail.ru).

\* \* \*

---

# НОВЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПАРТИИ ИСПАНИИ: НОВАТОРСКИЕ ИГРЫ ИМЯОБРАЗОВАНИЯ

М.В. Ларионова, Н.И. Царёва

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,  
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76.

---

*На современном этапе развития общества политика глубоко интегрировалась в коммуникативное пространство медийного дискурса и реализуется во многом в информационной среде. Связь языка и политики неразрывна, поскольку политические процессы конституируются в значительной мере с помощью языка, а политическое действие есть действие речевое. Отражая и моделируя окружающий мир, медийный дискурс неизбежно сталкивается с необходимостью наименования новых реалий и новых акторов, которые появляются практически ежедневно в условиях активно развивающейся действительности. Статья посвящена исследованию в рамках дискурсивного и когнитивного подходов актуальных тенденций имяобразования политических партий Испании. В современной испанской реальности, где политический дискурс как часть медийной среды трактуется не только как коммуникативная стратегия, но и как целенаправленное социальное действие, название партийных объединений становится частью политической игры. Особенностью политического нейминга является двойная идентификация: с одной стороны, название должно в полной мере представлять саму партию, а с другой, ассоциировать её с той частью электората, чьи интересы она защищает. Эффективность имени партии, определяемая степенью его прагматичности, перформативности и эмпатичности, детерминирует особую роль партий как ключевых игроков в национальном политическом пространстве.*

**Ключевые слова:** испанский язык, дискурс, нейминг, политическая партия, медийный дискурс, политический дискурс, перформативность, эмпатия.

*Nomen est omen  
Имя есть знамение*

**П**олитика реализуется в информационной среде и является частью коммуникативного пространства политического дискурса. Политический дискурс представляет собой особую форму функционирования языка, которая существует «в виде текста и одновременно коммуникативного события, направленного на определённую аудиторию в определённый момент времени и в определённой социальной ситуации» [6, с. 40]. Основопологающей функцией политического дискурса, по мнению Е.И. Шейгал, является борьба за власть, а сферой его бытования в наши дни становятся преимущественно средства массовой информации, что

предполагает его жанровую диверсификацию и активное взаимопроникновение с другими дискурсами [11, с. 10-12].

Политический дискурс закономерным образом отражает социально-политические изменения в обществе благодаря действию когнитивно-языковых механизмов. На эту особенность дискурса обращает внимание Н.Д. Арутюнова, которая определяет дискурс как «речь, погружённую в жизнь», и особо отмечает, что дискурс следует трактовать как «целенаправленное, социальное действие, как компонент, участвующих во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» [1, с. 136-137].

Дискурсивное пространство формируют не только собственно языковые средства, но и сама

система когнитивных и культурологических компонентов, релевантных для того или иного исторического периода развития. Так, концептосферу политического дискурса составляют ключевые понятия, на которых держится идеология власти и которые необходимы для того, чтобы её транслировать, воздействуя на массовую аудиторию с целью формирования определённого общественного мнения и программирования нужной социальной реакции с помощью целого ряда стратегий и тактик, реализуемых благодаря языковым и экстралингвистическим средствам. Отражая и моделируя окружающий мир, медийный дискурс включает в себя основные концепты коммуникативных систем из различных сфер профессиональной и социальной деятельности и неизбежно сталкивается с необходимостью наименования новых реалий и новых акторов, появляющихся практически ежедневно в условиях активно развивающейся действительности [8, с. 215-220].

Анализируя происходящие изменения, многие политологи отмечают, что «в Новое время на Западе рынок стал метафорой всего жизнеустройства. Общественные отношения во всех сферах жизни уподобились эквивалентному обмену товарами» [4, с.100]. Метафора рынка в полной мере распространилась на сферу политики, где граждане становятся *потребителями*, а политические партии превращаются в своего рода *бренд*, который следует выгодно *продать* избирателям-*потребителям*, чтобы гарантировать партии определённую *квоту рынка*, необходимую для того, чтобы оказаться у власти.

Подобными трансформациями, которые наблюдаются как в реальной жизни, так и в коллективном сознании и мышлении, обусловлена новая тенденция в наименовании политических партий и движений, которая активно развивается в современной политической коммуникации. Этот процесс обозначается термином *нейминг*, закономерно пришедшим из сферы экономики и маркетинга. Традиционно, *нейминг* (*naming* – от английского глагола *to name* – называть, именовать, присваивать имя или название) – это тактика создания названия для компании, товара или услуги, которая представляет собой важнейшую часть маркетинговой стратегии, направленной на успешное позиционирование фирмы или бренда и завоевание внимания потребителя. Технологии *нейминга*, с помощью которых даются имена в сфере бизнеса и коммерции, практически полностью переносятся в область

политики и становятся частью персуазивной стратегии политических акторов, особенно тех из них, которые появились недавно и пока ещё не имеют необходимого опыта, ни достаточной электоральной поддержки. Именно слово, имя, название, обладающее значительным прагматическим эффектом, несёт в себе мощный импульс, адресованный электорату, превращаясь в своего рода инструмент психологического воздействия на сознание и поведение массовой аудитории.

Давая лингвистическое определение понятию «слово», В. Г. Гак отмечает, что «слово – основная единица языка, которая для его носителей является психолингвистической реальностью. Слова служат средством закрепления в языке и передачи в речи знаний и опыта людей, поэтому знание языка связано прежде всего со знанием слов» [2, с. 464-466]. Иными словами, имя как единица языка вовлечено в когнитивные процессы и служит не только для номинации и хранения знаний, но и для обеспечения потребностей мышления, являясь основным средством передачи информации.

Процесс *политического нейминга* сложный. Его особенностью, наряду с традиционными требованиями, которые предъявляются к коммерческому именованию, становится необходимость не просто создать оригинальное название, ёмкое, запоминающееся, непохожее на уже существующие, но и добиться через имя своего рода двойной идентификации. С одной стороны, название должно в полной мере представлять саму партию или политическое объединение, отражать их идеологию, а с другой, ассоциировать с той частью электората, чьи интересы они защищают. Рассмотрим подробнее процесс политического *нейминга* с точки зрения дискурсивного и когнитивного подходов.

Традиционные названия партий, возникших в XIX и XX веках, как правило, включают в себя прилагательные, отражающие их политические и идеологические приоритеты: *conservador, liberal, republicano, democrático, popular, socialista, obrero, comunista, anarquista*. Например, в условиях просуществовавшей в Испании до 2014 года двухпартийной системы крупнейшими партиями были Народная партия (*Partido Popular, PP*, основана в 1989 г.) и Испанская социалистическая рабочая партия (*Partido Socialista Obrero Español, PSOE*, создана в 1879 г.). В США также доминируют две основные партии, сменяющие друг друга у власти – Республиканская и Демократическая. На французской политической

сцене присутствуют, среди прочих, Республиканцы (*Les Républicains*), старейшая в стране (с 1901 года) Радикальная партия (*Parti Radical*), Социалистическая партия (*Parti Socialiste, PS*). В Германии наиболее влиятельными являются Христианско-демократический союз Германии (ХДС) (*Christlich Demokratische Union Deutschlands, CDU*) и Социал-демократическая партия Германии (*Sozialdemokratische Partei Deutschlands, SPD*).

Однако в наши дни подобного рода названия политических объединений переживают серьёзный кризис, который вызван целым рядом обстоятельств. Во-первых, меняется социально-политическая реальность, и это напрямую отражается на концептуальном содержании входящих в номинацию квалифицирующих лексем. Так, лексема *либеральный* происходит от латинского *liber* – свободный. В Европе в XIX веке прилагательное *либеральный* по сути выступает синонимом к слову *прогрессивный, стремящийся к прогрессу* и противопоставляется по значению прилагательному *консервативный, традиционный, приверженный устоям*. В наши дни в связи с ростом антимигрантских настроений и евро-скептицизма европейские политические силы, провозглашающие себя либералами, нередко исповедуют весьма радикальные и даже ультра-консервативные и националистические идеи. Понятие *консервативный*, входящее в название ряда политических партий, также изменилось, приблизившись к концепту *народный (popular)* в смысле *близкий к народу, разделяющий его традиционные стремления и надежды*. Существенной трансформации подверглось концептуальное содержание прилагательного *коммунистический*, которое входит, например, в название основанной в 1921 году и ныне правящей политической партии Китайской Народной Республики. Традиционные марксистско-ленинские установки, которых изначально придерживалась Коммунистическая партия Китая, в современных условиях преобразовались в концепт так называемого «социализма с китайской спецификой», основанного на принципах рыночной экономики и предпринимательства.

В названии старейшей Испанской социалистической рабочей партии, которая создавалась в конце XIX века для того, чтобы представлять и защищать интересы рабочего класса и способствовать строительству социализма по марксистской модели, в современной реальности практически стёрлись концепты *социалисти-*

*ческий и рабочий*, так как классовая структура общества существенно изменилась и идеи марксизма утратили свою привлекательность. Тем не менее, партия сохраняет своё историческое наименование, не желая каким бы то ни было способом его модернизировать в ущерб собственной идентичности и узнаваемости.

Во-вторых, следует подчеркнуть, что концептуальное содержание и коннотации квалифицирующих прилагательных в названии партий имеют национально обусловленную специфику и понимаются по-разному в той или иной стране. Например, прилагательное *республиканский (republicano)* в испанской исторической и политической традиции интерпретируется иначе, чем, скажем, в американской. В США Республиканская партия, созданная в 1854 году, резко выступала против существовавшего в те годы в Америке рабовладельческого строя, добиваясь его уничтожения. Противостоянием республиканцев, твёрдо придерживающихся конституционных принципов, и демократов, более гибко реагирующих на меняющуюся реальность и социальные ожидания граждан, отмечена практически вся современная политическая история США. В Испании же прилагательное *республиканский*, наряду с его традиционной интерпретацией – относящийся, принадлежащий республике – маркировано с точки зрения национально-культурной и исторической традиции: республиканцы – это те, кто поддержал победу Республиканской партии на выборах 1931 года, провозглашение страны республикой после того, как король Альфонсо XII покинул Испанию, те, кто в 1936-1939 годах с оружием в руках защищал Республику от франкистов, совершивших переворот и почти на сорок лет оказавшихся у власти в стране.

Ещё одним ярким примером национально-специфичной трактовки политических концептов может служить прилагательное *либеральный*, о котором шла речь выше. В русской политической традиции, в отличие от западной интерпретации этого понятия, *либеральный* несёт в себе дополнительные коннотации: *вольнодумный, излишне терпимый, снисходительный, склонный к попустительству*.

Практически ушли из названий современных партий *прилагательные правый (derecho), левый (izquierdo), центристский (centro, centrista)*, исторически восходящие ещё ко временам Великой французской революции (сторонники различных политических убеждений занима-

ли места по разные стороны от председателя французской Национальной Ассамблеи). Традиционно, правые выступали за консервативные ценности: монархию, церковь, привилегии, а левые разделяли радикальные взгляды, были приверженцами революционных идей, боролись за перемены, защищая интересы бедных слоёв населения. Центристы действовали на стороне буржуазии и частного капитала. Однако в современных условиях эти признаки из абсолютных превратились в относительные и перестали быть релевантными, то есть достаточными для идеологической идентификации партийного объединения. Сейчас в лагерь правых и правоцентристских относят консервативные, неоконсервативные, либерально-консервативные, национал-либеральные, христианско-демократические партии, а ультраправый край занимают неонацистские и ультраконсервативные партии. Соответственно, левыми и левоцентристами считают социал-демократов, социалистов, коммунистов, анархистов, зелёных и т.п. Тесная зависимость от определённого исторического контекста, от «системы координат», которая может варьироваться в разных странах, в значительной степени затрудняющая дифференциацию «правых», «левых» и «центристов», практически вывела указанные прилагательные за рамки наименования новых политических объединений.

Обратимся теперь к актуальным принципам и приёмам создания названий для новых партий, которые на современном этапе политического развития появляются практически ежедневно. По данным министерства внутренних дел Испании к маю 2015 года в стране были зарегистрированы 4600 национальных, региональных и муниципальных партий, причём только за первые пять месяцев 2015 года появилось 426 новых партий. В настоящий момент в стране действуют 4750 политических партий [13].

Обращает на себя внимание, что само слово *партия* часто отсутствует в названии или его заменяют лексемы инклюзивной семантики *plataforma* (платформа), *red* (сеть), *foro* (форум), интегрирующие в своём значении новые реалии информационного общества. Привычная корреляция «политика – партия» уже не удовлетворяет общественное сознание, которое стремится к новой конфигурации политического пространства и большей гражданской интеграции в политические процессы: *Plataforma Ciudadana*, *Plataforma de los Independientes de España*, *Red de Pueblos y*

*Ciudades por una Andalucía Justa y Habitable*, *Foro Centro y Democracia*, *Foro Verde* и др. [13].

Вместо традиционных слов партия, альянс, союз в новых номинациях, как правило, фигурируют существительные собирательной семантики, обозначающие сообщества людей, объединённых по какому-либо общему функциональному признаку, например: *nación* (нация, т.е. политическая общность граждан определённого государства), *país* (страна, т.е. совокупность жителей государства), *pueblo* (народ, т.е. группа людей, объединённая общим языком, культурой и историей), *ciudadanos* (граждане, т.е. население государства), *electores* (избиратели, т.е. те, кто наделён правом избирать в органы власти), *trabajadores* (трудящиеся), *progresistas* (те, кто придерживается передовых, прогрессивных взглядов) *motivados* (люди, мотивированные к какому-либо действию), *unidos* (объединённые какой-либо целью или идеей) или даже такие лексемы, как *colectivo* (коллектив), *vecinos*, *habitantes* (жители), *familia* (семья), *amigos* (друзья), *gente* (люди). Подобный языковой приём имяобразования даёт возможность осуществить успешную идентификацию политического объединения для максимально широкого круга избирателей, голоса которых оно рассчитывает завоевать на выборах. Приведём примеры подобных наименований: *Amigos Para la Defensa y Progreso de Sitges*; *Ciudadanos Independientes*; *Ciudadanos, Habitantes y Gentes de Marbella*; *Colectivo de Ciudadanos Unidos*; *Electores Convivencia y Democracia*; *Familia Intercultural*; *Motivados, Nación y revolución*; *País Valencia sí*; *Pueblo, Libertad y Justicia*; *Trabajadores y Trabajadoras Ecologistas*; *Unidos por la Solidaridad Internacional*, *Progresistas Unidos de España* [13].

Политический успех партии определяется, в конечном итоге, количеством голосов, которые отдадут за неё избиратели. Поэтому в новой реальности её название должно быть принципиально иным, отличаться от изрядно надоевших традиционных наименований, правильно улавливать настроение электората, уставшего от бесполезной риторики системных политиков и политических объединений, и отражать наиболее актуальные социальные требования. А для этого оно должно быть перформативным, то есть использоваться как политическое действие и для совершения политических действий. Понятие перформативности было введено в научный оборот Джоном Остином по отношению к высказываниям, которые не просто описывают действия, но сами являются действиями. Он создал

теорию речевых актов, разделив их на *локутивные* (собственно акт говорения), *иллокутивные* (речевой акт, учитывающий коммуникативные намерения говорящих) и *перформативные* (высказывания, эквивалентные действию, поступку) [9, с. 263-264]. Один из главных постулатов перформативности был сформулирован Джоном Серлем: «*перформативные высказывания сами влекут за собой действия, которые они называют*» [10, с. 14].

В соответствии с известной формулой Жака Дерриды о том, что «*всё есть дискурс*» [4, с. 407-420], в новой современной испанской реальности политический дискурс трактуется как целенаправленное социальное действие (*nombrar es hacer política*) [14, с. 88]. Это означает, что социальную реальность нельзя воспринимать в отрыве от дискурса, она определяется именно им. Таким образом, в дискурсивном пространстве язык функционирует не только как *объект действительности*, который порождается реальностью и служит средством её познания, он становится *субъектом действительности*, формирующим и моделирующим саму реальность [7, с. 97-103].

Учитывая подобную диалектику политического дискурса, в наименования новых политических акторов стали интегрировать перформативные отглагольные существительные: *acción* – действие, *alternativa* – альтернатива, *acuerdo* – соглашение, *defensa* – защита, *reforma* – реформа, *renovación* – обновление, *unidad* – единство, *cambio* – перемена, *progreso* – прогресс, *regeneración* – восстановление, *solución* – решение, *iniciativa* – инициатива, *innovación* – инновация, *opción* – выбор, *compromiso* – обязательство, *consejo* – совет, *esperanza* – надежда и др. С одной стороны, эти лексемы как единицы языка превращают те или иные явления действительности в факт языкового сознания и культуры, а с другой, сами становятся фактами политической реальности, трансформируясь в реальные и осуществимые действия, столь ожидаемые избирателями. Приведём примеры подобных номинаций: *Acción de los Electores Independientes*; *Alternativa Ciudadana 25 de Mayo*; *Cambio de sistema*; *Compromiso y Defensa Ciudadana*; *Defensa de los Intereses del Pueblo Andaluz*; *Esperanza Ciudadana*; *Iniciativa Ciudadana Alternativa*; *Innovación Democrática*; *Progreso Unidad Consenso*; *Reformas Empleo y Desarrollo*; *Regeneración, Justicia y Democracia*; *Renovación y Progreso* и др. [13]. Таким образом, при создании новых испанских

партийных названий можно отметить активную тенденцию к использованию отглагольных существительных, обозначающих разного рода позитивные действия или намерения с целью формирования привлекательного для избирателей политического имиджа.

Новаторским для испанского политического дискурса стало употребление глаголов в качестве партийных названий. При этом глаголы могут функционировать в различных формах: в первом лице множественного числа настоящего времени: *Podemos* (Мы можем); в первом лице множественного числа утвердительного императива *Ganemos* (Давайте побеждать); в безличной форме *Se puede ganar* (Можно победить), *Juntos se puede* (Вместе возможно) [13].

Следует отметить, что появлению подобного рода названий способствовал феноменальный успех партии *Podemos*. Возникнув на волне протестного движения, весной 2014 года партия сенсационно набрала на выборах в Европарламент 8% голосов и получила пять депутатских мандатов. Ещё через полтора года, уже на испанских парламентских выборах 20 декабря 2015 года, *Podemos* в коалиции с рядом левых политических партий завоевала 21% голосов (за неё проголосовали 5, 2 млн испанцев), что обеспечило ей 69 мест в нижней палате Кортесов и превратило в третью по степени влияния партию Испании. Электоральный триумф *Podemos*, вместе с победой ещё одной несистемной партии *Ciudadanos* (Граждане), привёл к переходу к многопартийности и к слому традиционной двухпартийной системы, просуществовавшей в Испании почти сорок лет. Феномен *Podemos* как политической силы, ставшей действительно народной партией, которой удалось объединить почти четыреста тысяч активистов и симпатизирующих и завоевать голоса пяти с лишним миллионов испанских избирателей, обусловлен ещё одним важным обстоятельством: свою победу *Podemos* одержала не только на реальном поле испанской политики, но и в дискурсивном пространстве. Важно подчеркнуть, что коммуникативному успеху *Podemos* способствовала глубокая эмпатичность её дискурса.

Стремление учитывать фактор эмпатии при наименовании новых партий является ещё одной отличительной чертой политического нейминга в Испании. *Эмпатия* (*empatía, inteligencia emocional*) традиционно трактуется как осознанная психологическая способность чувствовать другого, его мысли, переживания, намере-

ния, воспринимать его мир, как если бы он был твоим собственным. Партийное название, соответствуя принципу двойной идентификации, должно быть адресовано простым испанцам, чьи страдания и надежды не только понятны, но и становятся неотъемлемой частью стратегии партии, определяющей её политическую идентичность. Эмпатия позволяет ликвидировать дистанцию между партией и её электоратом, сломать существовавший стереотип, противопоставляющий политические структуры и их лидеров простым гражданам: *Ahora Ganemos* (Теперь давайте побеждать), *Juntos se puede* (Вместе возможно), *Todos Nosotros* (Все мы) [13]. С помощью эмпатии акцент смещается с политического объединения в сторону тех, кто является его членом и чьи интересы оно отстаивает. Удачным с точки зрения стратегии эмпатии является лексема *Unidos* (объединённые, объединившиеся), входящая в наименование целого ряда партий (их более двадцати): *Unidos por la Solidaridad Internacional*, *Unidos por Morata*, *Unidos con Arona* и др. [13]. Отглагольное прилагательное передаёт идею общности, сопричастности, а также транслирует призыв к действию, так как с языковой точки зрения обладает весьма удачной синтаксической сочетаемостью (*Unidos por, para, con, hacia...*): собираться, объединяться с кем-то, для чего-либо, во имя какой-то цели, и т.п.

Возвращаясь к метафоре рынка, распространившейся и на область политики, где избиратели являются потребителями, отметим, что название партии – *Podemos* – *Мы можем!* – превратилось в успешный бренд: оно эмпатично, содержит в себе сильный эмоциональный импульс надежды на перемены и веры в свои силы, а также перформативно, так как транслирует призыв к действию, которое становится реальным, осуществимым.

Эффективность бренда неизбежно ведёт к его тиражированию, что мотивировано желанием разделить сопричастность к успеху. Этот закон прекрасно вписывается в метафору рынка: успешный бизнес можно и нужно тиражировать, для этого существует особая технология – франчайзинг, или франшиза – позволяющая другим участникам пользоваться успешным брендом в своих коммерческих интересах. Как показывает практика, франшиза прекрасно работает и в политическом пространстве. Так, по аналогии с *Podemos* – *Мы можем!* в Испании возникли партии *Proponemos* (Мы предлагаем), *Queremos* (Мы хотим) и ряд других. Отметим, что в своё вре-

мя на название партии *Podemos* оказал прямое влияние предвыборный лозунг Б. Обамы *Yes we can!*, который он использовал в ходе своей избирательной кампании ещё в 2008 году. В результате нейминг-технологий в Испании появились названия по меньшей мере двадцати партий, копирующие эту модель, среди них *Sí se Puede Alhaurin de la Torre*, *Sí se Puede Finestrat*, *Sí se Puede San Lorenzo*, *Se Puede Meco*, *Sí se Puede*, *Alternativa Ciudadana por Madrid* и др. [13]. Продуктивной для новых номинаций также стала модель «глагол в форме первого лица множественного числа утвердительного императива»: *Cambiamos* (Давайте меняться!), *Cambiamos ahora* (Давайте меняться сейчас!), *Mejoremos* (Давайте улучшать!), *Recuperemos* (Возродимся!), *Salvemos Doñana* (Давайте спасём заповедник Досьяна!) [13].

Отметим, что ещё одним успешным приёмом нейминга является вербальная стратегия «игры слов», которая служит для того, чтобы привлечь внимание к новому имени и избежать автоматизма при его восприятии за счёт создания особого неожиданного эффекта. Примером может служить название гражданской платформы *Segoviemos*, которое на формальном языковом уровне выглядит как глагол в форме императива. Оно образовано от топонима *Segovia*, к которому добавлено окончание формы утвердительного императива первого лица множественного числа. По словам учредителей, их вдохновили этические установки *Podemos*, а целью стало создание партии, независимой от системных партийных структур, для представления интересов жителей Сеговии в муниципальных органах власти [12].

Понимая дискурс как коммуникативную практику и как её результат, воплощённый в текстах, высказываниях, словах, не будем забывать о том, что новые названия рождаются при помощи искусства языка. В медийном пространстве журналисты и политики, пользуясь богатым словообразовательным потенциалом испанского языка, добиваются большей выразительности и создают целый спектр возможных интерпретаций. При этом новая лексическая единица, образованная при помощи «игры слов», вовлекает получателя информации ещё в одну игру, на этот раз в игру концептов, которая актуализирует как лексическое значение, так и контрастивную семантику новой номинации. В качестве примера приведём ироническую номинацию *No Podéis* – *Вы не можете!*: именно так назвали платформу, объединяющую тех, кто не симпатизирует сто-

ронникам *Podemos* и не разделяет её политических устремлений [15].

Рассматривая принципы политического нейминга, нельзя обойти вниманием использование метафор для наименования новых партий. Взгляд на метафору как на способ мышления предлагают Дж. Лакофф и М. Джонсон, утверждающие, что метафоры «структурируют наше восприятие, мышление и деятельность» [5, с. 25]. Иными словами, метафорический образ, концептуализируясь в сознании, позволяет мыслить о новом и пока неизвестном через категории уже известного. Метафора, лежащая в основе ряда политических номинаций, апеллирует к воображению и интуиции адресата сообщения, побуждает к размышлениям, например: *Amanecer Democrático Nacional* (Национальный демократический рассвет), *Esperanza Ciudadana* (Гражданская надежда), *Primavera Democrática* (Демократическая весна), *la 4ª Verdad* (Четвертая правда) и др. [13].

Таким образом, искусство политического нейминга представляет собой весьма сложный процесс наименования политических объеди-

нений, неизбежно появляющихся в условиях постоянно меняющейся реальности. Исходя из того, что политический дискурс сосуществует с социальными действиями, смысл и значение которых как раз и создаются благодаря дискурсу, подчеркнём, что от успешности названия зависит многое. Новые политические имена не просто отражают дух времени, конкретную историческую ситуацию, но и наполняют новым смыслом процессы, происходящие в политической жизни Испании, особым образом выделяя роль партий как ключевых игроков в этих событиях. Диалектика политического имяобразования сочетает в себе преемственность и обновление, языковые традиции и новаторскую игру. Эффективность имени партии детерминирована его перформативностью, прагматичностью и эмпатичностью в той мере, в какой оно способно производить коммуникативный эффект, направленный на то, чтобы побудить электорат на необходимые действия, ведь основной интенцией политического дискурса по-прежнему остаётся борьба за власть.

#### Список литературы

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Сов. энциклопедия, 1990. С.136-137.
2. Гак В.Г. Слово // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Сов. энциклопедия, 1990. С. 464-466.
3. Деррида Ж. Структура, знак и игра в дискурсе гуманитарных наук // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. М.: ИГ Прогресс, 2000. С. 407-420.
4. Кара-Мурза С.Г. Власть манипуляции. М.: Академический Проект, 2009. 380 с.
5. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
6. Ларионова М.В. Испанский газетно-публицистический дискурс: искусство информации или мастерство манипуляции? М.: МГИМО-Университет, 2015. 327 с.
7. Ларионова М.В. Испанский медийный дискурс: quid novum? // Ибероамериканские тетради. М.: ИМИ МГИМО МИД России, 2017. Вып. 1 (15). С. 97-103.
8. Ларионова М.В. Язык и политика в коммуникативном пространстве испанского политического дискурса // Вестник МГИМО-Университета. 2011. №2. С. 215-220.
9. Остин Дж. Перформативные высказывания // Три способа пролить чернила. Философские работы. Спб.: Алетейя. 2006. С.263-264.
10. Сёрл Дж.Р. Философия языка. М.: Едиториал УРСС, 2010. 208 с.
11. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. 326 с.
12. La plataforma Segoviemos promueve una candidatura municipal independiente. Documento disponible en: <http://www.elnortedecastilla.es/segovia/201502/21/plataforma-segoviemos-promueve-candidatura-20150221174118.html> (Consulta: 24 de julio de 2017)
13. Lista de partidos políticos Documento disponible en: [https://15mpedia.org/wiki/Lista\\_de\\_partidos\\_pol%C3%ADticos](https://15mpedia.org/wiki/Lista_de_partidos_pol%C3%ADticos) (Consulta: 23 de julio de 2017)
14. Monedero, J. C. Curso urgente de política para gente decente. Barcelona, Editorial Planeta, S.A. 2014, 246 p.
15. 'No Podéis', la plataforma que desmonta a Pablo Iglesias Documento disponible en: <https://gaceta.es/noticias/quiere-importar-modelo-venezolano-29042015-1848/> (Consulta: 25 de julio de 2017)

#### Сведения об авторах:

**Ларионова Марина Владимировна** – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры испанского языка МГИМО МИД России. Научная специализация: романские языки, когнитивная лингвистика, дискурсивные исследования, межкультурная коммуникация, культурология. E-mail: [larionova.m@list.ru](mailto:larionova.m@list.ru).

Царёва Наталья Ивановна – доцент, доцент кафедры испанского языка МГИМО МИД России. Научная специализация: методика преподавания испанского языка, испанский язык как язык профессии.  
E-mail: tsareva.n@bk.ru.

## NEW POLITICAL PARTIES OF SPAIN: INNOVATIVE GAMES OF NAMING

M. Larionova, N. Tsareva

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76 Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

**The Abstract:** *At the present stage of the development of society, politics is deeply integrated into the communicative space of media discourse and is affected in the information environment. The connection between language and politics is inseparable, since political processes are constituted by language, and political action is a verbal action. Reflecting and modeling the world around us, media discourse encounters the need to name new realities and new actors that appear in the developing reality. The article is devoted to the study of current trends of the name-formation of new political parties in Spain within the framework of the discursive and cognitive approaches. In modern Spanish reality, where political discourse is treated not so much as a communicative strategy, but as a purposeful social action, the name of the party becomes part of the political game. Specifics of political naming is its double identification: on the one hand, the name should fully represent the party itself, and on the other, associate it with the part of electorate whose interests it protects. The efficiency of the party's name, dictated by the degree of its pragmatism, performativity and empathy, determines the special role of parties as key actors in the national political space.*

**Key Words:** *Spanish language, discourse, naming, political party, media discourse, political discourse, performativity, empathy.*

### References

1. Arutyunova N.D. Diskurs [Discourse], Lingvisticheskij ehnciklopedicheskij slovar' [Linguistic encyclopedic dictionary], Moscow, Sov. ehnciklopediya. 1990, pp.136-137.
2. Gak V.G. Slovo [Word], Lingvisticheskij ehnciklopedicheskij slovar' [Linguistic encyclopedic dictionary], Moscow, Sov. ehnciklopediya. 1990, pp. 464-466.
3. Derrida J. Struktura, znak i igra v diskurse gumanitarnyh nauk [Structure, the sign and game in a discourse of the humanities], Francuzskaya semiotika: Ot strukturalizma k poststrukturalizmu [French semiotics: From structuralism to post-structuralism], Moscow, IG Progress. 2000, pp. 407-420.
4. Kara-Murza S.G. Vlast' manipulyacii [Power of manipulation], Moscow, Akademicheskij Proekt. 2009, 380 p.
5. Lakoff G., Johnsen M. Metaphors we live by. London: The university of Chicago press. 256 p. (Russ. ed.: Lakoff G., Johnsen M. 2004, Metafori, kotorymi my zhivem. Moscow, Editorial URSS. 2003, 256 p.)
6. Larionova M.V. Ispanskij gazetno-publicisticheskij diskurs: iskusstvo informacii ili masterstvo manipulyacii? [Spanish journalistic discourse: art of information or skill of manipulation?], Moscow, MGIMO-Universitet. 2015, 327 p.
7. Larionova M.V. Ispanskij medijnyj diskurs: quid novum? [Spanish media discourse: quid novum?], Iberoamerikanske tetrady, vipusk 1(15) [Ibero-American Papers, issue 1 (15)], Moscow, IMI MGIMO MID Rossii. 2017, pp. 97-103.
8. Larionova M.V. Yazyk i politika v kommunikativnom prostranstve ispanskogo politicheskogo diskursa [Language and policy in communicative space of the Spanish political discourse], Vestnik MGIMO-Universiteta, 2011, №2. pp. 215-220.
9. Austin J. Performativnye vyskazyvaniya [Performative utterances], Tri sposoba proilit' chernila. Filosofskie raboty [Three Ways of Spilling Ink. Philosophical Papers], St. Petersburg, Aletejya. 2006, pp.263-264.
10. Searle J.R. Filosofiya yazyka [Philosophy of Language], Moscow, Editorial URSS. 2010, 208 p.
11. Shegal E.I. Semiotika politicheskogo diskursa [Semiotics of political discourse], Moscow, ITDGG «Gnozis». 2004, 326 p.
12. La plataforma Segoviemos promueve una candidatura municipal independiente. Documento disponible en: <http://www.elnortedecastilla.es/segovia/201502/21/plataforma-segoviemos-promueve-candidatura-20150221174118.html> (Consulta: 24 de julio de 2017)
13. Lista de partidos políticos Documento disponible en: [https://15mpedia.org/wiki/Lista\\_de\\_partidos\\_pol%C3%ADticos](https://15mpedia.org/wiki/Lista_de_partidos_pol%C3%ADticos) (Consulta: 23 de julio de 2017)
14. Monedero, J. C. Curso urgente de política para gente decente. Barcelona, Editorial Planeta, S.A. 2014, 246 p.

15. 'No Podéis', la plataforma que desmonta a Pablo Iglesias Documento disponible en: <https://gaceta.es/noticias/quiere-importar-modelo-venezolano-29042015-1848/> (Consulta: 25 de julio de 2017)

***About the authors:***

**Marina Larionova** – Ph.D. Philology, Associate professor of Spanish Department of MGIMO (University). Scientific specialization: Romance languages, cognitive linguistics, discursive research, cross-cultural communication, cultural science. E-mail: larionova.m@list.ru.

**Natalia Tsareva** – Associate professor of Spanish Department of MGIMO (University). Scientific specialization: Romance languages, discursive research, cross-cultural communication, cultural science. Scientific specialization: Spanish for professional purposes, methodical researches. E-mail: tsareva.n@bk.ru.

\* \* \*

# ДЕКЛАРАТИВНЫЕ И МАНИПУЛЯТИВНЫЕ СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АДРЕСАТА ЧЕРЕЗ ОППОЗИЦИЮ «СВОЙ-ЧУЖОЙ» В ПОЛИТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Н.А. Левковская

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России, 119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

*Статья посвящена выявлению способов воздействия на читателя политического текста. Средства массовой информации (СМИ) оказывают влияние на адресата через интерпретацию описываемых событий. Степень и характер интерпретации зависят от позиции автора в широком смысле этого слова. В основе политического текста заложена архитипическая оппозиция «свой-чужой», представляющая собой культурную доминанту и создающая отношение противоборства. В этой борьбе оружием СМИ являются декларативные и манипулятивные методы воздействия на адресата. Поскольку декларативные методы воздействия очевидны и эксплицируются в тексте, они производят нужное влияние на «своих». Воздействие на «чужих» производится с помощью манипулятивных способов. Манипуляция определяется как преднамеренное и скрытое побуждение другого человека к действию, или, иными словами, как стремление изменить восприятие окружающего мира или поведение других людей при помощи скрытой, обманной тактики. В статье рассматривается несколько манипулятивных способов, при этом, центром внимания является альтернативная ситуация, не представляющая положительного решения. Анализируются два вида разграничения: дифференциация, определяемая как разделение явлений, где проявляется оппозиция «свой-другой», и контраст, представляющий собой резкое размежевание, противостояние, где оппозиция может быть определена как «свой-враг». Предлагаемый анализ способов манипуляции представляется актуальным в контексте подготовки студентов-международников к работе с политическими текстами и ориентации в глобальном пространстве в целом.*

**Ключевые слова:** политический текст, оппозиция «свой-чужой», декларативные способы воздействия, манипуляция, дифференциация, контраст.

**П**олитический дискурс и, соответственно, политический текст<sup>1</sup>, как известно, характеризуются не столько отображением фактов действительности, сколько намерением адресата оказать воздействие на читателя или слушателя и склонить его к своей точке зрения.

В наше время практически всё человечество независимо от страны, языка или идеологии воспринимает действительность через призму средств массовой информации, которые, пред-

ставляя картину мира, дают ей собственную интерпретацию.

Несмотря на все призывы, с одной стороны, и заверения, с другой, в «объективности», «непредвзятости», «отстранённости», «неангажированности», «личной невовлечённости», невозможно представить абсолютно нейтральное описание событий (любое описание изоморфно событию). Мы не можем воспринимать мир непосредственно: давая названия, определяя со-

<sup>1</sup> В данной статье термины «дискурс» и «текст» употребляются в соответствии с определениями, приведенными в работе Е.Г.Беляевской [2]

бытия или явления, мы прямо или косвенно, откровенно или скрыто интерпретируем воспринимаемую нами картину мира. Степень и характер интерпретации зависят от позиции автора, степени его вовлечённости, от искренности его намерений, от «внешнего» давления.

В современном мире, где чрезвычайно обострились отношения противоборства, откровенно заявляется о том, что средства массовой информации (СМИ) находятся в авангарде так называемой информационной войны. Ситуации, создающие информационные войны, могут быть разными – от политических кампаний до межгосударственных конфликтов. Во всяком противопоставлении есть две стороны: «свои» и «чужие», «друзья» и, в лучшем случае, «не совсем друзья», или «другие», а в худшем – «враги».

Оппозиция «свой-чужой» – не современное изобретение, она существует столько же, сколько само человечество. Генетическая природа нашего инстинкта разделять всё на «я» и «не я» с течением времени претерпела значительные изменения и превратила оппозицию в культурную доминанту, по Ю.С. Степанову, представляя собой одно из главных противопоставлений в жизни и устройстве общества, сохраняющих своё значение на протяжении веков [5]<sup>2</sup>.

Как показывает исторический опыт, противоречивые и запутанные вопросы «легче» решить, если создать (естественно или искусственно) противоборствующие стороны («Разделяй и властвуй»). В таком случае, кто-то занимает одну позицию, которую он /она разделяют со «своими», а другие – противоположную позицию и, соответственно, являются «чужими».

В любой борьбе, к сожалению, используется оружие. СМИ задействуют свои способы и методы: их оружие – манипуляция. По справедливому утверждению В.Соловья, «манипуляция – естественный, распространённый и легитимный способ влияния» [4, с. 308]. И хотя автор, перефразируя Уинстона Черчилля, далее заявляет, что манипуляция – это «наиболее щадящая и гуманная форма влияния среди всех остальных реалистических видов влияния» [там же], тем не менее медиаманипулирование является весьма серьёзным оружием, способным заставить человека действовать в нужном для манипулятора направлении.

Чтобы убедить читателя встать на позицию автора, используются самые различные приёмы. Одни из них «лежат на поверхности» и эксплицируются в тексте с помощью ряда декларативных способов – лексических, синтаксических и стилистических средств, таких как категоричность утверждения, эмфатическая конструкция, антонимическая лексика, полюсный подход, гиперболизация, а также повторы, которые создают упорное стремление «внедрить» нужную информацию и внушить «правильное» решение. Подобная декларативность заявленного очевидна для реципиента и способна производить нужный эффект, в большей степени, при воздействии на «своих».

При воздействии на «чужих» или «потерянных» (неопределившихся) декларативные способы как методы прямого, очевидного воздействия, не всегда способны достичь поставленных целей, поскольку могут усилить сопротивление реципиента. В этой связи, для достижения необходимого эффекта используются менее очевидные и однозначные способы воздействия – манипулятивные<sup>3</sup>.

Манипуляция определяется как «преднамеренное и скрытое побуждение другого человека к переживанию определённых состояний, принятию решений и выполнению действий, необходимых для достижения инициатором собственных целей» [4, с. 49]. Иными словами, манипуляция – это тип социально-психологического и лингвотекстового воздействия. Это феномен, который представляет собой стремление изменить восприятие окружающего мира или поведение других людей при помощи скрытой, обманной тактики.

В политическом дискурсе используется так называемое стратегическое манипулирование, к которому при продуцировании текста прибегает адресант с целью убеждения, изменения установок или воздействия на принятие решения адресатом.

Приёмов и методов «замаскированного» воздействия на читателя достаточно много. Это, в первую очередь, внедрение ложной информации, fake news, получившее в последнее время широкое распространение. Это искажение правды: преднамеренное сокрытие информации или утаивание основополагающих данных; гиперболизация «чужих» отрицательных качеств,

<sup>2</sup> В данной статье архитипическая оппозиция «свой-чужой» рассматривается с позиций политического дискурса [1].

<sup>3</sup> При этом автор не считает, что манипуляции применяются исключительно к категории «чужих», а обращает внимание на более широкое применение манипулятивных приёмов воздействия именно для данной категории реципиентов.

поступков, характеристик или, наоборот, преуменьшение, занижение значения негативных явлений, относящихся к «своим»; сдержанное высказывание в отношении ключевых моментов события; односторонние предвзятые анализ и оценка фактологии. Все эти приёмы можно объединить в одну большую группу – манипулирование фактами.

К этой же группе приёмов можно отнести желание автора ошеломить адресата и подавить его способность логически и здраво мыслить, предоставляя ему обилие фактов и статистики. Эта стратегия особенно эффективно работает, когда адресат не очень хорошо осведомлён о предыстории вопроса, когда он имеет несколько расплывчатое представление о сути явления, когда у него нет времени на обдумывание. В такой ситуации люди часто находятся в «неопределённости». Им необходимо понять, как себя вести и какую позицию им надо занять. В этом случае СМИ играют «неоценимую» роль, указывая читателям и слушателям, где «свои», а где «чужие», где «правильное», «хорошее», а где «ложное» и «дурное».

Другим действенным приёмом манипуляции является так называемый «метод группового подкрепления». Он в некоторой степени соотносится с предыдущим приёмом, но направлен в целом не на изменение поведения, а на выстраивание определённого понимания и убеждения в истинности и непреложности явления. Согласно данному принципу, если один и тот же тезис, идея, положение повторяется многократно, люди склонны воспринимать это утверждение как истинное, независимо от того, насколько оно теоретически или практически доказано. Более того, если это положение исходит от «своих», повторяется членами «своей» группы, оно воспринимается некритически и вообще не требует никаких доказательств.

Но наиболее эффективным приёмом является мотивация страхом.

Чтобы заставить человека действовать, надо его напугать. В СМИ для осуществления этого метода используется всё смысловое пространство медиатекста, иными словами, общий информационный блок медиасообщения, состоящий из собственно текста, то есть вербального сообщения, и невербального конституента, то есть иллюстративного материала, сопровождаю-

щего текст: фотографии, картинки, карикатуры, коллажи<sup>4</sup>.

Фотографии летящих бомб, искорёженных машин, разрушенных зданий, раненых или убитых людей говорят больше, чем любые описания сражений. Психологи утверждают, что визуальный ряд, создавая «эффект присутствия», заставляет человека по-другому воспринимать события. Он считает себя в той или иной мере вовлечённым в происходящее и, что самое главное, с большим доверием относится к тому, что он видит «собственными глазами». Для усиления воздействия в тексте увеличивается количество слов отрицательной семантики. Так, в статье под заголовком *Tory Dagggers Drawn*<sup>5</sup> автор откровенно применяет тактику запугивания читателя, начиная с заголовка, а далее создаётся приём нарастания с помощью таких слов, как *sacrifice, survive, plotting, acrimony, coffin-shaped table, to lance the boil, unleashed bitter rivalries, growing fears, the last rites, warring factions, aggressive, demands for the Prime Minister's head, also demanding blood, perils, earthquake* (в переносном смысле). Такое воздействие лишает читателя возможности взвешиваться в смысл и значение происходящего. Страх, будучи одним из самых сильных и стойких инстинктов человека, заглушает здравый смысл и способность взвешенно и разумно подходить к сложному явлению.

К этой стратегии прибегают, когда необходимо заставить читателя принять решение в пользу непопулярной идеи или действия. В таком случае автор представляет ситуацию следующим образом: либо у реципиента нет выбора и ситуация безнадежна, либо можно найти выход, но он не вызывает у адресата положительного отношения. Читателя подталкивают к мысли о том, что предлагаемая альтернатива на самом деле не является таковой: есть необходимость принятия решения, но нет выбора. Проанализируем статью из журнала *Economist* [7, с. 24-26].

“*Intractable or insoluble?*” – выносится в заголовок статьи альтернативный вопрос. Будучи расшифрованным и эмоционально усиленным подзаголовком “*Hopes of setting the Cyprus problem are starting to look unrealistic*”, он ставит читателя в тупик. В тексте проблема называется *frozen conflict*: свыше 50 лет прошло после начала столкновений между турецкими и греческими киприотами, 40 лет со времени захвата Турцией се-

<sup>4</sup> О корреляции вербального и невербального компонентов смыслового пространства медиадискурса см. [3].

<sup>5</sup> Newspaper “i”. London. March, 2017.

верной части Кипра. Делались попытки решить проблему, в частности, 10 лет тому назад предлагался план Аннана по объединению обеих частей, не имевший успеха. Автор статьи держит читателя в постоянном напряжении: буквально каждое следующее предложение склоняет чашу весов то в одну, то в другую сторону. *Bitter experience recommends skepticism about talks on Cyprus* – так начинается второй абзац статьи. Несмотря на данную рекомендацию, готовится шестой тур переговоров. В феврале обе стороны пришли к согласию начать работу над созданием двухзональной, двухобщинной федерации с равными политическими правами (*biozonal, biocommunal federation "with political equality"*). В сентябре на Кипр прибыл новый представитель Евросоюза, и президент греческой части Кипра готов к сотрудничеству. К этому его подталкивают экономические трудности, сделавшие Кипр пятой страной еврозоны, нуждающейся в экстренной помощи. Несколько вселяют оптимизм прогнозы улучшения экономической ситуации и, в частности, открытие запасов газа в Восточном Средиземноморье. Однако и газ становится новым препятствием в переговорах.

Многие наблюдатели сомневаются в том, что создание федерации может решить проблему. Теперь уже сам представитель Евросоюза, говоря о скользком пути взаимных обвинений и упрёков, видит многочисленные возможности договориться только в отношении будущего страны, однако исключает наличие таковых в настоящем (*Mr. Eide talks of a slippery slope of mutual recrimination, adding that, although he finds lots of agreement on the future, there is none on the present*).

Далее встаёт вопрос: *Is there an alternative?* Поражает количество людей, стремящихся найти альтернативное решение проблемы. При этом, как подчёркивается в тексте, большинство из них скептически относятся к возможности урегулирования вопроса. Статья заканчивается несколько парадоксальным заявлением представителя Евросоюза: *Mr. Eide says that, although a federation is the best outcome, no solution at all is the worst, meaning that something else may have to be tried*. Журналистская интерпретация слов чиновника подчёркивает позицию Евросоюза, который «устал» от неопределённости и стремится любым способом закрыть проблему. Предлагаемый здесь же выход – *partition*, разделение страны – предполагает определённые выгоды: открытие границы, возвращение некоторой собственности и земли греческим киприотам и

снятие международной изоляции с турецкой части Кипра. Несмотря на всю «эквилибристику» статьи, данное заявление высвечивает позицию автора: Евросоюз, стремясь как можно скорее «разрубить гордиев узел» проблемы, предлагает явно неприемлемое для греческих киприотов решение. Последнее предложение статьи проводит границу между «своими» и «чужими»: *If the latest talks fail, its (partition) time may yet come*. Автор статьи внедряет «чужим» (греческим киприотам) мысль о том, что нет иного выхода, кроме как изменить своё отношение и согласиться на разделение острова.

Кстати, как показали дальнейшие события, предложенное решение оказалось неприемлемым для обеих сторон.

Как известно, выявление различий считается главным принципом развития объективного мира, поскольку в основе последнего заложен закон единства и борьбы противоположностей. В результате, эффективным методом влияния на восприятие действительности является разделение, выявление различия, вплоть до противоположности или противоречия. Представляется, что в этом вопросе следует выделять как минимум два явления – дифференциацию и контраст.

Дифференциацию можно определить как разделение, разграничение явлений, имеющих как сходство, так и различие. В то время, как контраст понимается в его привычном толковании как композиционно-стилистический принцип развёртывания речи, заключающийся в динамическом противопоставлении двух содержательно-логических и структурно-стилистических планов изложения [6, с. 115].

В выделении и разграничении этих двух явлений важным является вопрос о том, что в случае дифференциации нет противостояния, нет непримиримости позиций, нет водораздела, который разъединяет и не даёт возможности сближения. С точки зрения оппозиции «свой-чужой», эти явления, будучи разными, не являются антагонистами – возникает дихотомия «свой-другой».

Контраст, в вышеприведённом терминологическом значении, являет собой другую картину. Происходит резкое размежевание, противостояние, противоречие. Возникает полюсная ситуация «свой-чужой», в которой «чужой» имеет значение «враг».

Например, когда говорится о том, что государства внутри Евросоюза неоднородны, это ти-

пичный пример дифференциации (*Continental Europe contains a vast melange of displaced, gently oppressed minority people*). Ключевое слово *melange*, с одной стороны, разграничивает, говоря о смеси, смешении разных «ингредиентов», усиленное словом *vast*. С другой стороны, меланж (меланжевая пряжа) предоставляет большие возможности сочетания, соединения этих «ингредиентов» в единое целое.

Иначе звучит определение Евросоюза, как *an alliance of countries, that differ wildly in their attitudes to fairly important things such as work and financial prudence*. Слово *wildly*, имеющее, в частности, значения «неконтролируемый, необузданный; нецивилизованный; отклоняющийся от заданного направления, от нормы; крайний, экстремистский» несёт в себе большую силу разграничения и явного, декларативного противопоставления «конвенциональных» явлений и «неконтролируемых». Эвфемизм *fairly important*

представляет собой скрытую иронию, поскольку вопросы, связанные с работой и экономным использованием финансов, всегда и везде являются ключевыми. Очевидно, что данный пример говорит о явном противоречии между странами Евросоюза, что может привести к опасным последствиям: *The European order is entering a more chaotic and dangerous phase*.

Данный анализ вопроса говорит о том, что хотя полностью избежать манипулирования невозможно, однако можно научиться распознавать его и в таком случае противостоять ему. В связи с этим обучение студентов вдумчивому чтению политического текста, выделению противоборствующих сторон, пониманию составляющих оппозиции «свой-чужой» является важным аспектом в подготовке специалистов-международников и, соответственно, предметом особого внимания преподавателей иностранного языка.

#### Список литературы

1. Алиева Т.В. Языковые средства реализации концептуальной оппозиции «свой-чужой» в Британском политическом дискурсе. Канд. дисс. Москва, 2012. 201 с.
2. Беляевская Е.Г. Когнитивные параметры стиля // Вопросы когнитивной лингвистики. 2010, №1. С. 22-29.
3. Левковская Н.А. Прагматическая интеграция: соотношение вербальных и визуальных компонентов политического дискурса как фактор идеологического воздействия // Магия ИННО: новое в исследовании языка и методике его преподавания. Сб. трудов конференции. М., 2015, Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. С. 677-684.
4. Соловей Валерий. Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования // Издательство «Э». М., 2017. 320 с.
5. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования // Языки славянской культуры. 1997, 329 с.
6. Энциклопедия «Русский язык» // Большая Российская Энциклопедия. М., 2003. 704 с.
7. The Economist. November 29-December 5 2014. С. 24-26.

#### Сведения об авторе:

**Левковская Нина Алексеевна** – кандидат филологических наук, доцент, профессор кафедры английского языка №1 МГИМО (Россия, Москва). Сфера научных и профессиональных интересов: лингвистика текста, стилистика английского языка, прагматика текста, язык средств массовой информации, политический дискурс. E-mail: levknina@yandex.ru.

# DECLARATIVE AND MANIPULATIVE MEANS OF INFLUENCING THE ADDRESSEE THROUGH THE OPPOSITION “WE-THEY” IN THE POLITICAL TEXT

N.A. Levkovskaya

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76, Prospekt Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

**The Abstract:** *The article is devoted to the problem of means and ways of exerting influence on the reader. Mass media does it through its interpretation of the covered events. The character and the mode of interpretation depend on the stance of the author in the broad meaning of the word. Any political text is based on the archetypical opposition “we-they”, “ours-theirs” which with centuries has become cultural dominant feature thus creating contradiction. Any controversy presupposes use of weapons. Mass media uses its effective weapons of declarative and manipulative devices which affect the addressee and change their behaviour. Declarative devices are expressed verbally thus being more explicit. So they aim at “we”, “ours”. Manipulative devices are implied rather than expressed openly, since manipulation means an intentional and covert way of making the addressee act according to the will of the addresser. The article looks at several manipulative devices concentrating mainly on an alternative situation whose problem cannot be solved. The article analyses two types of division: differentiation which is defined as a phenomenon of segregation foregrounding the opposition “we-others”; and contrast which introduces controversy and confrontation with the opposition “we-enemy”. The given analysis of manipulative devices seems actual especially in the context of teaching foreign affairs department students to work with political texts as such and comprehend the complexity of the global political situation.*

**Key Words:** *political text, opposition “we-they”, “we-others”; declarative means of influence, manipulation, differentiation, contrast.*

## References

1. Alieva T.V. Iazykovye sredstva realizatsii kontseptual'noi oppozitsii «svoi-chuzhoi» v Britanskom politicheskom diskurse (Language Means of Realization of the Conceptual Opposition “WE-They” in the British Political Discourse). Kand. diss. Moskva, 2012. 201 s.
2. Belyaevskaja E.G. Kognitivnije parametry stilja (Cognitive Parameters of Style) // Voprosy kognitivnoj lingvistiki (Aspects of Cognitive Linguistics). 2010, №1. С. 22-29.
3. Levkovskaya N.A. Pragmaticheskaja integratsija: sootnoshenije verbalnykh i vizualnykh komponentov politicheskogo diskursa kak faktor ideologicheskogo vozdejstvija (Pragmatic Integration: Correlation of Verbal and Visual Components of Political Discourse as Factor of Ideological Influence) // Magija INNO: novoje v issledovanii jazyka i metodike jego prepodavanija (Magic of INNO: New in Language Research and Methods of Teaching). Conference collected papers. M., 2015, MGIMO. P. 677-684.
4. Solovej Valerij. Absolutnoje oruzhije. Osnovy psikhologicheskoi vojny i manipulirovanija (Absolute Weapon. The Basics of Psychological War and Manipulating) // Izdatelstvo «Э». M., 2017. 320 p.
5. Stepanov J.A. Konstanty. Slovar russkoj kultury. Opyt issledovanija (The Constant. Russian Culture Dictionary. The Research Experience) // Jazyki slavjanskoj kultury. 1997. 329 p.
6. Entsiklopedija “Russkij Jazyk” (Encyclopedia “The Russian Language”). M., 2003. 704 p.
7. The Economist. November 29-December 5 2014. С. 24-26

## About the author:

**Nina A. Levkovskaya** - PhD, Professor of English Department №1, MGIMO University (Moscow, Russia). Spheres of research and professional interest: text linguistics, English stylistics, text pragmatics, mass media language, political discourse. E-mail: levknina@yandex.ru.

\* \* \*

---

# О ДИСКУРСИВНЫХ СВОЙСТВАХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

С.Н. Леденева

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,  
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

---

*В статье рассматриваются стилистические и прагматические характеристики русскоязычной рекламы с целью проанализировать лингвистический статус рекламных текстов в профессиональной коммуникации. На примерах рекламы-заметки и рекламного слогана прослеживается формирование прагматики рекламных текстов путём комплексного взаимодействия речевых единиц. Стилиевая принадлежность рекламных текстов неоднозначна, так как в них комбинируются признаки разных стилей и жанров.*

*Автор обосновывает точку зрения, согласно которой реклама квалифицируется как особый вид медиадискурса. К дискурсивным характеристикам рекламы относятся семантическая и прагматическая насыщенность, способность порождать дополнительные смысловые компоненты в процессе актуализации текста, специфика психологического воздействия на реципиента. В статье подчёркивается значимость социально-культурных и психологических ориентиров для оказания требуемого воздействия на адресата. Прагматика рекламного дискурса обусловлена решением двух основных задач – информирования и побуждения, и для обеспечения её эффективности все речевые компоненты должны целенаправленно выстраиваться к реализации поставленной коммуникативной цели, подчиняясь заданным условиям коммуникации и целевой аудитории.*

*В заключение автор отмечает, что дискурсивные свойства рекламы как социальной и культурной практики необходимо раскрывать при подготовке представителей деловых кругов.*

**Ключевые слова:** лингвистический статус, реклама, медиадискурс, функциональный стиль, дискурсивные характеристики, прагма-семантические свойства, коммуникативное воздействие.

**Х**арактерный для российских вузов подход к определению объекта и задач обучения профессиональной коммуникации, как правило, охватывает регистры деловых переговоров, совещаний, выступлений, социализации (личных контактов), деловой переписки, документации и продукции средств массовой информации по соответствующей тематике [21; 22]. Однако с некоторых пор в этот ряд всё активнее продвигается реклама, которую в том или ином объёме изучают факультеты экономического и управленческого профилей (не только маркетологи и пиарщики). В связи с этим встаёт вопрос о том, что именно и в каком ракурсе следует изучать в рекламе специалистам по экономике и менеджменту. Задача данной публикации заключается в том, чтобы проанализировать лингвистический статус

и сам процесс категоризации рекламных текстов в лингвистике профессиональной коммуникации.

Среди языковедов не утихают споры о том, к какому жанру и стилю относится реклама, так как она интегрируется в разные типы дискурса. С одной стороны, рекламе присущи признаки, сближающие её с публицистическим стилем на основании общности целеустановки – не только информирование о товаре или услуге, но и (явная или скрытая) оценка и побуждение к действию (потреблению); кроме того, реклама актуализируется во многих публицистических жанрах (рекламная статья, заметка, интервью, корреспонденция, репортаж, отчёт, рецензия, консультация, рассказ) [5].

С другой стороны, рекламу можно отнести к дискурсу массовой коммуникации с учётом

того, что публицистические жанры способны воплощать рекламные цели, но как бы «берутся займы» из другой сферы [15]. В этом случае специалисты отмечают, что в рекламном дискурсе реализуются жанровые формы, сближающие её с дискурсом массовой коммуникации по знаковому способу передачи сообщений – жанры печатной рекламы, радиорекламы, ТВ- и интернет-рекламы, наружной рекламы. К тому же в современных условиях глобализации происходит неизбежная унификация (в том числе речевых параметров) различных сфер массовой коммуникации и институционального дискурса [1; 4; 15]. Это в свою очередь ещё больше размывает жанрово-стилевую дифференциацию.

Рассматривая рекламу в терминах функциональных стилей, в 80-90-е годы XX века исследователи считали, что её нельзя отнести к какому-либо стилю. «Язык рекламы охватывает круг разнообразных явлений, без полного учёта которых невозможно выявить её сущностные характеристики. Реклама не принадлежит ни к одному функциональному стилю», «целесообразно рассматривать её как жанр внестилевой» [13, с. 27]. В начале XXI века некоторые учёные выдвинули тезис о появлении нового функционального стиля – стиля рекламы [3]. Однако на данный момент следует признать, что языковеды ещё не пришли к единому мнению на этот счёт, справедливо полагая, что «отечественное лингвистическое рекламоведение находится в процессе становления, формирования не только исследовательских принципов и методов, но и своего статуса, в стадии определения своего места в ряду других лингвистических наук» [6, с. 46].

Мы, несомненно, разделяем мнение о наличии своеобразных стилистических характеристик рекламных текстов, а также, что особенно важно, прагматических и психологических свойств. Эти свойства неизбежно следуют из предназначения рекламы, зафиксированного не только в научных трудах, но даже в Федеральном законе «О рекламе», принятом в России в 2006 году: привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке [16]. Очевидно, что такая задача диктует прямое и активное коммуникативное воздействие на реципиента и, следовательно, тексты данного типа должны быть насыщены разнообразными стилистическими и риторическими приёмами и фигурами речи, реализующими указанные задачи.

Как известно, в лингвостилистике для многих языков традиционно выделяется пять функциональных стилей: 1) стиль делового общения (официально-деловой), 2) стиль научного изложения (научный), 3) стиль СМИ (публицистический), 4) стиль художественной прозы (литературно-художественный), 5) стиль разговорной речи (разговорный) [10; 13]. Каждый стиль характеризуется специфическими структурными, лексическими и прочими свойствами, позволяющими группировать тексты, которым они присущи. Однако принятые для каждого стиля системы норм могут сознательно или незосознательно нарушаться, заменяться нормами, характерными для другого функционального стиля. Живой язык отражает сложные ментальные и эмоциональные процессы, он представляет собой настолько многоплановое образование, что между стилями и жанрами не может быть непроницаемых границ, хотя для каждого стиля можно выделить ядро более или менее типичных языковых средств.

В задачи данной публикации не входит подробное рассмотрение всех или многих видов рекламы, так как для нас важно другое – уточнить, каков лингвистический статус рекламы и какие жанрово-стилевые свойства объединяют рекламные тексты, и, соответственно, могут служить критерием их отбора для учебных целей. Поэтому мы остановились на двух разнородных формах рекламы, одна из которых – достаточно протяжённое описание продвигаемого товара, а вторая – минимальное по объёму высказывание.

Итак, одним из ярких примеров, иллюстрирующих интеграцию стилей и жанров в рекламе, является следующий текст об известной марке чая [7, с. 169]:

*Сочетание чёрного чая с лимоном давно стало традицией. Подавать лимон к послеполуденному чаю вошло в обычай в Англии, но по-настоящему оценили сочетание мягкого чайного вкуса и освежающего цитрусового аромата в России. Поэтому чай с лимоном британцы, признанные ценители чая, называют русским. Чтобы напиток получился по-настоящему вкусным и полезным, лучше всего использовать крупнолистовой цейлонский чай. Он даёт ароматный терпкий настой. Чай прекрасно дополняется свежестью лимона с тонкой кожицей. У хорошего лимонного чая мягкий сбалансированный вкус: в меру терпкий, в меру сладкий.*

Компания «Вимм-Билль-Данн», ведущий производитель натуральных и здоровых продуктов,

*предлагает Вам новинку – прохладительный чёрный чай с лимонным соком Найс-Ти. Найс-Ти отлично тонизирует и утоляет жажду в любое время дня, в любое время года.*

Данный текст построен по типу так называемой развёрнутой структуры, которая придаёт солидность речевой ситуации и содержит базовые смысловые блоки: зачин, основная информация, заключение. Сюда включают также рекламный слоган – призыв к приобретению товара; однако в данном тексте, как мы видим, слоган выражается не эксплицитно, а имплицитно – инкорпорируется как своего рода месседж, вытекающий из разворачивающейся функциональной перспективы речевого произведения.

Можно ли однозначно определить, к какому стилю и жанру (в традиционной типологии) относится приведённый текст? Очевидно, что нет, так как он комбинирует признаки публицистического и разговорного стилей, а также признаки жанров заметки, консультации и отчасти рассказа. Тем не менее этот текст безошибочно квалифицируется как рекламный, ибо проявляет все предписываемые рекламе функциональные свойства:

- описание самого продукта (*крупнолистовой цейлонский чай, прохладительный чёрный чай с лимонным соком Найс-Ти*),

- привлечение внимания к его преимуществам (*мягкого чайного вкуса, освежающего цитрусового аромата, прекрасно дополняется, мягкий сбалансированный вкус: в меру терпкий, в меру сладкий, натуральных и здоровых продуктов, отлично тонизирует и утоляет жажду*),

- подчёркивание уникальных характеристик продукта (*по-настоящему вкусным и полезным, новинку, в любое время дня, в любое время года*),

- заявление о высоком уровне и репутации производителя (*ведущий производитель*),

- апелляция к чувствам (в данном случае патриотическим) потребителя (*по-настоящему оценили в России, признанные ценители чая называют русским*).

Перечисленные компоненты текста в совокупности составляют целостную систему средств воздействия на потребителя, которая вполне эффективно формирует у него благоприятное мнение о продукте и стимулирует к покупке.

Совсем иной структурой – свёрнутой, компактной – обладают рекламные слоганы:

*Прорыв в технологиях – революция в цене!*

*Подсолнечное масло «Дельтекс» – солнечное, золото высшей пробы!*

Несмотря на краткость изречений, каждое из них представляет собой не столько высказывание, сколько текст с присущими ему параметрами (целостность, законченность, интенциональность, адресованность, информативность, ситуативность, интертекстуальность) [20]. В структурном отношении это так называемые малоформатные тексты (термин А.А. Харьковской). Особую ценность малоформатных текстов представляет их способность «упаковать» в очень лаконичную структуру достаточно большое смысловое пространство [17].

Так, первый слоган имплицитно целым рядом пропозиций:

- рекламируемый товар относится к высокотехнологичным,

- совершенствуя технологии, можно снижать цены,

- сниженная цена на данный товар является его конкурентным преимуществом,

- следует купить товар, обладающий такими достоинствами.

Второй слоган также несёт больше смысловых компонентов, чем отражено в его поверхностной структуре, т.к. наряду с наименованием товара его образное сравнение с золотом внушает доверие к высокому качеству и надёжности, а ассоциация с чем-то «солнечным» (то есть тёплым и светлым) оказывает благоприятный психологический эффект. По сути дела, при всех отличиях поверхностной структуры слоганов от более объёмного текста, они аналогичны друг другу в плане воздействия на человека и побуждения его к потреблению.

Можно ли данные тексты однозначно квалифицировать с точки зрения их стилистической и жанровой принадлежности? Как и в предыдущем случае, квалифицировать можно, но неоднозначно. Эти тексты, хотя и заметно отличаются от приведённого ранее структурного типа текста, на самом деле так же контаминируют признаки разных стилей (публицистического, разговорного и даже литературно-художественного) и жанров (описания, оценочной характеристики, призыва).

Таким образом, приходится согласиться, что инструментарий традиционной лингвистики следует как-то дополнить для полноценного анализа рекламных произведений. Их семантическая и прагматическая насыщенность, способность порождать дополнительные смысловые компоненты в процессе актуализации текста, специфика используемого арсенала средств

психологического воздействия даёт основания говорить о рекламе как об особом виде дискурса. Дискурс отличается от текста тем, что помимо сложившейся структуры произведения речи (собственно текста), включает и весь комплекс связанных с ним прагматических и семантических приращений, порождаемых коммуникативной ситуацией, параметрами взаимодействующих сторон и другими сопутствующими коммуникации обстоятельствами (в том числе экстралингвистическими); соответственно, в каждой новой ситуации общения для разных коммуникантов и смысловые приращения будут разными [18; 21; 22]. Именно эти дискурсивные признаки наблюдаются в любом рекламном произведении, что и продемонстрировали приведённые выше примеры.

В последние годы подобная точка зрения получает всё более широкое распространение среди филологов. Нам представляется оправданной позиция Е.Н. Малюги и М.А. Банщиковой, которые прежде всего исходят из того, что преобладающим источником рекламы являются средства массовой информации, ибо это наиболее широкоформатный способ охвата целевой аудитории. Соответственно, они включают рекламу в медиадискурс и характеризуют его как дистантный дискурс с индивидуально-коллективным субъектом (не только соавторство, но и общая позиция журнала, телеканала и т.д.) и массовым рассредоточенным адресатом, который во многом сформирован социокультурной ситуацией и способен в определённых пределах вызывать изменения этой ситуации [9].

Социокультурная обусловленность рекламного дискурса прослеживается также в том, что во многих работах, вслед за известным американским специалистом А. Политцем, делается упор на наиболее существенные свойства, повышающие прагматическую эффективность рекламы:

1) *субъективная значимость темы* для целевой аудитории (принцип эмпатии). Принцип эмпатии предусматривает необходимость того, чтобы рекламисты ставили себя на место потребителя, отождествляли себя с ним, пытаясь выразить его интересы и желания.

2) *правдоподобность предлагаемой информации*. Следует иметь в виду, что потребители не склонны верить утверждениям, приписывающим необыкновенные качества («уникальный», «самый», «единственный») рекламируемому товару, т.к. об этих свойствах своего продукта заявляют очень многие рекламисты. Люди пред-

почитают сведения, которым можно доверять, поэтому следует использовать умелую, чётко выверенную аргументацию, разъясняющую потребителю, почему ему необходимо купить рекламируемый товар и насколько выгодна его покупка.

3) *уникальность информации*. Одним из важнейших способов создать эффективную рекламу является способность сделать её непохожей на рекламу конкурирующих фирм, выпускающих схожую продукцию для той же целевой группы. В этом случае очень трудно добиться того, чтобы основное рекламное утверждение стало по-настоящему уникальным [7; 9; 15].

Таким образом, современная антропоцентричная парадигма науки о языке и коммуникации в целом утверждает, что для оказания требуемого воздействия на адресата во главу угла ставятся социально-культурные и психологические ориентиры. Каково бы ни было вербальное оформление рекламы, для обеспечения её эффективности все речевые элементы и компоненты должны целенаправленно выстраиваться к реализации поставленной коммуникативной цели, подчиняясь заданным условиям коммуникации и целевой аудитории.

Прагматика рекламного дискурса, как видно из всего сказанного, определяется ориентацией на решение двух основных задач – информирования и побуждения. Информирование и побуждение, будучи встроенными в любой рекламный текст, обеспечивают функционально-стилевое единство языка рекламы и предопределяют в общем плане построение как кратких узко-рекламных сообщений, так и объёмных рекламно-информационных текстов с присутствием элементов разных речевых актов, ибо наиболее успешно справляются со своими задачами тексты, в которых сочетаются и усиливают друг друга разные приёмы речевого воздействия. Например:

*Ваш муж, возможно, не так внимателен к вам, как этот агрегат. До чего умный глаз! Стоит вам появиться на пороге, он тут же это засечёт и радостно отреагирует своим инфракрасным датчиком. Ну как собака завилает хвостом от бескорыстной любви к вам. Кондиционер типа Smart Eye работает просто потому, что есть ради кого это делать!*

В данном отрывке интегративно реализуются языковые единицы разных уровней:

- слова с положительной семантикой, настраивающие потребителя благоприятно (вни-

*мателен, умный, тут же, радостно, завилает, бескорыстной),*

- неполнозначная (служебная) лексика, усиливающая положительную прагматику текста (*до чего, ну как, просто потому*),

- метафора (описание прибора как живого человека),

- сравнение (прибора с собакой).

- единицы, ассоциативно имплицитные, придающие большую значимость объекту представления для целевого клиента (*ваш муж, любви, есть ради кого*).

Насыщенность текста подобными элементами эффективно формирует в сознании реципиента образ объекта не только необходимого, но и привлекательного. Даже описание обычного бытового прибора превращается в своего рода задушевный диалог с потребителем, причём стратегия речевого воздействия направлена не только на здравомыслие человека (призыв создать себе комфорт в доме), но и к чисто эмоциональной сфере (учёт гендерных характеристик,

обещание восполнить недостаток внимания со стороны близких, достаточно «эстетичная» вербализация коммуникативного замысла). Правильное стратегическое планирование коммуникации – один из краеугольных камней успешной реализации поставленной задачи в любом виде общения, а в рекламе особенно [2].

Таким образом, рекламу можно считать полноправным видом медийного дискурса как социальной и культурной практики, которая реализует все характерные дискурсивные свойства в процессе воздействия на реципиента (как индивидуального, так и коллективного). Данное понимание рекламы необходимо раскрывать при подготовке представителей деловых кругов, с тем чтобы они в профессиональной деятельности были нацелены на продвижение своих товаров и услуг через обоюдонаправленное (в том числе заочное) взаимодействие с партнёром, учитывающее его личностные и социально-культурные особенности.

#### Список литературы

1. Банщикова М.А., Орешко В.М. О процессах лингвистической глобализации и интернационализации в современном обществе // Вопросы прикладной лингвистики. 2014. № 15-16. С. 10-17.
2. Ветринская В.В. Коммуникативные стратегии и тактики, используемые при собеседовании при приёме на работу // Вопросы прикладной лингвистики. 2013. № 10. С. 27-34.
3. Горлатов А.М. Функциональный стиль рекламы в современном немецком языке: Автореферат дис. ... доктора филологических наук. Минск, 2002. 31 с.
4. Киселёва А.В. Эволюционные тенденции и перспективы развития английского языка // Вопросы прикладной лингвистики. 2016. № 22. С. 48-61.
5. Кохтев Н.Н. Реклама и речевая норма // Русская речь. 1991. № 2. С. 61-65.
6. Ксензенко О. А. Нолеологические и методологические проблемы современного лингвистического рекламоведения // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. № 1. С. 42-55.
7. Леденёва С.Н. Методы психолингвистической оценки эффективности речевого воздействия: Диссертация ... кандидата филологических наук. М., 2004. 185 с.
8. Леденёва С.Н. Функционально-прагматические свойства языковых средств рекламного дискурса // Вестник Брянского государственного университета. 2017. № 1. С. 306-312.
9. Малюга Е.Н., Банщикова М.А. Англоязычный профессиональный жаргон в немецком рекламном медиадискурсе. Lambert Academic Publishing, Germany, 2011. 184 с.
10. Наер В.Л. О текстовых параметрах функционального стиля: К постановке проблемы // Текст в функционально-стилевом аспекте. М.: Московский гос. ин-т иностранных языков им. М. Тореца, 1988. С. 4-9.
11. Пономаренко Е.В., Полякова К.А. Актуализация принципов речевого воздействия как интегративный процесс в англоязычной деловой коммуникации // Вопросы прикладной лингвистики. 2016. № 24. С. 82-97.
12. Радюк А.В., Конькова А.Е. Типы речевого воздействия (на примере стратегии поиска решений) // Вопросы прикладной лингвистики. 2017. № 1 (25). С. 40-55.
13. Стеллиферовский П.А. Проблема функционально-стилевого статуса языка рекламы // Текст в функционально-стилевом аспекте. М.: Московский гос. ин-т иностранных языков им. Мориса Тореца, 1988. С. 22-28.
14. Томалин Б., Малюга Е.Н. Деловой английский в век глобализации // Вопросы прикладной лингвистики. 2016. № 24. С. 7-18.
15. Учёнова В.В., Шомова С.А., Гринберг Т.Э., Кононыхин К.В. Реклама: Палитра жанров. М.: РИП-Холдинг, 2000. 98 с.
16. Федеральный Закон «О рекламе» [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/) (дата обращения: 22.06.2017).
17. Харьковская, А.А. Функциональная парадигма малоформатных англоязычных текстов // Материалы Международной лингвистической конференции «Язык – Текст – Дискурс: традиции и инновации, 21-23 сентября 2009 года». – Самара: Самарский университет, 2009. Ч.2. С. 14-19.

18. Харьковская А.А., Кривченко И.Б. Концептуальная организация дискурса социальных сетей (на материале социальной сети «Facebook» // Вопросы прикладной лингвистики. 2017. № 3 (27). С. 60-77.
19. Храменко Д.С. Кооперативный эффект прагматического воздействия в английском дискурсе масс-медиа // Вопросы прикладной лингвистики. 2017. № 3 (27). С. 86-95.
20. Beaugrande R. de. Text, Discourse and Process. Toward a Multi-Disciplinary Science of Texts. London: Longman, 1980.
21. Khramchenko, D., Radyuk, A. The synergy of modern Business English discourse: holistic Approach to teaching unconventional rhetoric // Proceedings of INTED2014 Conference 10th-12th March 2014, Valencia, Spain. P. 6779-6783.
22. Ponomarenko E.V., Parshutina G. Business interaction and communication verbs: functional efficiency revisited // Академическая наука – проблемы и достижения. Материалы IX международной научно-практической конференции. North Charleston, USA: CreateSpace, 2016. С. 125-131.

**Сведения об авторе:**

**Леденева Светлана Николаевна** – кандидат филологических наук, заведующая кафедрой английского языка № 4, МГИМО МИД России (Россия, Москва). E-mail: angliiskaya4@mail.ru.

## DISCURSIVE FEATURES OF ADVERTISEMENTS

S.N. Ledeneva

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76, Prospekt Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

**The Abstract:** *The article considers stylistic and pragmatic characteristics of Russian advertising with the aim of analysing the linguistic status of advertisements within professional communication. The formation of advertisement pragmatics through a complex interaction of language units is exemplified by an advertising sketch and advertising slogans. Advertisement style identification is ambiguous due to a combination of different style and genre features.*

*The author argues that advertising should be qualified as a special type of media discourse. Advertisement discursive characteristics comprise semantic and pragmatic density, the ability to generate semantic accretion in the process of text actualization, specific psychological impacts on the recipient. The article accentuates the significance of sociocultural and psychological guidelines for achieving the desired effect on the addressee. Advertising discourse pragmatics is determined by the necessity to solve two main tasks – informing and urging. Their efficiency is ensured by persistent targeting of all speech components at the relevant communicative purport in view of the initial communicative conditions and the target audience.*

*The author concludes that the discursive features of advertising as social and cultural practice need to be delivered to representatives of business circles in the process of their professional training.*

**Key Words:** *linguistic status, advertising, media discourse, functional style, discursive features, pragma-semantic properties, communicative impact.*

### References

1. Bانشhikova, M.A., Oreshko, V.M. O processah lingvisticheskoy globalizacii i internacionalizacii v sovremennom obshchestve [On the processes of linguistic globalization and internationalization in modern society] // Voprosy prikladnoj lingvistiki. 2014. N 15-16. pp. 10-17.
2. Vetrinskaya, V.V. Kommunikativnye strategii i taktiki, ispol'zuemye pri sobesedovanii pri prieme na rabotu [Communicative strategies and tactics used at job interviews] // Voprosy prikladnoj lingvistiki. 2013. N 10. pp. 27-34.
3. Gorlatov A.M. Funkcional'nyj stil' reklamy v sovremennom nemeckom jazyke: Avtoreferat dissertacii ... doktora filologicheskikh nauk [The advertising functional style in the modern German language: Doct. Sc. Thesis]. Minsk, 2002.
4. Kiseleva A.V. Jevoljucionnye tendencii i perspektivy razvitiya anglijskogo jazyka [Evolutionary trends and English language development] // Voprosy prikladnoj lingvistiki. 2016. N 22. pp. 48-61.
5. Kohtev N.N. Reklama i rechevaja norma [Advertising and speech norm] // Russkaja rech'. 1991. N 2. pp. 61-65.
6. Ksenzenko O.A. Gnoseologicheskie i metodologicheskie problemy sovremennogo lingvisticheskogo reklamovedenija [Gnoseological and methodological issues of modern linguistic advertising studies] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 19: Lingvistika i mezkul'turnaja kommunikacija. 2012. N 1. pp. 42-55.

7. Ledeneva S.N. Metody psiholingvističeskoj ocenki effektivnosti rečevogo vozdejstvija: Dissertacija ... kandidata filologičeskix nauk [Methods of psycholinguistic assessment of verbal impact efficiency: Cand. Sc. Thesis]. 2004. Moskva, Russia.
8. Ledeneva S.N. Funkcional'no-pragmatičeskie svojstva jazykovyx sredstv reklamnogo diskursa [Functional and pragmatic properties of advertising discourse verbal means] // Vestnik Brjanskogo gosudarstvennogo universiteta. 2017. N 1. pp. 306-312.
9. Malyuga E.N., Bانشhikova M.A. Anglojazyčnyj professional'nyj zhargon v nemeckom reklamnom mediadiskurse [English professional jargon in German advertising media discourse]. Lambert Academic Publishing, Germany, 2011.
10. Naer V.L. O tekstovyh parametroh funkcional'nogo stilja: K postanovke problemy [On functional style textual parameters: towards problem statement] // Tekst v funkcional'no-stilevom aspekte. Moskva: Moskovskij gos. in-t inostrannyh jazykov im. M. Toreza, 1988. pp. 4-9.
11. Ponomarenko E.V., Polyakova K.A. Aktualizacija principov rečevogo vozdejstvija kak integrativnyj process v anglojazyčnoj delovoj kommunikacii [Actualisation of discursive impact principles as an integrative process in Business English communication] // Voprosy prikladnoj lingvistiki. 2016. N 24. pp. 82-97.
12. Radyuk A.V., Kon'kova A.E. Tipy rečevogo vozdejstvija (na primere strategii poiska reshenij) [Types of speech influence (exemplified by solution search strategy)] // Voprosy prikladnoj lingvistiki. 2017. N 1 (25). pp. 40-55.
13. Stelliferovskij P.A. Problema funkcional'no-stilevogo statusa jazyka reklamy [The problem of functional-stylistic status of advertising language] // Tekst v funkcional'no-stilevom aspekte. Moskva: Moskovskij gos. in-t inostrannyh jazykov im. Morisa Toreza, 1988. pp. 22-28.
14. Tomalin B., Malyuga E.N. Business English in the global age // Voprosy prikladnoj lingvistiki [Issues of applied linguistics]. 2016. N 24. pp. 7-18.
15. Uchenova V., Shomova S., Grinberg T., Kononyhin K. Reklama: Palitra zhanrov [Advertising: a palette of genres]. Moskva: RIP-Holding, 2000.
16. Federal Law On Advertising. Retrieved 22 June 2017 from [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/).
17. Kharkovskaya A.A. Funkcional'naja paradigma maloformatnyh anglojazyčnyh tekstov [Functional paradigm of English miniformat texts] / A.A. Har'kovskaja // Materialy Mezhdunarodnoj lingvističeskoj konferencii «Jazyk – Tekst – Diskurs: tradicii i innovacii, 21-23 sentjabrja 2009 goda». Samara: Samarskij universitet, 2009. Ch. 2. pp. 14-19.
18. Kharkovskaya A.A., Krivčenko I.B. Konceptual'naja organizacija diskursa social'nyh setej (na materiale social'noj seti «Facebook») // Voprosy prikladnoj lingvistiki. 2017. N 3 (27). pp. 60-77.
19. Khranchenko D. Kooperativnyj jeffekt pragmatičeskogo vozdejstvija v anglijskom diskurse mass-media // Voprosy prikladnoj lingvistiki [Issues of applied linguistics]. 2017. N 3 (27). pp. 86-95.
20. Beaugrande R. de. Text, Discourse and Process. Toward a Multi-Disciplinary Science of Texts. London: Longman, 1980.
21. Khranchenko, D., Radyuk, A. The synergy of modern Business English discourse: holistic approach to teaching unconventional rhetoric // Proceedings of INTED2014 Conference 10th-12th March 2014, Valencia, Spain. pp. 6779-6783.
22. Ponomarenko E.V., Parshutina G. Business Interaction and Communication Verbs: Functional Efficiency Revisited // Academic science – problems and achievements IX: Proceedings of the Conference. North Charleston, 20-21.06.2016 (Russian Edition). North Charleston, SC, USA: CreateSpace– spc Academic, 2016. pp. 125-131.

#### **About the author:**

**Ledeneva Svetlana Nikolaevna** – Candidate of Philological Sciences, Head of English Department № 4, MGIMO University (Russia, Moscow). E-mail: [angliiskaya4@mail.ru](mailto:angliiskaya4@mail.ru).

\* \* \*

# ЯВЛЕНИЕ ГЕОСИНОНИМИИ В СОВРЕМЕННОМ ИТАЛЬЯНСКОМ ЯЗЫКЕ

Е.В. Орел

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,  
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

*Особенное распространение явления геосинонимии в итальянском языке обусловлено сосуществованием в едином языковом пространстве нормативного итальянского языка и различных диалектов и их вариантов, определённой мозаичностью языковой и культурной ситуации. Использование литературного нормативного языка в устном общении, которое всегда было сферой действия диалектов, неизбежно привело к многоуровневым интерференциям и образованию региональных вариантов итальянского, для которых характерно, в частности, использование диатопически маркированных лексических единиц, как правило, диалектного происхождения. Обусловленные данными процессами явления геосинонимии и геоомонимии имеют в итальянском языке особенно широкое распространение. Целью статьи является рассмотреть данные явления в современном итальянском языке, проанализировать наблюдаемую динамику происходящих в них изменений и влияющие на них факторы, выявить общие закономерности и тенденции развития описываемых процессов. Вопрос о тенденции к сокращению количества итальянских геосинонимов и унификации лексики региональных вариантов языка или же о тенденции к расширению этого явления становится весьма актуальным, учитывая повышенный интерес к диалекту, отмечаемый в последние годы среди итальянской молодёжи, и использование его в чередовании или в смешении с нормативным итальянским языком, в том числе и в письменных формах.*

**Ключевые слова:** геосинонимы, геоомонимы, региональный итальянский, регионализм, диалект, общеитальянская лексика.

Наиболее характерной и самой яркой особенностью языковой ситуации в Италии является сосуществование нормативного итальянского языка и многочисленных местных диалектов и их вариантов. На протяжении более чем полуторазекового существования итальянского государства область общения исключительно на диалекте постоянно сужалась, и итальянский язык постепенно завоёвывал все те сферы, в которых раньше господствовал диалект. При даже частичном, а нередко и почти полном наложении друг на друга сфер применения и коммуникационного пространства языка и диалекта неизбежно происходит процесс интерференции, «смешивания». Итальянский язык, на

котором общаются люди, живущие на конкретной географической территории, испытывает в большей или меньшей степени влияние местного диалекта, перенимает какие-то его черты и будет отличаться от итальянского языка жителей другого региона, где исторически общение на протяжении веков шло на ином диалекте.

Начиная с 60-х годов прошлого века при описании диатопических<sup>1</sup> вариантов итальянского языка стал широко употребляться термин *региональный итальянский* [12, с. 142]. Имеется в виду вариант языка, используемый в устном общении на определённой географической территории, в котором систематически проявляются морфо-синтаксические, фонетические и лек-

<sup>1</sup> Термин, применённый испанским исследователем Э. Косериу в выдвинутой им в 1969 году теории языковой вариативности. Сформулированная им трёхмерная модель состоит из вариативности пространственной (диатопической), социальной (диастратической) и стилистической (диафазической). Эти виды вариативности, согласно Косериу, могут определять статус функциональных языков, то есть своего рода подсистем внутри общего языка [6].

сические особенности, отличающие его как от нормативного итальянского языка, так и от языковых вариантов, действующих в других географических ареалах. Региональный итальянский – это фактически тот язык, на котором итальянцы говорят в обычном повседневном общении. Описанием региональных вариантов занимались такие исследователи, как Дж. Б. Пеллегрини [21], М. Кортеллаццо [5], Т. Тельмон [28, 29, 30], Т. Поджи Солани [24], Д'Акилле [9] и другие.

Современную картину языковой ситуации в Италии можно определить словами Дж. Маркато: «диалекты продолжают жить, что особенно ощущается в отдельных регионах Италии, при этом они могут существовать, лишь отказавшись от многих своих специфических черт. Нормативный же итальянский язык присутствует сегодня везде, на всех уровнях социальной жизни итальянцев, но при использовании его в устном общении в нём начинают действовать центробежные силы, вплетая в его структуру самые разные отклонения от нормы: он как бы разбивается на множество «новых диалектов». Этот процесс указывает на то, что язык как продукт устойчивых взаимоотношений внутри социума неизбежно является «привязанным» к определённой территории» [18, с.15]. Региональные варианты итальянского языка представляют собой, таким образом, промежуточные диалектные системы – автономные, динамичные и имеющие собственную структуру, то есть определённые «неодиалекты» нашего времени [29].

Практически, каждый итальянец, в какой бы части Италии он ни жил, даже если он вырос в итальяноговорящей семье и сам на диалекте не говорит, усваивает с детства язык диалектически маркированный, то есть с вкраплениями диалектизмов и регионализмов, которые являются частью его активной лексики, хотя часто и не осознаются им таковыми. При проведении опросов среди носителей языка довольно часто выявляется, что регионализмы воспринимаются говорящими как лексические единицы общенормативного итальянского языка. Например, устная речь образованных венецианцев полна регионализмов и диалектизмов, которые лишь частично используются ими намеренно для большей выразительности, но часто употребляются совершенно неосознанно [27, с.187-189]. П. Д'Акилле называет это не прямой, а «происшедшей ранее» диалектной интерференцией, которая передаётся от родителей детям, и человек, говорящий или считающий себя говорящим

на нормативном итальянском языке, в большей или меньшей степени, но обязательно использует в речи регионально окрашенные элементы [8, с.191]. А. В. Суллам Калимани дополняет, что при этом необходимо учитывать происходящие в последние десятилетия массивные внутренние миграции населения, когда человек может жить в разных регионах Италии или его родители могут быть родом из разных областей, а также всё более широкое распространение итальянского в самых низших слоях населения [27, с.175].

При всём удобстве использования термина *italiano regionale* (региональный итальянский) исследователями признаётся определённая его условность, так как ареалы действия региональных вариантов итальянского отнюдь не соответствуют областям, на которые административно поделена Италия (по-итальянски *regione* – административная область) [9]. Так, общность целого ряда особенностей позволяет в отдельных случаях определять их как характерные для двух или более областей – например, северных, центрально-южных или южных. С другой стороны, практически внутри каждой административной области есть субрегиональные варианты, иногда весьма отличающиеся друг от друга. Например, внутри регионального итальянского, на котором говорят на Сардинии, выделяются варианты, характерные для Сассари, Галлурии, Кальяри, Нуоро и др. [17, с.310].

Характерные диалектические особенности регионального итальянского проявляются на разных уровнях – и прежде всего, на уровне интонации и фонетики: произношение почти всегда даёт возможность определить происхождение говорящего. Определённые особенности могут касаться морфологии и синтаксиса – например, проявляться в употреблении местоимений, артиклей или глагольных форм, в использовании отдельных синтаксических конструкций, в особом порядке слов. В большей же степени диалектическая вариативность затрагивает сферу лексики. Лексика, как известно, несёт основную культурную нагрузку в языке: именно из слов и словосочетаний у человека складывается языковая картина мира, определяющая восприятие им мира [2, с.624]. Среди диалектических элементов в региональных языках Италии лексические единицы и выражения составляют значительную часть, что определяет широкое распространение явления геосинонимии.

Геосинонимы, или территориальные синонимы, представляют собой лексические вариан-

ты обозначения одного и того же понятия или предмета, имеющие географически ограниченный ареал употребления. Чаще всего в качестве примера этого явления в итальянском приводят обозначение арбуза в разных частях Апеннинского полуострова:

*anguria* – на севере Италии;  
*cocomero* – в Тоскане и центральной Италии;  
*mellone, melone d'acqua* – на юге Италии;  
*pateca, pasteca* – в Лигурии.

Далеко не всегда локальные синонимы общеитальянских слов, которые употребляют в своей речи жители определённого ареала, бывают понятны жителям других регионов или же тем, кто владеет лишь нормативным итальянским языком. Случаев такого непонимания немало. В качестве примера можно привести рассказ из комментария в одном блоге:

“Una volta sono stato a pranzo in Brianza dalla famiglia di un mio amico e quando la mamma ci ha chiesto se volevamo dei CORNETTI ho risposto di sì, pensando al gelato, e invece erano FAGIOLINI, che io odio” – Filippo, 14 febbraio 2011. («Однажды я был приглашён на обед в семью одного моего друга в Брианце, и когда его мама спросила у нас, будем ли мы есть «cornetti», я ответил, что да, думая, что речь идёт о мороженом, а это была зелёная стручковая фасоль, которую я ненавижу» – Филипп, 14 февраля 2011.)<sup>2</sup>

Однако даже в тех случаях, когда лексическое значение геосинонимов понятно всем, возникает немало вопросов: какой вариант употребляется чаще? Какой правильнее? Являются ли они взаимозаменяемыми? Тождественны ли они по стилистической и экспрессивной окраске? Почему, например, в одних городах Италии пишут *Attenzione al gradino* (Осторожно, ступенька), а в других – *Attenzione allo scalino*? [19, с.7].

В применении к итальянскому языку феномен геосинонимии был впервые исследован швейцарским учёным Робертом Рюэггом. В 1956 году им была защищена диссертация под названием «О лингвистической географии разговорного итальянского языка» [25]. Рюэгг провёл опрос в разных областях Италии и в итальянских кантонах Швейцарии в отношении выражений, которые носители языка употребляли для передачи 242 понятий по темам современной повседневной жизни: семья, здоровье, дети, еда, одежда, работа, торговля, деньги. В результате выявилось необычайно богатое разнообразие регио-

нальных вариантов – от двух до тринадцати для одного понятия. Только одно из них имело для всех участников опроса одно обозначение – это «крепкий кофе в баре» – *espresso* (сегодня, по прошествии нескольких десятков лет, оно совершенно перестало употребляться в этом значении, будучи вытесненным словом *caffè*).

В качестве критерия классификации итальянских геосинонимов Р. Рюэгг предложил сопоставление их с синонимами тосканского происхождения, учитывая, что именно тосканский диалект лёг в основу нормативного итальянского. Он выделил случаи, когда:

– тосканский вариант берёт вверх и становится преобладающим на всей территории Италии: тоск. *padrino* (крестный отец) употребляется вместо вен. *santolo* и южн. *compare*;

– тосканский и нетосканские варианты существуют на равных правах: тоск. *babbo* и сев. *papà* (папа);

– тосканский вариант оказывается слабее и преобладает нетосканский синоним: сев. *adesso* вместо тоск. *ora* (сейчас).

Ещё Т. Де Мауро во втором издании «*Storia linguistica dell'Italia unita*», вышедшем в 1970 году, писал, что тосканский вариант всё более теряет своё значение в качестве общеитальянского образца, и ставил на первое место римский вариант, учитывая его популярность на телевидении и в кинематографе. В 1984 году Н. Галли де Паратези публикует социолингвистическое исследование, в котором, основываясь на большом фактическом материале, делает вывод, что наиболее престижным в Италии стал северный региональный вариант с центром в Милане [14]. Именно северные регионализмы всё чаще завоёвывают место в общеитальянской лексике, вытесняя тосканизмы. Например, вместо тосканского *balocco* (игрушка) в современном языке употребляется слово *giocattolo* венецианского происхождения, только в Тоскане говорят *dinanzi* (сначала, недавно), в других областях – *poco fa, prima* [8, с. 59].

Другой принцип классификации геосинонимов – по степени распространённости – предлагает генуэзский лингвист Эмидио Де Феличе [11, с.109-117]. Он выделяет 3 группы синонимов.

Первую группу составляют геосинонимы национального значения, распространённые на всей территории Италии. Они приводятся во всех словарях, иногда с пометкой «региональ-

<sup>2</sup> blog.terminologiaetc.it

ное», но чаще без. Например, в паре сев. *asino* – центр. *somaro* (осёл) оба синонима входят в лексический состав нормативного итальянского языка, хотя и продолжают нести в себе лёгкую территориальную окраску. В отдельных случаях диалектальное происхождение слова со временем полностью стирается и уже не ощущается носителями языка. В словарях на него указывает, как правило, лишь пометка об этимологии слова. Например, слово *sfarzo* (синоним итал. *fasto* «роскошь, выставляемая напоказ») сопровождается пометкой о его происхождении от неаполитанского слова.<sup>3</sup> Это полноправная лексема нормативного итальянского языка, от которой уже образовался ряд производных – *sfarzoso*, *sfarzosità*, *sfarzosamente*. Словами общеитальянской лексики без какой-либо региональной окраски воспринимаются следующие пары синонимов:

еврейско-римское *fasullo* – итал. *falso* (фальшивый, поддельный),

генуэз. *scoglio* – итал. *roccia* (скала),

южн. *cozze* – тоск. *mitili* (мидии).

Во вторую группу классификации Э. Де Феличе входят геосинонимы регионального значения. Их употребление не охватывает всей территории страны ни в лингвистическом, ни в культурном плане, а ограничено одной или несколькими областями:

*faticare* (работать) в южной Италии – итал. *lavorare*,

*camiciola* (нижняя майка) в Тоскане – итал. *maglietta*,

*caruso* (наемный работник) на Сицилии – итал. *garzone*.

Такие геосинонимы-регионализмы, как правило, приводятся в словарях итальянского языка с обязательной пометкой ограниченного географического использования.

Третью группу составляют геосинонимы чисто диалектального значения, которые употребляются на чётко ограниченной территории и, как правило, не известны за её пределами:

*capa* (голова) в Неаполе – итал. *testa*,

*pezzuola* (носовой платок) в Тоскане – итал. *fazzoletto da naso*,

*pasteca* (арбуз) в Лигурии – сев. *anguria*,

*cornetti* (стручковая фасоль) в Ломбардии – итал. *fagiolini*,

*tegolini* (стручковая фасоль) в Венето – итал. *fagiolini*,

*goto* (стакан) в Венето – итал. *bicchiere*,

*chichera* (чашка) в Венето и Ломбардии – итал. *tazza*,

*bauco* (глупый) в Венето – итал. *stupido*.

В словарях итальянского языка такие диалектизмы обычно не указываются (например, в GRADIT нет слов *goto*, *chichera*, *bauco*, *pezzuola* в приведённом значении), а если приводятся, то оговаривается географический ареал их употребления. Например, в отношении слова *pezzuola* словарь Treccani указывает: *Per indicare il fazzoletto da naso, è parola limitata all'uso region. (soprattutto tosc.)* – «В значении носового платка употребление этого слова ограничено региональными рамками (в основном, Тосканой)» [31].

Слова первой группы в классификации Э. Де Феличе понятны всем итальянцам, значение геосинонимов, входящих во вторую и особенно в третью группу часто непонятно для говорящих на нормативном итальянском языке или для живущих в другом географическом регионе. Что касается сопроводительного лексикографического аппарата, то не наблюдается принятой единой системы, и разные словари дают разные пометки: *reg[ionale]*, *dial[ettale]*, *sett[entrionale]*, *centr[ale]*, *tosc[ano]*, *centromerid[ionale]* и т.д. Так, например, существительное *cadrega* (стул) сопровождается следующими пометками: *dial. piem., lomb.* (GRADIT), *settentr.* ([www.Treccani.it](http://www.Treccani.it)), *dial.* (Zingarelli).

Подавляющее большинство итальянских геосинонимов имеют диалектальное происхождение, но есть примеры региональных вариантов обозначения одного и того же понятия, которые никак не связаны с местным диалектом. Так, слабый и большого объёма кофе в Риме и Милане называют *caffelungo*, во Флоренции *caffè alto*, в Катании *caffè lento*, в Кальяри *caffè allungato*, а в Генуе *caffè molle* [19]. По-разному в зависимости от региона звучит и название круассана, который обычно заказывают на завтрак в баре: в центральных и южных областях это скорее *cornetto*, в северных областях предпочитают слово *brioche* (в Неаполе и на Сицилии встречается форма *brioscia*), в Комо или Венеции часто можно услышать *croissant*, а в Болонье и Сиене употребляют слово *pasta*. Жареный пончик в Риме не назовут *krapfen*, как в Милане, Триесте или Венеции, а только *bomba* или *bombolone*, в Неаполе же, Калабрии и на Сицилии это *graffa* [10]. На юге Сардинии спортивный костюм (итал. *tuta da ginnastica*) называют словом *canadese*, которое не

<sup>3</sup> здесь и далее используются данные словаря GRADIT [15].

имеет ничего общего с местным диалектом [17, с. 310]. Жители Кальяри впервые увидели такие костюмы на солдатах канадского батальона, когда во время Второй мировой войны союзники заняли город: канадцы выходили в спортивных костюмах на пробежку по городскому пляжу. Жители других районов Сардинии, как и других областей Италии, под словом *canadese* понимают палатку треугольной формы.

Диатопические различия общеитальянским словам одного синонимического ряда может придавать разница в частотности их употребления в разных ареалах. Так, в ряду *stupido, cretino, tonto* (глупый) последнее является весьма распространённым в устном общении только на Сардинии, точно также, как и *poltrone* в паре *pigro, poltrone* (ленивый) [17, с. 311-312].

Геосинонимы, как и обычные синонимы, могут отличаться друг от друга оттенками лексического значения. Например, среди обозначений раковины одни называют раковину в кухне, другие – в ванной, третьи – и там и там:

*lavabo* – (рукомойник, умывальник в ванной)

*acquaio* – тоск. – (в кухне для мытья посуды)

*lavapiatti* – южн. – (в кухне для мытья посуды)

*lavello* – сев. – (в кухне для мытья посуды)

*safa* – Эмилия-Романья, Венето – (в кухне для мытья посуды)

*lavandino* – (универсальное значение) [19].

Синонимы одного ряда могут отличаться экспрессивно-эмоциональными коннотациями, стилистической окраской. Например, неаполитанское *ciuccio* или *ciucciarello* (осёл) в переносном значении «неуч, болван, тупица» звучит гораздо более снисходительно и менее грубо, чем северное *asino* или тосканское *ciuco*. В синонимическом ряду со значением «пощёчина» наиболее стилистически нейтральным является *schiaffo*, другие же более экспрессивны – *ceffone, pacchero, sventola, sganassone*, а ломбардское *sberla* отличается не только экспрессией, но и большей силой удара [27, с. 325]. Стоящие в этом же ряду тосканские *gotata* и *guanciata* являются книжными и устаревшими. Показателен пример, приводимый в проекте “La lingua delle città”: жительница города Аквила выразила значение «удариться обо что-то головой» двумя вариантами – *sbattere la testa* и *sbattere la coccia*, уточнив, что второй вариант она использует, если ударится очень сильно и будет действительно больно. Таким об-

разом, диалектное *coccia* обладает гораздо большей экспрессией, чем итальянское *testa* [19].

В качестве примера различий стилистического порядка можно привести ряд синонимов со значением «сглаз» – итал. *malocchio*, неапол. *iettatura*, рим. *iella*, венет. *scalogna*: лишь *iella* и *scalogna* имеют в словаре пометку «разговорное» [15].

Представляют интерес случаи, когда лексемы, используемые как современные и нейтральные в одном географическом ареале, в других воспринимаются как архаизмы. Например, глагол *garbare* (нравиться) фиксируется в словарях без каких-либо пометок [15], но фактически весьма малоупотребителен в современном языке, во Флоренции же и вообще в Тоскане он является живым элементом лексики и активно употребляется в речи. При этом сами тосканцы воспринимают глагол *garbare* стилистически ниже общеитальянского *piacere* (*mi garba questo vino – mi piace questo vino*), жители же других регионов Италии слышат в нём налёт архаичности и книжности.<sup>4</sup>

Особый, весьма динамичный слой лексики представляет собой так называемая сленговая лексика, которая бытует в разговорной речи и находится за пределами литературной нормы. Сленгу особенно свойственно явление синонимичной аттракции, то есть формирования больших групп синонимов для понятий, вызывающих сильную эмоциональную реакцию (девушка, деньги, алкоголь, опьянение, наркотики, воровство и т.д.). Значительную часть этих синонимов составляют диатопически маркированные сленгизмы, употребляемые лишь в ограниченных географических ареалах и не известные за их пределами. Например, красивую девушку во Фриули на сленге называют *frisa*, в Риме – *pischiella*, в Турине – *ciolla*, в Асти и Кунео – *ciornia* [13]. Подчёркивая существенные диатопические различия в молодёжных сленгах Сардинии, К. Лавинио объясняет их не только особенностями местных диалектов, но и тем, что практически каждый крупный город становится центром формирования и распространения своего варианта сленга. Например, *cremino* в значении «сноб, модник» употребляется только на юге острова, на севере в этом же значении – *tendenzino*. Для обозначения того, кто не моден, не следует моде, на Сардинии существует несколько диатопических вариантов:

<sup>4</sup> *Garbare è toscano o italiano?* <https://www.accademiadellacrusca.it>

*grezzo* – употребляется везде, кроме города Нуоро и ареала вокруг него;

*antico* – везде, включая Нуоро;

*pastore, out* – в Сассари (первое отсылает к традиционной на Сардинии профессии пастуха, второе заимствовано из английского);

*gaggio* – только в Кальяри [17, с. 313-314].

Геосинонимы представляют собой систему, находящуюся в постоянном движении: состав синонимичных рядов, а также соотношение между их компонентами чрезвычайно подвижны и меняются с течением времени. Можно сказать, что геосинонимы конкурируют друг с другом.

Более или менее успешному распространению одних и снижению популярности или выходу из употребления других способствуют факторы самой разной природы, причём в подавляющем большинстве случаев преобладающее значение имеют экстралингвистические факторы, и часто действуют сразу несколько факторов одновременно.

На большую популярность одного из синонимов может оказать влияние такое неподдающееся однозначному определению понятие, как престижность. Более престижным представляется, например, обозначение, используемое в более развитой в экономическом и культурном плане области [16]. Например, в паре геосинонимов *casio* и *formaggio* (сыр), первое было характерно для Тосканы, Сардинии, центральной и южной Италии, второе употреблялось преимущественно в северных областях. Но именно *formaggio* распространилось на всей территории Италии и стало гораздо более употребительным. Свою роль сыграло то обстоятельство, что первые линии по промышленному производству сыров появились раньше на севере, и их продукция продавалась по всей стране под названием *formaggio* [21, с.79]. Слово *giambone* (ветчина), которое употреблялось в Пьемонте, западной Ломбардии и в итальянских кантонах Швейцарии, в наше время совершенно вытеснено словом *prosciutto*, которое было характерно для Тосканы и всей центральной и южной Италии. В данном случае причиной преобладания *prosciutto* стало то, что самым крупным производителем этого продукта является область Эмилия-Романья, которая производит ветчину самого высокого качества и продаёт под этим названием по всей

Италии. *Giambone* не выдержало конкуренции даже в Пьемонте [28].

В наше время мощным фактором успеха отдельных геосинонимов и распространения их употребления за пределами первоначального ареала является реклама. Так, кофе с небольшим количеством молока и с добавлением какао (или шоколада) ещё лет десять назад в Милане называли *montecarlo*, а в Пьемонте – *marocchino*. Затем, благодаря широкой рекламной кампании известной туринской фирмы по производству кофе, слово *marocchino* распространилось также на Ломбардию, Лигурию и другие области, а *montecarlo* вообще вышло из употребления [25, с. 562].

Причиной распространения определённого синонима может стать усиленное использование его в медиа-ресурсах в связи с каким-то фактом хроники или со скандальной сенсацией. При этом популярность такого выражения в подобных случаях, как правило, является весьма недолговечной. Так, во времена обострения скандала, связанного с отсутствием надлежащей уборки мусора с улиц Неаполя, в прессе и на телевидении гораздо чаще упоминалось южное *monnezza* (мусор), чем общеитальянское *immondizia* [25, с. 562].

Причиной «живучести» геосинонима в какой-то области являются, несомненно, определённые традиции, обычаи, привычки, которые характерны именно для данного региона. Например, наряду со словом *ammazzacaffè* (глоток крепкого напитка после кофе в конце обеда) в Венето, Трентино и Фриули существует слово *rasentin/resentin* (от диалектного глагола *rasentar* «прополоскать»), так как там обычно пьют крепкий напиток прямо из чашки, где был кофе, как бы «прополоскав» её.<sup>5</sup> К подобным геосинонимам можно отнести и многочисленную группу названий местных вариантов традиционных кулинарных блюд: например, *granita* (напиток из измельчённого льда с сиропом, соком, фруктами, орехами или кофе) имеет диатопически маркированные варианты *grattachecca* в Риме, *cremolata* и *minnulata* на Сицилии (в рецептуре каждого напитка тоже есть небольшие нюансы).<sup>6</sup>

Забвение синонима может быть обусловлено таким социокультурным фактором, как политкорректность. Тосканское *spazzino* и римское

<sup>5</sup> [dialetticon.blogspot.com/2012/03/resentin.html](http://dialetticon.blogspot.com/2012/03/resentin.html)

<sup>6</sup> <https://www.goccediperle.it/.../la-storia-della-granita-siciliana>

*scopino* (дворник) вытеснил из употребления эвфемизм *netturbino*, образованный от “*Netturbe*” – названия фирмы по предоставлению услуг по уборке мусора, которая существовала в 40-х годах в Палермо. Однако в последнее время и его уже вытеснил новый, ещё более политкорректный бюрократический термин *operatore ecologico* (работник в области экологии) [28].

Одной из причин, по которым геосиноним перестаёт употребляться, является исчезновение обозначаемой им реалии. Так, в северной Италии вышли из употребления региональные обозначения тутового шелкопряда *bigatto*, *cavaliere* (итал. *bacco da seta*) в связи с тем, что люди перестали заниматься их разведением (в былые времена это было выгодное занятие, и во многих сельских домах разводили шелкопряда). В самое последнее время, правда, в прессе появились сообщения о том, что, учитывая серьёзный экономический кризис, опять появляются энтузиасты такого вида деятельности.<sup>7</sup> Будет интересно проследить, как язык отреагирует на это явление.

В качестве примера воздействия сразу нескольких факторов на предпочтение диатопически маркированного синонима лексеме нормативного итальянского языка можно привести ладинское слово *ciaspola*, всё более вытесняющее нормативное *raquetta da neve* (снегоступ). Помимо экстралингвистических факторов, это слово оказалось удобнее в употреблении: оно короче – одно слово вместо целого словосочетания, от него легко образуются производные – глагол *ciaspolare* и существительное *ciaspolata*.<sup>8</sup> Сегодня оно всё более широко используется в итальянской прессе, в рекламе, на интернет-сайтах, а новообразованные глагол и существительное в течение практически нескольких лет завоевали популярность и уже зафиксированы словарем Treccani (первое употребление *ciaspolata* отмечено в 1999 году в газете “*Stampa*”, а первое употребление глагола *ciaspolare* – в 2008 году в “*Corriere delle Alpi*”) [31].

Наряду с геосинонимами, взаимодействие итальянского языка с многочисленными местными диалектами обусловило и существование геоомонимов – слов, одинаковых по форме, но имеющих разное лексическое значение в разных географических ареалах. Например, среди венецианских регионализмов есть целый ряд омони-

мов-нормативным итальянским языком: *campo* – итал. «поле» – венец. «площадь»;

*fondina* – итал. «кобура пистолета» – венец. «глубокая тарелка»;

*patina* итал. «патина» – венец. «крем для обуви»;

*balla* простореч. итал. «ложь» – венец. «опьянение», «ложь»;

*buttarsi* итал. «броситься» – венец. «прилечь на кровать, поспать»;

*ombra* итал. «тень» – венец. «рюмка вина»;

*capitello* итал. «капитель колонны» – венец. «уличный алтарь»;

*curare* итал. «лечить, заботиться» – венец. «чистить овощи»;

*piscina* итал. «бассейн» – венец. «лужа» [27, с. 186].

*Cichetto* – в разговорном итальянском означает «выговор, нагоняй», в Пьемонте и в северных районах – «стаканчик вина», а в Венеции – маленький бутербродик или тартинка, которым сопровождается аперитив [27, с. 187].

Случаи, когда геоомонимы имеют разную этимологию, довольно редки. Например, слово *lea* в Пьемонте имеет значение «аллея» и произошло предположительно от французского *allée* (аллея), в Венето оно означает «грязь» – от латинского *laetamen* [25]. Обычно диатопические омонимы происходят от одного слова, но семантически развиваются по-разному на разных территориях:

*vetrina* итал. «витрина» – «кухонный шкаф» во Фриули и в Тоскане;

*dispensa* итал. «кладовая» – «погреб» на Сицилии;

*villa* итал. «вилла» – «общественный парк» в южной Италии;

*minestra* итал. «густой овощной суп» – блюдо пасты в области Романья;

*tovaglia* итал. «скатерть» – в Неаполе обозначает не только скатерть, но и полотенце;

*sciocco* итал. «глупый» – «несолёный» в Тоскане;

*balcone* итал. «балкон» – «окно» в Венето [16, с. 153].

Феномен геосинонимии в итальянском языке касается, прежде всего, лексики таких тематических групп, как еда, предметы быта, навыки ручного труда – то есть той лексики, которая не была подвергнута терминологической стандар-

<sup>7</sup> www.ilgazzettino.it /torna allevamento\_bachi\_da\_setta, 15.08.2017

<sup>8</sup> www.ciaspole.net

тизации в размерах всей страны. Литературный же язык, на базе которого формировался нормативный общепитальянский язык, был далек от этих тем. Знаменательны слова Э. Перуции о том, что в итальянском языке есть общая для всех лексика для того, чтобы беседовать о бессмертии души, чтобы воспевать закат солнца, чтобы печалиться о потерянной любви, но в нём нет общепринятой единой лексики, чтобы говорить о тысячах мелочей повседневной жизни – таких, как, например, шнурки ботинок [22, с. 16-17]. Сегодня, как и более полувека назад, обозначения шнурков для ботинок представляют собой длинный ряд геосинонимов: *lacci, stringhe, aghetti, legacci, lacetti, cordoni* и т.д. Подобная ситуация наблюдается с обозначениями предметов одежды, кухонной и столовой посуды и многого другого, с чем мы сталкиваемся в повседневной жизни.

Большой пласт диатопических вариантов существует в лексико-семантической группе «еда» – как среди названий фруктов, овощей, разных видов рыб, грибов, так и среди названий традиционных блюд. Например, для обозначения рыбы с латинским названием *dicentrarchus labrax* (= *morone labrax, labrax lupus*), которую в русском языке обычно называют «сибас», не существует единого общепитальянского названия. В справочнике по съедобной живности, обитающей в итальянских морях, приводится следующая информация в отношении названия этой рыбы, очень популярной и практически всегда присутствующей на прилавках магазинов и рынков, а также в меню ресторанов, (приведём здесь лишь четыре области):

итальянский язык – *spigola, ragno, pesce lupo*;

Лигурия – *branzino, gingareo, loasso, luasso, louvasso, loubas, loubasson, loazzo, lovazzo, luvo*;

Венето – *baicolo, brancin, branzin, branzina, varolo, variolo; ragnoi, branzinetti, branzinoti, baicoli, baicoletti, baisolati* (молодые экземпляры);

Тоскана – *ragno, aragno, spigola, spinola*;

Сицилия – *lupu, lupi de mari, buracciola, borascia, spinula janca, boraffia, serra, serrania, percèa, spina, spinota, spinottu, spinula, spinola, spinulottu* [19, с. 52-53].

Поражает количество и разнообразие региональных названий традиционной для периода карнавала сладости, похожей на русский «хворост». На одном из сайтов для

профессиональных кондитеров приводится около 30 таких названий. Приведём лишь некоторые:

*chiacchiere* (Кампания, Сицилия, Лацио, Милан, Базиликата, Умбрия, Апулия, Парма, Калабрия, Сассари);

*frappe* (Рим, Витербо, Перуджа, Анкона);

*bugie* (Генуя, Турин, Асти, Империя);

*crostoli, gròstoi* (Феррара, Ровиго, Виченца, Тревизо, Трентино, Фриули);

*galani* (Венеция, Верона, Падуя);

*cenci* (Тоскана);

*sfrappole* (Марке);

*intrigoni* (Эмилия);

*maraviglias* (Сардиния);

*sprelle* (Пьяченца);

*risole* (Кунео, юг Пьемонта).<sup>9</sup>

Немалый интерес представляет изучение тенденций развития явления геосинонимии в современном итальянском языке. Т. Де Майро писал, что в современном языке всё меньше ощущается необходимость прибегать к региональным синонимам, которые описывал Рю-эгг, так как в повседневной жизни всё больше утверждается общепитальянская лексика, и что в устном общении довольно сильны тенденции к диатопическому однообразию. При этом явно прослеживается связь между процессом индустриализации и модернизации итальянского общества и всё большей унификацией итальянского языка [12, с. 169]. К тому же количество геосинонимов сокращается с развитием торговли. Всё, что является предметом торговли и указывается в торговых каталогах, распространяемых по всей территории Италии, подвергается стандартизации [8, с.178].

В каталогах на итальянских сайтах on-line магазинов свежей рыбы<sup>10</sup> из всех многочисленных региональных обозначений рыбы сибас употребляется только *branzino*, иногда *branzino-spigola*. Что касается меню ресторанов, то в них тоже, как правило, указываются *branzino* или *spigola*. Любопытна размещённая на сайте [www.tripadvisor.it](http://www.tripadvisor.it) рецензия посетителя одного тосканского ресторана, в которой он возмущается тем, что ему предложили блюдо из рыбы *ragno* (напомним, что *ragno* – тосканский регионализм). Живя в Тоскане, он не знал этого названия и не мог понять, что это за рыба, и только через несколько дней с удивлением узнал, что речь шла о всем

<sup>9</sup> [www.cakedesignitalia.it/chiacchiere, girandole e nodi](http://www.cakedesignitalia.it/chiacchiere, girandole e nodi).

<sup>10</sup> [www.lapiazzetadelpesce.it](http://www.lapiazzetadelpesce.it), [www.ilpescatoreonline.it](http://www.ilpescatoreonline.it)

известной *spigola*.<sup>11</sup> Следовательно, можно предположить, что в области торговли в масштабе страны и в ресторанных меню уже практически установилось единообразие и что *branzino* и *spigola* являются сегодня общеитальянскими названиями (хотя вряд ли это заставит рыбаков в самых разных уголках Италии отказаться в своём повседневном общении от привычных для них местных наименований).

Наряду с тенденцией к единообразию в лексике есть всё же сферы, где сохраняется региональная разрозненность, глубоко укоренённая в традициях и менталитете людей. Это касается, прежде всего, местных реалий и обычаев, включая блюда традиционной кухни. Представляется маловероятным, что местные регионализмы будут со временем забыты и заменены общеитальянской лексикой. Это часть культуры и исторической памяти, которой люди гордятся и дорожат.

О наличии разнонаправленных тенденций в развитии явления геосинонимии свидетельствует, в частности, очень интересный исследовательский проект LinCi (La lingua delle città – «Язык городов»), осуществляемый на протяжении последних 15 лет рядом итальянских университетов. В рамках проекта проводился опрос представителей разных возрастных групп и с разным уровнем образования в 18 городах Италии. В 2013 году вышел DVD-диск с результатами этих опросов [19].

В качестве примера устойчивых регионализмов можно привести названия традиционных пасхальных сладостей. В период Пасхи по всей Италии продается *colomba* – изделие из сдобного теста с цукатами и орехами в стилизованной форме голубки, как правило, промышленного производства. Сегодня оно официально включено в перечень итальянских продуктов питания, традиционных для области Ломбардия. Традиция «коломбы» не очень древняя: в 30-х годах XX века менеджер по рекламе миланской фирмы «Motta», которая уже была тогда известна производимыми ею рождественскими «панеттоне», придумал идею использовать простаивавшее после рождественских праздников оборудова-

ние для изготовления похожего по рецепту изделия для празднования Пасхи. Сегодня крупные предприятия по промышленному производству «коломб» расположены преимущественно в Ломбардии, Пьемонте и Венето, и они поставляют их во все уголки Италии. «Коломба» нравится и детям и взрослым, её с удовольствием покупают, но при этом в каждом итальянском регионе есть свои традиции хлебных изделий, выпекаемых на Пасху, и от этих традиций, нередко уходящих в глубь веков, не отказываются. Например, на Сицилии на Пасху традиционно пекут булочки, печенье, пироги с запечёнными внутри крутыми яйцами в скорлупе и дарят их родным и близким. Эти *rupi cu' l'uovu* бывают самой разной формы – корзинки (*panarieddu*), венки (*cuddura*), куколки (*rupa*), птички (*aceddu*), петушки (*gadduzzu*), колокольчики (*campanaru*); есть, кстати, и форма голубки (*palummedda*). В каждом населённом пункте на Сицилии традиционна своя форма и своё название, их пекут дома или в местных кондитерских, и пока эта традиция сохраняется, вряд ли сицилийские названия пасхальных булочек исчезнут и будут заменены общеитальянскими. О разном отношении сицилийцев к «коломбе» и к своим традиционным обрядовым *rupi cu' l'uovu* говорит и тот факт, что первую покупают и едят задолго до самой Пасхи – просто как вкусную сладость, а в отношении вторых придерживаются традиции есть их только после пасхального звона колоколов.<sup>12</sup>

В последние десятилетия в итальянском языке всё более проявляется явление, которое Г. Берруто сравнил с геологическим явлением, когда подземная река вдруг неожиданно появляется на поверхности земли, и даже создал для него неологизм «risorgenza dialettale»: во многих регионах Италии диалекты, «погребённые под слоями итальянского и разнообразных глобалистских течений, вдруг стали поднимать голову, неожиданно появляясь там, где этого зачастую не ожидали» [3, с. 116-117]. Речь идёт о возрождении диалекта не в качестве основного средства общения, но в виде фрагментов, выражений, отдельных слов и словосочетаний, используемых говорящими на итальянском языке. Итальянский и диалект уже

<sup>11</sup> «Ora chi di voi sa quale è il pesce? e mi domando se non lo sappiamo noi che viviamo in Toscana come può saperlo un milanese torinese o un inglese? the Spider fish? come lo tradurrebbe? qualche sera dopo abbiamo scoperto che è la spigola e che nessuno usa più questo termine...» («Теперь скажите, кто из вас знает, что это за рыба *ragno*? И я задаюсь вопросом, если это не знаем мы, живущие в Тоскане, как может знать это миланец, туринец или англичанин? the Spider fish? Как бы он перевел это название? Через несколько дней мы узнали, что это *spigola* и что никто больше не употребляет термин *ragno*...») ([https://www.tripadvisor.it/ShowUserReviews-g194725-d944192-r289288730-Ristorante\\_Il\\_Doretto-Cecina\\_Province\\_of\\_Livorno\\_Tuscany.html](https://www.tripadvisor.it/ShowUserReviews-g194725-d944192-r289288730-Ristorante_Il_Doretto-Cecina_Province_of_Livorno_Tuscany.html))

<sup>12</sup> [www.palermomania.it/](http://www.palermomania.it/) SOCIETA' E CULTURA

не являются альтернативой друг другу, а вместе сосуществуют в том языковом багаже, из которого человек черпает средства для выражения своих мыслей, для общения. Комментируя статистические данные опросов, проводившихся с периодичностью в 5 лет (1995, 2000, 2006), М. Черрути отмечает, что происходит снижение использования населением итальянского языка как единственного средства общения, смешанное же употребление итальянского и диалекта или их чередование постоянно растёт во всех регионах Италии, включая и те области, где диалекты употреблялись менее всего [4]. Примечательно, что «возрождение» диалектов происходит, прежде всего, в молодёжной среде и в совершенно новых сферах и с новыми функциями. Именно молодёжь является сегодня основной силой, формирующей региональные варианты. Бережно «ограждаемые» от диалекта школой и родителями, молодые люди заново открывают для себя его экспрессию, эмоциональность, лиричность, возможность играть словами. Речь идёт как об устной форме, так и о письменной – в языке рекламы, на вывесках, в комиксах и «неодиалектной» литературе, в лозунгах демонстрантов и даже в татуировках. Диалект широко используется в театральных постановках, на радио, в авторской песне, во всех видах интернет коммуникаций (социальные сети, блоги, сайты, чаты,

форумы, видеоклипы).<sup>13</sup> При таком положении дел представляется, что явление геосинонимии в итальянском языке имеет хорошие перспективы для развития и расширения.

Рассмотрение различных сторон явления геосинонимии в современном итальянском языке позволяет сделать вывод о том, что тенденции его развития отнюдь не однородны. С одной стороны, продолжается тенденция – и она является преобладающей – к большему диатопическому однообразию общеитальянской лексики, в чём немалую роль играют всё более тесные межрегиональные контакты, расширение внутриитальянских и международных торговых связей, большая миграционная подвижность населения, с другой стороны наблюдается и всё большее проникновение в язык общения регионализмов и диалектизмов, что связано с произошедшим в последние десятилетия освобождением диалекта от тех отрицательных коннотаций, которыми его наделяли на протяжении длительного времени, а также с большим интересом и популярностью его среди молодёжи. Наряду с действием таких противоположных тенденций более или менее неизменным остаётся целый пласт геосинонимов, связанных с обычаями, с предметами материальной культуры и с традиционной кухней отдельных географических ареалов.

### Список литературы

1. Десятова М. Ю. Итальянский региональный (italiano regionale) как компонент лингвистической ситуации Южной Италии // Вестник ПСТГУ. Сер. «Филология» III:2(20) - М.: ПСТГУ. 2010. с. 86-91.
2. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: учеб. Пособие. / С. Г. Тер-Минасова. М.: Слово/Slovo, 2000. 624 с.
3. Berruto G. Saggi di sociolinguistica e linguistica / a cura di: Bernini G., Moretti B., Schmid S., Telmon T. Alessandria: Edizioni dell'Orso, 2012. 484 p.
4. Cerruti M. Italiano e dialetto oggi in Italia. 2007. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.treccani.it/magazine/lingua\\_italiana/speciali/italiano\\_dialetti/Cerruti.html](http://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/italiano_dialetti/Cerruti.html). (accessed 17.08.2017).
5. Cortelazzo M., Mioni A. L'italiano regionale. Roma: Bulzoni, 1990. 468p.
6. Coşeriu E., Geckeler H. Trends in structural semantics / Tübinger Beiträge zur Linguistik, 158. Tübingen: Narr. 198.
7. Coveri L. Dalla parte delle radici. Risorgenze dialettali a Genova e in Liguria (ma non solo) // Lingua e dialetti nelle regioni. A cura di G. Marcato. Padova: Cleup, 2013. pp. 137-144.
8. D'Achille P. L'italiano contemporaneo. Bologna: il Mulino, 2006. 288p.
9. D'Achille P. L'italiano regionale // I dialetti italiani. Storia, struttura, uso. A cura di M. Cortelazzo et al.). Torino: UTET, 2002. pp. 26-42.
10. D'Achille P., Viviani A. La colazione al bar degli italiani: col cappuccino c'è sempre il cornetto? // Storia della lingua e storia della cucina. Parola e cibo: due linguaggi per la storia della società italiana. A cura di C. Robustelli, G. Frosini. Atti del VI Convegno Internazionale dell'ASLI – Associazione per la Storia della Lingua Italiana (Modena, 20-22 settembre 2007). Firenze: Cesati, 2009. pp. 423-445.
11. De Felice E. Definizione del rango, nazionale o regionale, dei geosinonimi italiani, in Italiano d'oggi. Lingua nazionale e varietà regionali / Atti del convegno internazionale di studio (Trieste, 27-29 maggio 1975). Trieste: Lint, 1977. pp. 109-117.
12. De Mauro T. Storia linguistica dell'Italia unita. – Bari: Editori Laterza, 4 edizione, 2008. 587 p.

<sup>13</sup> Примеры этих процессов в Лигурии, области с наименьшим процентом диалектофонии, приводит Л. Ковери [7].

13. Fianu S. Geosinonimia e modello lessicale panitaliano. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.e-scoala.ro/limbi-straine/simona\\_fianu.html](http://www.e-scoala.ro/limbi-straine/simona_fianu.html).
14. Galli de' Paratesi N. Lingua toscana in bocca ambrosiana. Tendenze verso l'italiano standard: Un'inchiesta sociolinguistica. Bologna: Il Mulino, 1984. 280 p.
15. GRADIT – Grande dizionario italiano dell'uso. A cura di T. De Mauro. [Электронный ресурс]. Torino: UTET, 1999. CD ROM.
16. Grassi C., Sobrero A. A., Telmon T. Introduzione alla dialettologia italiana. Roma/Bari: Laterza, 2003. 155 p.
17. Lavinio C. Articolazioni diatopiche dell'italiano regionale in Sardegna // Lingua e dialetti nelle regioni. A cura di G. Marcato. Padova: CLEUP, 2013. pp. 307-321.
18. Marcato G. La regionalità, luogo della variazione linguistica // Lingua e dialetti nelle regioni. A cura di G. Marcato. Padova: CLEUP, 2013. pp. 11-27 p.
19. Nesi A., Poggi Salani T. La lingua delle città. LinCi. La banca dati. DVD. Firenze: Accademia della Crusca, 2013.
20. Palombi A., Santarelli M. Gli animali commestibili dei mari d'Italia. Milano: Hoepli, 1986. 450 p.
21. Pellegrini G. B. Saggi di linguistica italiana. Storia, struttura, società. Torino: Boringhieri, 1975. 496 p.
22. Perini E. Scrivere bene (o quasi). Firenze: Giunti, 2017. 255p.
23. Perruzzi E. Una lingua per gli italiani. Torino : ERI, 1967. 128 p.
24. Poggi Salani T. Sulla definizione di italiano regionale, in La lingua italiana in movimento. Incontri del Centro di studi di grammatica italiana, Accademia della Crusca (Firenze, Palazzo Strozzi, 26 febbraio - 4 giugno 1982). Firenze: Accademia della Crusca, 1982. pp. 113-134.
25. Regis R. Geosinonimi. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.academia.edu/4055876/geosinonimi>
26. Rüegg R. Zur Wortgeographie der italienischen Umgangssprache / Romanisches Seminar der Universität Köln, 2 voll. Köln, 1956.
27. Sullam Calimani A.V. Italiano regionale a Venezia / Italiano, italiani regionali e dialetti. A cura di A. Cardinaletti, N. Munaro. Milano: FrancoAngeli, 2010. 196 p.
28. Telmon T. Gli italiani regionali // Manuale di linguistica italiana. A cura di S. Lubello. Berlin/Boston: De Gruyter, 2016. pp. 301-327.
29. Telmon T. Guida allo studio degli italiani regionali. Alessandria: Edizioni dell'Orso, 1990.
30. Telmon T. Varietà regionali // Sobrero A.A. Introduzione all'italiano contemporaneo, vol.2. Roma-Bari: Laterza, 1993. Pp. 93-149.
31. Vocabolario Treccani. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.treccani.it/vocabolario/>

#### **Сведения об авторе:**

**Орел Елена Викторовна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры романских языков МГИМО. Научная специализация: итальянская диалектология, социолингвистика, лингвокультурология. E-mail: [elenaorel2016@mail.ru](mailto:elenaorel2016@mail.ru).

## **GEOSYNONYMS IN CONTEMPORARY ITALIAN**

**E.V. Orel**

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76, Prospekt Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

**The Abstract:** *The expansion of the phenomenon of geosynonymy in the Italian language is due to the coexistence of the standard Italian language and a large number of dialects and their variations in a single language space, which characterizes a significant linguistic and cultural fragmentation of the country. The use of literary standard language in oral communication, which has always been the domain of dialects, inevitably led to multilevel interference and the formation of regional variants of Italian, which absorbed, in particular, diatopically labeled lexical units of dialectal origin. In some situations, when communicating in Italian, people of different geographical areas may face misunderstanding. The aim of this article is to examine these phenomena in the contemporary Italian language, to analyze the dynamics of the occurring changes and the affecting factors, to reveal general patterns and trends in the development of the described processes. The question of the tendency to reduce the number of Italian geosynonyms along with the vocabulary unification of regional variations of the language, or to expand the phenomenon, is becoming extremely relevant, given the increased interest in dialects among Italian youth, their parallel or mixed use with Italian, including the written form.*

**Key Words:** *geosynonyms, geo-homonyms, regional Italian, regionalism, dialect, standard Italian vocabulary.*

### References

1. Desiatova M. I. *Italianiskii regionalnyi (italiano regionale) kak komponent lingvisticheskoi situatsii Iuzhnoi Italii [Regional Italian (italiano regionale) as a component of linguistic situation of Southern Italy]* // Vestnik PSTGU. «Filologia» III:2(20) - M.: PSTGU. 2010. S. 86-91.
2. Ter-Minasova S. G. *Jazyk i mezhkul'turnaja komunikacija [Language and Intercultural Communication]*. – M. : SLOVO, 2000. – p. 624.
3. Berruto G. *Saggi di sociolinguistica e linguistica /a cura di: Bernini G., Moretti B., Schmid S., Telmon T.* Alessandria: Edizioni dell'Orso, 2012. 484 p.
4. Cerruti M. *Italiano e dialetto oggi in Italia*. 2007. [Electronic resource] – Available at: [http://www.treccani.it/magazine/lingua\\_italiana/speciali/italiano\\_dialetti/Cerruti.html](http://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/italiano_dialetti/Cerruti.html). (Accessed 28 May 2017).
5. Cortelazzo M., Mioni A. *L'italiano regionale*. Roma: Bulzoni, 1990. 468 p.
6. Coşeriu E., Geckeler H. *Trends in structural semantics / Tübingen Beiträge zur Linguistik*, 158. Tübingen: Narr. 198.
7. Coveri L. *Dalla parte delle radici. Risorgenze dialettali a Genova e in Liguria (ma non solo) // Lingua e dialetti nelle regioni*. A cura di G. Marcato. Padova: Cleup, 2013. pp. 137-144.
8. D'Achille P. *L'italiano contemporaneo*. Bologna: il Mulino, 2006. 288 p.
9. D'Achille P. *L'italiano regionale // I dialetti italiani*. Storia, struttura, uso. A cura di M. Cortelazzo et al.). Torino: UTET, 2002. pp. 26-42.
10. D'Achille P., Viviani A. *La colazione al bar degli italiani: col cappuccino c'è sempre il cornetto? // Storia della lingua e storia della cucina. Parola e cibo: due linguaggi per la storia della società italiana*. A cura di C. Robustelli, G. Frosini. Atti del VI Convegno Internazionale dell'ASLI – Associazione per la Storia della Lingua Italiana (Modena, 20-22 settembre 2007). Firenze: Cesati, 2009. pp. 423-445.
11. De Felice E. *Definizione del rango, nazionale o regionale, dei geosinonimi italiani*, in *Italiano d'oggi. Lingua nazionale e varietà regionali / Atti del convegno internazionale di studio (Trieste, 27-29 maggio 1975)*. Trieste: Lint, 1977. pp.109-117.
12. De Mauro T. *Storia linguistica dell'Italia unita*. – Bari: Editori Laterza, 4 edizione, 2008. 587 p.
13. Fianu S. *Geosinonimia e modello lessicale panitaliano*. [Electronic resource] – Available at: [http://www.e-scoala.ro/limb-straine/simona\\_fianu.html](http://www.e-scoala.ro/limb-straine/simona_fianu.html). (Accessed 10 June 2017).
14. Galli de' Paratesi N. *Lingua toscana in bocca ambrosiana. Tendenze verso l'italiano standard: Un'inchiesta sociolinguistica*. Bologna: Il Mulino, 1984. 280p.
15. GRADIT – Grande dizionario italiano dell'uso. A cura di T. De Mauro. [Electronic resource] CD ROM. Torino: UTET, 1999.
16. Grassi C., Sobrero A. A., Telmon T. *Introduzione alla dialettologia italiana*. Roma/Bari: Laterza, 2003. 155 p.
17. Lavinio C. *Articolazioni diatopiche dell'italiano regionale in Sardegna // Lingua e dialetti nelle regioni*. A cura di G. Marcato. Padova: CLEUP, 2013. pp. 307-321.
18. Marcato G. *La regionalità, luogo della variazione linguistica // Lingua e dialetti nelle regioni*. A cura di G. Marcato. Padova: CLEUP, 2013. pp.11-27.
19. Nesi A., Poggi Salani T. *La lingua delle città. LinCi. La banca dati*. DVD. Firenze: Accademia della Crusca, 2013.
20. Palombi A., Santarelli M. *Gli animali commestibili dei mari d'Italia*. Milano: Hoepli, 1986. 450 p.
21. Pellegrini G. B. *Saggi di linguistica italiana. Storia, struttura, società*. Torino: Boringhieri, 1975. 496 p.
22. Perini E. *Scrivere bene (o quasi)*. Firenze: Giunti, 2017. 255p.
23. Perruzzi E. *Una lingua per gli italiani*. Torino: ERI, 1967. 128 p.
24. Poggi Salani T. *Sulla definizione di italiano regionale*, in *La lingua italiana in movimento. Incontri del Centro di studi di grammatica italiana*, Accademia della Crusca (Firenze, Palazzo Strozzi, 26 febbraio - 4 giugno 1982). Firenze: Accademia della Crusca, 1982. pp. 113-134.
25. Regis R. *Geosinonimi*. [Electronic resource] – Available at: <http://www.academia.edu/4055876/geosinonimi>
26. Rüegg R. *Zur Wortgeographie der italienischen Umgangssprache / Romanisches Seminar der Universität Köln*, 2 voll. Köln, 1956.
27. Sullam Calimani A.V. *Italiano regionale a Venezia / Italiano, italiani regionali e dialetti*. A cura di A. Cardinaletti, N. Munaro. Milano: FrancoAngeli, 2010. 196 p.
28. Telmon T. *Gli italiani regionali // Manuale di linguistica italiana*. A cura di S. Lubello. Berlin/Boston: De Gruyter, 2016. pp.301-327.
29. Telmon T. *Guida allo studio degli italiani regionali*. Alessandria: Edizioni dell'Orso, 1990.
30. Telmon T. *Varietà regionali // Sobrero A.A. Introduzione all'italiano contemporaneo, vol.2*. Roma-Bari: Laterza, 1993. pp. 93-149.

### About the author:

**Elena V. Orel** – Candidate of Philology, Associate Professor of Roman Languages Department, MGIMO.  
E-mail: elenaorel2016@mail.ru.

\* \* \*

---

# ПРАГМАТИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ КАК БАЗОВАЯ ФУНКЦИЯ АНГЛИЙСКОГО ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА

Е.В. Пономаренко

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,  
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

---

*Проблема прагматического воздействия в английском деловом дискурсе рассматривается с позиций функциональной лингвистики, которая признаёт, что значимость языковых форм состоит в передаче средствами языка неязыкового содержания. Автор исходит из того, что функция воздействия на реципиента является ведущей в деловой коммуникации, и отмечает, что восприятие информации адресатом в определённой степени можно запрограммировать. Средствами такого программирования служат подбор лексического оформления и структурирование данных таким образом, чтобы выигрышную информацию максимально подчеркнуть и усилить, а нежелательную – по возможности отодвинуть на периферию смысловой системы текста или замаскировать. Тогда даже передача неискажённых фактов может сформировать определённый эффект воздействия на реципиента.*

*Автор анализирует взаимосвязь коммуникативной интенции адресанта и реального эффекта речи на адресата. В статье даются определения терминов «деловое общение» и «коммуникативная интенция», рассматриваются основные принципы речевого воздействия (доступность, ассоциативность, экспрессивность и интенсивность) и способы их реализации в тексте. Наиболее эффективно данные принципы воздействуют на партнёра совокупно, в комбинации друг с другом.*

*В заключение делается вывод о необходимости прививать будущим специалистам понимание важности этого аспекта коммуникации и находить эффективные в методическом отношении средства развития коммуникативной компетентности обучаемых.*

**Ключевые слова:** функциональная лингвистика, лингвопрагматика, функции языка, деловой английский язык, речевое воздействие, принципы речевого воздействия, коммуникативная интенция, коммуникативная компетентность.

**В** лингвистике одним из центральных постулатов является утверждение о том, что функциональная значимость любой языковой формы состоит в передаче средствами языка неязыкового содержания. Отсюда вытекает признание функций общения, сообщения и воздействия основными функциями языка (по классической триаде В.В. Виноградова). Как справедливо отмечает М.Л. Макаров, «инициирует процесс общения не желание человека передать «мысль» или *информацию*, а его желание сделать свои *интенции* понятными другим» [8, с. 36]. То есть коммуниканты не просто вербально оформляют свои мысли, а взаимодействуют,

очевидным образом влияя друг на друга. Поэтому соотношение «удельного веса» названных функций в конкретном коммуникативном акте зависит от множества факторов, среди которых:

- что представляют собой отправитель и адресат сообщения (их социальные и межличностные роли, гендерные и возрастные характеристики, жизненный и коммуникативный опыт, уровень образованности, ситуация общения и т.п.);

- какова коммуникативная цель общения (информирование, (пере)убеждение, ссора/примирение, поиск компромисса, навязывание нужной позиции, скрытое речевое воздействие

(манипуляция, обман), увеличение/уменьшение психологической дистанции, создание психологического комфорта/дискомфорта и т.п.)

- в каком жанре и регистре речи происходит общение (официальное/неофициальное, институциональное/бытовое и т.п.);

- каков способ взаимодействия (устный/письменный, прямой/опосредованный и т.п.) и другие параметры коммуникации [10; 15].

В случае делового общения соотношение базовых функций речи также вариативно, однако большинство исследователей отдаёт первенство функции воздействия (хотя о безусловном доминировании вопрос пока не ставится). Такую позицию следует признать правомерной, исходя из того, что даже сообщение фактологической информации в условиях бизнес-коммуникации, рекламы, маркетинга и т.п. приобретает черты воздействия, так как в этих жанрах общения главная задача участвующих сторон – использование вербальных средств для достижения своих целей, ибо «цена вопроса» – успешное решение профессиональных задач или срыв в достижении цели, а в конечном счёте – получение прибыли или убытков [6; 17]. Деловое общение обычно определяется как «межличностное общение с целью организации и оптимизации того или иного вида предметной деятельности – производственной, коммерческой, научной, управленческой» [2, с. 37]. Восприятие информации адресатом в определённой степени можно запрограммировать, не только подбирая специальное лексическое оформление, но и структурируя данные таким образом, чтобы выигрышную информацию максимально подчеркнуть и усилить, а нежелательную – по возможности отодвинуть на периферию смысловой системы текста или замаскировать. Тогда даже передача неискажённых (в основе своей) фактов может сформировать определённый эффект воздействия на реципиента.

Например, известный британский политик Лорд Майкл Хауард (Michael Howard), участвуя в дебатах дискуссионного клуба Оксфордского университета (Oxford Union) на тему успеха в бизнесе, выступил со следующей речью:

*I have a great privilege to be a chairman of an organization called "Help to hospices" – it's the umbrella organization for all the hospices in the country. And I spent this afternoon at a hospice in Oxford, it's called "Helen House".*

*It was the first children's hospice in the world... in the world! And it's here in Oxford – set up thirty*

*years ago; set up by an incredible woman called sister Francis <...> she had the idea of setting up a place that would look after children who are near the end of their lives.*

*And, of course, to visit any hospice and to visit this one in particular, as I did this afternoon, is one of the most moving experiences you can have. Remarkably, they are very joyful places, they are wonderful places! [21].*

Очевидно умение выступающего чётко выстраивать дискурс в определённой функциональной перспективе, имея перед собой цель оказать прагматическое воздействие на аудиторию. С самой первой фразы (*I have a great privilege to be a chairman*) задаётся впечатление значительности его деятельности, так как *great privilege* имплицитно подразумевает исключительность служебного положения, доступного не каждому, и подкрепляется ссылкой на охват *all the hospices* в Британии. М. Хауард рассказывает о своём посещении оксфордского хосписа, и сразу идея исключительности усиливается указанием на то, что упомянутое заведение было первым в мире детским хосписом, причем *in the world* повторяется дважды. Уважаемый Лорд как будто избегает самовосхваления и подчеркнута отдаёт лавры женщине, начинавшей это дело с нуля, называя её *incredible woman*. Кроме того, сама противоположная и задевающая души людей ситуация с больными детьми (*children who are near the end of their lives*), несомненно, оказывает большое впечатление на слушателей.

При этом, отдавая дань уважения сестре Франсис, Лорд Хауард тем самым возвышает и собственный имидж в глазах аудитории, так как слушатели невольно переносят восхищение её деятельностью на руководителя этой организации. В дальнейшей речи Лорд тонко намекнул на ограниченность финансовых возможностей сестры Франсис (*a woman of very modest means*), чтобы стало очевидно, насколько важно участие в работе благотворительной организации таких состоятельных людей, как он. Прагматика благородства и трогательности дополняется смысловыми приращениями от компонентов *the most moving, remarkably, very joyful, wonderful*. Таким образом, не ставя свою персону откровенно в центр внимания, оратор, тем не менее, уверенно создаёт впечатление о себе как о человеке незаурядных душевных и деловых качеств, который даёт себе труд ездить из Лондона в Оксфорд на встречу с больными детьми (*I spent this afternoon at a hospice; to visit any hospice... as I did*

*this afternoon*). Все эти средства в совокупности оказывают серьёзное эмоциональное воздействие на слушателей.

В настоящее время ведущую роль функции воздействия в институциональном, в том числе деловом, дискурсе признают не только филологи, но и социологи, политологи, психологи и другие специалисты [3; 5]. А с учётом очень непростого положения России на международной арене – и в политике, и в экономике, и в социальных, и в других сферах международного взаимодействия потребность в том, чтобы экономисты-международники были в состоянии, с одной стороны, эффективно воздействовать на партнёра, с другой – критически воспринимать его речевое воздействие на себя, – самоочевидна. Деловое общение охватывает такие регистры речи, как Meetings (встречи), Presentations (выступления), Negotiating (ведение переговоров), Socialising (социализация, ведение беседы), Business Correspondence (деловая переписка), Business Documents (деловые документы) и Quality Press (качественная пресса) [11]. Все эти регистры по определению предназначены для формирования у реципиента того или иного видения ситуации, побуждения его к каким-либо действиям или отказу от действий, то есть для влияния на сознание человека в профессиональной деятельности.

В этом плане необходимо коснуться вопроса о выявлении интенций коммуникантов в процессе общения. Разработку проблемы интенций обычно связывают с теорией речевых актов и именами Дж. Остина, Дж. Серля, П.Ф. Стросона, Г. Грайса, Э. Бейтса, Ж.П. Пиаже, О.А. Ахмановой, Т.М. Дридзе, Э. Кошмидера, А.А. Леонтьева, Г.Г. Почепцова, А.М. Шахнаровича и многих других.

В психологии речи интенция считается первым этапом порождения высказывания. За нею следуют мотив, внутреннее проговаривание и реализация. При этом традиционно выделяются:

1) интенции первого уровня – в онтогенезе непосредственно связанные с функционированием нервной системы человека, некий «выводящий импульс, рефлекс» (когда проявляется потребность в экстернизации внутренних семантических состояний, свойственная, по утверждению психологов, даже младенцам) т.е. здесь речь идёт об интенциях, направленных на самого себя,

2) интенции второго уровня – собственно коммуникативные, направленные на других лю-

дей, которые уже непосредственно интересуют языковедов [7; 13].

Научные определения коммуникативной интенции хотя и вариативны, в целом сводятся к тому, что это коммуникативное намерение говорящего сообщить нечто, передать в высказывании некое субъективное значение; активность сознания субъекта, направленная на партнёра; потенциальное содержание высказывания. Интенция не совпадает, а то и противопоставляется актуальному или высказанному содержанию.

Показательным примером может служить фраза «Здесь прохладно», которая может представлять интенционально разные высказывания (или иными словами, разный дискурс): 1) прямое сообщение о климате как констатация факта, 2) эмоциональное выражение удовольствия или неудовольствия условиями, в которых находится человек, 3) имплицитную просьбу закрыть окно или (если оно закрыто) – например, включить отопление, либо, наоборот, указание на то, что не следует ничего включать – всё и так подходит, 4) имплицитную рекомендацию одеться потеплее, 5) желание успокоить собеседника, например, в том, что продукты могут в прохладе сохраняться какое-то время и т.д. – сколько угодно вариантов.

Неудивительно, что в текстах регламентированных регистров, не допускающих различий (например, документов), требование одно-однозначного соответствия формы и содержания должно выдерживаться очень чётко, ибо интенция и её реализация в таких текстах должны трактоваться одинаково всеми заинтересованными сторонами.

Таким образом, под интенцией подразумевается намерение, а намерение главным образом связано именно с воздействием. Так, в книге *Tycoon* известного британского миллионера, участника популярного шоу Би-Би-Си *Dragons' Den*, Питера Джонса находим следующий пассаж:

*Contrary to popular belief, the Tycoon is not an arrogant specimen. Quite the opposite. Confident, yes, but all Tycoons feel they are still learning. Arrogance means you know it all and act accordingly. The Tycoon knows they don't and is hungry to learn, always. Having the courage of your convictions and self-belief is neither arrogant nor complacent, but critical to success [19, с. 16].*

Здесь интенция создать положительный образ магната очевидна и понятна с учётом личности самого автора. Интенция реализуется

путём воздействия на представление читателя о магнатах и модификации этого представления. Понимая, что изначально мнение о таких людях неблагоприятно, автор сразу даёт понять, что у него есть аргументы, опровергающие предубеждение общества (*contrary to popular belief; quite the opposite*), и противопоставляет предполагаемым отрицательным характеристикам (*arrogant, complacent*) реальные в его понимании положительные черты (*confident, learning, hungry to learn, having the courage, convictions, self-belief, critical to success*). Высокий уровень насыщенности текста компонентами положительной прагматики помогает синергично создать желаемое для автора функциональное пространство дискурса.

Однако интенция может быть и не столь откровенно вербализованной, а в какой-то степени уходить в подтекст, как, например, в следующем фрагменте из романа Дж. Арчера «First Among Equals». В эпизоде напряжённого выяснения отношений между председателем правления банка Спенсером и потомком основателей банка Чарльзом Сеймуром последний стремится вернуться в совет директоров вопреки желанию нынешнего руководства банка:

*“If I find I am not a member of the board by the time of the Annual General Meeting I feel it will be my duty to point out this slight discrepancy in the bank’s accounts to the other shareholders present.”*

*“You’re a bastard, Seymour,” the chairman said quietly.*

*“Now that is not accurate. I am the second son of the former chairman of this bank and I bear a striking resemblance to my father, although everyone says I have my mother’s eyes.”* [18, с. 200]

Чарльз даёт понять, что готов испортить оппоненту репутацию и карьеру, если тот не примет его условие. При этом он маскирует свою атаку пафосным заявлением о долге (*it will be my duty*), и хотя оба собеседника прекрасно знают, что речь идёт о шантаже, Чарльз сохраняет благопристойный вид и даже в ответ на оскорбление (*bastard*) отвечает так, как будто понимает его в прямом, а не переносном смысле, объясняя, что он вполне законный сын своих родителей. Его интенция состоит в том, чтобы угрожать – дать понять противнику, что он ни перед чем не остановится на пути к своей цели, но в поверхностной структуре текста угроза завуалирована. Тем не менее данная речь оказала на адресата нужное воздействие.

В психологии и психолингвистике выделяется ряд *принципов речевого воздействия*, среди

которых следует особо отметить принципы доступности, ассоциативности, экспрессивности и интенсивности [4; 12].

*Принцип доступности* реализуется путём ходячего изложения малоизвестной информации, в той или иной мере содержащей новизну или оригинальность, а также сочетанием разнохарактерных сведений и доказательств их достоверности.

*Принцип ассоциативности* предполагает обращение к эмоциональной или рациональной памяти слушателя или читателя, для этого применяется ряд приёмов, таких как аналогия, ссылка на прецеденты, образность высказываний и другие.

*Принцип экспрессивности* проявляется в эмоциональных выражениях, стилистически маркированных единицах, а при устном общении и в *body language*, что демонстрирует эмоциональную вовлечённость автора высказывания в коммуникативный процесс. Но возможна также имплицитная реализация этого принципа, при которой по формальным признакам текст не содержит стилистически маркированных единиц, однако его воздействие на реципиента оказывается достаточно эмоциональным.

*Принцип интенсивности* выражается в темпе подачи информации. Если это относится к устной речи, то говорящий имеет возможность ориентироваться в настроении аудитории и откликаться на него различными дискурсивными средствами – не только языковыми, но и просодическими (варьируя интонацию, темп и даже тембр голоса). Если это письменный текст, то интенсивность проявляется как в лексике, так и в синтаксисе – коротких предложениях, параллельных синтаксических конструкциях, эллиптических высказываниях, настойчивых повторах и т.д.

Актуализация данных принципов в дискурсе происходит благодаря системности человеческого сознания, языка и речи, ибо системные свойства делают возможным опознавание сознанием человека посылаемых сигналов и их восприятие в вербальном выражении [12].

Вербальное воплощение названных принципов в той или иной степени наблюдается практически в любом коммуникативном акте и типе дискурса, ибо возможность общаться и понимать друг друга обеспечивают речемыслительные процессы, которые, при всей вариативности, всё же протекают в определённом диапазоне общепринятых или во всяком случае понятных носителям языка речевых шагов. Именно по этой

причине, на наш взгляд, добиваясь от человека-объекта влияния какой-то реакции, опытные адресанты не ограничиваются малоэффективной реализацией одного-двух типовых принципов воздействия, а комбинируют их, создавая комплексную прагма-семантическую систему дискурса и учитывая социокультурные аспекты коммуникации [15; 25]. При этом мы не имеем в виду стремление непременно злоупотребить доверчивостью человека. Речь идёт о другом: понимая природу воздействия слова на наше сознание, люди могут использовать этот инструмент во благо друг другу – делиться полезными сведениями, предотвращать конфликтные ситуации, помогать интеллектуально развиваться и т.д. Вот для чего желательно разбираться в механизмах влияния слова на человека, и для этого подходит самый разный эмпирический материал, анализ которого раскрывает комплексную реализацию принципов речевого воздействия.

Например, в статье из газеты *The Economist* за 8 октября 2016 г. находим следующий пассаж:

*On October 1st the yuan became the fifth entrant in the basket of currencies that forms the Special Drawing Right, a reserve asset created by the IMF. Immediate implications are limited. SDRs are a unit of account, not a real currency; inclusion in the basket does not force anyone to acquire the yuan. Symbolically, though, it is a big deal: the IMF's seal of approval for China's monetary system. It has deemed it safe for central banks around the world to add the yuan to their reserves. Dozens of central banks in fact already do so, with about 1% of global reserves now held in yuan. SDR status should add momentum* [24].

В данном отрывке все названные принципы отражаются в определённых речевых средствах.

Во-первых, принцип доступности проявляется в том, что текст насыщен актуальной, лаконично выраженной фактологической информацией (о признании юаня резервной валютой; о значении этого факта для Китая и других стран; о практическом использовании китайской денежной единицы). В это изложение включаются и дополнительные разъяснения, которые помогают легко воспринимать информацию даже не очень подготовленному читателю:

- делается заявление о включении юаня в резервную валюту, и в одном предложении указана также дата этого события, количество резервных денежных единиц в мире и категория данного финансового инструмента;

- упоминается *Special Drawing Right* (специальные права заимствования) и тут же пояс-

няется, что это *reserve asset created by the IMF* (и здесь причастный оборот позволяет избежать более длинного полносоставного предложения),

- разъясняются сильные и слабые моменты этой ситуации.

Принцип ассоциативности срабатывает в указании на то, что юань – это пятая резервная валюта, и в сознании читателя это сразу ставит юань в один ряд с самыми «почётными» денежными единицами (долларом, фунтом, евро). Также упоминание о «печати одобрения» (*seal of approval*) Международного валютного фонда вызывает ассоциацию с твёрдостью решений, принимаемых на высшем уровне мировой финансовой системы.

Очевидно также, что при всей серьёзности темы данному тексту присуща образность и эмоциональность. В первую очередь обращает на себя внимание антитеза (противопоставление). Антитеза придаёт дискурсу смысловой объём, т.к. позволяет охарактеризовать ситуацию в разных ракурсах. В данном случае противопоставляются:

- не слишком значимый непосредственный результат события и более весомый символический (т.е. политико-экономический) результат, ближайшие и отдалённые последствия (*Immediate implications are limited, но Symbolically it is a big deal; Inclusion in the basket does not force anyone to acquire the yuan, но Dozens of central banks already do so*),

- ограниченность практического применения специальных прав заимствования и повышение значимости юаня благодаря приобретению этого статуса (*SDRs are a unit of account, not a real currency, но при этом It has deemed it safe for central banks around the world to add the yuan to their reserves*).

Некоторую образность речи придают такие элементы дискурса, как терминологическая метафора *basket of currencies*, глагол *force* в отрицательной форме, выражения *a big deal* и *seal of approval*.

Наконец, принцип интензивности осуществляется в данном дискурсе через сегментацию речи: исходное описание события даётся довольно пространно, а затем высказывания становятся короче – это графически маркируется знаками препинания: не только точками, но и точкой с запятой и двоеточием, а в предпоследнем предложении используется средство языковой экономии абсолютная причастная конструкция *with about 1% of global reserves now*

*held in yuan*, которая в лаконичной «упаковке» соединяет описание разных фрагментов действительности воедино. Завершающее высказывание также краткое и достаточно категоричное благодаря модальному глаголу долженствования *should*: *SDR status should add momentum*.

Таким образом, функционально-лингвистический анализ данного фрагмента подтверждает, что принципы коммуникативного воздействия на адресата речи наиболее эффективно действуют в совокупности. Таким путём они взаимоусиливают друг друга (эффект синергизма), придают дискурсу динамичность и повышают убедительность излагаемого мнения или трактовки ситуации [9; 20; 23].

Подводя итог, отметим, что в деловом дискурсе (как и в других видах общения) речевое воздействие используется как мощный способ решения нелингвистических задач, и его роль в реальной жизни может быть как конструктивной (когда оно способствует гармоничному взаимо-

действию партнёров), так и деструктивной (когда используется во вред одной из сторон, а иногда и обеим сторонам). Поэтому при подготовке будущих экономистов и менеджеров языковедам необходимо прививать студентам понимание важности этого аспекта коммуникации и находить эффективные в методическом отношении средства развития коммуникативной компетентности обучаемых. Данный подход реализуется в МГИМО МИД России и ряде других вузов [1; 14; 16; 22], но, судя по учебным материалам многих неязыковых учебных заведений, пока недостаточно широко внедряется в масштабах страны. Полагаем, что в современных условиях этот вопрос становится всё более актуальным именно в практической преподавательской деятельности при подготовке коммуникативно компетентных представителей деловых кругов, способных выстраивать эффективные бизнес-контакты и успешно решать задачи, стоящие перед экономикой России и других стран.

#### Список литературы

1. Авдеева Е.Л. Профессиональная направленность как способ повышения мотивации обучения английскому языку для специальных целей // Вопросы прикладной лингвистики. 2016. № 23. С. 7-17.
2. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие для вузов. Ростов на Дону: Феникс, 2010. 488 с.
3. Гришечко Е.Г. Определение понятия речевого воздействия и виды этого воздействия // Гуманитарные и социальные науки. 2008. № 4. С. 53-59.
4. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник. М.: Инфра-М, 2002. 368 с.
5. Кузнецова К.В. Экономический дискурс как объект лингвистического исследования и его основные аспекты // Вопросы прикладной лингвистики. № 2 (18)/ 2015. С. 72-79.
6. Леденёва С.Н. Функционально-прагматические свойства языковых средств рекламного дискурса // Вестник Брянского государственного университета. 2017. № 1. С. 306-312.
7. Любимова М.К. Интенциональные смыслы согласия и несогласия в русских и немецких дискурсах совещаний и переговоров: Автореферат ... канд. филол. наук. Тамбов, 2004. 21 с.
8. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 280 с.
9. Малахова В.Л. Влияние дискурсивного пространства на формирование притяжательного смысла // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2015. № 2 (44). Ч. 1. С. 138-140.
10. Малюга Е.Н. Функционально-прагматические особенности речевого поведения британских и американских участников межкультурной деловой коммуникации: Монография. М.: РУДН, 2007. 194 с.
11. Назарова Т.Б. Английский язык делового общения: Учебный курс для студентов-филологов. 2-е издание. М.: Диалог-МГУ, 2000. 162 с.
12. Пономаренко Е.В., Полякова К.А. Актуализация принципов речевого воздействия как интегративный процесс в англоязычной деловой коммуникации // Вопросы прикладной лингвистики, 2016, № 24. С. 82-97.
13. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. Киев: Ваклер; М.: Рефл-бук, 2001. 656 с.
14. Практический курс современного английского языка для бакалавриата. Часть 2. Продвинутый уровень (B2) / Л.К. Раицкая, О.А. Вдовина, О.В. Кокарева, М.В. Никитина, Н.П. Никитина, С.С. Польская; под ред. Л.К. Раицкой; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России, каф. англ. яз. № 5. М.: МГИМО-Университет, 2010. 208 с.
15. Радюк А.В. Коммуникативные стратегии как способ манипулятивного речевого воздействия в английском деловом дискурсе // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2013. Т. 1. № 4. С. 181-190.
16. Харьковская А.А., Дюмина О.В. Лингводидактические аспекты английских учебных материалов по обучению деловой коммуникации // Наука и культура России. 2016. Т. 1. С. 286-290.
17. Храменко Д.С. Кооперативный эффект прагматического воздействия в английском дискурсе масс-медиа // Вопросы прикладной лингвистики. 2017. № 3 (27). С. 86-95.
18. Archer J. First among the Equals. London: Pan Books, 2003. 466 p.
19. Jones P. Tycoon. London: Hodder & Stoughton, 2007. 272 p.
20. Khranchenko D.S. Planning the functional field of business English discourse: linguosynergetic approach // Вопросы прикладной лингвистики. 2015. № 18. С. 151-163.

21. Lord Michael Howard. Business Advice. Oxford Union. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=JUtbqBuF1aI> (дата обращения: 10.09.2017).
22. Malyuga E.N., Tomalin B. Communicative strategies and tactics of speech manipulation in intercultural business discourse. *Training language and culture*, 2017. vol. 1, issue 1, pp. 28-47.
23. Ponomarenko E.V., Parshutina G. Business Interaction and Communication Verbs: Functional Efficiency Revisited // Академическая наука – проблемы и достижения. Материалы IX международной научно-практической конференции. North Charleston, USA: CreateSpace, 2016. С. 125-131.
24. The yuan in the SDR: From base to gold. *The Economist* (Oct 8, 2016). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21708262-imf-gives-its-blessing-chinas-controlled-currency-base-gold> (accessed 22.10.2017).
25. Vetrinskaya V.V., Dmitrenko T. A. Developing students' sociocultural competence in foreign language classes. *Training language and culture*, 2017. vol. 1, issue 2, pp. 23-41.

#### **Сведения об авторе:**

**Пономаренко Евгения Витальевна** – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры английского языка № 4 МГИМО МИД России (Россия, Москва). Сфера профессиональных интересов: функциональная лингвистика, лингвопрагматика, деловой английский язык, системность языка и речи, лингвосинергетика, лингводидактика. E-mail: [1pev2009@mail.ru](mailto:1pev2009@mail.ru).

## **PRAGMATIC IMPACT AS BASIC FUNCTION OF BUSINESS ENGLISH DISCOURSE**

**Evgeniya V. Ponomarenko**

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76, Prospekt Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

**The Abstract:** *The issue of Business English discourse pragmatic impact is examined in terms of functional linguistics which assumes that the significance of language forms lies in reflecting extralinguistic contents by linguistic means. The author proceeds from the priority of the speech impact function in business communication and makes a point that information perception by the addressee can be predetermined to some extent through such means as specified combination of lexemes and data structuring in the way that enhances and puts favourable data to the foreground and disguises or drives undesirable information to the background of the text semantic system. In that case even the mere rendering of true facts can help to form a certain additional impact on the recipient.*

*The author analyses the interrelation between the sender's communicative intention and the actual speech effect on the addressee. The article gives the definitions of "communicative intention" and "business communication", looks at the basic principles of speech impact (accessibility, associativity, expressiveness and intensiveness) and ways of their implementation in the text. The most prominent effect is achieved through the common impact of these principles on the communicative partner.*

*In conclusion the author emphasizes the necessity of instilling in future specialists clear understanding of the importance of these aspects for successful communication, and of elaborating efficient methodology to develop students' communicative competence.*

**Key Words:** *functional linguistics, linguistic pragmatics, language functions, Business English, speech impact, principles of speech impact, communicative intention, communicative competence.*

#### **References**

1. Avdeeva E.L. Professional'naya napravlenost' kak sposob povysheniya motivacii obucheniya anglijskomu yazyku dlya special'nyh celej [Professional orientation as a means of improving motivation in teaching English for Specific Purposes]. *Voprosy prikladnoj lingvistiki – Issues of applied linguistics*, no. 23. pp. 7-17.
2. Vvedenskaja L.A., Pavlova L.G. Delovaja ritorika: Uchebnoe posobie dlja vuzov [Business rhetoric: Student's book for universities]. Rostov na Donu, Feniks, 2010. 488 p.

3. Grishechko E.G. Opredelenie ponjatija rechevogo vozdejstvija i vidy jetogo vozdejstvija [The definition of speech impact and the impact types] // Gumanitarnye i social'nye nauki [Humanities and social sciences]. 2008. no. 4. pp. 53-59.
4. Kibanov A.Ja., Zaharov D.K., Konovalova V.G. Jetika delovyh otnoshenij: Uchebnik. [Ethics of business relations: A Manual]. Moscow, Infra-M, 2002. 368p.
5. Kuznetsova, K.V. Ekonomicheskii diskurs kak obekt lingvisticheskogo issledovaniia i ego osnovnye aspekty [Economic discourse as an object of linguistic research and its main aspects]. Voprosy prikladnoi lingvistiki – Issues of applied linguistics, no. 2 (18), 2015, pp. 72-79.
6. Ledeneva S.N. Funkcional'no-pragmaticheskie svojstva jazykovykh sredstv reklamnogo diskursa [Functional and pragmatic properties of advertising discourse verbal means]. Vestnik Brjanskogo gosudarstvennogo universiteta – The Bryansk State University Herald, 2017, no. 1. pp. 306-312.
7. Ljubimova M.K. Intencional'nye smysly soglasija i nesoglasija v russkikh i nemeckikh diskursah soveshhanij i peregovorov: Avtoreferat ... kand. filol. nauk [Intentional senses of agreement and disagreement in Russian and German discourses of sessions and negotiations: Author's abstract. Cand. Diss., Philology]. Tambov, 2004. 21 p.
8. Makarov M.L. Osnovy teorii diskursa [Fundamentals of discourse theory]. Moscow, Gnozis, 2003. 280 p.
9. Malakhova V.L. Vlijanie diskursivnogo prostranstva na formirovanie pritzazhatel'nogo smysla [Influence of discursive space on formation of possessive meaning]. Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. – Philological sciences. Issues of theory and practice. Tambov, Gramota, 2015, no. 2 (44), ch. 1. pp. 138-140.
10. Malyuga E.N. Funktsional'no-pragmaticheskie osobennosti rechevogo povedeniia britanskikh i amerikanskikh uchastnikov mezhdunarodnoj delovoy kommunikatsii [Functional and pragmatic peculiarities of verbal behavior of British and American participants in intercultural business communication]. Moscow, RUDN, 2007.
11. Nazarova T.B. Anglijskij jazyk delovogo obshhenija: Uchebnyj kurs dlja studentov-filologov. 2-e izdanie. M.: Dialog – MGU, 2000. 162 s [Business English for students of philology]. 2-e izdanie. Moscow, Dialog-MGU, 2000. 162p.
12. Ponomarenko E.V., Poljakova K.A. Aktualizacija principov rechevogo vozdejstvija kak integrativnyj process v anglojazychnoj delovoj kommunikatsii [Actualisation of discursive impact principles as an integrative process in Business English communication]. Voprosy prikladnoi lingvistiki – Issues of applied linguistics, 2016, no. 24. pp. 82-97.
13. Pocheptsov G.G. Teorija kommunikatsii [Theory of communication]. Kiev, Vakler; Moscow, Refl-buk, 2001. 656 p.
14. Prakticheskij kurs sovremennogo anglijskogo jazyka dlja bakalavriata. Chast' 2. Prodvinutyj uroven' (B2) [Practical course of modern English. Textbook for bachelor students. In 4 parts. Part 2. Level (B2).] / L.K. Raitskaya, O.A. Vdovina, O.V. Kokareva, M.V. Nikitina, N.P. Nikitina, S.S. Pol'skaja; pod red. L.K. Raickoj; Mosk. gos. in-t mezhdunar. otnoshenij (un-t) MID Rossii, kaf. angl. jaz. № 5. Moscow, MGIMO-Universitet, 2010. 208 p.
15. Radjuk A.V. Kommunikativnye strategii kak sposob manipulativnogo rechevogo vozdejstvija v anglijskom delovom diskurse [Communicative strategies as means of manipulative speech impact in Business English discourse]. Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina – Herald of Pushkin Leningrad state university, 2013, vol. 1, no 4. pp. 181-190.
16. Kharkovskaya A.A., Dyumina O.V. Lingvodidakticheskie aspekty anglijskikh uchebnykh materialov po obucheniju delovoj kommunikatsii [Linguodidactic aspects of English learning materials for teaching business communication]. Nauka i kul'tura Rossii – Science and culture of Russia, 2016, no. 1. pp. 286-290.
17. Khranchenko D. Kooperativnyj jeffekt pragmaticheskogo vozdejstvija v anglijskom diskurse mass-media. Voprosy prikladnoi lingvistiki – Issues of applied linguistics, 2017, no. 3 (27). pp. 86-95.
18. Archer J. First among the Equals. London, Pan Books, 2003. 466 p.
19. Jones P. Tycoon. London, Hodder & Stoughton, 2007. 272 p.
20. Khranchenko D.S. Planning the functional field of business English discourse: linguosynergetic approach. Voprosy prikladnoi lingvistiki – Issues of applied linguistics, 2015, no. 18, pp. 151-163.
21. Lord Michael Howard. Business Advice. OxfordUnion. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=JUtbqBuF1aI> (accessed: 10.09.2017).
22. Malyuga E.N., Tomalin B. Communicative strategies and tactics of speech manipulation in intercultural business discourse. Training language and culture, 2017, vol. 1, issue 1, pp. 28-47.
23. Ponomarenko E.V., Parshutina G. Business Interaction and Communication Verbs: Functional Efficiency Revisited. Academic science – problems and achievements IX: Proceedings of the Conference. North Charleston, 20-21.06.2016 (Russian Edition). North Charleston, SC, USA, CreateSpace - spc Academic, 2016, pp. 125-131.
24. The yuan in the SDR: From base to gold. The Economist (Oct 8, 2016). Available at: <http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21708262-imf-gives-its-blessing-chinas-controlled-currency-base-gold> (accessed 22.10.2017).
25. Vetrinskaya V.V., Dmitrenko T.A. Developing students' sociocultural competence in foreign language classes. Training language and culture, 2017, vol. 1, issue 2, pp. 23-41.

#### **About the author:**

**Ponomarenko Evgeniya Vitalievna** – Doctor of Philological Sciences, Associate Professor, Professor of English Language Department № 4, MGIMO University (Russia, Moscow). Spheres of professional interest: functional linguistics, linguistic pragmatics, Business English, systemacy of language and speech, linguosynergetics, linguodidactics. E-mail: [1pev2009@mail.ru](mailto:1pev2009@mail.ru).

\* \* \*

# КОНСТРУИРОВАНИЕ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА С ПОМОЩЬЮ ПАРНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ДРЕВНЕВЕРХНЕНЕМЕЦКИЙ И СРЕДНЕВЕРХНЕНЕМЕЦКИЙ ПЕРИОДЫ

Е.В. Саванкова, В.М. Глушак

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,  
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76.

*В статье анализируются парные фразеологизмы и соотносимые с ними композиты, которые являются одним из видов идиоматических комплексных знаков в древневерхненемецкий и средневерхненемецкий периоды развития немецкого языка. Авторы ставят своей целью выявить моменты внешнего мира, характеристики лиц, объектов, процессов и явлений, которые нашли отражение в картине мира людей, проживавших в Средние века в древневерхненемецком и средневерхненемецком языковом ареале, в изучаемых парных фразеологизмах. Рассматриваемые языковые структуры используются для указания на социально-групповую принадлежность человека, предметы и явления одного рода и порядка, создают эффект усиления качества описываемых объектов. Парные фразеологизмы могут образовывать соматизмы для выражения как положительной, так и негативной духовной и физической характеристики человека. Кроме того, парные фразеологизмы помогают представить пространственно-временную локацию людей Средневековья, наиболее распространённые действия человека и процессов, совершающихся в окружающем его мире.*

**Ключевые слова:** парные фразеологизмы, идиомы, идиоматический комплексный знак, языковая картина мира, древневерхненемецкий период, средневерхненемецкий период.

## 1. Введение в проблематику

**И**диоматичные комплексные знаки, к которым среди прочего относятся фразеологизмы и сложные слова, представлены образно-мотивированными (для фразеологизмов) или идиоматичными (для композитов) и демотивированными образованиями. Среди всех идиоматических единиц немецкого языка преобладают образные комплексные знаки. Образность представляется одной из субстанциональных характеристик идиоматичных образований, так как они могут вызвать у реципиента наглядно-чувственные представления об объектах внешнего мира. Образность следует трактовать как своего рода совмещение двух картин. Одна картина представляет значение

слова, возникшее в результате метафорического переноса, в то время как другая картина строится на базе буквального значения слова [5].

Образность является составляющей идиоматического комплексного знака, которая способна вызвать у реципиента эмоциональную реакцию. В.Н. Телия описывает этот феномен как некий элементарный семантический компонент, который может формально реализоваться как во внутренней, так и во внешней форме значения. В семантической записи образность можно представить посредством так называемого модуля фиктивности, который чаще всего реализуется с помощью условного сравнительного союза «как если бы». Образность – это та информация, которая является неотъемлемой составляющей языковой сущности [12, с. 24-25]. В литературу-

ре классифицируют фразеологизмы и сложные слова в зависимости от способа образования их образа: метафорического, метонимического, синекдохического и гиперболического [см. например: 11, с. 140].

В создании идиоматических образований принимают участие экстралингвистические факторы, так как они, как правило, отражают определённые моменты и реалии внешнего мира. В то же время образование идиоматических комплексных знаков не может произойти без участия семантических процессов. В данном случае речь идёт о появлении троп, т.е. об установлении соотношения между прямым и переносным значением идиом. Этот процесс называется процессом фразеологизации или «консервации» изначально свободного сочетания [14, с. 67–78]. В работах по исторической фразеологии и словообразованию немецкого языка [см. например: 6; 7; 8; 10; 13] семантический способ образования идиом и других фразеологических единиц является наиболее продуктивным преимущественно благодаря метафоризации, например, *höhsedal, hugesangōn, sunnesedil, leit geben, eit zerbrechen*) и процессам метонимизации (например, *ohsenzunga, rotouga, rindeszunga, scelteszunga*).

Процессам фразеологизации и образования композитов (Komposition) противопоставлены процессы дефразеологизации и обратного разложения / обратной композиции сложных слов (Dekomposition) [16, с. 92]. Вслед за лингвистами, которые связывают проблемы идиоматичности и мотивированности, мы рассматриваем фразеологизацию комплексных знаков в языке как затемнение или утрату их семантической мотивированности. Мотивированное сложное слово может семантически преобразоваться в процессе своего употребления в языке. В этом случае речь идёт о мотивации, демотивации и идиоматизации. Таким образом, соотношение мотивированности и идиоматичности в существенной мере помогает определить изменение значения слова и переход его в разряд идиом.

Предметом исследования в настоящей работе являются парные фразеологизмы, которые иногда обозначаются как бинарные идиомы (нем. *Zwillingsformeln*). Эти фразеологические единицы могут быть целиком или частично идиоматичными и представляют собой семантически неразложимое единство. В составе парных фразеологизмов нет ведущего (стержневого) слова, служащего структурно-семантическим

центром всего словосочетания. По характеру семантических отношений между элементами бинарных идиом выделяют парносинонимичные фразеологизмы, например, *dumm und dämlich*, фразеологизмы с компонентами-не синонимами из одной семантической сферы, например, *Stock und Stein*, идиомы, состоящие из не связанных по значению компонентов вне оборота, например, *mit Haut und Haar* и парноантонимичные идиомы, например, *wie Feuer und Wasser* [1, с. 67].

В литературе по исследуемой проблематике отмечается, что семантическая целостность парных идиом является их субстанциональным признаком [см. напр. 2]. При этом одни фразеологизмы могут иметь низкую степень семантической интеграции своих компонентов. Это наблюдается в случаях, когда очевидно ослабление значений составляющих парных фразеологизмов. Ещё одной важной характеристикой фразеологических единиц является их семантическая целостность. При низкой степени семантической интеграции происходит семантическое сближение частей словосочетания вследствие ослабления их значения. Семантическая интеграция является началом фразеологизации и может достигнуть семантической целостности.

Несмотря на изученность семантических механизмов образования и функционирования парных фразеологизмов в немецком языке, в научной литературе пока ещё недостаточно уделяется внимания когнитивным аспектам этого лингвистического феномена.

## 2. Цель исследования

В результате анализа парных фразеологизмов и соотносимых с ними композитов выявить моменты объективной реальности, параметры и характеристики лиц, объектов, процессов и явлений, которые нашли отражение в картине мира людей, проживавших в древневерхненемецкий и средневерхненемецкий период развития немецкого языка, а, соответственно, и в рассматриваемых идиоматических комплексных знаках.

## 3. Метод анализа эмпирического материала

Чтобы выявить ассоциации образа с элементами парных фразеологизмов, был проведён компонентный анализ составляющих парных идиом на предмет их лексического и семантического значения. Это позволило восстановить смысловую целостность фразеологизма и опре-

делить моменты объективной реальности, которые отражаются в рассматриваемых парных фразеологизмах. Для выявления единства образа применялись различные процедуры. Для парносинонимичных идиом совершался поиск концептуальных метафор. Для тематически близких составляющих парных идиом велся поиск одних и тех же или близких понятий. Во фразеологизмах с компонентами-антонимами мы пытались найти родовое понятие более высокого порядка.

#### 4. Эмпирический материал

В качестве материала для исследования послужили лексикографические источники: словари древне- и средневерхненемецкого периодов в развитии немецкого языка [17; 18], а также приложения со словниками фразеологизмов к диссертационным исследованиям по словообразованию [7] и по фразеологии немецкого языка в древне- и средневерхненемецких периоды [3; 8; 9; 14].

#### 5. Концептуализация элементов средневековой картины мира посредством парных фразеологизмов и соотносимых с ними композитов

Парные фразеологизмы характеризуются стремлением к «обезличиванию» и единству их восприятия. Это свидетельствует о целостности подобных комплексных единиц. Репродуктивность парных устойчивых сочетаний связана с их ассоциативной природой и обусловлена на содержательном уровне тематическим выбором компонентов, а на звуковом уровне – характерным ритмическим рисунком и аллитерацией. В нашем корпусе содержатся парные устойчивые сочетания неидиоматического обобщающего характера для обозначения

— временных параметров:

*hiute und iumer, spate und fruuo, vruuo unt spât, iemer und iemer, ie oder ie, ofte unde dicke / dicke und ofte, von êwen ze êwen, hiute unde ze allen/andern zîten;*

— локальных параметров:

*hie und dort, dort und hie, nu dort nu hie, sô hie sô da sô dort, nû hier nû her, hin und her, nû hin nû her, diz und jenes, diz oder daz / dise oder die, da hin – hie hin, daz und / oder daz, jene – dise, hin – heim, hie – dort, ûf unde nider;*

— количественных параметров:

*gar und genzliche, lanc oder kurz, vil zu vil.*

Общим семантическим критерием представленных сочетаний является повторение одних и тех же компонентов (*vil zu vil, daz und / oder daz*), комбинация синонимичных (*ofte unde dicke / dicke und ofte*) или антонимичных лексем (*spate und fruuo, ûf unde nider*). При этом в текстах древневерхненемецкого и средневерхненемецкого периодов развития немецкого языка не было обнаружено парных устойчивых сочетаний, в составе которых имелись бы компоненты одного тематического ряда.

В свою очередь, не зафиксировано также ни одного случая парных комплексных знаков неидиоматического характера. Возможно, это объясняется тем, что они подвержены следующим лексико-семантическим ограничениям, связанным с нетипичностью лексико-семантических повторов при образовании композитов, так как одна и та же лексема не повторяется. Правда, в нововверхненемецком языке имеются сложные слова типа *Kindeskint* и *Winterwinter*, но их образование является чётко мотивированным (*Kindeskint* – Kind des Kindes), или они представляют собой окказиональные образования с явной экспрессивной окраской (например, *ein richtiger Winterwinter zu zweit*).

В общем и целом, наличие синонимов в составе композитов не характерно. Такие образования несут определённую стилистическую нагрузку, так как обладают семантической избыточностью и тавтологичностью. Хотя в древневерхненемецком и средневерхненемецком языках и зафиксированы такие словосочетания, их образование, однако, обусловлено семантическими трансформациями составляющих при употреблении их несинонимичных лексико-семантических вариантов.

Другой тип – парные идиоматические устойчивые сочетания – зафиксированы в немецком языке на разных этапах его развития. Они частотны и имеют тенденцию к ослаблению значения своих компонентов, что говорит о тенденции к их целостному восприятию комплексных идиоматических единиц.

По своей структуре большая часть парных идиом – именные группы (*himel und erde, lant und liute, über velt und über lant, eitergift, konewîp*). Меньшим количеством представлены адъективно-адвербиальные (*schentlich oder schemelich, vil oder wênic, frî und frô, lobelich und êrlîch, liehtklâr*) и глагольные сочетания (*brennen unde brechen, rihten und urteilen, prîsen und loben, ëbengelichen*). Реже встречаются парные идиома-

тичные комплексные знаки, состоящие из причастий (*bekümbert und besorget, betwungen unde benoetet, trôstheilbêrnde*) и предлогов (*vor oder nach*).

Анализ имеющегося в нашем распоряжении корпуса парных фразеологизмов позволяет говорить о семантической устойчивости этого вида идиоматичных комплексных знаков, так как обнаружены парные формулы с синонимической заменой компонентов, например, сочетания *schône unde guot* и *schône und wol*, где *guot* и *wol* – концептуальные синонимы. Подобная ситуация наблюдается также у парных фразеологизмов *wîp unde man, frouwen unde man, êre und frumen, êre unde lop, êre unde lîp, vroide und êre, vrum und êre, guot und êre, saelde unde êre* и др.

В древне- и средневерхненемецкий периоды выделяются две группы парных идиоматичных фразеологизмов и коррелирующих с ними композитов:

1) усилительные, которые состоят из синонимов, подобранных по принципу сходства:

*behüeten unde beschirmen, fluochen unde schelten, haz unde nît, licht und klar, wol und lihte, breit unde grôz, breit unde wît, trôstheilbêrnde* „Trost und Heil bringend“, *kuonezorn* „kühn und zornig“;

2) категоризирующие по принципу «все от ... до ...». Принципом организации материала в данном случае является контраст на основе сочетания антонимов:

*tac unde naht, man und wîb, alt oder kint, kint und wîp, jung und alt, grôz unde klein, waldfeld.*

Многие парные идиоматичные несут в себе семантику обобщения, что позволяет реализовать более конкретные значения. Элементы таких идиом противопоставлены друг другу:

– «Все члены определённого класса или определённой группы лиц». Элементы таких сочетаний образуют оппозицию по полу (*man unde wîp*), возрасту (*jung und alt*), вероисповеданию (*kristen unde heiden*), принадлежности к социальному слою (*ritter und herren*). В рассматриваемой группе идиом с обобщённым значением зафиксировано одно сочетание с неодушевлённым существительным. При этом в композите *lantliute*, которое состоит из тех же компонентов, что и *lant und liute*, прослеживается другая семантика. Это сложное слово является определительным именем существительным.

– «Все элементы одного класса или вида явлений и предметов». Эту группу идиом образуют комбинации слов с различной семантикой. Сочетаться могут конкретные имена, например,

*berg und tal*, конкретный и абстрактные существительные для выражения оппозиции физического и духовного, например, *lîp und êre*, а также абстрактные существительные с семантикой чувств, например, *riuwe und klagen*. В то же время компоненты некоторых сложных слов, состоящих из конкретных существительных одного тематического поля, например, *waldfeld*, имеют дифференцированное значение.

– «Всё духовное и физическое существо человека». Первым элементом парных фразеологизмов данной группы выступают такие слова как *herz, sêle, sin*, а вторым – существительное *lîp*, например, *lîp und sêle*.

– «Всегда на протяжении определённого отрезка времени». Компоненты парных сочетаний этой группы – лексемы с временной семантикой, представленные именами существительными, например, *tag und naht*, наречиями, например:

*hiute unde ze allen zîten, iemer und iemer.*

Обнаружена также одна идиома, выраженная темпоральными предлогами: *vor oder nach*.

– «Во всех местах определённого пространственного отрезка»: компонентами являются существительные, например, *über velt und über lant* или локальные наречия, такие как *hie und dort*.

– «Спектр коррелирующих действий, которые могут совершать люди». Компонентами парных сочетаний этой группы выступают только глаголы, например:

*singen und sagen, sprechen und singen, brennen unde braten, brennen unde brechen, brennen und rouben.*

Парные фразеологизмы в древне- и средне-немецкой периоды развития немецкого использовались для описания характера и внешности человека. Такие сочетания состоят из качественных прилагательных, существительных и глаголов, которые являются синонимами или относятся к одной тематической области. Они служат для

– усилительной характеристики человека. Парные формулы этой группы состоят только из прилагательных, выражающих положительные человеческие качества, например:

*edel und vruot, lûter und reine;*

– типизированной характеристики действий человека. Парные фразеологизмы этой группы могут быть образованы существительными с положительной (*saelde unde heil*), негативной (*sünde unde schande, haz unde nît*) семантикой, а также конкретными существительными с нейтральной семантикой (*bluomen und klê*). Для характеристи-

ки действий человека, как правило, речь идёт об отрицательных поступках, используются глаголы с негативной семантикой, например:

*wüeten unde toben, verschelten unde verfluochen* [ср.: 3, с. 130].

Как показывают примеры из нашего корпуса, одни и те же компоненты могут сочетаться с различными понятиями, например, *edel und schoene, schoene und rîch, rîche unde frî*. Е.А. Гуревич объясняет это на примере эддической поэзии *способом дополнительности* для некоторых семантических групп, например, «военные формулы» (*грабить – жечь*) и «положительные качества, ценности» (*сильный – храбрый*) [4, с. 63]. В исследуемом нами материале выделяются две семантические модели по способу дополнительности:

– дополнительное усиление положительного качества человека с использованием прилагательных положительной семантики, например:

*edel und guot, höfisch unde guot;*

– дополнительное усиление характеристики отрицательного поступка с использованием глаголов негативной семантики, например:

*brennen unde brechen, brennen und rouben, stürmen und wüeten.*

При исследовании семантики компонентов парных фразеологизмов нельзя обойти феномен «нарастания компонентов». Если парные сочетания и соотносимые с ними сложные слова состоят из неравных по величине компонентов, то порядок их следования регулируется законом нарастающих членов [15, с. 70], например:

*spil und verlust, schirm und schaten, vrum und ère* и др., *gufterschallen, blîweich, bërcswaere, stiurruoder, lintrache* и др.

Следует отметить, что это правило не является абсолютным, так как в нашем корпусе

древне- и средневерхненемецких парных фразеологизмов и композитов имеются примеры, не попадающие под действие описываемой закономерности, например: *angest unde nôt, rehte unde wol, ëbengelîchen, konevrouwe, eitergift*.

## 6. Выводы

Общим для неидиоматических и идиоматических парных фразеологизмов является возможность метафорической трансформации либо одной из составляющих, либо всего словосочетания. При этом разные типы парных фразеологизмов обладают различным характером образности и семантической трансформации.

В древневерхненемецкой и средневерхненемецкой периоды развития немецкого языка парные устойчивые сочетания неидиоматического обобщающего характера используются для обозначения времени, пространства и количества.

Парные идиоматические фразеологизмы в древневерхненемецкой и средневерхненемецкой периоды используются для указания на социально-групповую принадлежность человека, предметы и явления одного рода и порядка. Они могут также создавать эффект усиления качества описываемых одушевлённых и неодушевлённых объектов, т.е. обладают высокой экспрессивностью. Очень часто встречаются парные фразеологизмы, которые образуют сомати́змы для выражения как положительной, так и негативной духовной и физической характеристики человека. Кроме того, анализируемые языковые единицы помогают представить пространственно-временную локацию людей Средневековья, а также наиболее распространённых действий человека и процессов, совершающихся в окружающем его мире.

## Список литературы

1. Апресян Ю.Д. Лексическая семантика. М.: Наука, 1974. 366 с.
2. Быкасова Л.В. О структурно-семантических особенностях бинарных идиом (на материале немецкого и английского языков) // Европейские языки: историография, теория, история. Межвузовский сборник научных работ. Елец: Елецкий гос. университет, 2005. С. 74-86.
3. Васина Н.Н. Проблема стабильности и вариативности устойчивых сочетаний в языке средневерхненемецкого периода: Дис. ... канд. филол. наук. М.: МГЛУ, 1999. 207 с.
4. Гуревич А.Я. Проблемы средневековой народной культуры. М.: Искусство, 1981. 350 с.
5. Добровольский Д.О. Основы структурно-типологического анализа фразеологии современных германских языков (на материале немецкого, английского и нидерландского языков): Автореф. дис. ... докт. филол. наук. М.: МГПИИЯ им. М. Тореза, 1990. 41 с.
6. Кораблина Л.П. Развитие средств фразеологической номинации в современном немецком языке (XIX – XX вв.): Дис. ... канд. филол. наук. М.: МГПИИЯ им. М. Тореза, 1977. 207 с.
7. Кускова Н.С. Именные сложения древневерхненемецкой эпохи как структурные единицы и как средства номинации: Дис. ... докт. филол. наук. М.: МГПИИЯ им. М. Тореза, 1971. 410 с.

8. Пальм Л.И. Устойчивые глагольные словосочетания в немецком языке VIII – XIV вв.: Дис. ... канд. филол. наук. М.: МГЛУ, 1994. 188 с.
9. Рахманова Н.И. Устойчивые словесные комплексы в средневерхненемецком языке: Дис. ... канд. филол. наук. М.: МГПИИЯ им. М. Тореца, 1982. 167 с.
10. Рахманова Н.И. Фразеология в контексте средневековой этики // Реализация междисциплинарной парадигмы в различных типах текста / Сб. науч.тр. М.: МГЛУ, 2002. Вып.465. С. 116-127.
11. Солодуб Ю.П. Фразеологическая образность и способы её параметризации // Фразеология в Машинном фонде русского языка. М.: Наука, 1990. С. 139-146.
12. Телия В.Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и культурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. 286 с.
13. Тоичкина Л.Я. Фразеология языка литературных памятников немецкого языка XVII века: Дис. ... канд. филол. наук. М.: МГПИИЯ им. М. Тореца, 1977. 204 с.
14. Цветаева Е.Н. Процессы фразеологизации в литературном языке ранненововерхненемецкого периода: Дис. ... канд. филол. наук. М. МГЛУ, 1995. 142 с.
15. Чернышева И.И. Фразеология современного немецкого языка. М.: Высшая школа, 1970. 200 с.
16. Fleischer W., Barz I. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen: Niemeyer, 1992. 382 S.
17. Lexer M. Mittelhochdeutsches Wörterbuch. Leipzig: Hirzel Verlag, 1956. 343 S.
18. Schützeichel R. Althochdeutsches Wörterbuch. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2006. 444 S.

**Сведения об авторах:**

**Глушак Василий Михайлович** – доктор филологических наук, профессор кафедры немецкого языка МГИМО (Россия, Москва). Сфера научных и профессиональных интересов: когнитивная лингвистика, политическая лингвистика, дискурс-анализ. E-mail: glushakvm@mail.ru.

**Саванкова Екатерина Владимировна** – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры немецкого языка МГИМО (Россия, Москва). Сфера научных и профессиональных интересов: история языка, семантика, словообразование. E-mail: katerina3006@yandex.ru.

## CONSTRUCTION OF THE LINGUISTIC PICTURE OF THE WORLD THROUGH PAIRED PHRASEOLOGICAL UNITS IN THE OLD HIGH AND THE MIDDLE HIGH GERMAN

**Ekaterina V. Savankova, Vasily M. Glushak**

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76 Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

**The Abstract:** *The paper analyzes paired phraseological units and associated composites – one of the types of idiomatic complex signs in the Old High German and Middle High German periods in the development of the German language. The authors aim to identify the moments of the external world, the characteristics of persons, objects, processes and phenomena that are reflecting by means of the paired phraseological units the linguistic picture of the world of the people who lived in the Middle Ages in the Old High and the Middle High German linguistic areas. The language structures under consideration are used to indicate a person's social group membership, objects and phenomena of the same kind and order, create the effect of enhancing the quality of the described objects. Paired phraseological units can form somatisms to express both positive and negative spiritual and physical characteristics of a person. In addition, paired phraseological units help to present the spatio-temporal important location of the people of the Middle Ages, the most common human actions and processes occurring in the world around them.*

**Key Words:** *paired phraseological units, idioms, idiomatic complex sign, linguistic view of the world, Old High German period, Middle High German period.*

## References

1. Apresjan Ju.D. Leksicheskaia semantika [Lexical semantics]. Moscow: Nauka. 1974. 366 p.
2. Bykasoia L.V. O strukturno-semanticheskikh osobennostjakh binarnykh idiom (na materiale nemeckogo i anglijskogo jazykov) [On the structural and semantic features of binary idioms (based on German and English)] // Evropejskie jazyki: istoriografija, teorija, istorija. Mezhdvuzovskij sbornik nauchnykh rabot [European languages: historiography, theory, history. Interuniversity collection of scientific works]. Elec: Elec State University. 2005. pp. 74-86.
3. Vasina N.N. Problema stabil'nosti i variativnosti ustojchivykh sochetanij v jazyke sredneverhnenemeckogo perioda: Dis. ... kand. filol. nauk [The problem of stability and variability of stable combinations in the language of the Middle High German period: the Dissertation of the candidate of philological sciences]. Moscow: MGLU. 1999. 207 p.
4. Gurevich A.Ja. Problemy srednevekovoj narodnoj kul'tury [Problems of medieval folk culture]. Moscow: Iskusstvo. 1981. 350 p.
5. Dobovol'skij D.O. Osnovy strukturno-tipologicheskogo analiza frazeologii sovremennykh germanskikh jazykov (na materiale nemeckogo, anglijskogo i niderlandskogo jazykov): Avtoref. dis. ... dokt. filol. nauk [Fundamentals of structural and typological analysis of the phraseology of modern Germanic languages (on the basis of German, English and Dutch languages): the Abstract of the thesis of the Doctor of Philology]. Moscow: MGPIIY. 1990. 41 p.
6. Korablina L.P. Razvitie sredstv frazeologicheskoi nominacii v sovremennom nemeckom jazyke (XIX – XX vv.): Dis. ... kand. filol. nauk [Development of means of a phraseological nomination in modern German language (XIX - XX centuries): Dis. ... cand. filol. nauk.]. Moscow: MGPIIY. 1997. 207 p.
7. Kuskova N.S. Imennye slozhenija drevneverhnenemeckoj jepohi kak strukturnye edinicy i kak sredstva nominacii: Dis. ... dok. filol. nauk [Nominal formations of the Old High German era as structural units and as a means of nomination: the thesis of the Doctor of Philology]. Moscow: MGPIIJ. 1971. 410 p.
8. Pal'm L.I. Ustojchivye glagol'nye slovosochetaniia v nemeckom jazyke VIII – XIV vv.: Dis. ... kand. filol. Nauk [Stable verbal word-combinations in German language VIII - XIV centuries: the dissertation of a Cand. Phil. Sci.]. Moscow: MGLU. 1994. 188 p.
9. Rahmanova N.I. Ustojchivye slovesnye kompleksy v sredneverhnenemeckom jazyke: Dis. ... kand. filol. nauk [Stable verbal complexes in the Middle High German language: the dissertation of a Cand. Phil. Sci.]. Moscow: MGPIIJ. 1982. 167 p.
10. Rahmanova N.I. Frazeologija v kontekste srednevekovoj jetiki [Phraseology in the context of medieval ethics] // Realizacija mezhdisciplinarnoj paradigmy v razlichnykh tipah teksta / Sb. nauch.tr. [Implementation of an interdisciplinary paradigm in various types of text / Collection of scientific papers]. №465. Moscow: MGLU. 2002b. pp. 116-127.
11. Solodub Ju.P. Frazeologicheskaja obraznost' i sposoby ejo parametrizacii // Frazeografija v Mashinnom fonde russkogo jazyka [Phraseological imagery and ways of its parametrization // Phraseography in the Machine Fund of the Russian Language]. Moscow: Nauka. 1990. pp. 139-146.
12. Telija V.N. Russkaja frazeologija: semanticheskij, pragmaticheskij i kul'turologicheskij aspekty [Russian phraseology: semantic, pragmatic and culturological aspects]. Moscow: Shkola «Jazyki russkoj kul'tury». 1996. 286 p.
13. Toichkina L.Ja. Frazeologija jazyka literaturnykh pamjatnikov nemeckogo jazyka XVII veka: Dis. ... kand. filol. nauk [Dissertation: Phraseology of language of literary monuments of German language of XVII century: the dissertation of a Cand.Phil. Sci.]. Moscow: MGPIIJ. 1997. 204 p.
14. Cvetaeva E.N. Processy frazeologizacii v literaturnom jazyke rannenoverhnenemeckogo perioda: Dis. ... kand. filol. nauk [The processes of phraseologization in the literary language were early in the Upper German period. the dissertation of a Cand. Phil. Sci.]. Moscow: MGLU. 1995. 142 p.
15. Chernysheva I.I. Frazeologija sovremennogo nemeckogo jazyka [Phraseology of modern German]. Moscow: Vysshaja shkola. 1970. 200 p.
16. Fleischer W., Barz I. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen: Niemeyer, 1992. 382 S.
17. Lexer M. Mittelhochdeutsches Wörterbuch. Leipzig: Hirzel Verlag, 1956. 343 S.
18. Schützeichel R. Althochdeutsches Wörterbuch. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2006. 444 S.

**About the authors:**

**Vasily M. Glushak** – PhD, Professor of the German Language Department, MGIMO University (Moscow, Russia). Spheres of research and professional interest: cognitive linguistics, political linguistics, discourse analysis.

E-mail: glushakvm@mail.ru.

**Ekaterina V. Savankova** – PhD, Senior Lecturer of the German Language Department, MGIMO University (Moscow, Russia). Spheres of research and professional interest: history. E-mail: katerina3006@yandex.ru.

\* \* \*

---

# ИРОНИЯ И ЮМОР КАК ДИСКУРСИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПРАГМАТИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ДЕЛОВЫХ ПУБЛИКАЦИЙ СМИ)

Д.С. Храмченко

Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого,  
300026, г. Тула, пр. Ленина, 125

---

*Настоящая статья посвящена целенаправленному использованию иронии и юмора в традиционно несвойственном им функциональном пространстве современного английского делового дискурса масс-медиа. Функционально-лингвистический анализ обширного эмпирического материала позволяет понять, с какой целью авторы статей британских и американских периодических изданий используют комические элементы при описании реалий делового мира, и в чём заключается системная роль языковых средств создания юмористического эффекта в реализации функционально-прагматического потенциала газетно-журнального текста. В дискурсе СМИ целью высказывания, содержащего шутку, как правило, является не критика описываемого явления, но скрытый призыв к его осмыслению и совершенствованию. Ироничный медиатекст, напротив, носит ярко выраженный эмоциональный характер, имплицитно актуализируя неодобрение, критику, отрицательное отношение автора к объекту речи. Скрытая форма субъективно-оценочной модальности делает иронию действенным приёмом модификации прагматического пространства дискурса. Ирония и юмор как особые приёмы прагматического воздействия открывают перед публицистами, журналистами, аналитиками в сфере бизнеса и финансов широкие возможности по совершенствованию современного английского дискурса СМИ, основная коммуникативная цель которого заключается не только в информировании, но и в трансляции оценочных суждений, убеждении, критике. Комический эффект, возникающий как «побочный» при реализации основной функциональной нагрузки иронических/ юмористических элементов персуазивной риторики позволяет настроить читателей на контакт и в лёгкой ненавязчивой форме сообщить им ключевые идеи и установки.*

**Ключевые слова:** функциональная лингвистика, прагматика, риторика, дискурс масс-медиа, прагматическое воздействие, ирония, юмор.

**В** процессе обучения английскому языку делового общения и ESP педагоги регулярно сталкиваются с иррациональной, на первый взгляд, ситуацией, когда разбираемые публицистические тексты на достаточно серьёзные экономические или производственные темы вызывают у студентов и преподавателя улыбку. Появление юмора, иронии и даже сарказма в традиционно несвойственной им коммуникативно-функциональной среде свидетельствует о значительных трансформа-

ционных изменениях, происходящих в прагматическом пространстве современного английского дискурса масс-медиа [6; 7]. Возникает ряд закономерных вопросов: с какой целью авторы статей британских и американских периодических изданий используют комические элементы при описании реалий делового мира? В чём заключается системная роль языковых средств создания юмористического эффекта в реализации функционально-прагматического потенциала газетно-журнального текста? Ответы на

поставленные в данной статье вопросы должны способствовать совершенствованию тактико-стратегических моделей взаимодействия адресанта и адресатов, а также адекватной рецепции всей полноты спектра коммуникативных интенций продуцента рассматриваемого дискурсивного типа.

Эффективность юмора как риторического приёма можно объяснить характерными особенностями природы комического. М.Т. Рюмина выделяет три основополагающих мотива, которые прослеживаются в большинстве теорий смеха и имеют отношение к сущности комического: мотив противоречия (контраста, нелепости, безрассудства, бессмыслицы, перехода в противоположность и т.д.), часто сопутствующий ему мотив игры и мотив видимости (мнимости, лжи, обмана, иллюзии и т.д.). При этом именно мотив видимости занимает определяющее место в сущности комического [5, с. 74].

Юмор сочетает в себе насмешку и сочувствие, внешне смешную трактовку и внутреннюю причастность к тому, что представляется смешным. При этом целью высказывания, содержащего шутку, как правило, является не критика описываемого явления, но скрытый призыв к его осмыслению и совершенствованию.

Так, статья *The Economist* о стремлении социальных сетей составить конкуренцию привычным телеканалам получила название *"Game of Phones"* [8]. Содержащаяся в заголовке аллюзия на известный во всём мире сериал *"Game of Thrones"* призвана не только вызвать улыбку, но и дать понять читателю, насколько серьёзным и в переносном смысле кровопролитным может быть противостояние в современном медиабизнесе. Совмещение в одном контексте ключевого для статьи дискурсивного элемента *phones* (современные потребители видеоконтента предпочитают мобильные устройства морально устаревшему телевизору) и интертекстуальной отсылки к несвязанному с деловой тематикой явлению массовой культуры порождает комический эффект, который сопряжён с интенсификацией положительных для автора прагматических свойств – налаживанием психоэмоционального контакта с читателями, получающими дополнительный стимул к анализу и усвоению излагаемой в тексте информации.

Следует отметить, что юмористический заголовок, содержащий интертекстуальные элементы и обыгрывающий важные события в мире бизнеса и финансов, всё чаще используется в ка-

честве оператора прагматической модификации английского медиадискурса. Перечислим лишь некоторые названия статей *The Economist*: *"My Kingdom For A Bourse"* о рынке акций в Саудовской Аравии, *"All The Beer In China"* о продажах крафтового пива в Китае, *"Thaad's All, Folks"* о проблемах авиакомпаний в связи с разворачиваемой системой противоздушной обороны в Южной Корее (ТНААД расшифровывается как Terminal High Altitude Area Defense), *"Goldman Sags"* об имиджевых потерях одного из крупнейших инвестиционных банков Goldman Sachs, *"My Big Fat Greek Divorce"* в рубрике Leaving the Euro о попытках Греции выйти из зоны евро. Подобный юмор успешно воспринимается русскоязычными студентами, расширяет их кругозор и демонстрирует стилистические возможности современного публицистического текста в английских СМИ.

Функциональная нагрузка иронии несколько отличается. Ироничный медиатекст носит ярко выраженный эмоциональный характер, имплицитно актуализируя неодобрение, критику, отрицательное отношение автора к объекту речи. Скрытая форма субъективно-оценочной модальности делает иронию действенным приёмом модификации прагматического пространства дискурса [4; 10]. Юмор всегда вызывает смех, в отличие от иронии, для которой это условие вовсе не является обязательным, что делает ироничную манеру изложения сухой фактуальной информации в СМИ одновременно привлекательной и приемлемой с точки зрения соблюдения конвенциональных коммуникативных норм, особенно в случае крупных серьёзных изданий «качественной» прессы.

Например, статья *"Sweeter Than Honey"* об экономических отношениях Китая и Пакистана открывается следующим фрагментом:

*Never mind that the two countries' slogan factory has always been based in China, or that it started off with some truly clunky products. What matters is that Communist China and Pakistan have a joint venture churning out declarations of friendship that date back almost to the two states' respective founding, some seven decades ago. China and Pakistan have long hailed each other as "all-weather friends", or "iron brothers" as close as "lips and teeth". The mutual bond is, leaders from both countries affirm, "higher than the Himalayas, deeper than the deepest ocean, and sweeter than honey".*

*And then, from China, come the lover's gifts. Never has Pakistan been so wooed. The original promised*

*dowry, of \$46bn in Chinese grants and soft loans for infrastructure projects, has only grown, to \$62bn. This munificence is dubbed the China-Pakistan Economic Corridor (CPEC), launched amid fanfare in 2015, on a visit to Pakistan by President Xi Jinping [13].*

Автор целенаправленно совмещает не вполне сочетающиеся в функциональном плане дискурсивные элементы *slogan* и *factory*, а также *joint venture* и *churning out declarations of friendship*, подчёркивающие неискренность и чрезмерность дружелюбной риторики Китая в адрес соседнего государства. Разговорная лексема *clunky* призвана напомнить читателям статьи, что пока регулярно провозглашаемая близость двух стран не принесла ощутимой пользы населению. Иронический эффект усиливается градацией гиперболизированных выражений *all-weather friends, iron brothers, lips and teeth, higher than the Himalayas, deeper than the deepest ocean, and sweeter than honey*. Использование лексики семантического поля романтических отношений и брака (*lover's gifts, wooed, dowry*) формирует в сознании аудитории издания образ Китая, настойчиво склоняющего Пакистан к сотрудничеству в экономической сфере. Ирония помогает автору завуалировать негативную прагматику данного фрагмента, скрытую в глубинах внешне позитивной формальной структуры дискурса. Персуазивность последовательно выстраиваемой автором функциональной перспективы становится очевидной в завершении статьи:

*Pakistan's elites may be enthralled by the idea that Chinese investment might make their country stronger, but among the masses, the romance has not really taken hold. The film, at any rate, flopped [12].*

Несомненно, что понимание механизмов создания прагма-риторических эффектов (в том числе комических) может оказать серьёзную помощь представителям бизнеса, политики и других социально активных видов деятельности, которые часто оказываются в ситуациях, требующих не только узкопрофессиональной, но и коммуникативной компетентности. Поэтому интеграция (хотя бы некоторых) филологических и любых других гуманитарных знаний служит надёжным инструментом повышения профессиональной успешности человека [1].

Неуклонный рост популярности языковых средств создания комического эффекта среди журналистов и экономических обозревателей отчасти связан с влиянием постмодернизма на самые разнообразные сферы коммуникации и

такими эволюционными тенденциями английского дискурса, как демократизация общения, ориентация на менее формальное и регламентированное вербальное взаимодействие, наблюдаемое в разных жанрах и регистрах бизнес-коммуникации – от рекламы до официальных мероприятий [3; 11]. Кроме того, функционально-лингвистический анализ эмпирического материала свидетельствует о том, что ирония и юмор в английском дискурсе масс-медиа обладают колоссальным ресурсом прагматического воздействия на читателя. Продюценту достаточно подобрать правильную комбинацию языковых приёмов и выстроить их в оптимальной последовательности с учётом коммуникативно-стратегического замысла, чтобы реализовать функциональное значение иронии и юмора. Например, в статье «Startups: The Wild World of "Coin Offerings"» журнала *The Week* речь идёт о резком повышении спроса на криптовалюту среди представителей деловой элиты и известных персон:

*"You know a market frenzy has turned surreal when Paris Hilton joins in," said Jacky Wong in The Wall Street Journal. The hotel heiress recently followed billionaire Mark Cuban and boxer Floyd Mayweather in hyping a new finance fad called initial coin offerings (ICOs), which is a way to fund startups using the technology behind bitcoin [12].*

Используемые в отрывке дискурсивные элементы *frenzy, surreal, hyping* наряду с упоминанием известной своей легкомысленностью Пэрис Хилтон кооперативно формируют прагматику недоверия к новомодной валюте, для обозначения которой автор использует лексему *fad*, чтобы показать недолговечность и ненадёжность денежной единицы. Экспрессивность воздействующей риторики повышается благодаря аллитерации (*surreal, Hilton, Wall, Journal, hotel, recently, followed, billionaire, Floyd; followed, Floyd, finance, fad, offerings, fund*). Сочетание комического эффекта и комплекса дискредитирующих разноуровневых языковых средств манипулирует сознанием реципиентов, воспринимающих фактуальную информацию в необходимом автору ключе.

Ещё один пример юмористического описания текущей ситуации на рынке как способа навязывания читателям определённого мнения можно найти в заметке «Gone Fission», посвящённой непредсказуемой реакции биржевых игроков на вероятное обострение конфликта США и Северной Кореи:

*A rogue state has tested what may be a hydrogen bomb and has sent a missile over the territory of a neighbouring country. The American president has promised "fire and fury" if threats continue. The Security Council of the United Nations has been locked in debate. This sounds like the plot of a Hollywood thriller or a paperback potboiler in which the world is heading for conflagration.*

*But international investors are not thrilled, and seem barely disconcerted, by the crisis on the Korean peninsula. Gold has risen a bit, the yield on Treasury bonds has dropped and the MSCI World equity index has fallen since the start of August [9].*

Текст статьи начинается с намеренного нагнетания негативной прагматики приближающегося военного конфликта. Речесмысловые элементы *rogue state, hydrogen bomb, missile, fire and fury, threats* настраивают читателей на невесёлые размышления об опасности новой ядерной войны. Однако вводимые в дискурс словосочетания *Hollywood thriller* и *paperback potboiler* снижают градус внутреннего психологического напряжения реципиентов, вызывая в памяти образы из кинематографа и бульварной литературы (зачастую сомнительного качества), в которых подобные ситуации легли в основу большого количества произведений развлекательного характера. Дальнейший прагма-семантический сдвиг и переключение на описание привычных экономических реалий (*international investors, Gold has risen, Treasury bonds, MSCI World equity index*), в большей степени соответствующих журнальной рубрике «Finance and economics», порождает воздействующий комический эффект. Как отмечает профессор Е.В. Пономаренко, «психолингвистическим основанием иронии как риторической фигуры признаётся сочетание несочетаемого, или семантический сдвиг – переключение хода мысли с одного сценария на другой и их переплетение – по известным теориям семантических сценариев, фреймов и др.» [4, с. 172]. Основная идея анализируемого дискурсивного фрагмента не вербализуется, но благодаря персуазивной прагматике юмора воспринимается аудиторией журнала достаточно однозначно – несмотря на непростую геополитическую обстановку, международная экономическая система стабильна и функционирует в штатном режиме.

Результативность использования приёмов иронии и юмора в английском дискурсе масс-медиа зависит от целого ряда факторов, среди которых не только риторические навыки автора публицистического текста, но и состояние концептуальных систем читателей. Уровень владения вертикальным контекстом определяет способность «разглядеть» иронический подтекст или оценить всю прагма-семантическую составляющую высказывания, «маскируемую» юмористическим эффектом отдельных нетривиальных описаний реалий делового мира. Ирония и юмор – антропные явления, и смысловая интерпретация текста статьи не всегда и не во всём совпадает у разных потребителей медиаконтента: там, где один человек воспринимает генерируемый лингвистическими средствами комический эффект, другой может юмора не понять. Точно так же, если адресант намеренно манипулирует языковыми приёмами формирования второго прагма-смыслового плана текста, адресат может вполне адекватно уловить его намерение сыронизировать, но при этом объективно оценить дискурс как достаточно банальный, неироничный.

Таким образом, ирония и юмор как особые приёмы прагматического воздействия открывают перед публицистами, журналистами, аналитиками в сфере бизнеса и финансов широкие возможности по совершенствованию современного английского дискурса СМИ, основная коммуникативная цель которого заключается не только в информировании, но и в трансляции оценочных суждений, убеждении, критике. Комический эффект, возникающий как «побочный» при реализации основной функциональной нагрузки иронических/ юмористических элементов персуазивной риторики позволяет настроить читателей на контакт и в лёгкой ненавязчивой форме сообщить им ключевые идеи и установки. Разъяснение русскоязычным студентам специфики применения иронии и юмора в публицистических текстах и упрощённый функционально-лингвистический анализ наиболее ярких иллюстративных примеров, несомненно, поможет будущим специалистам выработать устойчивость к манипулятивному воздействию и умение анализировать языковой материал.

## Список литературы

1. Александрова О.В., Менджеричкая Е.О., Харьковская А.А. Филология как составляющая современного гуманитарного знания и компетентностный подход в образовательных программах по зарубежной филологии // Вестник Самарского государственного университета. История, педагогика, психология. 2008. № 5/2 (64). С. 273-280.
2. Ветринская В.В. Коммуникативные стратегии и тактики, используемые при собеседовании при приёме на работу // Вопросы прикладной лингвистики. – 2013. – № 10. – С. 27-34.
3. Леденева С.Н. Функционально-прагматические свойства языковых средств рекламного дискурса // Вестник Брянского государственного университета. – 2017. – № 1. – С. 306-312.
4. Пономаренко Е.В. Функциональные свойства иронии в английском деловом дискурсе // Вестник Самарского университета. История, педагогика, психология. 2016. № 2. С. 171-176.
5. Рюмина М.Т. Эстетика смеха: Смех как виртуальная реальность. М.: КомКнига, 2006. 320 с.
6. Храмченко Д.С. Ирония в английском деловом дискурсе: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. М., 2010. 25 с.
7. Храмченко Д.С. Ирония как средство активизации синергийных процессов прагма-семантической самоорганизации английского делового дискурса / Д.С. Храмченко // Вестник Самарского государственного университета. История, педагогика, психология. 2009. № 1 (67). С 175-180.
8. Game of Phones // The Economist. August 26th 2017. P. 52-53.
9. Gone Fission // The Economist. September 9th 2017. P. 60.
10. Ponomarenko E.V., Malyuga E.N. Ironic Rhetoric in Business English Courses from Functional Linguistics Perspective // ED-ULEARN15: 7th International Conference on Education and New Learning Technologies (Barcelona, Spain, 6-8 July, 2015). Conference Proceedings. IATED, 2015. P. 1392-1396.
11. Ponomarenko E.V., Parshutina G. Business Interaction and Communication Verbs: Functional Efficiency Revisited // Академическая наука – проблемы и достижения. Материалы IX международной научно-практической конференции. North Charleston, USA: CreateSpace, 2016. P. 125-131.
12. Startups: The Wild World of “Coin Offerings” // The Week. September 22 2017. p. 18.
13. Sweeter Than Honey // The Economist. September 9th , 2017. p. 24.

## Сведения об авторе:

Храмченко Дмитрий Сергеевич – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры переводоведения и межкультурной коммуникации ТГПУ им. Л.Н. Толстого (Тула, Россия). E-mail: d.s.khramchenko@icloud.com.

## IRONY AND HUMOUR AS DISCURSIVE MECHANISMS OF PRAGMATIC IMPACT (BASED ON BUSINESS ARTICLES IN MASS-MEDIA)

Dmitry S. Khramchenko

Lev Tolstoy Tula State Pedagogical University,  
125, Prospect Lenina, Tula, 300026, Russia

**The Abstract:** *This article is devoted to the use of irony and humour in the functional field of modern English business mass-media discourse which is a somewhat atypical environment for these stylistic means. Functional-linguistic analysis of vast empirical material gives an opportunity to understand why authors of articles in British and American periodicals use comical elements to describe phenomena of the world of business. It also helps to define the systemic role that linguistic means of creating humorous effect play in the realization of an article's functional-pragmatic potential. As a rule, in mass-media discourse the purpose of a jokey utterance is not to criticize but rather stimulate analysis and improvement. Ironic text mass media, on the other hand, is expressively emotional and implicitly actualizes disapproval, criticism and negative attitude of the author towards the object of speech. A hidden form of subjective evaluative modality makes irony an effective means of pragmatic modification. Irony and humour are special means of pragmatic impact that give journalists a chance to improve modern mass-media discourse aimed at both informing people and putting across opinions, values, criticism. Surplus comical effect, which is*

*achieved through the realization of the functional loading of the ironic/ humorous elements of persuasive rhetoric, gives an easy way to impose key ideas on the audience.*

**Key Words:** *functional linguistics, pragmatics, rhetoric, mass-media discourse, pragmatic impact, irony, humour.*

### References

1. Aleksandrova, O.V., Mendzheritskaya, E.O., Kharkovskaya, A.A. Filologiya kak sostavl'ajushchaja sovremennogo gumanitarnogo znaniya i kompetentnostnij podhod v obrazovatel'nikh programmah po zarubezhnoj filologii [Philology as a component of modern humanitarian knowledge and competency-based approach in foreign philology curricula] // Vestnik Samarskogo universiteta. Istorija, pedagogika, psihologija. 2008. № 5-2 (64), P. 273-280.
2. Vetrinskaya, V.V. Kommunikativnye strategii i taktiki, ispol'zuemye pri sobesedovanii pri prieme na rabotu [Communicative strategies and tactics used at job interviews] // Voprosy prikladnoj lingvistiki, 2013. № 10. P. 27-34.
3. Ledeneva, S.N. Funkcional'no-pragmaticheskie svojstva jazykovyh sredstv reklamnogo diskursa [Functional and pragmatic properties of advertising discourse verbal means] // Vestnik Brjanskogo gosudarstvennogo universiteta [The Bryansk State University Herald]. 2017. № 1. P. 306-312.
4. Ponomarenko, E.V. Funktsional'nije svojstva ironii v anglijskom delovom diskurse [Functional properties of irony in business English discourse]. Vestnik Samarskogo universiteta. Istorija, pedagogika, psihologija. 2016. № 2. P. 171-176.
5. Ryumina, M.T. Estetika smekha: Smekh kak virtualnaja realnost' [Esthetics of laughter: Laughter as a virtual reality]. Moskva: Komkniga, 2006.
6. Khranchenko D.S. Ironia v anglijskom delovom diskurse: Avtoref. ... kand. filol. n. [Irony in English Business Discourse: Author's Abstract of Cand. Sc. Thesis]. Moskva, 2010.
7. Khranchenko, D.S. Ironija kak sredstvo aktivizacii sinergijnyh processov pragma-semanticheskoi samoorganizacii anglijskogo delovogo diskursa [Irony as an activator of synergistic processes of pragma-semantic self-organisation in English business discourse] // Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta. Istorija, pedagogika, psihologija. 2009. № 1 (67). P. 175-180.
8. Game of Phones. The Economist. August 26th 2017. P. 52-53.
9. Gone Fission. The Economist. September 9th 2017. P. 60.
10. Ponomarenko, E.V., Malyuga, E.N. Ironic Rhetoric in Business English Courses from Functional Linguistics Perspective. ED-ULEARN15: 7th International Conference on Education and New Learning Technologies (Barcelona, Spain, 6-8 July, 2015.) Conference Proceedings. IATED, 2015. P. 1392-1396.
11. Ponomarenko E.V., Parshutina G. Business Interaction and Communication Verbs: Functional Efficiency Revisited // Academic science – problems and achievements IX: Proceedings of the Conference. North Charleston, 20-21.06.2016 (Russian Edition). North Charleston, SC, USA: CreateSpace - spc Academic, 2016. P. 125-131.
12. Startups: The Wild World of “Coin Offerings”. The Week. September 22 2017. P. 18.
13. Sweeter Than Honey. The Economist. September 9th 2017. P. 24.

### About the author:

**Dmitry S. Khranchenko** – Dr. Sci. (Philology), Associate Professor, professor of the Department of translation and cross-cultural communication, Lev Tolstoy Tula State Pedagogical University (Tula, Russia).  
E-mail: d.s.khranchenko@icloud.com.

\* \* \*

# ПОЛКОВНИК УИЛЬЯМ КЛАРК ФОЛКНЕР: НА ПУТИ К КОНСОЛИДАЦИИ СЕВЕРА И ЮГА

А.В. Володина

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,  
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

*В статье изучается жизнь и творчество Уильяма Кларка Фолкнера (1825-1889) – прадеда знаменитого писателя. Рассматривается, насколько соотносится легенда о южном полковнике-кавалере с реальной биографией, в какой степени мифологизирована его фигура. Проводится сопоставление реального Полковника Фолкнера с персонажами его произведений. Исследуется главное произведение Полковника Фолкнера как писателя – роман «Белая роза Мемфиса». Рассматривается жанровое своеобразие этого романа как образца южной прозы, анализируются аллюзии на произведения Вальтера Скотта, У. Шекспира и У.Г. Симмса, главного романиста Юга США XIX в. Изучается идейное содержание романа, трансформация канона образа южного кавалера. Формально оставаясь верным традиции, Фолкнер идёт на разрыв с ней в идеологическом плане, представляя новый тип героя, который отказывается от устаревшего кодекса чести южного кавалера в условиях новой – единой – Америки. Объединяя в себе добродетели, традиционно приписываемые Северу (практичность, деловая хватка, расчетливость) и Югу (отвага, великодушие, щедрость), герой нового времени оказывается способен примирить враждующие идеологии.*

**Ключевые слова:** полковник Фолкнер, литература Юга Америки, южная мифологема, «Старый добрый Юг», южный кавалер, южный кодекс чести, проигранное дело, Сарторис, Непобеждённые.

Уильям Кларк Фолкнер (1825 – 1889) известен прежде всего как легендарный Полковник, послуживший прототипом персонажей романов своего великого правнука Уильяма Катберта Фолкнера («Сарторис»/«Флаги в пыли», «Непобеждённые»). Образ Джона Сарториса, лишённого полковничьего чина, промышляющего обманом янки, застреленного на площади бывшим компаньоном, во многом списан с Уильяма Фолкнера-старшего. Фигура Фолкнера-старшего уже при жизни была овеяна легендами, чаще всего созданными им самим же; эта страсть к преувеличениям, к окружению себя романтическим ореолом характерна для южан. С другой стороны, Фолкнера отличали расчётливость, деловая хватка – черты, столь несвойственные южанам. Во многом Фолкнера-

старшего можно рассматривать как человека, в котором Юг и Север могли бы примириться, а его самый амбициозный проект – железную дорогу, которая должна была соединить два прежде враждующих края, – как символический акт единения, необходимый для построения новой Америки.

Уильям Кларк Фолкнер родился около 1825 года<sup>1</sup>, в Кноксвилле, Теннесси. После смерти отца в 1837 году семья переехала в Миссури, а в 1842 году он отправился в Миссисипи к дяде по материнской линии Джону Уэсли Томпсону. В это же время Томпсон сидел в тюрьме Рипли за убийство в драке, потому не смог помочь юноше. Здесь же рождается первая легенда, рассказанная о себе Фолкнером-старшим много позже: не отыскав дядю, он сел на пороге местной гости-

<sup>1</sup> Биографические сведения о У.Фолкнере приводятся на основе следующих работ: Blotner J.L. Faulkner: A Biography; Williamson J. William Faulkner and Southern History. – N.Y.: Oxford UP, 1993; Parini J. One Matchless Time. – N.Y.: Harper Collins, 2009; Wildmon A. Colonel William C. Falkner: Death on the Courthouse Square. – Denver (CO): Outskirts Press, Inc., 2011; Анастасьев Н.А. Владелец Йокнапатофы (Уильям Фолкнер) / Предисл. Н.Полка. – М.: Книга, 1991.

ницы и заплакал, но маленькая девочка Лиззи Вэнс пожалела его и попросила свою мать ему помочь; в итоге удалось отыскать супругу Томпсона, которая и взяла Фолкнера на своё попечение. Томпсон, который, опять же по семейной легенде, за время пребывания в тюрьме выучился юриспруденции, сумел оправдать себя перед судом, впоследствии стал преуспевающим юристом, а позже судьёй округа.

Под покровительством дяди Фолкнер продолжил изучение юриспруденции, одновременно подрабатывая в окружной тюрьме. В 1845 году произошло событие, которое позволило блеснуть ему и отвагой, и деловой хваткой, и литературными талантами. Фолкнер принял участие в поимке Маккэннона, убийцы и грабителя. В Рипли, когда толпа собралась линчевать преступника, Маккэннон вымолил у своих конвоиров право на законное правосудие в обмен на рассказ о своей жизни. Именно Фолкнер записал «Жизнь и признания А.Дж. Маккэннона, убийцы семьи Эдкок», а позже, в день казни, продавал брошюру зевакам по доллару за штуку. После этого он сумел распродать ещё несколько тиражей, потому ещё долгое время не знал нужды. «Не всем понравилось, что Фолкнер использовал казнь Маккэннона для наживы, однако это событие выявило черту характера Уильяма, определившую ход его жизни: стоило ему увидеть возможность продвижения, он действовал быстро и дерзко, чтобы получить наибольшую выгоду, и при этом его редко останавливало потенциальное осуждение общества, в котором он жил» [15, с. 17].

В начале 1847 года Фолкнер в качестве добровольца присоединяется к Мексиканской кампании. Однако в апреле того же года он, находясь вдали от лагеря, по его словам, подвергся нападению бандитов и, получив ранение, был признан негодным для дальнейшей службы. Вернувшись, он женился и вскоре стал отцом. Его супруга, Холланд Пирс, была богатой наследницей, потому они смогли приобрести землю и несколько рабов. Но в 1849 году удача отвернулась от Фолкнера: жена умерла, оставив его одного с маленьким сыном Джоном. Решив, что сыну необходима полноценная семья, Фолкнер отдаёт его на воспитание бездетной паре Томпсонов. В том же году началась длительная вражда с Хиндменами, самым влиятельным и богатым родом округа.

Поводом послужило то, что в случайной схватке Фолкнер убил ножом Роберта, старшего сына плантатора Томаса Хиндмена. Хотя это убийство было признано самообороной, Хиндмены надолго затаили вражду. Спустя два года, когда Фолкнер убил уже друга семьи Хиндменов и вновь оказался оправдан (стоит отметить, что в качестве прокурора выступал Дж. У. Томпсон), едва не состоялась дуэль с Томасом Хиндменом, а позже и с его вторым сыном, однако кровопролитие удавалось предотвратить. Противостояние проявлялось не только в постоянных схватках, но и на других уровнях: так, в 1849 году Хиндмен-старший препятствовал получению Фолкнером пенсии, положенной ему как ветерану Мексиканской войны. Опираясь на слова покойного к тому моменту Роберта Хиндмена, служившего с Фолкнером в одном полку, Хиндмен-старший утверждал, что Фолкнер был ранен не в бою, а в драке с мексиканцами из-за женщины, и к тому же сильно преувеличил полученные травмы. На какое-то время выплата содержания была заморожена, но после личного визита Фолкнера в Вашингтон выплаты возобновились, а репутация Хиндмена, который, как оказалось, сам подделал некоторые документы для увеличения содержания сына, была подпорчена.

В 1851 году Фолкнер вступает в брак с Элизабет Х. Вэнс – той самой «малышкой Лиззи», некогда счастливо поучаствовавшей в его судьбе. История их брака окружена романтическими легендами: знакомство в детстве, сопротивление родителей Элизабет помолвке, тайный брак. Однако, по утверждению Дж. Уильямсона, в действительности это не более чем легенды: в год прибытия юного Фолкнера в Рипли Элизабет там не было, а к моменту их бракосочетания её родителей уже не было в живых, потому недовольство браком могла высказывать лишь старшая сестра Мэри Джейн. У пары было восемь детей. Известно, однако, ещё об одном ребёнке Фолкнера – цветной дочери Фанни, рождённой около 1866 года от бывшей рабыни [15, с. 64-70].

В 1850-х гг. Фолкнер ведёт активную деятельность: в качестве адвоката берётся за все дела (карточные долги, хулиганство, драки, публичная ругань, публичное пьянство, незаконная продажа алкоголя), занимается перепродажей земли и рабов, политикой (член партии «Ничего-не-знаю»<sup>2</sup>), периодически выступает редактором

<sup>2</sup> Партия «Ничего-не-знаю» («Американская партия», конец 1840-х – начало 1850-х гг.) – националистическая партия, основная деятельность которой на Севере была направлена против ирландцев-католиков. На Юге вопрос иммиграции стоял менее остро, потому партия занималась внутренними делами региона.

партийной газеты «Дядя Сэм». К 1860-м гг. Фолкнер стал преуспевающим дельцом и юристом, однако этим его амбиции не ограничивались: он мечтал прорваться в высший класс, хотя не являлся ни первопоселенцем Рипли, ни членом рабовладельческой аристократии.

Возможность для продвижения Фолкнеру дала война. Сразу после её начала в 1861 году он первым собрал и возглавил в округе Типпа батальон, который вошёл в полк добровольцев Миссиссипи. Так Фолкнер получил чин полковника. Однако в следующем году во время перевыборов ему пришлось уступить звание Дж. М. Стоуну, победившему с перевесом в десять голосов. Фолкнер потребовал повторного голосования, однако вновь проиграл. Хотя и считалось, что победу Стоуну принесла популярность среди солдат, а не профессионализм, в действительности он не уступал Фолкнеру в военном деле, если не превосходил его [15, с. 43].

Лишённый звания, Фолкнер вернулся в Рипли, однако уже в июле 1862 года он набирает отряд добровольцев, совершавший набеги на янки и захватывающий их запасы. Набеги эти были большей частью безуспешны, и осенью 1862 года, когда Рипли был сдан Федерации, Фолкнер со своей командой бежал.

После двухлетних безуспешных попыток получить звание бригадира Фолкнер подал в отставку. На два года он исчезает из поля зрения; предположительно, в это время он вместе со своим будущим партнёром по бизнесу Ричардом Термондом занимался добычей и перепродажей лекарств, соли, одежды – того, что было на Юге в дефиците. Подобная контрабанда была незаконной и опасной, зато крайне прибыльной.

После войны Фолкнер, в отличие от многих, избежал разорения. В разрушенном Рипли он довольно быстро сумел приобрести землю под офис и дом, не забывая о жертвованиях на восстановление города и, в итоге, стал одним из богатейших и значительнейших людей города, впрочем, уступая в богатстве своему партнёру Термонду. Вместе с ним Фолкнер и задумал свой амбициозный проект железной дороги, соединившей Рипли с Миддлтоном. Ради осуществления этого проекта оба заложили фактически всё, что у них было, взяли кредиты у северян и в 1871 году основали железнодорожную компанию. Однако спустя 15 лет пути Фолкнера и Термонда разошлись: Фолкнер настаивал на продлении дороги вплоть до Чикаго, Термонд считал разумным остановиться на достигнутом. В итоге

Фолкнер выкупил долю Термонда на крайне невыгодных условиях, после чего напарники стали врагами.

Не лучшим образом к этому времени складывалась и семейная жизнь Фолкнера: старший сын Полковника Уильям Генри вёл беспутную жизнь в азартных играх и дуэлях и в итоге погиб в 1878 году. Главной версией-легендой гибели Генри остаётся изложение самого Фолкнера: после смерти сына к нему, якобы, пришёл местный ювелир и сказал, что он был вынужден убить Генри, чтобы защитить свою честь (Генри был любовником его жены). На это Полковник ответил: «Всё в порядке. Я полагаю, мне бы самому пришлось его когда-нибудь пристрелить» [15, с. 54]. Ухудшались и отношения с женой, в результате Элизабет с дочерьми переехала в Мемфис. В итоге, отстроив большой прекрасный дом с колоннами, Фолкнер остался в нём совершенно один.

Пятого ноября 1889 года Полковник был застрелен Ричардом Термондом на городской площади. Существует две версии случившегося: согласно версии сторонников Фолкнера, Термонд вышел из своей конторы, мимо которой проходил Фолкнер с друзьями, и без повода выстрелил в упор. По версии защитников Термонда, Фолкнер, будучи нетрезвым (отпраздновав своё избрание в законодательное собрание), подошёл к окну офиса Термонда и начал оскорблять бывшего партнёра, размахивая пистолетом, так что со стороны Термонда имела место лишь защита чести. Более вероятной кажется вторая версия: Фолкнер часто провоцировал Термонда, публично оскорбляя его, обвиняя в обкрадывании вдов и детей; случались и схватки, и судебные разбирательства. Позже один из внуков Фолкнера скажет, что Полковник вынуждал Термонда с ним покончить [15, с. 56]. Термонд был оправдан не только благодаря лучшим юристам, но и оттого, что неумный нрав Фолкнера был всем хорошо известен: «Немногие в Типпа готовы были убить Фолкнера, как это сделал Термонд, но раз уж это случилось, многие готовы были оправдать его поступок». [15, с. 60].

Седьмого ноября 1889 года Уильям Фолкнер был похоронен на городском кладбище. На похороны пришло множество людей со всего округа. Примечательно, что Фолкнер, предчувствуя развязку конфликта, написал своё первое и единственное завещание за две недели до смерти. Детям он оставил имущество в полмиллиона долларов. На его могиле был установлен мраморный памятник.

Поскольку фигура Полковника рассматривается чаще всего через призму творчества и воспоминаний Фолкнера, стоит подробнее остановиться на вопросе, насколько позволительно ставить знак равенства между реальным Полковником Фолкнером и вымышленными персонажами – Сарторисом или Сатпенем?

В судьбе Фолкнера-старшего, безусловно, прослеживается архетипическая для Юга двойственность. С одной стороны, типичные южные черты характера и биографии: юриспруденция как достойное джентльмена занятие, добровольное участие в войнах, благотворительность как проявление щедрости и благородства, южная пылкость, следствием которой стало соперничество и кровная вражда, азартные игры и дуэли; типично и наличие второй, негритянской, семьи. Однако многое не вписывается в образ исконного южанина. Весьма точна характеристика Фолкнера, которую даёт Дж. Уильямсон: «Он не был по характеру деятельности ни Сарторисом, ни Сатпенем – просто городской житель, бизнесмен, юрист, извлекавший из всего выгоду и при этом не имевший ни плантации, ни рабов – этим и отличаясь от других» [15, с. 36]. И действительно, вопреки распространённому мнению, Фолкнер-старший никогда не стремился стать крупным плантатором, как полковник он тоже особых высот не достиг: единственным его успехом считалась битва под Манассом; своей военной славой он обязан скорее историям сына, сам же при жизни предпочитал вспоминать о Мексиканской войне. Фолкнер был прежде всего преуспевающим дельцом, а это требовало от него расчётливости, гибкости в отношении с Севером и игнорирования многих условностей, принятых в южном сообществе.

Однако образ Сарториса ближе к Фолкнеру-старшему, чем образ Сатпена: безусловно, история противостояния Сарториса и Редмонда в «Непобеждённых» [5, с. 149-150] списана с вражды Фолкнера и Термонда. Стоит принять во внимание и существенное отличие Сатпена и Сарториса:

– Вот уж у кого (Сатпена – А.В.) действительно своя грёза.

– Да, но он занят только собой. А у Джона (Сарториса – А.В.) не то. Он хочет весь край вытащить за волосы, чтобы не только родня или однополчане, а все – белые и чёрные, босые женщины и дети в горных лачугах – понимаешь? [5, с. 148]

Деятельность Полковника действительно была направлена на извлечение выгоды не толь-

ко для себя, но и для всего родного края. Неуёмный темперамент и амбициозность вынуждали его быть первым во всех начинаниях, будь то поимка убийцы, военная кампания, строительство железной дороги или благотворительность. Увы, стремление к первенству постоянно подталкивало Фолкнера вступать в соперничество с теми, кто в чём-либо его превосходил, что и привело его в итоге к гибели: южная пылкость всё же обладала над северным благоразумием.

Для творчества своего правнука Фолкнер-старший имеет значение не только как прототип персонажей романов, но и как литератор. Уильям Катберт Фолкнер признавал, что читал произведения прадеда, хоть и относился к ним с большим скепсисом: «Он (Полковник – А.В.) занимался понемногу всем на свете, вот ему и надо было ещё попробовать написать книгу» [11, с. 233].

Фолкнер-старший пробовал себя в разных жанрах: автобиографическая поэма («Осада Монтеррея», 1851), приключенческий роман («Испанская героиня», 1851), военная драма («Потерянный бриллиант», 1867), романы («Белая роза Мемфиса», 1881; «Маленькая кирпичная церковь», 1882), путевые заметки («Беглые прогулки по Европе», 1884). Снискавшим самый большой успех оказалось романтическое произведение «Белая роза Мемфиса»: книга была переиздана 35 раз и продана тиражом в 160 тыс. экземпляров. Уильям Катберт Фолкнер невысоко оценивал главное произведение прадеда: признавал его плохой книгой [11, с. 233], в которой «все мужчины храбры, а женщины чисты» [9, с. 34], называл его формой чистого эскапизма, творением человека, лишённого чувства юмора и чуткости; претило ему и явно проявившееся в романе влияние Вальтера Скотта.

Однако это произведение не настолько однозначно: форма и содержание в нём не дополняют, а противоречат друг другу. Полковнику Фолкнеру удалось отразить амбивалентность, шаткость послевоенной действительности, в которой прежние южные ценности сталкиваются с новым порядком – тема, которая и через пятьдесят лет не утратит своей актуальности, найдя воплощение в романах Уильяма Катберта Фолкнера.

По форме роман «Белая роза Мемфиса» является собой характерное для южной традиции сплетение устного и письменного жанров. Завязкой романа служит спуск на воду корабля «Белая роза Мемфиса». На маскараде собира-

ются путешественники, которые в продолжение бала решают остаться инкогнито до конца поездки; на корабле при этом скрывается беглый преступник, разыскиваемый полицией. Чтобы скоротать время, путники решают рассказывать разные истории. Здесь несомненно влияние романа известного литератора Юга У.Г. Симмса – «Вперед, на Юг!» (1854), обладающего, казалось бы, той же чосеровской композицией: у Симмса также на корабле собираются путники и решают скоротать время занимательными рассказами, в каждом из которых в той или иной степени осуждается северный образ жизни и прославляется южный [2]. Однако в романе Фолкнера-старшего попытки сравнения Юга и Севера путниками пресекаются сразу же: «Да похороним прошлое и восславим дружбу Юга и Севера. Обе стороны совершили ошибки – так пусть же обе стороны возвратятся на верный путь. Извлечём же урок из нашего печального опыта – научимся прощению и патриотизму и будем ждать времени, когда жестокая война позабудется. (...) Это была семейная ссора, и семья её разрешила (...)! Да воцарится мир и добрая воля, братская любовь и честность между Севером и Югом, а тех, кто размахивает залитой кровью рубашкой, пусть заберёт Сатана!» [10].

В начале романа Фолкнера-старшего читателя поджидает первая ловушка: вместо череды не связанных между собой рассказов повествуется лишь одна история. Эта история прерывается незначительными отступлениями: побочной линией путников, диалогами слушателей, которые строят предположения, кто скрывается под масками и кто же является истинным преступником. Форма усложняется тем, что вымышленная развлекательная история воспринимается как замаскированное признание (именно в рассказчике «Ингомаре» слушатели поначалу угадывают сбежавшего преступника), а впоследствии оказывается лже-признанием (поскольку преступник – заклятый враг «Ингомара»). Затруднительно однозначно определить жанр этой истории: в нём есть черты сентиментального романа с обилием писем (будто бы цитируемых рассказчиком наизусть), и детективного, и приключенческого романа.

Отчётливо прослеживаются типичные для Юга литературные влияния, отражаются литературные вкусы и интересы южан. Дж. Блот-

нер указывает, что «количество цитат, аллюзий и отсылок удивительно для человека, который был по сути самоучкой. Опираясь где-то на три дюжины писателей<sup>3</sup>, большей частью он цитирует Шекспира, Библию и сэра Вальтера Скотта – именно в таком порядке» [8, с. 23]. Действительно, романы Вальтера Скотта постоянно упоминаются, более того, персонажи одеты в исторические костюмы, чаще всего это костюмы героев романов Вальтера Скотта, что требует поведения сообразно соответствующему кодексу правил (речевой этикет, манеры и т.д.). Благодаря этому история получает дополнительное – рыцарски-кавалерское – оформление, отчасти обуславливающее высокопарность и старомодность повествования.

В описании детства героев прочитывается влияние Диккенса (в частности, упоминается «Крошка Доррит»): дети-сироты показаны ангелами, чистота которых в итоге непременно вознаграждается, несмотря на многие беды. Актуализируется и шекспировский текст (на Юге были популярны упрощённые переделки шекспировских драм [3, с. 19]). Упоминается «Макбет» (пара совершает злодеяние ради собственного продвижения), «Много шума из ничего» (для тайных встреч с любовником миссис Рэглэнд надевает платье Виолы, в итоге в неверности обвиняют Виолу). Но больше всего отсылок к «Ромео и Джульетте» как на уровне прямых цитат, так и аллюзий. Например, Лотти признаётся в любви при помощи шекспировской цитаты и добавляет: «Моя любовь к тебе подобна той, что испытывала Джульетта к Ромео», на что следует благоразумный ответ Эдварда: «Чувство очень сладкое, и язык подходящий и выразительный, но я верю, что наша любовь не закончится так же печально, как у Ромео и Джульетты» [10]. Эта тема продолжается и в родительском сопротивлении браку влюблённых, и в едва не состоявшейся дуэли Эдварда с братом Лотти. Тема несчастной любви развивается и в побочной линии южанина Ролли Берка и северянки Кейт Дарлингтон: «Разве Джульетта не полюбила сына злейшего врага своего отца? Да, но, увы! К какому трагическому финалу привела эта любовь! Что-то подсказывает мне, что и эта любовь окончится несчастьем. Но погодите-ка: почему бы отцу быть врагом Ролли? Почему бы мне не любить капитана Берка?.. Отец полюбит его, ког-

<sup>3</sup> Потому кажется несправедливым мнение Уильяма Катберта Фолкнера, что сэр Вальтер Скотт был единственным писателем, которого читал прадед [9, с. 34].

да узнает его лучше» [10]. Увлечённость аффектами уравнивается постоянными призывами к благоразумному разрешению конфликтов: трагическая развязка вовсе не обязательна, если подходить ко всему рассудительно.

Если в целом роман скорее подражает популярным образцам, то устные элементы оказываются более живыми и самобытными. Особый интерес представляет кульминационная сцена судебного разбирательства, в которой юрист Фолкнер, неоднократно бывавший в суде и как обвиняемый, и как адвокат, смог отказаться от подражания, обратившись к личному опыту. Он резко меняет регистр повествования: на смену высокому стилю кавалерского романа приходит сниженная лексика и сатирические элементы. Так, например, откровенно высмеивается суд присяжных, состоящий из «белой голи» и негров: «...если кто-нибудь был бы связан контрактом по снабжению первоклассной психиатрической лечебницы дюжиной подходящих субъектов, он вполне законно мог использовать этих присяжных в счёт своего долга» [10]. В этой сцене можно увидеть элементы ещё одного жанра – минстрел-шоу: один из присяжных не знает, как его зовут, другой, сколько ему лет, третий рассказывает, как поменялся с соседом женой, и в итоге от него сбежали обе супруги.

Однако наличие некоторых самобытных элементов едва ли позволяет называть «Белую розу Мемфиса» произведением, обладающим художественной ценностью. По форме роман остаётся типично, даже утрированно «южным» произведением, в котором традиция довлеет над любыми проявлениями индивидуальности. Композиционно роман представляет собой скорее совокупность общих мест, не всегда умело собранных воедино. Наибольший интерес вызывает контраст формы и содержания, поскольку Фолкнер обнаруживает идеи, если не совсем оригинальные, то для Юга эпохи Реконструкции в целом нетипичные.

В это время на Юге популярностью пользовались произведения, поддерживающие мифологему так называемого «проигранного дела» – представления, что несмотря на поражение, южане не обязаны смиряться перед Севером и принимать чуждый уклад, а должны сохранить свою инаковость, самоощущение «страны в стране», поскольку южная цивилизация изначально расценивалась как более благородная (Д.В. Кейбл, Т.Н. Пейдж). Это представление является закономерным продолжением довоенного «кавалер-

ского мифа», отражённого в романах Дж. Такера, У. А. Карузерса, У. Г. Симмса, Д.П. Кеннеди.

Южный джентльмен прошёл путь от доблестного «вирджинского кавалера» [12] – потомка английской знати до патриарха плантации, а с приходом Гражданской войны он вновь стал кавалером – теперь уже Конфедерации. Однако если герой не гибнет на войне, то в новых условиях джентльмену придётся или потерять всё во время Реконструкции, или же начать сотрудничать с новым режимом, предавая свой кодекс чести. Именно южный кодекс чести, предполагавший великодушие и щедрость по отношению к слабым, гостеприимность, уважительность, сохранение достоинства при общении с равными и высшими, подобострастие перед общественным мнением [4, с. 181], преклонение перед пьедесталом Дамы, защиту чести на дуэли, являлся основным регулятором поведения джентльмена [16].

Интересно проследить, как достигший наибольших высот именно в послевоенной единой Америке Фолкнер показывает возможные пути джентльмена в новом мире. В центре романа Фолкнера противопоставление Эдварда Дэмера и Гарри Уоллингфорда, наделённых разными представлениями о назначении джентльмена в послевоенной Америке. Само словосочетание «идеальный джентльмен» неоднократно появляется на страницах романа, однако оно уже не имеет той однозначно положительной коннотации, становится поверхностной характеристикой, утрачивает связь с изначально вложенным в него значением «кавалера». Так, упоминается, что отец Эдварда был настоящим джентльменом, что, впрочем, не помешало ему спиться и спустить как своё состояние, так и приданое жены. «Идеальным джентльменом и человеком чести» на основании одной лишь показной изысканности манер признаётся как главный злодей романа Боулз, так и коварный соперник Эдварда Хартсэлл.

Неоднократно подчёркивается, что Гарри – истинный джентльмен, однако его «джентльменство» не является поверхностным, оно связано с кавалерским кодексом чести настолько, что зачастую вызывает недоумение и даже раздражение у современников своей чрезмерностью. Стремление соответствовать образу идеального джентльмена требует от Гарри постоянных жертв. Так, в высшей степени щепетильно отношение Гарри Уоллингфорда к деньгам, ведь показаться несостоятельным приравнялось к позору, которого стремились избежать всевоз-

можными ухищрениями. Гарри воспринимает любую бескорыстную помощь как подачку, что изначально кажется окружающим ребячеством. Он категорически не принимает бесплатного лечения сестры или в безвыходной ситуации он соглашается стать воспитанником юриста Роклэнда лишь при условии, что позже полностью с ним расплатится. Вместо восхищения подобная щепетильность вызывает раздражение Эдварда и доктора, справедливо полагающих излишними церемонии, когда речь идёт о здоровье Лотти, и обиду Роклэнда, также искренне желавшему принять участие в судьбе сироты.

В связи с подобным отношением к деньгам, естественно, что неравный брак представляется Гарри унижением. Несмотря на то, что богатый отец его возлюбленной с радостью готов отдать дочь за Гарри, тот отказывается от неравного брака, боясь осуждения общества. Наоборот, Эдвард в аналогичной ситуации даже и не задумывается о неравенстве, не боясь предрассудков и доверяя лишь своим чувствам, и этим он вызывает уважение опекуна возлюбленной, соглашающегося на помолвку молодых людей.

Абсурдность зависимости Гарри от общественного мнения проявляется в том, что оно лишено приписываемой ему высшей ценности. То самое общественное мнение, которым так дорожат на Юге, у Фолкнера утрачивает значение уже в силу отсутствия значимости его носителей – подчёркивается, что их суждения произвольны, вызваны завистью или скукой. Это или городские сплетницы, старые девы, или же неудачливые поклонники, обладающие говорящими фамилиями – «Болтливый рот» (Clattermouth), «Продажное сердце» (Heartsell). По утверждению Лотти, эти люди достойны скорее жалости, чем осуждения, ведь они не познали истинной любви.

Для джентльмена общественное мнение играет роль и в выборе профессии. Единственной фигурой, сопоставимой по значимости с плантатором в южном сообществе, оставался юрист – в разорившихся семьях юридическая карьера считалась чуть ли не единственным возможным способом решения финансовых проблем [13, с. 418-420]. Гарри также выбирает юриспруденцию, хотя занимается этим по традиции, вынужденно, талантами при этом не блещет. Эдвард тоже учится той же профессии, что и его опекун – доктор Додсон, однако профессия врача здесь представлена более достойной в силу своей безоговорочной общественной пользы, с одной стороны,

и отсутствия у неё ореола обязательной составляющей образа джентльмена, с другой.

Показательно отношение главных героев и к дуэли – одному из важнейших элементов кодекса южной чести. Фолкнер показывает намеренно запутанную ситуацию, в которой Гарри ошибочно обвиняет своего лучшего друга в обмане сестры. Вызов на дуэль оказывается излишне поспешной и необдуманной реакцией Гарри, а поведение Эдварда, всячески уклоняющегося от схватки, предстаёт как единственно правильное, как выбор человека благородного и благоумного одновременно. Несмотря на провокации секунданта Хартсэлла, апеллирующего к чести (но при этом желающего чужими руками избавиться от соперника), Эдвард отказывается принять вызов Гарри, говоря, что, во-первых, он против этого «варварского обычая, запрещённого законами и порицаемого обществом» [10], и, во-вторых, он не желает драться со своим другом. Именно такая позиция видится единственно разумной и позволяющей избежать Эдварду участи Ромео, а Гарри – Тибальта.

Кодекс чести, определявший поведение на предвоенном Юге, в новых условиях оказывается неуместным. Канон в качестве законсервированного кодекса, который бездумно переносят из «старого доброго Юга» в иное послевоенное время оказывается губительным в новой Америке. Потому возникает необходимость в появлении нового героя, свободного от предрассудков, открытого для изменений. Именно таким выступает Эдвард Дэмэр, вобравший в себя достоинства как южной, так и северной стороны: не высокомерный и расточительный джентльмен, а простой врач, он отличается отвагой и благородством, но в то же время рассудительностью, трудолюбием и практичностью.

Фолкнер, предвосхищая своего знаменитого внука, в образе Гарри Уоллингфорда показывает, что многие беды южан происходят от их же горячей непримиримости, нежелания встраиваться в новый мир. Всё же Фолкнер дарит Гарри счастливый финал, показывая, что путь к счастью лежит через смирение. Гарри женится и становится пастором, тем самым сближаясь с Эдвардом – этим новым героем, принявшим доктрину «доверия к себе». Однако итог эволюции Гарри показан постфактум, спустя годы после описываемых в романе событий, потому подобное перевоспитание не кажется правдоподобным – тем более, если помнить, как закончилась жизнь создателя «Белой розы Мемфиса».

Остаётся вопросом, кем же можно считать Фолкнера: славным Полковником, достойным войти в пантеон героев своего правнука как воплощение идеалов безвозвратно утраченного «старого доброго Юга», или же героем нового времени, человеком иной формации, дельцом, старавшимся принять правила игры победившего Севера? Если рассматривать жизнь Фолкнера как борьбу северного и южного начал, то стоит признать, что в финале истинным южани-

ном Фолкнера сделала смерть – от руки бывшего друга, посреди городской площади. В остальном он оставался неоднозначной личностью, одновременно воплощавшей и отрицавшей южные идеалы. Эта же двойственность спустя десятилетия отразится в творчестве Уильяма Катберта Фолкнера, когда он начнёт творить свой Юг с мифа о великом Полковнике – настоящем герое и истинном южанине.

### Список литературы

1. Алентьева Т.В. Писатель и журналист Юга Уильям Гилмор Симмс: от теории южного национализма к сецессии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://america-xix.org.ru/library/alentieva-simms/>.
2. Анастасьев Н.А. Владелец Йокнапатофы (Уильям Фолкнер) / Предисл. Н.Полка. – М.: Книга, 1991.
3. Башмакова Л.П. Писатели старого Юга Д.П. Кеннеди и У.Г. Симмс / Л.П.Башмакова. – Изд-е 2-е, испр. и доп. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2011.
4. Морозова И.В. «Южный миф» в произведениях писательниц Старого Юга. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского гос. ун-та, 2004.
5. Фолкнер У. Непобежденные // Фолкнер У. Собр. соч.: 6 т. – М.: Художественная литература, 1985. – Т. 3 – С. 7-171.
6. Фолкнер У. Сарторис. Шум и ярость / Пер. О. Сороки // Фолкнер У. Собр. соч.: 6 т. – М.: Художественная литература, 1985. – Т. 1.
7. Фолкнер У. Статьи, речи, интервью, письма / Сост. и общ.ред. А.Н.Николюкина / Пер. с англ. – М.: Радуга, 1985.
8. Blotner J. L. Faulkner: A Biography. – N.Y.: Random House, 1984.
9. Contwell R. Recollections of a Gifted family //ed. M. Thomas Inge / Conversations with William Faulkner. – UP of Mississippi, 1999. – p. 30-41
10. Falkner W. The White Rose of Memphis. – NY: M.A. Donohue & Co, 1909. [Electronic resource] – URL: <http://www.gutenberg.org/files/41134/41134-h/41134-h.htm>
11. Lion in the Garden: Interviews with William Faulkner (1926-1962) / Ed. J.B.Meriwether, M.Millgate. – Lincoln (NE): University of Nebraska Press, 1988.
12. Taylor W.R. Cavalier and Yankee: The Old South and American National Character. – Cambridge (MA): Harvard UP, 1961.
13. The Companion to Southern Literature. Themes, Genres, Places, People, Movements, and Motifs/ ed. By J.M. Flora, L.H. Mackethan. Baton Rouge, 2002. – 1054 p.
14. Wildmon A. Colonel William C. Falkner: Death on the Courthouse Square. – Denver (CO): Outskirts Press, 2011.
15. Williamson J. William Faulkner and Southern History. – N.Y.: Oxford UP, 1993.
16. Wyatt-Brown B. Southern Honor: Ethics and Behavior in the Old South. – Oxford (U.K.): Oxford UP, 1983.

### Сведения об авторе:

**Володина Анастасия Всеволодовна** – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры языков стран Северной Европы и Балтии МГИМО (У) МИД России. Сферы научных интересов: литература американского Юга, У. Фолкнер, Т.Н. Пейдж, Т. Диксон, эстонистика. Эл. адрес: [asya\\_v-07@mail.ru](mailto:asya_v-07@mail.ru).

# COLONEL WILLIAM CLARK FALKNER: ON THE WAY TO THE CONSOLIDATION OF THE NORTH AND THE SOUTH

A. Volodina

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76, Prospekt Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

**The Abstract:** *The article studies the life and work of William Clark Faulkner (1825-1889), the great-grandfather of the famous writer. It examines how much of the real Southern Colonel-Cavalier is reflected in the legend and to what extent his figure is mythologized. We compare the real Colonel with the characters of W.K. Faulkner's books. The main work of Colonel Faulkner as a writer is the novel "The White Rose of Memphis", which became a bestseller in the South. The genre peculiarity of the novel "The White Rose of Memphis" is considered typical of Southern prose, with allusions to works by Walter Scott, W. Shakespeare and W.G. Simms, the main novelist of the South of the 19th century. In the focus of the article is the ideological content of the novel, the transformation of the canons of the Southern Chevalier's image. Remaining formally faithful to them, Faulkner breaks with it ideologically, presenting a new type of a hero who abandons the outdated in the new unified America Code of Honor of the Southern Cavalier. Combining the virtues traditionally attributed to the North (practicality, business mind, calculation) and the South (courage, generosity, benevolence), the new hero is able to reconcile hostile ideologies.*

**Key Words:** *Colonel Faulkner, literature of the Old South, Southern myth, Southern honor, Southern cavalier, lost cause, Sartoris, Unvanquished.*

## References

1. Alent'eva, T.V. Pisatel' i zhurnalyst Iuga Uil'iam Gilmore Simms: ot teorii iuzhnogo natsionalizma k setsessii [Alentieva T. The southern writer and journalist William Gilmore Simms: from the theory of nationalism to the secession] [Elektronic resource]. – URL: <http://america-xix.org.ru/library/alentieva-simms/>.
2. Anastas'ev N.A. Vladel'ts Ioknapatofy (Uil'iam Folkner) [Anastasiev N. Owner of Yoknapatawpha (William Faulkner)] / Predisl. N.Polka. – M.: Kniga, 1991.
3. Bashmakova, L.P. Pisateli starogo Iuga D.P. Kennedi i U.G. Simms [Bashmakova L. Writers of the Old South J. P. Kennedy and W.G. Simms] / Izd-e 2-e, ispr. i dop. – Krasnodar: Kubanskii gos. un-t, 2011.
4. Morozova I.V. «Iuzhnyi mif» v proizvedeniiakh pisatel'nits Starogo Iuga [Morozova I. "Southern myth" in works of female writers of the Old South]. Saint-Petersburg: Izd-vo Sankt-Peterburgskogo gosuniversiteta, 2004.
5. Faulkner W. The Unvanquished: The Corrected Text. – N.Y.: Vintage Books, 1991. (Russ. ed.: Folkner U. Nepobezhdennye// Folkner U. Sobr. soch.: 6 t. – Moscow: Khudozhestvennaia literatura, 1985. – T. 3– S. 7-171.)
6. Faulkner W. Sartoris / Foreword by R. Cantwell; afterword by L. Thompson. – N.Y.: New American Library, 1964. (Russ. ed.: Folkner U. Sartoris. Shum i iarost' / Per. O. Soroki // Folkner U. Sobr. soch.: 6 t. Moscow: Khudozhestvennaia literatura, 1985. T. 1.)
7. Folkner U. Stat'i, rechi, interv'iu, pis'ma [Faulkner W. Articles, speeches, interviews, letters] / Sost. i obshch.red. A.N.Nikoliukina / Per. s angl. – Moscow: Raduga, 1985.
8. Blotner J. L. Faulkner: A Biography. – N.Y.: Random House, 1984.
9. Contwell R. Recollections of a Gifted family //ed. M. Thomas Inge / Conversations with William Faulkner. – UP of Mississippi, 1999. – p. 30-41.
10. Faulkner W. The White Rose of Memphis. – NY: M.A. Donohue & Co, 1909. [Electronic resource] – URL: <http://www.gutenberg.org/files/41134/41134-h/41134-h.htm>
11. Lion in the Garden: Interviews with William Faulkner (1926-1962) / Ed. J.B. Meriwether, M. Millgate. – Lincoln (NE): University of Nebraska Press, 1988.
12. Taylor W.R. Cavalier and Yankee: The Old South and American National Character. – Cambridge (MA): Harvard UP, 1961.
13. The Companion to Southern Literature: Themes, Genres, Places, People, Movements, and Motifs / Ed. J. M. Flora; L. H. Mackethan. – Baton Rouge (LA): LSU Press, 2002.
14. Wildmon A. Colonel William C. Falkner: Death on the Courthouse Square. – Denver (CO): Outskirts Press, 2011.
15. Williamson J. William Faulkner and Southern History. – N.Y.: Oxford UP, 1993.
16. Wyatt-Brown B. Southern Honor: Ethics and Behavior in the Old South. – Oxford (U.K.): Oxford UP, 1983.

***About the author:***

**A.V. Volodina** –senior lecturer of Estonian language, Department of North European and Baltic languages MGIMO. Spheres of research and professional interest: Literature of the Old South, Faulkner, T.N. Page, T. Dixon, Estonian language and culture. E-mail: asya\_v-07@mail.ru.

\* \* \*

---

# ELEMENTOS NO VERBALES DE LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL

И.В. Гусева

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,  
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

---

*El proceso de aprendizaje moderno de lenguas supone el desarrollo de la competencia comunicativa en el aula, por consiguiente, durante las clases no basta con pulir hasta la perfección la fonética, lograr la corrección gramatical o memorizar palabras, sino es indispensable dedicarse al estudio de la identidad socio-cultural del representante de otra cultura, interiorizar sus hábitos, creencias y valores. Enfocamos nuestro trabajo en descubrir y analizar algunos elementos del comportamiento no verbal de los hablantes que marcan las diferencias culturales de diferentes comunidades lingüísticas y cuya interpretación correcta requiere conocimientos adicionales extralingüísticos. Veremos como ejemplo lo contrastante y lo común en el comportamiento verbal y no verbal de los rusos, de los españoles y de los latinoamericanos. El manejo correcto del lenguaje verbal en su conjunto con el no verbal permitirá evitar “choques” y fracasos durante el contacto entre individuos portadores de culturas diferentes, será garantía de la comunicación intercultural eficiente.*

**Ключевые слова (Palabras clave):** *comunicación no verbal, proxémica, distancia comunicativa, kinesia, comunicación táctil y gestual, lenguaje corporal, expresión facial, choque cultural, comunicación intercultural, adquisición de una lengua extranjera.*

Por muy confusas que sean las palabras,  
ciertamente son más fáciles de entender  
que un gesto torpe.

[Yasunari Kawabata *Primera nieve en el monte Fuji*]

La comunicación entre los representantes de diferentes culturas y comunidades lingüísticas desde hace tiempo se ha hecho realidad. En los cortos momentos del ocio y distracción optamos por abrir un libro de los clásicos de la literatura universal, ver una película de un director famoso y popular de la industria cinematográfica mundial o simplemente hojeamos una revista internacional. Las largas horas en las aulas universitarias y oficinas de trabajo las pasamos estudiando y diseñando proyectos nacionales e internacionales, leyendo informes y publicaciones relacionadas con nuestras actividades laborales, navegando en Internet en busca de información profesional o consultando las redes sociales de nuestros socios, copartícipes, compañeros de trabajo y amigos, sea en nuestra propia lengua o en la lengua original del autor. En este contexto el aprendizaje de lenguas extranjeras resulta ser el impera-

tivo del tiempo. Por consiguiente, sería lógico pensar que la lengua es algo que debería unirnos y fortalecer el contacto social, cultural y espiritual entre la gente. Y en realidad es así, a diario actuamos en los contextos multiculturales escritos y, si dominamos la lengua extranjera, no nos cuesta ningún trabajo hacerlo. Los inconvenientes surgen a la hora de tener una conversación o una discusión personal con un hablante de otra lengua. De repente el contacto verbal resulta un fracaso y nos damos cuenta de que por alguna razón las palabras no nos ayudan a franquear la incompreensión. Casi siempre la causa de esta incompreensión no es el escaso arsenal de palabras de la lengua extranjera en que hablamos, sino el “choque cultural” que sufrimos por no conocer la historia, la cultura, las costumbres y los valores que rigen en la sociedad, sus códigos éticos o de la conducta. Por eso el proceso de aprendizaje moderno de lenguas no se limita a imitar sonidos o memorizar cierta cantidad de palabras, sino supone descubrir la identidad socio-cultural del representante de otra cultura, interiorizar sus hábitos, creencias y valores. Eso seguramente nos servirá para interpretar correctamente las ideas de nuestro interlocutor formuladas en la len-

gua extranjera. Por eso decidimos enfocar nuestro estudio en algunos elementos del comportamiento no verbal de los hablantes que marcan las diferencias culturales de diferentes comunidades lingüísticas y cuya interpretación correcta requiere conocimientos adicionales extralingüísticos. Veremos como ejemplo lo contrastante y lo común en el comportamiento verbal y no verbal de los rusos, de los españoles y de los latinoamericanos.

Imagínense que por razones de trabajo nos vemos obligados a entrar en contacto con un representante desconocido de otra cultura. Los sociólogos afirman que la primera impresión, a nivel del inconsciente, es la que determina la percepción de la imagen del individuo en su totalidad. Por lo tanto, partiendo de que los primeros cinco minutos del contacto son cruciales para que nuestro encuentro resulte un éxito incontestable o un fracaso total, demos la importancia merecida al menor detalle. El saludo, la postura, los gestos, la sonrisa, ¿serán los factores relevantes? ¿Ejercerán influencia en nuestra relación? Toda nuestra experiencia comunicativa nos sugiere la respuesta afirmativa. La comunicación verbal y no verbal actuarán en conjunto ayudándonos a conseguir el objetivo planeado, es decir, producir buena impresión al interlocutor.

Los científicos han descubierto que, en general, en la comunicación diaria solo el 40% de la información se transmite con palabras y aún menor es la importancia del componente verbal durante el primer encuentro cara a cara de los individuos, que desciende hasta el 7%. Por lo tanto resulta que el 38% del impacto le corresponde al tono de voz y el 55% a los elementos no verbales de la comunicación, es decir, al comportamiento proxémico, kinésico y las características paralingüísticas (los actos de toser, reír, llorar, suspirar, guardar silencio, la tendencia a hacer o llenar pausas, etc.) [2, p. 152].

La proxémica tiene que ver con la distancia que mantenemos durante las conversaciones de diferente índole. En nuestro análisis nos referiremos solo a la distancia social, sin mencionar la personal o íntima que se mantiene durante los contactos con los familiares y amigos. Aunque, al parecer, cada persona determina por su cuenta la distancia comunicacional cómoda, resulta que en realidad este espacio personal se deriva de la tradición arraigada en la cultura formada sobre el fundamento de la experiencia secular del pueblo. Las diferencias en la distancia sorprenden, son enormes entre algunas culturas. Basándose en los datos del análisis de las entrevistas con casi 9 mil personas de 42 países para determinar la distancia óptima entre interlocutores durante el diálogo,

el diario argentino PERFIL afirma que los que toleran la menor distancia entre los interlocutores son los argentinos: “La Argentina, con 77 cm, encabeza el ranking de naciones que aceptan mayor cercanía física con extraños. Como para alentar la fama internacional de “besuqueiros” y “toquetones”. De hecho, somos el país donde se pone menor distancia física al saludar o conversar con una persona conocida o extraña, según las conclusiones de un estudio internacional publicado en la revista *Journal of Cross-Cultural Psychology*. Nos siguen Perú (80 cm), Bulgaria (81), Ucrania (86) y Eslovaquia (89)” [10].

Pero, si recurrimos a otras investigaciones en este campo, el record seguramente no quedará invicto porque existen datos que demuestran que los rusos los adelantamos en este sentido no solo a los argentinos, sino a muchas otras culturas eslavas porque nuestra distancia social empieza desde los 30 cm. [3, p. 92]. Las explicaciones son muchas. Por ejemplo, que el concepto del espacio personal, la así llamada “burbuja privada” del individuo, entre los representantes de las culturas táctiles prácticamente coincide con el tamaño del cuerpo del hablante; que lo de hablar alto o gritar (por ejemplo, en el transporte público o en un centro comercial) se censura en la sociedad y para ser oído uno necesita acercarse mucho, etc.

Ese fenómeno es imposible ignorarlo, de lo contrario corremos el riesgo de no poder evitar los malentendidos culturales, los que no se alcanzó a evitar durante las entrevistas oficiales entre la canciller alemana Ángela Merkel y el ex presidente francés Nicolás Sarkozy. El líder francés solía reducir demasiado la distancia comunicativa como muestra de la proximidad ideológica o la comunidad de intereses, lo que quedó malinterpretado por parte de Merkel que consideró que “los abrazos, besos y palmaditas no eran sino una forma de “imponer el control” en las relaciones políticas. Reflejarían la voluntad de dominar la situación” [7]. ¿Cuál fue la actitud de la sociedad iberoamericana? Muy irónica, predominaron las referencias que encerraban “la burla del puritanismo alemán: “A Merkel no le gusta que Sarkozy la manosee” (El País); “No me achuches, Sarkozy” (El Mundo); “A Merkel no le gusta que Sarkozy la toque” (Cadena Ser); “Los arrumacos entre Merkel, Sarkozy” (20 minutos); “A Merkel le incomodan los toqueteos de Sarkozy” (La Vanguardia)” [7]. Los expertos en proxémica indican que en aquella situación no hubo malas intenciones, porque la organización de su hábitat el individuo la hereda junto con otros hábitos que forman la cultura de su etnia o nación.

En lo que se refiere a la tradición rusa, el caso extremo de exageración en la demostración pública del afecto hacia el interlocutor sin duda fue Leonid Brezhnev, el líder soviético en la época de los años 60-80 que, menospreciando el protocolo, solía saludar con tres besos a todas las personalidades públicas. El ritual pasó a la historia como “El Triple Brezhnev” [9] y durante varios años fue objeto de bromas en la prensa de muchos países, por ejemplo, en los periódicos españoles se documentó como “el beso comunista”, “el beso fraternal socialista” o “el beso político”. Aunque la naturalidad en la expresión de la simpatía sigue siendo parte de la mentalidad común de los rusos, los líderes actuales se atienen estrictamente a las normas del protocolo de entrevistas internacionales.

Cuanto menor es el espacio propio que se requiere dentro de una cultura, más importancia tendrá la comunicación táctil y gestual: la expresión facial, la sonrisa, la postura corporal, es decir, todo lo que estudia la kinesia, son elementos de la comunicación no verbal que matizan, complementan o incluso, en cierta medida, modifican nuestra comunicación verbal. Las distancias comunicativas que son la norma en la comunidad imponen el comportamiento tanto lingüístico como paralingüístico. Por ejemplo, las culturas de distancia larga seguramente censurarán el continuo cambio de expresión facial y la gesticulación intensa, y las de corta distancia, al revés. Citaremos aquí un estudio que de una manera muy graciosa habla de la gran variedad de gestos en diferentes culturas: “Las manos son la parte del cuerpo más usada para emitir señales no verbales. Por ejemplo, para indicar que “una chica es muy guapa”, un italiano, haría la rosca en la mejilla, un griego se acariciaría la mejilla, un brasileño formaría dos tubos con las manos como si mirase por un telescopio, un francés lanzaría un beso con la punta de los dedos, un árabe se mesaría la barba, un sudamericano se estiraría el párpado inferior con el dedo índice. Como gesto general, recordamos la delineación de la silueta de mujer. Un gesto italiano antiguo, es el “retorcido de bigotes” que indica que hay que arreglarse para iniciar la conquista. Este gesto podemos verlo en las antiguas películas americanas. Así, vemos la utilidad de las manos, solamente en la realización de un gesto, pero hay muchos más” [8].

La gestualidad, formando parte del numeroso arsenal del lenguaje corporal es un proceso natural, es intuitivo y se forma a nivel del inconsciente y por lo tanto es casi imposible falsificarlo, siempre que no se trate de una actuación teatral u otros comportamientos intencionales. Los gestos acompañan

la comunicación oral proporcionando mayor intensidad a las ideas y, a veces en contra de la voluntad del hablante, pueden revelar las emociones despertadas por la conversación, el grado del acuerdo o, incluso, desmentir lo que estamos diciendo. Por lo tanto, la interacción no verbal es indispensable para el desarrollo correcto y completo de la competencia lingüística. La gestualidad como parte del lenguaje no verbal tiene varias funciones, de las cuales se derivan las clasificaciones suyas (distinguen los gestos emblemáticos, ilustrativos, reguladores etc.), pero en nuestro estudio solo mencionaremos los que son una parte inalienable de la competencia comunicativa completa por tener diferente interpretación en distintas culturas o ser el patrimonio exclusivo de una sola cultura.

La cultura rusa es una cultura expresiva, nuestro estilo comunicativo se caracteriza, como ya hemos dicho antes, por una distancia comunicativa muy corta, por la total ausencia de la necesidad de vigilar la inviolabilidad del espacio propio en la intercomunicación, por una manifestación abierta y libre de todo tipo de emociones tanto con palabras, como a través de una gesticulación intensa y las expresiones faciales espontáneas. Mencionaremos solo algunos gestos propios del código gestual de la comunidad rusa que fácilmente pueden parecer extraños, incomprensibles o, incluso, ridículos a los representantes de otras culturas.

1. Si un ruso se propone contar con los dedos, empieza por el dedo menique, al cual le siguen todos los demás y los flexiona hacia la palma de la mano, mientras que los mexicanos, por ejemplo, cierran la mano antes de contar y después van abriendo los dedos uno por uno. Los españoles suelen sacar las cuentas de la misma manera, pero algunos empiezan por el dedo índice o el pulgar.

2. Para hacerle ver a uno que está fatigado, aburrido o molesto porque se ha hartado de alguna actividad un ruso acerca el dedo índice a la garganta y lo pasa horizontalmente como si estuviera “cortándose” la cabeza. Esta sensación expresada con palabras en España sería *estar harto hasta la coronilla o hasta las narices*, pero en ruso textualmente es *estar harto hasta la garganta*, es eso lo que expresa el gesto.

3. Para insinuar que uno está algo ebrio o en general es propenso a abusar del alcohol sin recurrir a las palabras los rusos utilizan el capirotazo hecho junto al cuello con el pulgar y el dedo corazón. La aparición del gesto data de la época de Pedro I el Grande (1672-1725). Cuenta la leyenda que el zar quiso agradecer a uno de los artesanos más talen-

tosos de una empresa proveedora de la corte imperial rusa y le preguntó cuál era su mayor deseo. El hombre confesó que soñaba con tener el privilegio de tomar gratuitamente el aguardiente en cualquier taberna (es que el Estado en aquella época tenía el monopolio en el ámbito de producción y venta de alcohol) y pidió que le pusieran un sello en el cuello que comprobara aquel derecho suyo. Ese “documento” le sirvió toda la vida para no pagar las bebidas nunca, cuando pedía alguna no tenía más que indicarlo con un gesto especial.

4. Para llamar a una persona a veces se usa el movimiento del dedo índice que primero indica y después se retrae hacia la persona que está llamando, se hace con la palma hacia arriba, pero tanto en España y en países latinoamericanos, como en Rusia se considera ofensivo y se recurre a este gesto solo llamando a los animales. Para hacerle acercarse a una persona en Rusia y en España se debe hacer lo mismo, pero con la mano entera y no sólo el índice y en México, este mismo gesto se hace de igual manera, pero con la palma hacia abajo.

5. La práctica de cruzarse los dedos está divulgada tanto en Iberoamérica como en Rusia. El significado del gesto no varía mucho y viene impuesto por las antiguas creencias precristianas de que la cruz era un símbolo de la unidad y cohesión que reunía en sí todas las fuerzas del bien y reforzaba y retransmitía el apoyo distanciado y múltiple. En la actualidad tiene el significado un poco simplificado, pero la tendencia de su uso sigue sin cambios, sirve para proteger. En términos más concretos nos cruzamos los dedos esperando que se cumpla algún deseo nuestro o a veces, influenciados, más bien, por las películas de Hollywood algunos lo hacen al mentir para no ser descubiertos.

Si consultamos el diccionario de la Academia Mexicana de la Lengua veremos que en México este gesto incluso tiene su propio nombre, se llama “hacer changuitos” [12]. Es que en el español de México chango quiere decir mono y el movimiento de cruzar los dedos se parece a la manera de que los monos se agarran a los árboles. Estos animales en muchas culturas se asocian con la buena suerte, todos recordamos la imagen de los tres changuitos que se cubren los ojos, las orejas y la boca con las manos motivándonos a no decir, no escuchar y no ver atrocidades.

Además de los gestos nos parece importante mencionar el elemento de expresión facial muy significativo y elocuente que es la sonrisa. ¡Cuántos malentendidos ha provocado este simple efecto de contracción de los músculos de la cara! ¡Cuántas veces hemos

notado la sorpresa y el desengaño de los extranjeros al ver caras serias en las calles, en las oficinas o en el transporte público de Moscú y aún más serias en San Petersburgo! ¿Significa eso que los rusos somos un pueblo malhumorado, lúgubre, pesimista y melancólico? Definitivamente no. Eso significa que cada una de las culturas tiene sus normas de transmitir mensajes mediante los medios no verbales.

Volviendo a la idea de las características comunicativas propias de diferentes comunidades lingüísticas recordemos que la cultura rusa igual que la española y la mayoría de las latinoamericanas desde el punto de vista de las distancias proxémicas es de contacto, de poca distancia entre interlocutores. Su comunicación se distingue por alto grado de empatía, el involucramiento personal en la conversación. Su lenguaje es expresivo y enfático, cargado de emociones. Además su estilo comunicativo es de alto contexto de acuerdo con la famosa clasificación del antropólogo norteamericano Edward Hall, es decir, gran parte del contenido se codifica por gestos, expresión facial y otros elementos del lenguaje corporal. Todas estas peculiaridades hacen aún menos comprensible por qué los representantes de una cultura tan expresiva como es la rusa apenas sonríen. La explicación de esta contradicción o, más bien, “conflicto de culturas” la proponen los especialistas en culturología. Para los españoles y latinoamericanos la sonrisa es un movimiento con un claro intento comunicativo, es una herramienta, una invariable del repertorio habitual de gestos en el ámbito profesional y personal, es el símbolo del bienestar. Claro que además de todo esto, es una simple reacción biológica a un mensaje agradable. Para los rusos es solamente una reacción biológica sin ningún intento comunicativo. Cuanto más alta es la posición de la persona en la sociedad o en el entorno profesional, menos sonríe porque esa es la imagen de una personalidad pública en la mentalidad rusa. Una persona seria, inteligente, de razonamiento sólido e irrefutable seguramente merecerá respeto y confianza en la sociedad. La sonrisa resulta totalmente inoportuna en este contexto, revela la frivolidad y prueba que la persona no es consciente de la importancia de los problemas o no toma en serio las ideas del interlocutor y por lo tanto incluso puede provocar malestar sentimental o recelo.

La sonrisa en la comunidad rusoparlante debe tener motivo emocional, puede expresar simpatía, confianza, gratitud, etc., pero no tiene nada que ver con el protocolo o normas de cortesía. La misma idea se expresa en el sinfín de refranes. Mientras que el refrán español dice “*Al mal tiempo, buena cara*” o

“buena sonrisa”, los refranes y dichos rusos afirman lo contrario: “la risa sin motivo es el indicio de la estupidez” [смех без причины – признак дурачины], “se ríe como si fuera un tonto” [смеётся как дурак], “el pecado va de la mano de la risa” [где грех, там смех], “la sonrisa no te va a saciar el hambre” [смехом сыт не будешь; посмешишь – не накормишь], “la risa provoca lágrimas” [смех и слезу прошибёт] e incluso “el que ríe mucho mal acaba” [смех до добра не доводит]. Aunque francamente dicho esta parte integrante de nuestra mentalidad últimamente sufre cambios sustanciales y las generaciones nuevas sonríen cada día más encontrando la justificación, tal vez, en la famosa afirmación que atribuyen al dramaturgo español Alejandro Casona: “No hay ninguna cosa seria que no pueda decirse con una sonrisa”.

Es difícil sobrevalorar la importancia del estudio de los medios de comunicación no verbal en el pro-

ceso de adquisición de una lengua extranjera porque en la actuación de cualquier persona las palabras no son más que un elemento que configura la imagen proyectada. El mayor efecto del discurso oral se consigue gracias a la manera sutil de combinar y manejar correctamente los elementos verbales y no verbales de la comunicación. Para comprender a un representante de otra cultura no basta aprender el vocabulario básico de su lengua, hay que poseer herramientas especiales para decodificar los elementos de su mensaje en su totalidad interpretando correctamente la expresión de la cara, el tono de voz, la gesticulación, es decir, las características paraverbales, proxémicas y kinésicas del proceso de la comunicación. Son ellas las que, en conjunto con las palabras, determinan el éxito o el fracaso de la comunicación.

#### Список литературы

1. Босрок М.М. Путеводитель по обычаям и этикету. Южная Америка, М.: АСТ: Астрель, 2010, 441 с.
2. Крейдлин Г. Е. Мужчины и женщины в невербальной коммуникации. М.: Языки славянской культуры, Studia Filologica, 2005, 233 с.
3. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации. М.: Рукописные памятники древней Руси, 2009, 507 с.
4. Сергеева А.В. Русские стереотипы поведения. Традиции и ментальность. М.: Флинта. Наука, 2012, 313 с.
5. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Изд-во МГУ, 2004, 352с.
6. Языковая личность: текст, словарь, образ мира. К 70-летию чл.-корр. РАН Ю.Н. Караулова: Сб. статей, М.: Изд-во РУДН, 2006, 554 с.
7. ¿Afecto, erótica o poder?, Blogolengua sobre lengua española y otras formas de decir. Acceso: <http://www.blogolengua.com/2008/10/afecto-erotica-o-poder.html> (consulta 12.07.17)
8. Jiménez E. Aproximación al mundo de los gestos desde una perspectiva cultural. Academia, 2017, 35 p. Acceso: [http://www.academia.edu/1162227/Aproximación\\_al\\_mundo\\_de\\_los\\_gestos\\_desde\\_una\\_perspectiva\\_cultural](http://www.academia.edu/1162227/Aproximación_al_mundo_de_los_gestos_desde_una_perspectiva_cultural) (consulta 19.07.17)
9. Los besos de Brézhnev, una tradición que ha pasado a la historia. Revista electrónica Sputnik (06.07.2016). Acceso: <https://mundo.sputniknews.com/videoclub/201607061061644408-triple-brezhnev/> (consulta 12.07.2017)
10. Perfil D. F. Ballarino Los argentinos, entre los más ‘besuqueiros’ y ‘toquetones’ (21.05.17) Acceso: <http://www.perfil.com/ciencia/los-argentinos-entre-los-mas-besuqueiros-y-toquetones.phtml> (consulta 12.07.17)
11. Rulicki S. Comunicación no verbal: Cómo la inteligencia emocional se expresa a través de los gestos. Buenos Aires, Granica, 2012, 192 p.
12. ¿Se dice chonguitos o changuitos? (30 de noviembre de 2015). Revista electrónica CHILANGO. Acceso: <http://www.chilango.com/general/se-dice-chonguitos-o-changuitos/> (consulta 19.07.2017)
13. Yasunari Kawabata Primera nieve en el monte Fuji, Bogotá, Colombia, 2008, Grupo Editorial Norma S.A., 216 p.

#### Сведения об авторе:

**Гусева Ирина Валериевна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры испанского языка МГИМО МИД России (Россия, Москва). Сфера профессиональных интересов: лингвострановедение, культурология.  
E-mail: irina.1007@mail.ru.

# NON-VERBAL LANGUAGE IN THE INTERCULTURAL COMMUNICATION

I.V. Guseva

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76, Prospekt Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

**The Abstract:** *In the modern process of learning languages attention is paid to the development of communicative abilities. That is why while working in the classroom it is not enough to just improve phonetic and grammar skills or to learn new words, it is also important to study socio-cultural identity of the representatives of other cultures, their habits, beliefs and values. Our work focuses on discovering and analyzing some elements of nonverbal behavior of the speakers that show cultural differences of various linguistic communities and the correct interpretation of which requires additional extra-linguistic knowledge. As an example we will examine similarities and differences in verbal and non-verbal behavior of Russians, Spaniards and Latin Americans. Correct combination of verbal and non-verbal languages will help to avoid "shock" and failures while contacting with individuals from different cultures and will guarantee an efficient intercultural communication.*

**Key Words:** *non-verbal communication, proxemics, communicative distance, kinesics, touch and gesture communication, body language, facial expression, cultural shock, intercultural communication, language acquisition.*

## References

1. Bosrok M.M. Putevoditel' po obychaiam i etiketu. [Guide to Customs and Etiquette.] Iuzhnaia Amerika, M.: AST: Astrel', 2010, 441 p.
2. Kreidlin G. E. Muzhchiny i zhenshchiny v neverbal'noi kommunikatsii. [Men and Women in Nonverbal Communication] M.: Iazyki slavianskoi kul'tury, Studia Filologica, 2005, 233 p.
3. Larina T.V. Kategorii vezhливosti i stil' kommunikatsii. [Courtesy and Communication Style] M.: Rukopisnye pamiatniki drevnei Rusi, 2009, 507 p.
4. Sergeeva A.V. Russkie stereotipy povedeniia. Traditsii i mental'nost'. [Russian Behavior Patterns. Traditions and Mentality] M.: Flinta. Nauka, 2012, 313 p.
5. Ter-Minasova S.G. Iazyk i mezhkul'turnaia kommunikatsiia. [Language and Intercultural Communication]. M.:Izd-vo MGU, 2004, 352p.
6. Iazykovaia lichnost': tekst, slovar', obraz mira. K 70-letiiu chl.-korr. RAN Iu.N. Karaulova: Sb. Statei. [Linguistic Personality: text, vocabulary, vision of the world] M.: Izd-vo RUDN, 2006, 554 c.
7. ¿Afecto, erótica o poder?, Blogolengua sobre lengua española y otras formas de decir. Available at: <http://www.blogolengua.com/2008/10/afecto-erotica-o-poder.html> (accessed 12.07.17)
8. Jiménez E. Aproximación al mundo de los gestos desde una perspectiva cultural. Academia, 2017, 35 p. Available at: [http://www.academia.edu/1162227/Aproximación\\_al\\_mundo\\_de\\_los\\_gestos\\_desde\\_una\\_perspectiva\\_cultural](http://www.academia.edu/1162227/Aproximación_al_mundo_de_los_gestos_desde_una_perspectiva_cultural) (accessed 19.07.17)
9. Los besos de Brézhnev, una tradición que ha pasado a la historia. Revista electrónica Sputnik (06.07.2016). Available at: <https://mundo.sputniknews.com/videoclub/201607061061644408-triple-brezhnev/> (accessed 12.07.2017)
10. Perfil D. F. Ballarino Los argentinos, entre los más 'besuqueiros' y 'toquetones' (21.05.17) Available at: <http://www.perfil.com/ciencia/los-argentinos-entre-los-mas-besuqueiros-y-toquetones.phtml> (accessed 12.07.17)
11. Rulicki S. Comunicación no verbal: Cómo la inteligencia emocional se expresa a través de los gestos. Buenos Aires, Granica, 2012, 192 p.
12. ¿Se dice chonguitos o changuitos? (30 de noviembre de 2015). Revista electrónica CHILANGO. Available at: <http://www.chilango.com/general/se-dice-chonguitos-o-changuitos/> (accessed 19.07.2017)
13. Yasunari Kawabata Primera nieve en el monte Fuji, Bogotá, Colombia, 2008, Grupo Editorial Norma S.A., 216 p.

## About the author:

**Guseva Irina Valerievna** – PhD in Philology, Associate Professor of Spanish Language Department, MGIMO-University (Russia, Moscow). Spheres of professional interest: culture-oriented linguistics, Mexican Spanish, mentality and linguistic world-image of Spanish-speaking people. E-mail: [irina.1007@mail.ru](mailto:irina.1007@mail.ru).

\* \* \*

# ИМАГОЛОГИЧЕСКИЙ ОБРАЗ ПАЛЕСТИНЦА В ПАЛЕСТИНО-ИЗРАИЛЬСКОМ КОНФЛИКТЕ

С.Д. Камалова

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,  
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

*В статье рассматривается имагологический образ палестинца в англоязычной художественной литературе, посвящённой палестино-израильскому конфликту, который представлен с позиций израильской стороны. Анализ осуществляется в рамках нового междисциплинарного научного направления – лингвистической имагологии, изучающей языковой аспект в репрезентации образа другого народа. Рассматриваются теоретические основы функционирования имагологического образа, выявляется структура и лингвоимагологические механизмы создания образа палестинца как «чужого» и как «инога». Имагологический образ глубже и сложнее стереотипа, однако периодически может принимать форму последнего, что в исследуемых произведениях происходит в прямой и несобственно-прямой речи персонажей подросткового возраста, характеризующейся использованием ярлыков и мифологем. Слова автора и речь персонажей старшего возраста указывают на более осмысленное понимание «чужих», «иных», что в частности проявляется в афористических высказываниях. Семантическая дихотомия *we-they/ we-you* иллюстрирует стратегию объединения рядовых палестинцев и израильтян в круг «своих», противопоставляя их верхушке израильской власти и руководству палестинских террористических организаций. Результаты исследования демонстрируют стремление англоязычных авторов преодолеть стереотипность в восприятии палестинской стороны путём создания многоаспектного, многомерного имагологического образа палестинца.*

**Ключевые слова:** лингвистическая имагология, палестино-израильский конфликт, имагологический образ, стереотип, дихотомия «свой-чужой».

**И**нтерес к образу «других», «иных», «чужих» стран и народов существует ещё с древних времён. Однако выдвигание этого образа в качестве объекта отдельной научной дисциплины происходит в середине XX века, когда в рамках сравнительного литературоведения зародилась имагология (от лат. *imago* – образ и др.-греч. *λόγος* – слово, знание [12]), изучающая «авто- и гетерообразы наций, иными словами, образы “своего” и “чужого/другого”, их происхождение, содержание и историческую изменчивость» [11, с. 3]. Как отмечает А. Р. Ощепков, её основоположниками являются Жан-Мари Карре, исследовавший образ Германии во французской литературе, и Мариус-Франсуа Гийяр, автор книги «Сравнительное литературоведение» (1951), призывавший отвлечься от изучения литературных влияний и приступить к рассмотрению образа «другого» [9, с. 251].

Среди других ключевых фигур, повлиявших на развитие имагологии, необходимо назвать бельгийского исследователя Хуго Дизеринка, статья которого под названием «К проблеме имиджей и миражей и их исследования в рамках сравнительного литературоведения», вышедшая в 1966 году, легла в основу так называемой «Аахенской программы по имагологии». Как отмечает О. Ю. Поляков, именно Х. Дизеринк впервые применил термин имагология к новой области сравнительного литературоведения, позаимствовав его из трудов французских этнопсихологов [10, с. 123]. Ещё одной важной фигурой в становлении имагологии как науки является нидерландский учёный Йозеп Леерссен, который также разрабатывал методологические положения новой научной дисциплины, указывая на важную роль изучения самого текста произведения, обращение к его дискурсу [15, с. 28].

Учёные отмечают междисциплинарный характер этой науки, утверждая, что сфера исследований имагологии находится в разных гуманитарных дисциплинах и коренится «в общественном, культурном и литературном сознании той или иной страны, эпохи» [9, с. 251]. Более того, сама имагология сегодня разветвляется на различные направления, например, историческую, художественную, а также лингвистическую и др.

Наше исследование проводится с позиций лингвистической имагологии, или лингвоимагологии. Как отмечает А. В. Зеленин, лингвистическая имагология формируется на стыке таких наук, как лингвокультурология, этнолингвистика, этнология, этносемиотика, культурная семантика, лингвопедагогика, теория дискурса, лингвоаксеология [2, с. 63]. Таким образом, подчёркивается роль культурологических, этнических и ценностных ориентиров в рамках рассматриваемой дисциплины. Л. П. Иванова, в свою очередь, располагает лингвоимагологию на пересечении когнитивной лингвистики, прагмалингвистики и межкультурной коммуникации [5, с. 110], видя цель нового направления в изучении «образа одного народа и страны в сознании другого народа» [4, с. 471].

В своём диссертационном исследовании К.В. Костина определяет лингвистическую имагологию как «раздел науки об образе, изучающий языковые особенности формирования и функционирования образа того или иного государства в конкретном дискурсе» [8, с. 28]. Однако А. В. Зеленин расширяет предмет рассматриваемой дисциплины, включая в него изучение образа и другой культуры, и другого народа, этноса, «что закреплено в языковой форме (в литературе, драматургии, поэзии, эссеистике, путевых заметках и т.п.) и отражает коллективные (в форме мифов, стереотипов), групповые или индивидуальные представления» [2, с. 63]. Предметом же непосредственно лингвоимагологического анализа Л. П. Иванова считает «оценку, прецедентные феномены, паралингвистическую ситуацию, стилистические коннотации», отмечая при этом открытый статус этого перечня в связи с проведением новых исследований [5, с. 110], а подходящим материалом для анализа, по мнению учёной, являются «художественные тексты, мемуары, эпистолярный, путевые заметки, публицистика, содержащие описание и оценку других народов и стран» [6, с. 53].

Одним из центральных понятий имагологии в целом и лингвистической имагологии в частности является имагологический образ. Его детальный анализ с позиций имагологии даётся в вступительной статье В. Б. Земскова к сборнику «На переломе: Образ России прошлой и современной в культуре, литературе Европы и Америки (конец XX- начало XXI вв.)». Как отмечает В.Б. Земсков, «в понятийном аппарате имагологии понятие образ имеет и широкое, обобщающее значение, и более узкое, конкретное, в качестве одного из “инструментов” (или “механизмов”) рецепции и репрезентации» [3, с. 7]. Под широким значением понятия «образ» автор подразумевает общую характеристику имагологической деятельности, как, например, образ какой-либо страны. В узком смысле образ выступает «в конкретном поэтологическом значении – те образы, которые создаются литературой, искусством» [3, с. 20]. Следовательно, под имагологическим образом подразумевается художественный образ «ино-го», «другого», художественный инациональный образ. Как отмечает С. Б. Королёва, «имагологический образ в литературе индивидуален, создаётся автором, но при этом необходимо соотносится с общим, традиционным, стереотипизированным, актуальным для настоящего исторического момента образом нации, а также с исторической целостностью социокультурного инационального мифа» [7, с. 28]. Под инациональным мифом автор при этом подразумевает устойчивое ментальное образование, которое выстраивается на дихотомии «своё-чужое», порождается сознанием при контакте и другой культурой и находит своё выражение в образах, стереотипах, рассказах об истории другой нации [7, с. 27-28].

Как отмечает В. Б. Земсков, имагологический образ может принимать форму стереотипа. Исследователь описывает основные свойства обоих имагологических продуктов через их противопоставление. Имагологические образы многомерны, многоаспектны, стереотипы же однозначны, шаблонны. Образы носят, с одной стороны, целостный, а с другой – дифференцированный характер, стереотипы же неразложимы [3, с. 20]. Как мы видим, имагологический образ – более сложное явление, которое в зависимости от задумки автора текста может приобрести форму стереотипа, но может и не делать этого: «Образы подлинного искусства обладают бесконечной глубиной, они опровергают стереотипы и воссоздают национальную “онтологию”,

идентичность в её сложности... В образах искусства иной тип аксиологичности, более аналитически усложнённый, но главное, искусство воссоздаёт мир «другого» не как другого-чужого, а как другого-инога» [3, с. 20]. В этой связи поясним принципиальную разницу между «чужим» и «иным». Как указывает В. В. Феррони, «иной» не разделяет наших ценностей в данный момент, но потенциально готов их разделить, т.е. с «иным» мы потенциально можем иметь общее будущее. Применяя понятие «инога» к международным отношениям, В. В. Феррони приводит пример народа, который вёл или ведёт войну против другого народа, которого он при этом искренне пытается понять [13, с. 120]. Таким образом, с «иным» мы можем вести диалог. Если же происходит отказ от этого диалога, то мы имеем дело уже с «чужим», который в отличие от «инога», потенциально имеющего шанс разделить с нами общее будущее, реализует себя в неуловимом настоящем, в отсутствии, небытии, а значит, представляется невысказанным, вызывая страх и неприязнь [13, с. 125]. Стоит отметить, что в рассматриваемых нами произведениях имагологический образ словно маятник переходит из одной категории в другую, в зависимости от развития сюжета и эмоционального посыла, принимая форму то «инога», то «чужого».

Важно также указать на ещё одну особенность имагологического образа. Его формирование обуславливается цивилизационной и конфессиональной принадлежностью, идеологической составляющей, а также политическим и историческим контекстами. При этом для развития имагологического образа характерно наложение новых черт на старые, сосуществование признаков, присущих восприятию образа на разных исторических этапах. Как пишет В. Б. Земсков, «старое никогда не исчезает, и всегда может возникнуть из глубин истории в обстоятельствах, которые активизируют память реципиента о «другом», и в том, что касается его «положительных», и в том, что касается его «отрицательных» сторон» [3, с. 12].

В данной статье мы рассматриваем имагологический образ палестинца в палестино-израильском конфликте. Материалом для статьи служат англоязычные художественные произведения американских авторов Gloria Dubov Miklowitz (Глория Дубов Микловитц) "The Enemy Has a Face", Pnina Moed Kass (Пнина Моэд Касс) "Real Time" и британского автора Lynne Reid Banks (Линн Рейд Бэнкс) "Broken Bridge", сюжет

которых разворачивается на фоне палестино-израильского противостояния. Важно отметить, что в данных романах, рассчитанных на читателей подросткового и юношеского возраста (Young Adult Literature), представлен израильский взгляд на конфликт, в связи с чем предоставляется возможность изучить образ инога, чужого, прежде всего, в лице персонажей-палестинцев.

В первую очередь, отметим механизм актуализации имагологического образа палестинца посредством описания внешности. Ключевым элементом внешности палестинских персонажей в исследуемой литературе являются глаза, взгляд. Как говорят, глаза – зеркало души, взгляд позволяет понять, о чём мыслит человек, каковы его переживания. Таким образом, пристальное внимание к глазам, а точнее, выражаемым ими эмоциям, демонстрирует желание понять другого, чужого. Эпитеты, указывающие на отношение, выражаемое взглядом, к происходящему или к собеседнику, а также на цвет глаз, сопровождают практически все описания взгляда: *the dark hair and eyes of most Arabs* [23, с. 7], *his dark eyes seem more friendly* [23, с. 31], *His bitter black-olive eyes* [14, с.113], *The old men with their hate-filled eyes* [14, с.103].

Кроме того, в описании взгляда важную роль могут играть глаголы зрительной перцепции, дающие ему более подробную характеристику: *his dark eyes bore into me, insolent and accusing* [23, с. 8]; *His dark eyes blaze with dislike* [23, с. 106]; *His dark eyes flash* [23, с. 127]. Как мы видим, эмоциональная составляющая взгляда палестинцев несёт отрицательный заряд, отражая отношение одной стороны конфликта к другой.

В исследуемом материале достаточно много внимания уделяется философским воззрениям палестинцев на жизнь, на прошлое, настоящее и будущее. Безрадостность и мрачность преобладают над оптимизмом и жизнелюбием. Безысходность и обречённость на смерть становятся предметом рассуждений палестинского подростка в следующем фрагменте:

All over the world sixteen is paradise, opportunity, girls, cars, everything. I watch television in Omar's house and see sixteen.

Sixteen is the beach, your own room, a cell phone, surfing on waves that never end, different clothes for every day of the week, a refrigerator full of ice cream and chocolates, a mother who waits for you in a kitchen with a washing machine and a dishwasher, and a father who comes home from work. That is sixteen.

Here sixteen is the magic age of death. No children, no responsibilities, no wife. A sixteen-year-old is a walking grave. Why give a job to someone about to die? Kids who explode themselves and kill Israelis have no future, so don't give them a future [22, с. 21-22].

В данном отрывке представлено мнение шестнадцатилетнего палестинца Самеха, готовящегося совершить теракт, о различиях в жизни своих сверстников на территории Палестины и за рубежом. На первый план выдвигается противопоставление локаций *all over the world* и *here* и соответствующих им концептуальных понятий жизни и смерти. Безусловно, представления Самеха о жизни шестнадцатилетних подростков за рубежом носит весьма стереотипный характер, навязанный телевидением. Главным инструментом описания служат цепочки однородных членов, указывающих на достаточно разнородные понятия, являющиеся предметом желаний Самеха-ребёнка (*a refrigerator full of ice cream and chocolates*), Самеха-подростка (*girls, cars, a cell-phone, different clothes*) и Самеха-взрослого (*a mother who waits for you in a kitchen with a washing machine and a dishwasher*). Такое подробное, в некотором смысле даже хаотичное перечисление составляющих элементов жизни шестнадцатилетних подростков «всего мира» усиливает резкость контраста с описанием этого периода жизни, будь он проведён в Палестине. По мнению Самеха, шестнадцатилетний палестинский подросток обречён на смерть. Парадоксальным и обескураживающим кажется оксюмороническое словосочетание “*the magic age of death*”, которое является первым составным элементом семантического поля «смерть». Наряду с глаголами “*die*”, “*explode*”, “*kill*” в него входит ещё один оксюморон “*a walking grave*”, в семантике которого в противоречие вступают не только жизнь и смерть, но и человеческое начало (“*walking*”) и опредмеченность, бездуховность (метонимическое использование лексемы “*grave*”). И наконец, обратим внимание на маркированное нарушение причинно-следственной связи в последнем предложении отрывка: смерть является причиной отсутствия будущего, в результате чего нет необходимости даровать шанс на будущее, хотя логично было бы сказать, что отсутствие будущего, отсутствие возможностей и ведёт к смерти. Таким образом, подчёркивается идея безвыходности, замкнутости ситуации, с которой шестнадцатилетний палестинский подросток не в состоянии справиться.

Безвыходность и безнадежность приводят к преобладанию таких характеристик личности, как внушаемость, подверженность манипулированию, зависимость от мнения окружающих. Желание самоутвердиться в условиях изнуряющего конфликта приводит к решению примкнуть к радикальной группе и совершить преступление. Психологическая слабость, незрелость палестинских подростков утверждается через представление речей вербовщиков, использующих явные, распознаваемые персуазивные инструменты, такие как лексические повторы, параллельные конструкции, риторические вопросы: *You want to be part of it? You want to be a man, a Palestinian brother? You want to hold up your head, get your own back?* [14, с. 132]. Также используется сакральная лексика (*Sameh, take care, remember Allah, repeat the verses from the Koran* [22, с. 70]), маркеры «нашести» (*we, our, brother* [14, с. 132]), маркеры чуждости (*they, enemy, traitor* [14, с. 132]), мифологемы (“*We will struggle until every Israeli is dead and the Jews are driven from the land*” [22, с. 117]).

Обратимся к отрывку из речи палестинского подростка Самеха, готовящегося к совершению террористической атаки, которую в итоге он сам так и не смог осуществить. Руководители радикальной группы записывают видеообращение подростка с его «последним» заявлением:

“*There is nothing greater than being martyred for the sake of Allah, on the land of Palestine. Cry only in joy, my mother. Hand out dates, my brothers, for your son and brother awaits a wedding in Heaven*” [22, с. 101].

Данный фрагмент обладает возвышенным тоном, на что указывают параллельные конструкции, позиция обращений, сакральная лексика. Складывается впечатление, что Самех выучил заранее заготовленную для него речь, чтобы воспроизвести её для записи традиционного обращения смертника к родным и близким перед совершением теракта. Таким образом, автор демонстрирует подверженность палестинского подростка идеологическому воздействию со стороны радикальных групп.

Имагологический образ палестинца в исследуемых произведениях временами приобретает форму стереотипа. Как правило, это происходит в прямой и несобственно-прямой речи израильских подростков посредством навешивания ярлыков *enemy* (*We're from the same part of the world, which should give us lots in common, but it doesn't. He's the enemy* [23, с. 7]), использования

мифологем – Pair of cold-blooded killers, like all of them are in their hearts [14, с. 96], в то время как персонажи старшего поколения проявляют более толерантное отношение к «чужим», как правило, в виде сентенций, афористических изречений: stones are not as lethal as bullets [14, с. 239], You can't have a nice, kindly, humane occupation of one people by another [14, с. 238], An enemy is whose story we have not heard [23, с. 70].

Неотъемлемым средством в выстраивании образа другого народа, отдельных имагологических образов является использование иноязычной лексики, отражающей реалии жизни «чужих». Как правило, это слова приветствия, например, арабские приветствия salaam, ahalan [14, с. 269], названия блюд арабской кухни (makluba [22, с. 46], beama [23, с. 31], kubeh, za'atar [14, с. 253]), сакральная лексика (Inshaallah [23, с. 8], Allahu Akbar [22, с. 116]), а также социально-политические термины, самым известным из которых является intifada. Слово «интифада», которое, как утверждает известный американский литературный критик и политический активист палестинского происхождения Эдвард Саид, является единственным арабским словом, вошедшим в словарь мировой политики XX столетия [24, с. 5], происходит от арабского глагола intafada – 1. стряхиваться, вытряхиваться; 2. трястись, вздрагивать; 3. выступать, подниматься (против кого-л.); 4. вскакивать. Буквально означает восстание, революционное выступление [1, с. 820]. Обратимся к определению рассматриваемой лексемы в словарях английского языка: the Palestinian uprising against Israeli occupation of the West Bank and Gaza Strip [20]; a violent act of opposition by the Palestinian people to the Israeli occupation of the West Bank and Gaza Strip [16]; an armed uprising of Palestinians against Israeli occupation of the West Bank and Gaza Strip [21]; the Palestinian rebellion that started in 1987 as a protest against the Israeli occupation of the West Bank and Gaza Strip [19]. Таким образом, наряду с более нейтральным обозначением восстания против израильской оккупации, имеет место и указание на жесткость действий, и на использование оружия в ходе восстания.

По-разному представлена данная лексема и в исследуемых произведениях. Обратим внимание на следующие примеры:

1) What was it that pushed him to come here, in the middle of an intifada, with Palestinians and Israelis being injured and killed almost every day? [22, с. 64].

2) Then, in 1988, he was sent with his unit to the West Bank and Gaza to contain the Arab uprising, the intifada [14, с. 232].

3) But the intifada, I understand that. There's always been only one way to win freedom: through fighting. It's the way we won ours [14, с. 239].

4) He's from Ramallah, the Arab city on the West Bank of the Jordan River, where all the trouble is. Where the Intifada – the Arab underground – rules [23, с. 7].

5) You know how the Intifada works! When they bomb something or kill someone, they want the whole world to know what they did and why [23, с. 68].

Первые три примера иллюстрируют словарное значение термина intifada, при этом нельзя не отметить употребление неопределённого артикля перед рассматриваемой лексемой в первом отрывке, таким образом, an intifada рассматривается не в глобальном смысле как движение сопротивления, а как единичное проявление борьбы, очередная волна, вспышка длительного массового выступления. (Обратим здесь также внимание на вторично-предикативную конструкцию в пассивном залоге, позволяющем избежать упоминания исполнителя действия). В остальных примерах термин используется с определённым артиклем, указывающим на уникальное в своём роде общественно-политическое явление. Однако в последних двух примерах значение рассматриваемой лексемы значительно модифицируется, причём речь идёт даже не о коннотативном, а о денотативном значении. Толкование термина intifada посредством лексемы underground, определяемой Кембриджским словарём как: a group of people who secretly fight against the government [17], указывает не только на метонимический перенос значения «действие – люди, осуществляющие это действие», но и на значительное сужение объёма понятия, ведь в данном случае под интифадой подразумеваются подпольно организованные группы людей, хотя участниками интифады, согласно Национально политической энциклопедии [18], являлись помимо подростков, бросавших камни в израильских солдат, также и те, кто бойкотировал израильские товары. Из последнего примера ясно, что автор “The Enemy Has a Face” действительно подразумевает под понятием intifada участников террористических группировок.

Таким образом, употребление лексемы intifada, отражающей исторически значимое явление в палестино-израильском конфликте,

демонстрирует заметное изменение денотативного значения.

Как уже отмечалось, имагология базируется на дихотомии «свой-чужой», или «мы-они». Логично, что в произведениях, посвящённых многолетнему межнациональному конфликту, данное противопоставление своих чужим носит эксплицитный характер, актуализируясь, прежде всего, за счёт использования маркера чуждости *they*, семантической оппозиции *we – you* как варианта дихотомии *we – they* в прямом диалоге между израильскими и палестинскими персонажами, использования параллельных конструкций, образующих антитезу. Данные приёмы иллюстрируются следующими примерами:

1) “In destroying them, we destroy ourselves! They are like us! No worse, no better!” – “They are worse than us! We don’t go stabbing their children in the streets!” – “We shoot them instead! Does that make us morally superior?” – “We shoot them when they attack us! We’re fighters! They’re killers!” [14, с. 279].

2) You’re so typical! You Israelis treat us like we’re subhuman, like we can’t have feelings like you do. You think we don’t have people in Ramallah disappear all of a sudden? [23, с. 22].

В первом примере представлен фрагмент диалога между пожилым, уважаемым жителем кибуца Нэтом, выступающим за примирение израильской и палестинской сторон, и учениками школы, старшие из которых собираются на свои первые политические выборы, в которых они должны поддержать сторонников либо противников мирного сосуществования. В репликах Нэта оппозиция *we – they* используется не для разграничения, а для сопоставления, сравнения своих и чужих. Ответные реплики студентов жёстко противопоставляют члены дихотомии. Преступная деятельность чужих выражается через отрицание осуществления подобных актов своими (*We don’t go stabbing their children in the streets!*). Использование глагола *go* в сочетании с причастием настоящего времени *stabbing* имплицитно масштабно, повторяемость нападений со стороны чужих, что также подчёркивается множественным числом существительных. Наконец, в антитестически построенных восклицательных предложениях “*We’re fighters! They’re killers!*”, звучащих из уст подростков, лексема *fighters* по контрасту с ярлыком *killers* приобретает положительный прагматический заряд, ассоциируя «своих» с силами добра.

Второй пример демонстрирует эксплицитное выражение дихотомии *we – you*, а использова-

ние личного местоимения *you* в сочетании с существительным, обозначающим национальную принадлежность *Israelis*, усиливает обвинительный характер высказывания, приписывая озвученную характеристику всем жителям Израиля.

Вышеприведённые примеры демонстрируют, как палестинцы и израильтяне выступают в роли противоположных членов оппозиции «свой-чужие», «мы-они». Однако в ходе анализа исследуемого материала нами выявлено и другое смысловое наполнение рассматриваемой дихотомии. Зачастую «свои» могут оказаться опаснее «чужих», и тогда персонажи произведения, будь то израильтяне или палестинцы, оказываются чужими среди своих. Таким образом, дихотомия «мы-они» может приобрести следующую структуру: в круг «своих» входят одновременно израильтяне и палестинцы, представляющие рядовых жителей региона и ставших заложниками сложившейся конфликтной ситуации, а в роли второго члена при этом выступают либо отдельные группы представителей израильского государства: правительственная, военная верхушка, поселенцы, незаконно занявшие палестинские деревни, – либо палестинские вербовщики и руководители террористических организаций. Подобное выстраивание рассматриваемой семантической оппозиции позволяет продемонстрировать относительность и изменчивость её структуры. Обратим внимание на следующий пример:

Because, if they turn you into that kind of man, what it means to me – what it’s already begun to mean to me – is that I should have stayed in Canada. That it’s all been for nothing. That this wonderful country that began so bravely has a cancer eating it. That’s what your generation has to fight and chase away, Nimrod. Not a bunch of hyped-up kids [14, с. 241].

В данном отрывке, звучащем из уст пожилого израильтянина Нэта в разговоре со своим внуком, маркер чуждости *they* указывает на израильских офицеров, отдававших приказ солдатам ломать руки арестованным палестинским подросткам за то, что те бросали камни в представителей израильской армии. Жестокость израильских военных метафорично сравнивается с одной из самых опасных, смертоносных болезней – раком, поглощающим молодое израильское государство. Как известно, раковая опухоль способна быстро разрастаться в организме, активно поражая здоровые ткани, и победить рак можно, только удалив все поражённые участ-

ки. Такая мощная метафора подразумевает, как легко и незаметно можно превратить обычного молодого человека в бездушный инструмент для пыток. Противопоставление двух угроз – раковой болезни, поражающей государство, и группы возбуждённых подростков – демонстрирует очевидность необходимости остановить своеволие военных. Различное семантическое наполнение членов дихотомии *we – they* позволяет подчеркнуть относительность и условность традиционного противопоставления израильтян и палестинцев.

Рассмотрение образа палестинца в англоязычных произведениях, посвящённых палестино-израильскому конфликту, с позиций

лингвистической имагологии позволяет выявить потенциал языковых средств при осуществлении искренней попытки понять представителей противоположной стороны конфликта, уловить их мировосприятие, их отношение к сути противостояния. Сложный имагологический образ раскрывается с разных сторон: описание внешности, внутреннего мира, выявление причин сложившегося мировоззрения, сопоставление с кругом своих. В результате стереотипные представления о палестинцах вытесняются более зрелым, осмысленным взглядом, что указывает на готовность услышать «иных», даёт надежду на грамотную расстановку приоритетов в преодолении противоречий.

### Список литературы

1. Баранов Х. К. Арабско-русский словарь: ок. 42 000 слов. – 3-е. – М.: Издатель Валерий Костин, 2001. – 944 с.
2. Зеленин А.В. Немцы в русской культуре (Лингвистическая имагология) / А.В. Зеленин // Русский язык в школе. – 2013. – № 4. – С. 63-71.
3. Земсков В. Б. Россия на «переломе» // На переломе: образ России прошлой и современной в культуре и литературе Европы и Америки (конец XX- начало XXI вв.). – М.: Новый хронограф, 2011. – С. 4-26.
4. Иванова Л. П. Африка глазами Гумилёва (лингвоимагологический аспект) / Л. П. Иванова // Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2013. – Том 26 (65). № 1. – С. 471-477.
5. Иванова Л. П. Лингвоимагологические аспекты русского мировидения / Л. П. Иванова // Русский язык: исторические судьбы и современность: V Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, филологический университет, 18-21 марта 2014г.): Труды и материалы / Составители М. Л. Ремнёва, А. А. Поликарпов, О. В. Кукушкина. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2014. – 848 с. – С. 110-111.
6. Иванова Л. П. Синтез науки – архитектуры – религии как предмет лингвоимагологического описания (на материале публицистики Н. В. Гоголя) / Л. П. Иванова // Мир русского слова. – 2015. – № 1. – С. 52-56.
7. Королёва С. Б. Миф о России в британской культуре и литературе (до 1920-х годов): Монография. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 314 с.
8. Костина К. В. Аксиологический аспект языковой репрезентации образа России в современном немецком медиадискурсе: дис. ... кандидата филологических наук: 10. 02. 04. – Иркутск, 2011. – 171 с.
9. Ощепков, А.Р. Имагология / А.Р. Ощепков // Знание. Понимание. Умение. – 2010. – № 1. – С. 251 - 253.
10. Поляков О. Ю. Образы и «миражи» Хуго Дизеринка (к программе Аахенской школы компаративистики) / О. Ю. Поляков // Вестник Вятского государственного университета / Вятский государственный университет; Киров, 2013. – 121-125.
11. Поляков, О.Ю. Актуальные проблемы изучения рецепции и репрезентации национальных образов в свете имагологии / О.Ю. Поляков // Имагологические аспекты русской и зарубежных литератур: межвузовский сборник научных трудов / Вят. гос. гуманит. ун-т; отв. ред.: О.Ю. Поляков. – Киров: Радуга-ПРЕСС, 2012. – 270 с.
12. Теория и методология исторической науки. Терминологический словарь. Отв. ред. А.О. Чубарьян. [М.], 2014, с. 122-123.
13. Феррони В. В. Три лика Другого: “Другой”, “Иной”, “Чужой” // Вестник Воронежского государственного университета. 2012. № 1. С. 112-130.
14. Banks, Lynne Reid. Broken Bridge. New York: Avon Books, 1994. 314 p.
15. Beller M, Leerssen J.(eds.). Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters – A Critical Survey. Series: Studia Imagologica, vol. 13; series editors: Hugo Dyserinck and Joep Leerssen. Amsterdam; New York: Rodopi, 2007, 476 p.
16. <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/intifada> (дата обращения: 19.09.2017).
17. <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/underground> (дата обращения: 19.09.2017).
18. <http://politike.ru/termin/intifada.html> (дата обращения: 19.09.2017).
19. <http://www.ldoceonline.com/dictionary/intifada> (дата обращения: 19.09.2017).
20. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/intifada> (дата обращения: 19.09.2017).
21. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/intifada> (дата обращения: 19.09.2017).
22. Kass, Pnina. Real Time. Boston: Graphia, Houghton Mifflin Company, 2004. 186 p.
23. Miklowitz, Gloria. The Enemy Has a Face. Grand Rapids: Eerdmans Books for Young Readers, 2003. 139 p.

24. Said, Edward "Intifada and Independence." In *Intifada: The Palestinian Uprising Against Israeli Occupation*, edited by Zachary Lockman and Joel Beinin. Boston: South End Press, 1989, 423 p.

**Сведения об авторе:**

**Камалова Софья Дамировна** – аспирант, преподаватель кафедры английского языка №3 МГИМО (У) МИД России. Сфера научных и профессиональных интересов: имагология, лингвистическая имагология, инонациональные образы и стереотипы, палестино-израильский конфликт. E-mail: salyam19@mail.ru.

## THE IMAGE OF PALESTINIANS IN THE ISRAELI-PALESTINIAN CONFLICT

Sofya D. Kamalova

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76, Prospekt Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

**The Abstract:** *The article examines the image of Palestinians in English-language young adult fiction on the Israeli-Palestinian conflict as perceived by the Israeli side. The analysis is carried out within the scope of a new interdisciplinary field of research, i.e. linguistic imagology, which is focused on the linguistic means of creating an image of a foreign people. The article reveals theoretical aspects in the functioning of an imagological image, describes the structure and linguistic imagological mechanisms in the formation of the image of Palestinians as "the other" side of the Israeli-Palestinian conflict. An image is more complex than a stereotype, though the former can sometimes transform into the latter, which occurs in the speech of teenage Israeli characters from the books under analysis through the use of mythologems and labels. The author's speech and the speech of older characters indicate a more mature perception of the other side in the conflict, which is actualized in the use of aphoristic sayings. The dichotomy "we-they/ we-you" reveals the tendency to transform the opposition between civilian Israelis and Palestinians into their unification within one semantic group, which in its turn is opposed to the Israeli authorities and Palestinian leaders of extremist groups. The results of the research demonstrate the writers' attempts to overcome stereotypical perceptions of Palestinians by introducing a profound imagological image of the latter.*

**Key Words:** *linguistic imagology, Israeli-Palestinian conflict, image, stereotype, we-they dichotomy.*

### References

1. Baranov, Kh. K. *Arabsko-russkij slovar': ok.42000 slov.* [Arabic-Russian Dictionary, Third Edition]. M.: Izdadel' Valerij Kostin, 2001. – 944 p.
2. Zelenin, A. V. *Nemtsy v russkoy kul'ture (Lingvisticheskaja imagologija)* [Germans in Russian Culture (Linguistic Imagology)]. *Russkij jazik v shkole* [The Russian Language at School], 2013, no. 4, pp. 63-71.
3. Zemskov, V. B. *Rossija na "perelome"* [Russia at the Turning Point]. *Na perelome: obraz Rossii proshloj i sovremennoj kul'ture i literature Jevropi i Ameriki (konec XX-nachalo XXI vv.)* [At the Turning Point: the Image of Past and Present Russia in European and American Culture and Literature (at the end of the XX-the beginning of the XXI centuries), 2011, pp. 4-26.
4. Ivanova, L. P. *Afrika glazami Gumilyova (lingvoimagologicheskij aspekt)* [Africa in Gumilev's Eyes (Linguoimagological Aspect)]. *Uchyonije zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V. I. Vernadskogo* [Studies of Tavrida National Vernadsky University], 2013, vol. 26 (65), no. 1, pp. 471-477.
5. Ivanova, L. P. *Lingvoimagologicheskiye aspekti russkogo mirovidenija* [Linguoimagological Aspects of Russian Worldview]. *Russkij jazik: istoricheskije sud'bi i sovremennost': V Mezhdunarodnij kongress issledovatelej russkogo yazika* [The Russian Language: Historical Destiny and Modernity: V International Congress of Russian-language researchers], 2014, pp.110-111.
6. Ivanova, L. P. *Sintez nauki – arhitekturi – religii kak predmet lingvoimagologicheskogo opisanija (na material publicistiki Gogolya)* [Synthesis of Science – Architecture – Religion as the Subject of Linguoimagological Description (based on Gogol's Publicist Essays)]. *Mir russkogo slova* [The World of the Russian Word], 2015, no.1, pp.52-56.
7. Koroleva, S. B. *Mif o Rossii v britanskoj kul'ture i literature (do 1920-h godov)* [The Myth of Russia in British Culture and Literature (until 1920s)]. M.: Direkt-Media, 2014, 314 pp.
8. Kostina, K. V. *Aksiologicheskij aspekt jazikovoj reprezentacii obraza Rossii v sovremennom nemeckom mediadiskurse.* Diss. kand. filol. nauk [The Axiological Aspect of Verbal Representation of the Image of Russia in the Modern German Mediadiscourse. Cand. phil. sci. diss.]. Irkutsk, 2011, 171 pp.

9. Oshchepkov, A. R. Imagologija [Imagology]. Znaniye. Ponimaniye. Umenije [Knowledge. Understanding. Skill], 2010, no.1, pp. 251-253.
10. Polyakov, O. Y. Obrazi i "mirazhi" Hugo Dizerinka (k programme Aahenskoj shkoli komparativistiki) [Hugo Dyserinck's Images and "Mirages" (for the curriculum of Aachen School of Comparative Studies)]. Vestnik Vjatskogo Gosudarstvennogo universiteta [The Journal of Vyatka State University], Kirov, 2013, pp. 121-125.
11. Poljakov, O. Y. Aktual'nye problemi izuchenija recepcii i reprezentacii nacional'nih obrazov v svete imagologii [Topical Issues of Studying the Reception and Representation of a National Character in the light of Imagology]. Imagologicheskiye aspekti russkoj i zarubezhnoj literatur: mezhvuzovskij sbornik nauchnih trudov [Imagological Aspects of Russian and Foreign Literature: a Collection of Scientific Articles], Vjatskij gos. gumanit. un-t, Kirov, Raduga-Press, 2012, 270 p.
12. Teorija i Metodologija istoricheskoy nauki. Terminologicheskij slovar' [Theory and Methodology of the Historical Science. A Dictionary]. ed. by Chubaryan, A. O., M., 2014, pp. 122-123.
13. Ferroni, V. V. Tri Lika Drugogo: "drugoj", "inoj", "chuzhoj" [Three Faces of the Other: "Another", "Alien", "Stranger"]. Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta [The Journal of Voronezh State University], 2012, no. 1, pp. 112-130.
14. Banks, Lynne Reid. Broken Bridge. New York: Avon Books, 1994. 314 p.
15. Beller M, Leerssen J.(eds.). Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters – A Critical Survey. Series: Studia Imagologica, vol. 13; series editors: Hugo Dyserinck and Joep Leerssen. Amsterdam; New York: Rodopi, 2007, 476 p.
16. <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/intifada> (Accessed 19.09.2017).
17. <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/underground> (Accessed 19.09.2017).
18. <http://politike.ru/termin/intifada.html> (Accessed 19.09.2017).
19. <http://www.ldoceonline.com/dictionary/intifada> (Accessed 19.09.2017).
20. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/intifada> (Accessed 19.09.2017).
21. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/intifada> (Accessed 19.09.2017).
22. Kass, Pnina. Real Time. Boston: Graphia, Houghton Mifflin Company, 2004. 186 p.
23. Miklowitz, Gloria. The Enemy Has a Face. Grand Rapids: Eerdmans Books for Young Readers, 2003. 139 p.
24. Said, Edward "Intifada and Independence." In Intifada: The Palestinian Uprising Against Israeli Occupation, edited by Zachary Lockman and Joel Beinin. Boston: South End Press, 1989, 423 pp.

**About the author:**

**Sofya D. Kamalova** – postgraduate student, teacher, English Language Department №3, MGIMO University (Moscow, Russia). Spheres of research and professional interest: Imagology, Linguistic Imagology, Israeli-Palestinian conflict. E-mail: salyam19@mail.ru.

\* \* \*

---

# ПОСТМОДЕРНИСТСКИЕ НАРРАТИВНЫЕ ТЕХНИКИ В РОМАНЕ ИЭНА МАКЬЮЭНА «ИСКУПЛЕНИЕ»

Е.М. Караваева

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,  
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

---

*Опубликованный в 2001 году роман Иэна Макьюэна «Искупление» справедливо называют одной из лучших работ писателя. В основе романа лежит экстремальный опыт, поворотный момент, иррациональное стечение обстоятельств, в результате которого обычная, ничем не отличающаяся от других жизнь его героев меняется кардинальным образом. Богатые психологические характеристики персонажей, захватывающий сюжет, внимание к деталям и описанию природы позволяют говорить об «Искуплении» как о традиционном реалистичном романе. В то же время Макьюэн – мастер британского постмодернизма. В статье анализируются особенности постмодернистской поэтики романа: принцип монтажа, описание ситуации с разных точек зрения, игра с художественным временем. Автор статьи приходит к выводу, что черты постмодернистской поэтики в романе согласуются с современными тенденциями в рассмотрении философско-эстетических вопросов постмодернизма.*

**Ключевые слова:** *Иэн Макьюэн, постмодернизм, полифония, литературный монтаж, «Искупление», повествование.*

**И**эн Макьюэн считается одной из ведущих фигур современной британской литературы. Он стал известен после того, как в возрасте тридцати лет опубликовал два романа – «Цементный садик» (1978) и «Утешение странников» (1981). Произведения принесли ему «мрачную» славу: изобилуя натурализмом и насилием, они шокировали и пугали читателя. Но спустя почти четверть века он кардинально меняет направление: обращается к традиционному английскому исповедальному роману. Опубликованный в 2001 году роман «Искупление» заставил критиков говорить о «новом Макьюэне», занятом проблемами современного человека в реальных обстоятельствах жизни западного общества XX века. Многие критики справедливо называют «Искупление» одной из лучших работ автора [8-11]. На долю книги выпал громкий и безусловный успех, свидетельством чего могут служить и престижные награды, и перевод романа на многие языки мира, и ежегодные переиздания, а также экранизация Джо Райта 2007 года, вновь вызвавшая волну интереса читаю-

щей публики к роману. В основе романа лежит экстремальный опыт, поворотный момент, иррациональное стечение обстоятельств, в результате которого обычная, ничем не отличающаяся от других жизнь его героев меняется кардинальным образом. По наблюдениям многих исследователей [2; 4-8] огромное влияние на творчество Макьюэна оказали писатели эпохи модернизма Генри Джеймс и Вирджиния Вулф – признанные мастера психологического анализа и сочетания множества разнообразных микронарративов. Макьюэн – мастер британского постмодернизма. Прекрасным примером исследования романа в постмодернистском ключе является статья Брайана Финни “Briony’s Stand against Oblivion: The Making of Fiction in Ian McEwan’s Atonement”, в которой автор рассматривает «Искупление» как пример постмодернистской метапрозы и уделяет особое внимание интертекстуальным связям романа [7]. Влияние постмодернизма, безусловно, сказалось и на внешней форме романа. Принцип монтажа, полифония, сочетание различных нарративных техник, игра с художе-

ственным временем – все характерные для этого течения приёмы в полной мере используются автором и придают роману удивительную силу.

В данной статье мы рассмотрим, каким образом автор использует приём описания событий с разных точек зрения и литературный монтаж, характерные для эпохи постмодернизма.

Образ рассказчика является неотъемлемой составляющей повествования, поскольку именно с его помощью автор знакомит читателя с персонажами, представляет диалоги, место действия и события. Макьюэн мастерски применяет полифонию – «особую форму авторского видения мира и человека, реализованную в полифоническом романе. В полифонии все голоса равноправно ведут свои партии. М. М. Бахтин применил термин «полифония» прежде всего к творчеству Ф.М. Достоевского, имея в виду структурный принцип его романов, в которых голос каждого персонажа звучит как самостоятельная партия» [1, с. 203]. В «Искуплении» Макьюэн меняет голос рассказчика по ходу развития сюжета. Показывая ситуацию с разных точек зрения, автор добивается объёмности и глубины изображения событий и психологии героев: он раскрывает их внутренний мир, индивидуальные особенности персонажей, характеризующие их как личности.

Описание одних и тех же событий с разных точек зрения тесно связано с уникальной структурой романа, включающей три части и эпилог. Каждая часть отличается от других как по стилистическим характеристикам, так и благодаря использованию различных типов нарратива. Первая часть представлена большим числом рассказчиков; во второй повествование ведётся от имени Робби; в третьей части и эпилоге повествование ведётся от лица постаревшей Брайони Толлис, ставшей знаменитой писательницей.

Использование полифонии в первой части создаёт атмосферу неуверенности и зыбкости. Хотя повествование ведётся от третьего лица, читатель замечает, что образ рассказчика переходит от Брайони к Сесилии, Лоле и другим персонажам. Таким образом, автор не только придаёт объёмность личностям героев, но и усиливает ощущение двойственности и неуверенности. Читатель видит события с точки зрения разных персонажей, но все они преломляются под углом зрения Брайони. Некоторые ключевые сцены повествования повторяются несколько раз голосами их участников и свидетелей, например, инцидент у фонтана и сцена в библиотеке. Ин-

терпретация разными героями делает структуру повествования ещё более зыбкой. Интересно, что случай у фонтана представлен с четырёх точек зрения, хотя на первый взгляд может показаться, что с трёх: автор даёт возможность читателю увидеть это событие глазами неизвестного рассказчика; в глазах Брайони сцена выглядит угрозой и шантажом; Сесилия и Робби, размышляя о случившемся, создают свою версию, удобную каждому из них. По мере развития сюжета меняется и образ рассказчика. Сцена в библиотеке сначала представлена с точки зрения Брайони. Любовная сцена в глазах девочки превращается в попытку нападения: «Но, углубившись в библиотеку ещё на несколько шагов, Брайони увидела их – тёмные тени в дальнем углу. Хотя они оставались неподвижными, ей сразу показалось, что рукопашное сражение прервалось в самом разгаре. ... Поверх плеча Робби Брайони видела полные ужаса глаза сестры. Он повернулся, чтобы взглянуть, кто ему помешал, но не отпустил Сесилию, а стоял, зажав её, с поддёрнутой выше колен юбкой, в угол, где сходились книжные полки. Левая рука, обвив её шею, вцепилась в волосы, правой он держал её поднятую – то ли протестующую, то ли разящую – руку. Он казался таким огромным и взбешенным, а Сесилия с обнажёнными плечами и тонкими руками такой хрупкой, что Брайони даже представить не могла, чем всё это кончится, когда двинулась к ним» [3, с.173].

Брайони шокирована, но твёрдо верит, что спасла сестру от ужасного нападения. Именно Брайони как рассказчица называет это «сражением», Робби – «огромным и взбешенным», а Сесилию – «хрупкой». Позднее Макьюэн возвращает читателя к этой сцене через воспоминания Робби. За ужином, увидев Сесилию, Робби вспоминает, что произошло между ними в библиотеке: «Наконец-то они чувствовали себя незнакомцами, прошлое было забыто. Каждый из них и себе самому казался другим, не понимающим, кто он и где находится ... Они пребывали вне реального времени и пространства, там, где не было места ни воспоминаниям о прошлом, ни мыслям о будущем. Вокруг не существовало вообще ничего, кроме всепоглощающего ощущения, волнующего и нарастающего, кроме шуршания ткани и их неутомимой чувственной схватки» [3, с. 196]. Очевидно, что любовная сцена между Робби и Сесилией – это спонтанное проявление их чувств, а не злой умысел или насилие. Именно восприятие Брайони закладывает основу для

дальнейшего непонимания. Смещая точку зрения от одного персонажа к другому, Макьюэн влияет на восприятие читателя и на развитие сюжетной линии.

Во второй части романа автор снова использует этот приём: повествование переходит от Браойни к Робби. Глазами Робби читатель познаёт жестокость войны, верность любви и боль расставания. Предпочтя ужасы войны сводящей с ума тишине тюремной камеры, герой оказывается посреди высшего воплощения хаоса. Следуя за своим героем, автор беспристрастно описывает всё происходящее вокруг, задаваясь вопросом, сколько же может выдержать человек и к чему он способен привыкнуть. Сам Робби уже давно смирился с сумасшествием, царящим вокруг, думая лишь об одном – он должен выдержать и возвратиться к Сесилии. Только её голос, постоянно звучащий в его мыслях, удерживает его от безумия. В третьей части Брайони вновь занимает центральное положение. Во время сцены в больнице именно она становится рассказчицей, чтобы выразить чувство вины и искупления. Автор использует повествование от третьего лица, рассказывая историю искупления от начала романа до финала, тем самым делая её реальной. Интересно отметить, что в третьей части романа Макьюэн прибегает к повествованию от первого лица, применяя излюбленный приём постмодернистов, тем самым стирая грань между реальностью и условностью, изображением и воображением. Автор не ограничивается определёнными формами повествования, а, напротив, использует различные перспективы и голоса разных рассказчиков в соответствии с художественным замыслом. Повествование от третьего лица позволяет достигнуть эффекта объективности, в которую включены элементы иллюзии, в то время как повествование от первого лица позволяет проникнуть во внутренний мир персонажей. Таким образом, переплетая голоса различных персонажей – жертв и виновных – автор раскрывает одну из важных тем романа – тему воображения и художественного вымысла.

Ещё одним ярким примером использования приёмов постмодернизма в романе является литературный монтаж. Монтаж – это один из способов построения пространственно-временной композиции, позволяющий соединить отдельные части произведения в соответствии с темой в определённом порядке с целью создания драматического эффекта [6, с. 212]. Благодаря гибкости, точности и пространственному напря-

жению, монтаж применяется в разнообразных литературных жанрах. В отличие от традиционного повествования, «Искупление» предлагает читателю ряд картинок, сцен и иллюзий, чередуя персонажи и точки зрения, меняя время и пространство. Иногда сложно ощутить связь между следующими друг за другом частями текста. Читатель вынужден постоянно находиться в напряжении, выискивая связи и запоминая события, чтобы получить ясную картину происходящего. В романе Макьюэна монтаж прежде всего применяется для того, чтобы преодолеть ограничения времени и пространства, а также противопоставить реальность и вымысел. Роман охватывает длительный период времени: события в первой части разворачиваются за пять лет до начала Второй мировой войны, а третья часть датирована концом XX века. Изображая войну и историю любви, размышляя о жизни и творчестве, при помощи монтажа Макьюэн мастерски связывает прошлое и настоящее, воспоминания и реальность. Композиция романа подчинена сюжету. Автор делит текст на три относительно самостоятельные части, каждую из которых можно рассматривать как отдельный эпизод кино. Структура позволяет писателю выйти за границы времени и пространства и сконцентрироваться на отдельном моменте при помощи параллельного и перекрёстного видов монтажа. Повествование практически совершает скачок во времени. Первая часть, охватывающая по объёму больше половины романа, описывает только один день – жаркий летний день в доме семейства Толлис и может рассматриваться как самостоятельное произведение. Вторая часть романа описывает события спустя пять лет, в 1940 году во Франции. Автор избирает одно из самых бесславных событий Второй мировой войны, пережитых Великобританией – Дюнкеркскую операцию, когда британские солдаты получили приказ отступить из Франции и вернуться на родные земли. Последствия войны показаны и в третьей части, события которой разворачиваются приблизительно в тот же отрезок времени в Лондоне. Общая тема войны формирует параллельную структуру. Параллельный монтаж – это кинематографический приём, позволяющий двум линейным историям служить одной общей теме. В романе с помощью этого вида монтажа раскрывается тема войны: во второй части читатель наблюдает отступление глазами Робби, а в третьей – ужасы больницы с точки зрения Брайони. Эпилог датируется 1999 годом, спустя

полвека после основных событий. Две сюжетные линии романа – грех Брайони и её путь к искуплению и трагическая история любви Робби и Сесилии – тесно взаимосвязаны. Первая история является причиной трагедии во второй; в то же время именно трагедия вынуждает Брайони осуществить свой путь к искуплению.

Приём монтажа иногда реализуется при помощи техники воспоминаний. Макьюэн нарушает линейный ход времени, перенося читателя то в прошлое, то в будущее. Например, шестая глава заканчивается размышлениями страдающей от мигрени Эмили в день приезда её сына Леона и его друга Пола, а следующая седьмая глава переносит читателя в храм на острове, где Брайони сражается с крапивой. На самом деле это происходит задолго до приезда молодых людей, то есть до момента, когда разворачиваются основные события первой части романа. Автор сознательно нарушает последовательность событий и сбивает читателя с толку. Движение времени – вперёд или назад – позволяет автору удерживать внимание читателя. Несмотря на более широкое применение в кино, монтаж очень важен в литературе. Именно использование монтажа даёт большую свободу во времени и пространстве

всему повествованию, позволяя переместиться из Франции в Англию, сделать шаг из прошлого в будущее. Монтаж применяется и для того, чтобы обнажить отношения или эмоциональное состояние героев, разделённых обстоятельствами, например, желание Робби и Сесилии быть вместе. Таким образом, Макьюэн использует приём монтажа, чтобы проникнуть во внутренний мир персонажа, комбинирует субъективное и объективное повествование, тем самым оказывая максимально сильное воздействие на читателя.

Композиция романа комбинирует и объединяет различные жанры и стили в единую конструкцию. Повествование изобилует подробным описанием природы, полифонией, реминисценциями, переплетающимися историями, вновь и вновь проигрываемыми воспоминаниями. Богатые психологические характеристики персонажей и довольно традиционный сюжет позволяют говорить об «Искуплении» как о традиционном реалистичном романе. Однако обнаруживая черты постмодернистской поэтики, такие как поток сознания, полифония и монтаж, роман согласуется с современными тенденциями в рассмотрении философско-эстетических вопросов постмодернизма.

### Список литературы

1. Белокурова С.П. Словарь литературоведческих терминов // Санкт-Петербург: Паритет, 2006. 314с.
2. Джумайло О.А. Английский исповедально-философский роман 1980-2000гг.: автореф. дис. д-ра филол. наук. Ростов-на-Дону, 2014. 395с.
3. Макьюэн И. Искупление. М.: АСТ, 2004. 414с.
4. Медведев А.А. Особенности психологизма в романах Иэна Макьюэна («Искупление», «На берегу»)// Вестник Башкирского университета. 2014. Т.19, С. 1443-1447.
5. Фёдоров А.А. Модификация психологического романа и современная английская проза (Дж.Барнс, И. Макьюэн)// Российский гуманитарный журнал. 2012. Т. 1.№1, С. 14-22. DOI: 10.15643/libartrus-2012.1.2
6. Эстетика: Словарь/ Под общ.ред. А.А. Беляева и др. М.: Политиздат, 1989. 447 с.
7. Finney B. Briony's Stand against Oblivion: The Making of Fiction in Ian McEwan's Atonement // Journal of Modern Literature. 2004. Vol. 27. No.3, P. 68-82.
8. Han, J. and Wang, P. The Experimental Techniques in Ian McEwan's Atonement // Open Journal of Social Sciences. 2015. №3. P. 163-166.
9. Kermode F. Point of View// London Review of Books. – 2001. - 4 October. Lee Hermione. If Your Memories Serve You Well ...// The Observer. – 2001. – 23 September.
10. Mendelsohn Daniel. Unforgiven// New York. – 2002. – 18 March.
11. Mullan John. Between the Lines// Guardian. – 2003. – 8 March.
12. Rooney Anne. York Notes on “Atonement”. – Longman, 2006.

### Сведения об авторе:

**Караваяева Екатерина Михайловна** – кандидат филологических наук (специальность 10.01.03 – литература народов стран зарубежья (литература народов Европы и Америки), доцент кафедры английского языка №2, МГИМО МИД России (Россия, Москва). E-mail: gazoprovod-24@yandex.ru.

# NARRATIVE TECHNIQUES OF POSTMODERNISM IN IAN MCEWAN'S ATONEMENT

E. M. Karavaeva

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76, Prospekt Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

**The Abstract:** *Ian McEwan is one of the best-known and controversial contemporary British novelists. Atonement, which is regarded as the best of McEwan's novels and was shortlisted for Booker Prize in 2002, is a successful combination of traditional realistic narrative with modern experimental techniques. It displays features of modernism and postmodernism such as stream of consciousness, multiple voices, narrative montage and flashbacks. The narrative possesses a characteristic of hybridity in that it combines different genres and styles of writing into the framework of metafiction. The article explores the above mentioned techniques applied in Atonement which reinforce the artistic beauty of the novel and render excellence to its narrative. The ingenious hybridization of Atonement, the combination of multiple points of view with narrative montage makes it an outstanding novel and literary creation.*

**Key Words:** *Ian McEwan, narrative techniques, Atonement, montage, multiple points of view.*

## References

1. Belokurova S.P. Slovar literaturnykh terminov [Dictionary of literature terms] // Sankt-Peterburg: Paritet, 2006. 314p.
2. Djumaylo O.A. Angliiskii ispovedalno-filosofskii roman 1980-2000 [English confessional philosophical novel 1980-2000]: avtoref. diss. d-ra filolog. nauk Rostov-na-Donu, 2014. 395p.
3. McEwan I. Iskuplenie [Atonement]. M.: AST, 2000, 414p.
4. Medvedev A.A. Osobennosti psychologizma v romanakh Iana McEwana ("Iskuplenie", "Na beregu") [Psychological features in Ian McEwan's novels ('Atonement', 'On Chesil Beach')]// Vestnik Bashkirskogo universiteta. 2014. T.19, pp. 1443-1447.
5. Fedorov A.A. Modifikatsia psikhologicheskogo romana i sovremennaya angliiskaya proza (J. Barns, I. McEwan) [The modification of psychological novel and contemporary English prose (J. Barns, I. McEwan)]// Rossiiskii gumanitarnyi journal. 2012, T. 1, №1, pp. 14-22. DOI: 10.15643/libartrus-2012.1.2
6. Estetika: Slovar/ Pod. ob. red. A.A. Belyaeva i dr. [Aesthetics: Dictionary]. M.: Politizdat, 1989, 447 p.
7. Finney B. Briony's Stand against Oblivion: The Making of Fiction in Ian McEwan's Atonement // Journal of Modern Literature. 2004. Vol. 27. No.3, pp. 68-82.
8. Han, J. and Wang, P. The Experimental Techniques in Ian McEwan's Atonement // Open Journal of Social Sciences. 2015. №3. pp. 163-166.
9. Kermode F. Point of View// London Review of Books. – 2001. - 4 October. Lee Hermione. If Your Memories Serve You Well ...// The Observer. – 2001. – 23 September.
10. Mendelsohn Daniel. Unforgiven// New York. – 2002. – 18 March.
11. Mullan John. Between the Lines// Guardian. – 2003. – 8 March.
12. Rooney Anne. York Notes on "Atonement". – Longman, 2006.

## About the author:

**Karavaeva Ekaterina Mikhailovna** – Master of Arts (Literature of foreign countries), Assistant Professor, MGIMO University, 76, Vernadskiy avenue, Moscow, 119454; gazoprovod-24@yandex.ru.

\* \* \*

---

# ОТЗЫВ НА МОНОГРАФИЮ Е.Ф. ОВЧАРЕНКО «У ИСТОКОВ ПЕЧАТИ КВЕБЕКА (1534 – 1806)»

Клоков Василий Тихонович,  
доктор филологических наук,  
профессор Саратовского национального исследовательского  
государственного университета имени Н.Г. Чернышевского

Монография Е.Ф. Овчаренко представляет собой описание периода зарождения и развития квебекской франкоязычной печати в XVI – XVIII вв. В книге рассказывается о публикации первых документов на французском языке в Новой Франции и появлении первых газет в провинции Квебек Канадской конфедерации на фоне анализа широкой картины общественной и политической жизни американского континента того периода.

Книга включает в себя Предисловие, четыре Основные главы, Заключение, Список библиографии и Приложение.

В Предисловии автор описывает особенности изучения соответствующих вопросов журналистики российскими и зарубежными историками и илологами. Особое место в этом анализе отводится российской канадоведческой школе.

В первой главе «Моряк и монах у колыбели Новой Франции. Первые книги и печатные издания на территории будущего Квебека (1534–1759)» отмечается, что с самого начала в Новой Франции в качестве языка административных дел стал употребляться литературный французский язык, форма которого изначально отработывалась во Франции на основе парижского языка XVII–XVIII вв. Канадские чиновники, священнослужители и другие категории образованных людей пользовались именно этой формой французской речи. На ней чиновники писали деловые бумаги, солдаты получали команды, священники общались с паствой. В сформированных здесь школах обучение детей географии, истории, математике, литературе и другим предметам осуществлялось на французском языке, в то время как во Франции школа ещё долгое время оставалась латинизированной. Некоторые

французы приезжали в Новую Францию, получив до этого хорошее образование в Европе. Франко-канадцы поддерживали тесные связи с французскими просвещёнными кругами, ездили в Европу по служебным и частным делам, принимали своих зарубежных коллег. Очень скоро в Новой Франции до 90% населения стало учиться писать и читать на французском языке, однако метрополия так и не позаботилась об открытии в этой колонии типографии. Все книги и газеты привозились из Франции, там же печатались «Реляции» иезуитов – своеобразные периодические издания-отчёты о жизни и деятельности ордена в Канаде.

Во второй главе «После битвы на равнине Авраама. Возникновение франко-канадского национального вопроса. “Квебекская газета” – первое периодическое издание колонии (1759–1774)» речь идёт об установлении британского правления в Канаде, включая Квебек, что затормозило развитие образования среди франко-канадцев и привело к значительному снижению уровня их грамотности. Однако именно после перехода Новой Франции к Британии в 1764 году вышел первый номер двуязычной (англо-французской) газеты «La Gazette de Québec» – «Quebec Gazette» (в г. Квебеке, административном центре), что позволило некоторым историкам говорить о «цивилизаторской миссии» завоевания Англией бывшей французской колонии. «Квебекская газета» стала первым периодическим изданием колонии, которое издатели умудрялись выпускать даже в период осады Квебека (во время Американской войны за независимость). Почти все её номера были двуязычными: на одной странице печаталась статья на английском языке, а на обороте – её перевод на французский. Ино-

гда страница делилась на две колонки: в левой (более престижной) печатался текст на английском, а в правой – перевод этого текста на французский язык. В таком положении французский текст, естественно, был переполнен английскими вкраплениями и заимствованиями, английской технической, социально-политической и экономической терминологией. Отметим, что уже в первых выпусках газеты встречались такие слова, как *coroner*, *foreman*, *warrant* и др. Так как газета специально публиковала репортажи о дебатах в британской Палате общин, частыми и многочисленными были в ней заимствования, связанные с парламентской практикой: *bill*, *orateur*, *speaker* и др. Таким образом, выпуски первой газеты колонии на французском языке – *La Gazette de Québec* – оказались мощным проводником английской лексики во французский язык Квебека.

Третья глава монографии «Бенджамин Франклин – “отец печати Квебека” или американский колонизатор? “Газетт литерер” Флери Мепле (1774–1783)» посвящена деятельности этого известного американского политического деятеля, дипломата, изобретателя, писателя, журналиста и издателя, и его роли в создании «Квебекской газеты» и «Газетт литерер». Е.Ф. Овчаренко довольно развёрнуто представляет факты, связанные с участием Бенджамина Франклина в появлении этих газет. Так, французский печатник Ф. Мепле, которого Б. Франклин уговорил перебраться в Америку и рекомендовал Континентальному конгрессу, во время войны за независимость оказался с миссией Франклина в Квебеке, был арестован и несколько лет спустя, в 1778 году основал вторую газету колонии, первоначально выходившую только на французском языке. Однако даже опытный дипломат Франклин не сумел склонить жителей Квебека стать 14-й восставшей колонией, поддержать борьбу против Британии, а в перспективе – войти в состав США. Зато Квебек получил, благодаря Ф. Мепле, вторую типографию (в Монреале) и вторую газету.

Четвёртая глава «Появление в Квебеке политической публицистики. Второе рождение газеты Флери Мепле. Две Канады. Печать Квебека на рубеже XVIII – XIX веков (1783–1806)» рассказывает о политической публицистике, появившейся и развивавшейся в Квебеке на рубеже XVIII–XIX вв., а также о расширении сети печатных изданий. В те времена Квебек (с 1791 г. – Нижняя Канада) уже представлял собой тер-

риторию, управляемую парламентом, в котором большинство депутатов были франкофонами. Тем не менее, в законах от 1774 и 1791 гг., касавшихся устройства Нижней Канады, какие-либо положения об официальном статусе и практическом использовании языков отсутствовали. Однако на заседаниях законодательного собрания вопрос о языках не раз обсуждался со всей остротой. Франкофоны выступали за то, чтобы их парламентское большинство и председатель парламента (нередко франкоговорящий) имели возможность изъясняться на родном языке. Также широко обсуждалась необходимость использования в парламентских документах и дискуссиях перевода на французский язык.

В этот период две первые газеты колонии много писали о революционных событиях в бывшей метрополии – во Франции была свергнута монархия, провозглашены свобода, равенство, братство и велись гражданские войны. В Квебеке также осуществлялись важные политические события, при которых французский язык, пусть очень медленно, но всё же укреплял свои позиции. Нужно было дождаться Спокойной революции середины XX в., чтобы во всех сферах использования французский язык Квебека получил статус квебекского национального варианта.

В Заключении работы, озаглавленном «Судьба первых газет Квебека в Канадской конфедерации. Историческое значение “Квебекской газеты” и “Газетт де Монреаль”», автор пишет: «Подводя итоги начального этапа развития печати в Квебеке, отметим, что хотя честь открытия Канады в 1534 году принадлежит французам, за более чем два столетия существования их североамериканских владений (до 1759 года) там так и не появилось ни печатных прессов, ни газет. Первой газетой современной Канадской конфедерации стала в 1752 году англоязычная “Галифакс газетт” (Новая Шотландия), а в южных британских колониях – будущих США газеты появились ещё раньше. Первое двуязычное издание Канады – “Квебекская газета”, родившаяся после заключения Парижского мира и перехода французской колонии к Британской короне, оказалась и первой на французском языке. Прошло ещё 14 лет, прежде чем в эпоху Американской революции, в 1778 году, появилась газета только на французском – “Коммерческая и литературная газета для Монреаля и его окрестностей” Флери Мепле» (с. 65–66).

Библиография в рецензируемом издании включает в себя 75 наименований использован-

ной литературы (монографий и научных статей) по представляемой тематике: история Канады и Квебека, история журналистики и литературы. Почти половина использованных текстов относится к франкоязычной литературе квебекских авторов.

Приложение, составленное автором книги, включает в себя «Слово в контексте времени. Страницы истории Квебека от первого лица» (переводы фрагментов документальных текстов

XVIII–XIX вв. по теме работы), а также «Хронологию важнейших событий», «Указатель имён» и «Указатель периодических изданий».

Можно с уверенностью сказать, что монография Е.Ф. Овчаренко привлечёт внимание исследователей истории Квебека и, в частности, тех, кто изучает особенности развития медиа и использования французского языка в современной квебекской журналистике.

# ЛЕГЕНДА ОБ АГАСФЕРЕ И ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ОБРАЗА В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ XVIII – XIX ВЕКОВ

Е.Е. Наумова

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,  
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

*Статья посвящена одному из так называемых «вечных образов» мировой литературы – Агасферу. Автор делает попытку определить место данного образа в ряду подобных – Прометей, Фауста, Каина, Дон Жуана и других; выявляет ту его особенность, которая обуславливает принципиально иной характер его интерпретации в различных литературных произведениях, а именно отсутствие привязки к фабуле, и следовательно – неограниченные возможности для построения сюжета.*

*В статье содержится обзор различных фольклорных и летописных источников образа Агасфера и делается вывод о том, что в литературу он пришёл из вышедшей в 1602 году немецкой народной книги. Автор показывает, что появление первых литературных интерпретаций образа в Германии в конце XVIII века является закономерным; выявляет их связь с движением «Буря и натиск» и проявившимся в этом движении разочарованием в идеях и идеалах Просвещения.*

*В статье предпринята попытка на примерах произведений И.В. Гёте, К.Ф.Д. Шубарта, Н. Ленау, Р. Гамерлинга проследить, как меняется трактовка образа Агасфера в зависимости от творческого метода, к которому можно отнести творчество названных писателей – просветительский классицизм, предромантизм, романтизм.*

**Ключевые слова:** творческий метод, Агасфер, «вечный образ», немецкая народная книга, Просвещение, классицизм, предромантизм, романтизм, движение «Буря и натиск».

**В** III главе «Евгения Онегина», характеризую литературные увлечения современников, А.С. Пушкин писал:

«Британской музы небылицы  
Тревожат сон отроковицы,  
И стал теперь её кумир  
Или задумчивый Вампир,  
Или Мельмот, бродяга мрачный,  
Иль Вечный Жид, или Корсар,  
Или таинственный Сбогар» [27, с.52-53].

Рядом с романтическими героями вполне конкретных, очень известных произведений Дж.Г.Н. Байрона, Ч.Р. Метьюрина, Ш. Нодье – Вечный Жид. Какое произведение и какого автора имеет в виду А.С. Пушкин? Ответить однозначно на этот вопрос оказывается невозможным.

Легендарный образ Агасфера – иерусалимского сапожника, оскорбившего Христа во время его шествия на Голгофу и осуждённого за это на вечное скитание, вошёл в литературу в конце XVIII века, а в XIX веке получил широкое распространение почти во всех европейских литературах. Так, в этот период к нему обращались: в Германии – И.В. Гёте, К.Ф.Д. Шубарт, Х.А.О. Райхард, М. Геллер, И.Л.В. Мюллер, А.В. Шлегель, Л. Келлер, Э. фон Шенк, А. Шрайбер, А. фон Шамиссо, Э.А. Клингеманн, Ю. Мозен, Т. Крейценнах, В. Лангевише, З. Геллер, Ф. Маутнер; в Австрии – Й.К. фон Цедлиц, Н. Ленау, Р. Гамерлинг; в Англии – М.Г. Льюис, У. Вордсворт, П.Б. Шелли, Т. Медвин, Дж. Кроули и другие; во Франции – П.Ж. Беранже, П. Дюпон, Э. Кинэ, Э. Сю,

Э. Гренье, А. Ламартин; в Польше – Я. Потоцкий; в Венгрии – Я. Арань, в Дании – Г.Х. Андерсен; в Швеции – Ю.А. Стриндберг; в России – А.С. Пушкин, В.К. Кюхельбекер, В.А. Жуковский, Е.А. Баратынский, Е. Бернет (А.К. Жуковский), Э. Губер, А.Ф. Вельтман, С.Г. Фруг и другие; в Италии – А.Граф.

Образ Агасфера присутствует также в литературе XX века. В русской литературе он встречается у В.Я. Брюсова, А.С. Вознесенского (Бродского), И. Ильфа и Е. Петрова, В.В. Набокова, Л. Мартынова, Вс. Иванова, А. Ломма; в зарубежной литературе – В. Йенса и С. Гейма (Германия), Ф. Дюрренматта (Швейцария), Ж. д'Ормессона (Франция), Х.Л. Борхеса (Аргентина), П. Хальстрёма и П.Ф. Лагерквиста (Швеция), Х.Х. Зеедорфа (Дания). Из изданий XXI века можно упомянуть сборник рассказов С. Сенькина «Покаяние Агасфера».

Огромное количество литературных обработок легенды об Агасфере, обращение к образу писателями разных стран на протяжении нескольких веков позволяют отнести данный образ к числу так называемых «вечных» или «мировых образов», к которым принадлежат Фауст, Дон-Жуан, Каин, Прометей и другие.

В мировом литературоведении существует богатая и плодотворная традиция рассмотрения «вечных образов» в связи с самыми различными аспектами истории и теории литературы. В советский период рассмотрению этой проблемы посвятили свои работы П.Н. Берков, И.М. Нусинов, И.А. Бернштейн. Конкретным «мировым образам» посвящены труды В.М. Жирмунского (исследование образа Фауста), А.Ф. Лосева (исследование образа Прометея), С.С. Аверинцева (миф об Эдипе) и др.

В то же время целый ряд проблем нуждается в изучении на современном уровне развития науки, с учётом новейших подходов к изучению истории и теории литературы. Вопросы, остававшиеся за пределами внимания литературоведов, возникают сейчас в связи с появлением новых возможностей для исследований, обусловленных развитием информационного общества и доступом к огромному количеству источников. Развитие сравнительного литературоведения в последнее время, тот принципиальный вклад, который внесли в разработку проблемы «вечных образов» современные исследователи (О.В. Комиссарова, Б.Н. Гайдин, С.В. Бурдина) позволяют в связи с проблемой «вечных образов» по-новому поставить вопрос о взаимодействии

различных национальных литератур, типологической общности совершаемых в них художественных открытий.

Новый подход к проблеме «вечных образов» обусловлен также разработкой теории творческого метода. Раньше «вечные образы» рассматривались преимущественно в русле национальной традиции, исследователей в первую очередь интересовали их *национальные* варианты и модификации. Так, И.А. Бернштейн, формулируя задачи своего исследования, пишет: «Художественное воплощение вековых образов – тот плацдарм, на котором ясно вырисовывается ... и традиционное, и новаторское в литературе. И если мы присмотримся к их функционированию в культуре..., то нам будет легче ответить на вопрос, что эти литературы черпают из мирового культурного источника и каков же их *собственный оригинальный вклад в это общее достояние*» (курсив наш – Е.Н.) [6, с. 92].

Однако П.Н. Берков указывал на необходимость и другого подхода к рассмотрению вечных образов: «Каждая эпоха, каждая литературно-эстетическая группировка в зависимости от своих философских и политических воззрений “отбирала” для обработки тот или иной “мировой образ” и вкладывала в него своё, обусловленное всем указанным выше, понимание» [5, с. 121].

Изучение функционирования «вечного образа» в рамках того или иного художественного метода позволяет по-новому решать проблему генетических связей подобного образа. Становится возможным выявление связи не только между различными версиями одного и того же образа у разных писателей, но и связи «вечного образа» с близкими, подобными, но оригинальными образами, имеющими не только черты сходства с «вечными образами», но иногда и весьма существенные отличия, а также с персонажами, синтезирующими в себе несколько «вечных образов».

Рассмотрение «вечного образа» и его модификации, в свою очередь, позволяет исследовать специфику художественной категории характера и её развитие под влиянием исторически меняющихся творческих методов.

Наконец, за пределами внимания исследователей оставался ещё один важный аспект изучения «вечных образов». Речь идёт о литературной рецепции, восприятии читателем художественного произведения. Изучение вечных образов с этой точки зрения также может дать чрезвычайно богатый материал.

Так, встретив в произведении «вечный образ», читатель начинает воспринимать его с определённой установкой: с одной стороны, он «узнаёт» его благодаря традиционному набору конstitutивных, повторяющихся качеств или реагируя на само имя персонажа (которое подразумевает набор этих качеств), при этом читатель заранее ждёт каких-то стандартных ситуаций и вполне определённого поведения, закреплённых и освящённых традицией; с другой стороны, каждое новое обращение к вечному образу настраивает читателя на поиски новизны, неожиданности в его осмыслении писателем, без чего само обращение к вечному образу утрачивает смысл. В этом проявляется внутренняя амбивалентность восприятия вечных образов, позволяющая писателю делать акцент на важных для него моментах (любое «отклонение» от традиционной трактовки «знакового» образа неизбежно фиксируется в сознании читателя). По сути дела, использование традиции становится художественным приёмом, вытекающим из специфического единства содержания и формы литературного произведения. Это также очень важная проблема, ожидающая своего рассмотрения.

Разумеется, освещение всех этих вопросов в пределах одной статьи невозможно. Настоящая работа посвящена лишь одному «вечному образу» – Агасферу – в немецкоязычной литературе XVIII – первой половины XIX века. Автор статьи ставит задачу выявить закономерности осмысления данного образа немецкоязычными писателями в зависимости от принадлежности их творчества к тому или иному творческому методу. Анализ образа Агасфера представляется чрезвычайно актуальным в силу целого ряда причин. Во-первых, в ряду «мировых образов» он наименее изучен к настоящему времени. Между тем, он обладает несколькими принципиально важными с точки зрения его позднейшей трансформации особенностями, выделяющими его из традиционного ряда «мировых образов»: Фауста, Дон-Жуана, Прометея и некоторых других. Эти особенности проявляются в характере связи образа с традиционными, обязательно повторяющимися сюжетными коллизиями; тема скитания не только делает необязательной эту повторяемость, но и требует варьирования сюжета, системы образов, характеров-антагонистов. По существу, единственным обязательным событием сюжета оказывается традиционная завязка, в которой содержится объяснение причины последующих скитаний – пресловутая сцена у порога дома.

Отсутствие связанной с этим образом жёсткой сюжетной схемы приводит к тому, что в литературе не только возникает множество его истолкований, но и на его основе появляются новые, генетически связанные с ним и одновременно оригинальные персонажи (Старый Мореход у С.Т. Кольриджа, Мельмот-Скиталец у Ч.Р. Метьюрина, Иван из «Страшной мести» Н.В. Гоголя, Понтий Пилат у М.А. Булгакова).

Кроме того, образ вечного скитальца Агасфера как раз в силу обязательно сопутствующей ему темы скитаний приобретает своеобразную интернациональность, космополитизм. Так, для Агасфера не существует границ, он может оказаться в любом месте земного шара. Это обуславливает органичность восприятия этого образа различными национальными литературами, его широкую распространённость в странах Европы и Америки, а также возникновение на его основе национальных вариантов скитальцев.

Распространённость и вариативность образа нередко порождает в национальных литературах сопоставление и взаимодействие с образами национального фольклора. (Например, параллель Агасфер – Кощей Бессмертный в «Кошеч Бессмертном» А.Ф. Вельтмана и «Агасфере» Вс. Иванова, Агасфер – Оссиан в английской поэзии и т.п.). На эту особенность обращал внимание С.С. Аверинцев: «В фольклорной традиции Агасфер оказывался в отношениях взаимозаменяемости с другими фигурами скитальцев (Дикий охотник и др.) и вообще существами, с которыми возможна неожиданная и страшная встреча (например, Рюбецаль, горный дух средневековых легенд)» [1, с. 34].

Обращение к образу вечных скитальцев, как правило, предполагает осмысление темы человеческого бессмертия, своими корнями уходящее в фольклорные традиции (амброзия и нектар, дающие бессмертие в древнегреческой мифологии, молодильные яблоки и живая вода в славянском фольклоре, источник жизни у корней волшебного ясеня Игдрасиля в древнегерманских сказаниях и т.д.). Сопоставление с фольклором позволяет проследить изменение отношения к бессмертию. В фольклорной традиции бессмертие – мечта человека, в литературной – проклятие.

Легенда об Агасфере даёт писателю возможность поставить и попытаться разрешить философскую проблему преступления и наказания, приобретающую особую актуальность в связи с развитием европейского либерализма, представлений о свободе личности, неизбежно свя-

занных с попытками понять, каковы границы этой свободы.

Но как появился в литературе этот образ? Каковы его источники? Есть ли у него фольклорные корни? Литературная традиция осмысления образа Агасфера восходит к немецкому варианту народной легенды, впервые зафиксированной в народной книге «Краткое повествование о некоем иудее из Иерусалима по имени Агасфер, который самолично присутствовал при распятии Христа, а также кричал вместе с другими: «Распни его» – и взывал о Варраве», вышедшей в 1602 году. В этой книге описывается встреча шлезвигского епископа Пауля фон Эйтцена с иерусалимским сапожником Агасфером, который рассказал ему свою историю. Агасфер – свидетель земной жизни Иисуса Христа. Когда Христос нёс на Голгофу свой крест, он остановился возле дома Агасфера, чтобы перевести дух, но последний обошёл с ним грубо и не разрешил приблизиться к своему жилищу, сказав ему при этом: «Иди, иди!», на что Христос ответил: «Я остановлюсь и отдохну, а ты пойдешь». Агасфер тотчас же отправился в путь, обречённый скитаться до дня Страшного суда. Именно этот вариант легенды приобрёл широкую популярность и стал источником последующих литературных версий.

Любопытно, что даже так называемые «классики марксизма-ленинизма» не избежали высказываний об этом образе. Так, Ф. Энгельс справедливо подчёркивал «важность сказания об Агасфере для новейшей поэзии» и говорил о том, что «каждая эпоха может, не изменяя его существа, присвоить его себе» [24, с. 510].

Многое в происхождении этой легенды до сих пор остаётся неясным. Специальному исследованию самой легенды о Вечном Жиде посвящены многие исследования, в том числе и русских учёных – А.Н. Веселовского и В.П. Адриановой-Перетц.

Легенда о Вечном Жиде – христианская по содержанию, однако её нет ни в канонических евангелиях, ни в другой новозаветной литературе, ни в одном из известных апокрифов. Единственные источники, где она встречается – летописные. Самые ранние упоминания о легенде датируются первой половиной XIII века, однако широкой популярностью она начинает пользоваться с начала XVII века, после выхода немецкой народной книги.

В книге впервые встречается имя Агасфер, впервые называется его профессия – сапожник,

впервые указывается его еврейская национальность. Этот вариант легенды, по-видимому, сложился в результате смешения нескольких историй о живых людях, якобы видевших Иисуса Христа. Появление таких легенд в Средневековье вполне закономерно и объясняется потребностью средневекового человека в свидетельстве. Так, традиционным в средневековой литературе является рассказ об аде «грешника, терзаемого в аду и получившего разрешение поведать о своих муках тем лицам, коим он явился с того света» [13, с. 184]. Вероятно, развитие жанра загробного видения и появление легенд о неумирающих свидетелях явления бога вызвано одними и теми же предпосылками: «...для средневекового сознания радикальная граница, разделяющая жизнь и смерть, была частично размыта» [13, с. 184].

Установка на «свидетельство» объясняет популярность легенды именно в XVII веке, в период Реформации, для которого особенно характерно ожидание скорого пришествия Антихриста. Отсюда потребность в свидетеле земной жизни Христа, ибо только он сможет опознать Антихриста. В связи с этим закономерно оказывается распространение легенды о Вечном Жиде именно в Германии. Однако более ранние варианты легенды об Агасфере сложились в других европейских странах. Эти легенды о людях, наказанных бессмертием за преступление против бога, можно объединить в четыре группы.

Первая группа – легенды об Иоанне Буттадеосе. Они повествуют о человеке, ударившем Христа во время его шествия на Голгофу (Буттадеос – «ударивший бога») и сказавшем ему при этом: «Ступай мимо, отправляйся на смерть». За это Буттадеос наказан вечной жизнью. Эта группа легенд появилась в Италии, первые зафиксированные их источники датируются XIII веком («Астрономический трактат» Гвидо Боннатти, 1267).

В Италии локализуется также и другая группа легенд – итальянские народные предания о Малхе. Малх, служитель Анны, ударил Иисуса по щеке, сказав: «Так отвечаешь ты первосвященнику?» В наказание за свою дерзость Малх осуждён на вечное пребывание в подземном склепе, где он безостановочно ходит вокруг столба.

Третья группа легенд связана с Англией, с «Большой хроникой» Матвея Парижского (ок. 1250), куда включён рассказ монаха Сент-Альбанского аббатства Роджера Вендоуэра о встрече с армянским архиепископом, рассказав-

шем об Иосифе Картафиле. Картафил, привратник претории в Иерусалиме, ударил идущего на Голгофу Христа, сказав ему с презрительной усмешкой: «Иди же скорее Иисус, что ты так медлишь!», – на что Христос ответил: «Я иду, но ты будешь ждать моего возвращения». С этой поры Картафил живёт в Армении, ожидая второго пришествия. Он раскаялся, приняв крещение, и ведёт жизнь праведника. В отличие от Буттадеоса и Агасфера он не обречён на скитания и живёт на одном месте. Каждый раз, когда ему минет сто лет, на него нападает болезнь, кажущаяся неизлечимой, но затем он снова становится здоровым и молодым.

Очевидно, на основании всех этих легенд и сложился немецкий вариант, зафиксированный в народной книге. Именно он стал основным источником литературных версий легенды об Агасфере не только в западноевропейских странах, но и в России, несмотря на то, что в древнерусских «Вопросах и ответах» также встречается легенда о неумирающем свидетеле земной жизни бога – сотнике Лонгине, который ударил Христа по щеке и был осуждён за это на вечную муку: его трижды в день поглощает зверь и трижды Лонгин снова оживает.

Итак, легенда о Вечном Жиде в различных её вариантах встречается в летописных источниках и фольклоре начиная с XIII века, а после выхода в 1602 году немецкой народной книги об Агасфере приобретает широкую популярность сначала в Германии, а затем и в других европейских странах.

Несмотря на широкую популярность образа Вечного Жиды в фольклоре, достоянием литературы он становится только в конце XVIII века. Это вполне закономерно с историко-литературной точки зрения. Образ космополита Агасфера, наделённого вечной жизнью и лишённого возможности использовать её для полезной деятельности, был неприемлем ни для классицистской литературы XVII века, проникнутой идеей государственности, ни для просветительской литературы XVIII века с её оптимизмом, верой в силу человеческого разума, в прогресс, связанный с созидательной деятельностью формирующейся буржуазии. Само преступление Агасфера и наказание, наложенное на него богом, вряд ли могут быть поняты и оценены с позиций философии рационализма.

Вполне понятным оказывается «открытие» образа Агасфера литературой в конце XVIII века, когда появляются первые антипросветительские

тенденции, когда рационалистические идеалы терпят кризис, когда в литературе формируется новое течение – предромантизм, отрицающий рационализм Просвещения и опирающийся на агностицизм. Для предромантизма характерно активное взаимодействие литературы с фольклором, использование фольклорных образов в литературе.

Первые литературные версии легенды об Агасфере связаны с Германией, с движением «Буря и натиск», прежде всего с творчеством И.В. Гёте. В 1774 году он задумал поэму «Агасфер». Были написаны отдельные отрывки, но завершена работа не была. В третьей книге «Поэзии и правды», вышедшей в 1814 году, он пишет о замысле поэмы о Вечном Жиде: «...я расскажу, как сложилась у меня фабула этой вещи и какой смысл я в неё вложил» [12, с. 538]. Изложение замысла позволяет нам судить о понимании немецким классиком образа Агасфера.

Агасфер у И.В. Гёте наделён умом и юмором, «облагорожен любовью к Христу». Он выступает как своеобразный идеолог ремесленного сословия, к которому сам принадлежит: в мастерской, находящейся под открытым небом, «он любил вступать в разговор с прохожими, ... подобно Сократу, каждого умел вовлечь в беседу; соседи и другие простолюдины охотно вкрут него собирались, иной раз наведывались фарисеи и саддукеи» [12, с. 539]. Он, «помышлявший только о житейском» [12, с. 539], старается и Иисуса «приобщить к своему пониманию жизни» [12, с. 539].

Больше всего Агасфер боится, что в результате проповедей Христа в городе начнутся беспорядки. Он постоянно говорит об этом Иисусу. Упрёки, которые бросает Агасфер Христу, идущему на Голгофу, вызваны досадой и разочарованностью в Христе, не послушавшегося иерусалимского сапожника и страдающего по собственной вине. При этом Агасфер продолжает любить Христа.

И именно Агасферу, «упорному разумнику», помышлявшему только о житейском, боящемуся беспорядков, дано дожить до второго пришествия Христа и увидеть его в Божьем величии. А так как И.В. Гёте в поэме намеревался показать значительные этапы истории религии и церкви, то становится очевидным, что Агасфер, единственный живой свидетель земной жизни Сына Божьего, способен оценить, сколь далеко они ушли от его учения. Перед нами типичный для просветительской литературы художественный

эксперимент, приём «остранения»: религия подвергается суду человеческого разума, но разума просветлённого и облагороженного любовью к Богу.

Вполне понятно, почему для этих целей И.В. Гёте выбирает Агасфера, одарённого умом, осуществляющего полезную деятельность и желающего спокойной жизни. Он оказывается в состоянии вступить в спор с Богом и он обладает истиной (он видел Бога в его истинном виде). Такой Агасфер оказывается подходящей фигурой для выражения бюргерских идеалов.

Всё это находится в полном соответствии с немецкой просветительской идеологией и политическими взглядами самого И.В. Гёте: «...в вопросах политических он выступает как представитель городского патрициата, верхушки бюргерства, защищающей мирное сотрудничество с дворянством в политических рамках старого режима» [16, с. 36].

Анализируя отрывки и замысел поэмы «Агасфер» И.В. Гёте, мы приходим к выводу, что само обращение к образу было продиктовано влиянием предромантических тенденций, но трактовка образа всё-таки оставалась просветительской. Вероятно, именно это несоответствие помешало Гёте закончить поэму.

Ещё с одним произведением об Агасфере мы встречаемся в творчестве другого представителя «Бури и натиска». В поэме К.Ф.Д. Шубарта «Вечный Жид», написанной в 1787 году, достаточно чётко выявляется предромантическая концепция мира и человека.

На первый взгляд, Агасфер Шубарта очень мало похож на тот идеал сильной личности, который мы находим в произведениях штюрмеров. «Любимый герой “Бури и натиска” – яркая индивидуальность, “гений”, “сильный человек” (Kraftmensch), которому свойственны мятежные устремления, стихийные страсти, ярко эмоциональное восприятие жизненных явлений. Титан – богоборец Прометей и стремящийся проникнуть в тайны мироздания чернокнижник Фауст – идеальные воплощения подобного героя» [18, с.229]. Каким образом Агасфер может служить для выражения предромантического мировосприятия, как соотносит образ Агасфера с штюрмерской идеей бунта? Заметим, что в связи с европейской христианской традицией сам жестокий поступок Агасфера не может быть расценён как бунт, ведь Агасфер отталкивает Христа от порога своего дома в тот самый момент, когда тот наиболее унижен, наиболее слаб, низведён

не просто до уровня человека, а до уровня отторгнутого обществом преступника. Какой же может быть бунт против слабейшего?

Поэма была написана в период десятилетнего (1777–1787) тюремного заключения Шубарта (в тюрьму поэт был брошен герцогом Вюртембергским без суда и следствия за политическую и журналистскую деятельность).

В.М. Жирмунский оценивал поэму как единственно значительное произведение этого периода: «Не представляет интереса его (Шубарта – Е.Н.) религиозная поэзия периода «обращения», кроме эпического отрывка «Вечный Жид» (1783), дважды переведённого на русский язык – В. Жуковским и М. Михайловым: *грандиозный образ отверженного грешника, тщетно ищущего искупления* (курсив наш – Е.Н.), связан с личными переживаниями и имеет подлинно трагический характер...» [17, с. 425]. Характерно, что религиозное звучание поэмы (моральному несовершенству, жестокости человека – Агасфера – противопоставляется совершенство и милосердие Божье) не противоречит штюрмерской идее бунтарства и сильной личности. Как же эта идея реализуется в поэме, и что делает Агасфера «грандиозным образом»?

В поэме Шубарта Агасфер – «пресыщенный жизнью и жаждущий смерти» [3, с. 29]. Основное содержание поэмы составляют поиски Агасфером смерти. Шубарта не интересуют причины его преступления, а само преступление характеризуется как бесчеловечное, жестокое отношение человека к Христу-человеку. Завязка поэмы парадоксальна: за преступление человека против человека следует нечеловеческое наказание (интересно, что Шубарт, отступая от легенды, делает судьёй Агасфера не Бога, а ангела смерти. Бог же – совершенен: в человеческом облике (завязка) он смиренен, в Божьем (развязка) – милосерден:

«...Агасфер тогда  
Заступника отринул, и с упрямством  
От двери оттолкнул, Христос споткнулся  
И пал под тяжкой ношей своей.  
Но промолчал. Тогда пред Агасфером  
Встал Ангел Смерти и сказал во гневе:  
«Ты Сыну Человеческому не дал  
Отдохновенья; пусть, бесчеловечный,  
И ты забудешь, что такое отдых,  
Пока он не придёт» [29, с. 376–377].

Парадоксальна также и развязка: когда перепробованы все земные способы умереть и нет уже никакой надежды, Агасфер делает послед-

ний отчаянный шаг: он дерзко требует от Бога ещё большего наказания, он требует ада:

«Ты, страшный мститель, там, на небе,  
Есть у тебя ещё в запасе  
Ещё страшнейший приговор?»

Низвергни на меня его суровость!» [29, с. 379–380]

Реакция Бога совершенно неожиданна: Агасфер получает прощение:

«...светлый ангел  
Взял на руки и снёс в ущелье  
И там сложил и молвил: «Агасфер!

Спи мирным сном! Не вечен Божий гнев» [22, с. 45]

За не очень значительное преступление против человека человек несёт тяжкое наказание, в результате преступления против Бога – получает прощение. Мир оказывается непостижимым для человека. Бог милосерден, но ангелу смерти дана власть наказывать человека. Агасфер поставлен в безвыходное положение: он наказан бессмертием, сама жизнь становится для него пыткой, он знает, что не получит смерти до второго пришествия, но не знает, когда оно наступит и вынужден

«...жить и быть бессильным умереть!  
Знать трудность жизни и не знать покоя,  
Влачить из праха созданное тело,  
Исполненное смрада и недугов.

Тысячелетья видеть миг за мигом  
Чудовище – кошмар Одно-и-То же» [29, с. 379].

Агасфер не в силах ничего изменить. Типичная для предромантических произведений ситуация: человек во власти непостижимых сил зла, всякая его борьба закончится поражением, и он знает об этом. И тем не менее, Агасфер, зная, что он обречён на бессмертие, *активно* ищет смерти, бросаясь в пламя, в море, в жерло вулкана, под пули, открыто выступая против тиранов («...пошёл плевать хулой и бранью / В лицо тиранам». [22, с.44]). Самоценная активная деятельность героя, которая и делает образ Агасфера «грандиозным», находится в полном соответствии с эстетикой предромантизма, представители которого, «утверждая враждебность и непостижимость мира, ... отнюдь не призывали человека к смирению. Напротив, парадокс предромантизма заключался в том культе действия и непокорности, который прямо пропорционален безнадежности ситуации» [21, с. 48].

Мы рассмотрели особенности предромантической и просветительской трактовки образа

Агасфера, выявили закономерность «открытия» образа литературой в период появления антипросветительских тенденций. Но наибольшее количество произведений об Агасфере в литературах западноевропейских стран и России создано писателями-романтиками. В.М. Жирмунский указывал на типичность образа Агасфера для романтизма. Анализируя строчки:

«Томим сердечной пустотой,  
Делю я жребий Агасфера.

И в жизнь за гробовой чертой,

И в эту жизнь иссякла вера» [4, с. 165] из поэмы Дж.Г.Н. Байрона «Паломничество Чайльд-Гарольда», он писал, что герой «сравнивает себя с легендарным странником, “Вечным Жидом”, который нигде не может найти себе покоя. Этот образ роднит поэму с *типичной для романтизма концепцией героя-странника*, скитальца, неудовлетворённого действительностью и странствующего по свету в погоне за романтической иллюзией душевного успокоения (курсив наш – Е.Н.)» [15, с. 214].

Типичным для романтизма Агасфера делает не только мотив скитания и неудовлетворённости действительностью. Сам сюжет легенды о Вечном Жиде делает фигуру Агасфера изначально противопоставленной всему человечеству, совершенно независимой от мира. Ни один человек не испытывает участи Агасфера, и никто не может ему помочь. Легенда даёт материал для изображения характерных для романтизма «“самоценных личностей”, независимых по своему характеру от окружающих обстоятельств и устремлённых в иной, созвучный им мир» [9, с. 118]. Всё это и привело к созданию такого большого количества произведений об Агасфере именно романтиками.

Однако при рассмотрении романтической традиции истолкования легенды о Вечном Жиде мы сразу сталкиваемся с противоречием: немецкая народная книга об Агасфере стала источником образа в мировой литературе, а между тем в немецкой литературе законченные произведения об Агасфере мы находим лишь у второстепенных романтиков (Т. Крейценах, В. Лангевитше, Ю. Мозен, Ф. Маутнер и другие), ни одного значительного произведения об Агасфере в немецкой романтической литературе создано не было (интересно, что Ф. Энгельс, критикуя Теодора Крейценаха за его произведение об Агасфере, противопоставляет ему не литературное произведение, а народную книгу [24, с. 103]). Но противоречие это кажущееся. Дело в том,

что хронологически романтизм в Германии возник раньше, чем в других европейских странах, и развивался столь бурно, что с точки зрения романтического характера образ сразу оказался исчерпанным.

А вот в австрийской литературе, развивавшейся в тесной взаимосвязи с немецкой, обращение к образу Агасфера оказалось плодотворным. Произведения о Вечном Жиде мы находим сразу у трёх крупных австрийских романтиков: Н. Ленау, Й.К. фон Цедлица, Р. Гамерлинга, причём Ленау обращается к легенде дважды.

Интересна композиция поэмы Ленау «Вечный Жид». В чём-то она напоминает рамочную композицию, и тем не менее это не рама, поскольку не обладает собственным конфликтом. Открывается поэма картиной неприглядной, неуютной природы. Дождь, пески, голый утёс, сосны-исполины. Странник, лишённый покоя и уюта. Это – Вечный Жид. Ненастной природе противопоставляется гостеприимная хижина лесника. Обычная, тихая жизнь смертного человека, которому в жизни дарованы уют и тепло. В доме лесника страннику показывают монету, на которой изображён Христос, идущий на Голгофу. Кроткий лик Спасителя производит сильное впечатление на странника, запоминается и навеивает сонное видение, в котором вновь является образ Вечного Жиды. Во сне он видит шествие Иисуса Христа на Голгофу и преступление Агасфера, но наблюдает за этим со стороны. Этот композиционный приём позволяет Н. Ленау поставить своего героя в такое положение, когда перед ним открывается возможность объективной оценки самого себя с позиции стороннего наблюдателя. Видя себя во сне, Агасфер ужасается собственному деянию, понимает закономерность и смысл вынесенного ему приговора.

Романтическая трактовка образа Агасфера у Н. Ленау опять-таки вытекает из утверждения самоценности и значимости человека, несущего всю меру ответственности за собственные поступки. Данное в экспозиции противопоставление бесприютности, глухого отчаяния Агасфера и тихого, гармоничного счастья лесника получает в сне философское поэтическое обоснование: каждый человек каждым своим поступком определяет смысл и закономерный итог своего существования.

Противопоставление тихой обыденной жизни лесника и бессмысленных скитаний Вечного Жиды в конечном счёте оказывается противо-

поставлением смерти как закономерного итога человеческой жизни бессмертию, лишаящему смысла материальное существование.

Эта антитеза лежит в основе другой поэмы австрийского романтика, носящей то же самое название, но построенной на ином сюжете. Впрочем, изменение сюжета не меняет трактовки персонажа. Лишённый возможности взглянуть на себя со стороны и объективно сопоставить свою участь с участью других людей, измученный бременем собственного бессмертия, Агасфер здесь приходит к отрицанию земной жизни вообще, абсолютизирует смерть как благо, противопоставленное бессмертию. Он не находит ничего лучшего, как «утешать» потерявших молодого сына родителей рассуждением о бренности и ужасах бытия. Лишённый смысла собственного существования, он приходит к отрицанию существования вообще.

Разумеется, романтик Н. Ленау не только не солидаризируется с такой позицией Агасфера, но напротив, противопоставляет ей утверждение гармоничности и вечного обновления земной жизни, в которой нет места потерявшему с ней связь Вечному Жиду, о чём свидетельствует финал поэмы:

«Скиталец дальше шёл, не отдыхая;  
Над ним сиял луч солнца, догорая,  
И пели над головой степные птицы.  
Он шёл среди заброшенных полей,  
И становилась тень его длинней,  
Касаясь пастухов; они крестились,  
А жёны тени сумрачной страшились» [3, с. 31].

Философское осмысление проблемы мнимого и истинного бессмертия является ключевым в драматической поэме позднего австрийского романтика Роберта Гамерлинга «Агасфер в Риме» (1865). Это произведение строится на идейном конфликте римского императора Нерона и Вечного Жиды. Не исключено, что это противопоставление было навеяно романом английского писателя Дж. Кроули «Бессмертный Салателль» (1829). Оба персонажа трактуются Р. Гамерлингом в символическом плане. Первый символизирует собой бесконечную жажду жизненных наслаждений:

«Пока мы органически живём,  
То лучшая была бы бесконечность,  
Конечным наслаждаться без конца!» [11, с. 236] – говорит Нерон. Агасфер олицетворяет противоположное желание человечества – извечное стремление к покою:

«Страдания устремляют человека

Искать отдохновения и покоя...» [11, с. 289]

Но по существу, конфликт между ними оказывается мнимым, поскольку олицетворяемые ими крайности смыкаются в недостижимости обоих идеалов. Оба они ничего не создают в жизни. Потребительская жажда наслаждений приводит Нерона к пресыщению, что справедливо отмечал А. Шмидт [30, с. 161]. Бессмертие же Агасфера постоянно подталкивает его к попыткам оказать разрушающее влияние на жизнь; именно он бросает первый факел во время знаменитого пожара в Риме. Не случайно Вечный Жид отождествляется с Каином, принесшим в мир смерть:

«Я первый из родившихся людей –

И первый был мятежник – и с меня

Кровавое сказанье начал мир» [11, с. 287].

Суть спора Нерона и Агасфера заключается в том, что каждый из них пытается доказать, что именно он обладает истинным бессмертием. Так, Нерон заявляет Агасферу:

«О том с тобой я бьюся об заклад,

Душевная-ль моя несокрушимость,

Или твоя телесная сильнее!» [11, с. 194].

Но оба бессмертия оказываются мнимыми. Р. Гамерлинг утверждает, что истинным бессмертием может обладать не отдельный человек, а только всё человечество. Смысл же существования отдельного человека заключается в том,

чтобы способствовать развитию культуры и цивилизации в соответствии с божественными законами; созидать, а не разрушать. Тема бессмертия человеческой культуры, создаваемой смертными людьми, будет подхвачена писателями XX века и получит в их творчестве новую своеобразную интерпретацию.

Р. Гамерлинг, по существу, был последним романтиком, базировавшимся на немецкой традиции истолкования образа. Но немецкая традиция получила своеобразное преломление не только в Германии и Австрии, но и в некоторых других европейских литературах. В Англии и во Франции литературная традиция осмысления образа Агасфера опирается на фольклорные произведения, восходящие к немецкой народной книге, переведённой в этих странах ещё в XVII веке.

Следует отметить, что традиция интерпретации образа Агасфера в русской литературе также формируется под влиянием немецкоязычной литературы. Уже в 1662 году перевод немецкой народной книги об Агасфере появляется в России, а первые законченные литературные произведения о нём мы находим у В.А. Жуковского, которого В.М. Жирмунский называет «родоначальником «немецкой» школы русских поэтов» [14, с. 77] и у В.К. Кюхельбекера, воспитанного в немецкой семье и бывшего «проводником немецких поэтических влияний» [14, с. 120].

### Список литературы

1. Аверинцев С.С. К истолкованию символики мифа об Эдипе / Античность и современность / Под ред. М.Е. Грабарь-Пассек и др. М., Наука, 1972.
2. Адрианова В.П. К истории легенды о странствующем жиде в старинной русской литературе // Известия отделения русского языка и словесности императорской академии наук, 1915, т. XX, кн. 3.
3. Базинер О.Ф. Легенда об Агасфере или Вечном жиде и её поэтическое развитие во всемирной литературе // Варшавские университетские известия. Варшава, 1905. Кн. 3. С. 2.
4. Байрон Дж.Г.Н. Собр. соч. в 4-х т., т. 2, М., Худ. лит., 1981.
5. Берков П.Н. Вклад восточных славян в разработку так называемых мировых образов / Проблемы исторического развития литератур. Л.: Художественная литература, 1981.
6. Бернштейн И.А. Новая жизнь вековых образов // «Вопросы литературы», № 7, 1985.
7. Бурдина С. В. Поэмы А. Ахматовой: роль «вечных образов» культуры в формировании жанра // Диссертация на соискание ученой степени д-ра филол. наук : 10.01.01 Москва, 2003 388 с. РГБ ОД, 71:04-10/31
8. Веселовский А.Н. Легенды о Вечном Жиде и об императоре Траяне // Журнал министерства народного просвещения, 1880, № 7-8.
9. Волков И.Ф. Литература как вид художественного творчества. М., Просвещение, 1985.
10. Гайдин Б.Н. Вечные образы как константы культуры // Диссертация на соискание учёной степени канд. филол. наук / Гайдин Борис Николаевич. – Москва, 2009. – 194 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.dissercat.com/content/vechnye-obrazy-kak-konstanty-kultury>
11. Гамерлинг Р. Агасфер в Риме. М., 1887.
12. Гёте И.В. Собр. Соч. в 10 томах. Т. 3. М., Худ. лит., 1976.
13. Гуревич А.Я. Проблемы средневековой народной культуры. М., Искусство, 1981.
14. Жирмунский В.М. Гёте в русской литературе. – Л., Наука, 1982 (Исследование образа Фауста).
15. Жирмунский В.М. Из истории западноевропейских литератур. Л., Наука, 1981.

16. Жирмунский В.М. К вопросу о классовом самоопределении Гёте. Автобиография Гёте в историческом освещении / Из истории западноевропейских литератур. Л., Наука, 1981.
17. Жирмунский В.М. Очерки по истории классической немецкой литературы. Л., Худ. лит., 1972.
18. История немецкой литературы. Т. 2. М., Издательство Академии наук СССР, 1963.
19. Киреевский И.В. Критика и эстетика. М.: Искусство, 1979.
20. Коммиссарова О. В. "Вечные образы" в творчестве А. П. Чехова // Диссертация на соискание учёной степени кандидата филологических наук : 10.01.01.- Москва, 2002.- 237 с.: ил. РГБ ОД, 61 02-10/475-2
21. Ладыгин М.Б. Концепция мира и человека в литературе предромантизма. В кн.: Проблемы метода и жанра в зарубежной литературе. М., МГПИ им. В.И. Ленина, 1982.
22. Легенда об Агасфере – «Вечном Жиде». Поэмы Шубарта, Ленау и Беранже. Пг., 1919.
23. Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. – М., Искусство 1976.
24. Маркс К., Энгельс Ф. Об искусстве. т. 2. М.: Искусство, 1983.
25. Мифы народов мира. Энциклопедия. Т.1. –М., Советская энциклопедия, 1980.
26. Нусинов И.М. Вековые образы. М., Гослитиздат, 1937.
27. Пушкин А.С. Полное собрание сочинений, т. 3. – Л.: Наука, 1978.
28. Сенькин С.Л. Покаяние Агасфера: афонские рассказы. М, Артос-Медиа, 2008.
29. Шелли П.Б. Полн. собр. соч. в переводе К.Д. Бальмонта. С.-Пб.: Знание, 1903.
30. Schmidt A. Dichtung und Dichter Österreich. B. I. Stuttgart (a.n.), s. 161.

**Сведения об авторе:**

**Наумова Елена Евгеньевна** – преподаватель кафедры международной журналистики Факультета международной журналистики МГИМО МИД России. Сфера интересов – сравнительное литературоведение. E-mail: deirdre3@mail.ru.

## LEGEND OF THE WANDERING JEW AND ITS INTERPRETATION IN THE GERMAN-LANGUAGE LITERATURE OF THE XVIII - XIX CENTURIES

**Elena E. Naumova**

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76, Prospekt Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

**The Abstract:** *The article is devoted to one of the so-called "eternal fictional characters" (literary archetypes) of World Literature Ahasuerus. The author makes an attempt to determine the place of this literary character in a number of other «eternal» personages, Prometheus, Faust, Cain, Don Juan and so on. The article identifies the feature of the Ahasuerus character that results in fundamentally different nature of its interpretation in various literary works, namely, the lack of binding to the story, and therefore unlimited possibilities for plot constructing. The article provides an overview of various folk and annalistic sources of the Ahasuerus story and concludes that the Wandering Jew makes an appearance in literary works after the publication in 1602 of the pamphlet of four leaves about Ahasuerus. The author of the article comes to conclusion that the appearance of the first literary interpretations of this legend in Germany at the end of the XVIII century is quite natural. It is connected with the Sturm und Drang (Storm and Stress) movement and disappointment with the ideas of the Enlightenment. Based on the works of I.V. Goethe, K.F.D. Schubart, N. Lenau and R. Hamerling the article shows that the interpretation of the legend about Ahasuerus depends on the literary movement, which can be attributed to the work of these writers: Enlightenment classicism, pre-Romanticism and Romanticism.*

**Key Words:** *Ahasuerus, literary movement (creative method), the Wandering Jew, an archetype in literature, German People's book, Enlightenment, classicism, pre-Romanticism, Romanticism, the movement of "Sturm und Drang".*

## References

1. Averincev S.S. K istolkovaniju simvoliki mifa ob Edipe [To the interpretation of the symbolism of the myth of Oedipus]. / Antichnost' i sovremennost'. – M., Nauka, 1972.
2. Adrianova V.P. K istorii legendy o stranstvujushhem zhide v starinnoj russkoj literature. [To the history of the legend of the Wandering Jew in ancient Russian literature] // Izvestija otdelenija russkogo jazyka i slovesnosti imperatorskoj akademii nauk, 1915, Vol. XX, kn. 3.
3. Baziner O.F. Legenda ob Agasvere ili Vechnom Zhide i ee poeticheskoe razvitie vo vseмирnoj literature [Legend of Ahasverus or the Wandering Jew and its poetic development in the world literature]. Varshava, 1905.
4. Lord Byron G.G. Sobr. soch. v 4-h t. [Collected works in 4 volumes]. Vol.2. M., Hud. lit., 1981.
5. Berkov P.N. Vklad vostochnyh slavjan v razrabotku tak nazываемyh mirovyh obrazov [The contribution of the Eastern Slavs to the development of the so-called archetypes in literature] / Problemy istoricheskogo razvitiya literatur. – L., Hud. lit., 1981.
6. Bernshtejn I.A. Novaja zhizn' vekovyh obrazov [A new life of archetypes in literature] // «Voprosy literatury», № 7, 1985.
7. Burdina S. V. Pojemy A. Ahmatovoj: rol' "vechnyh obrazov" kul'tury v formirovanii zhanra: Dissertacija na soiskanie uchenoj stepeni d-ra filol. nauk [Poems of Akhmatova: the role of archetypes in culture in the genre formation]: 10.01.01 Moskva, 2003 388 s. RGB OD, 71:04-10/31
8. Veselovskij A.N. Legendy o Vechnom Zhide i ob imperatore Trajane [Legends of the Wandering Jew and the Emperor Trajan] // Zhurnal ministerstva narodnogo prosveshhenija, 1880, No 7-8.
9. Volkov I.F. Literatura kak vid hudozhestvennogo tvorchestva [Literature as a kind of artistic creativity]. M., Prosveshhenie, 1985.
10. Gajdin B.N. Vechnye obrazy kak konstanty kul'tury [Archetypes in literature as constants of culture] / Disertacija na soiskanie uchenoj stepeni kand. filol. nauk / Gajdin Boris Nikolaevich. – Moskva, 2009. – 194 s. [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://www.dissercat.com/content/vechnye-obrazy-kak-konstanty-kulturny>
11. Hamerling R. Agasfer in Rime [The Wandering Jew in Rome]. – M., 1887.
12. Goethe J.W. Sobr. Soch. v 10 tomah. [Collected works in 4 volumes]. Vol. 3. M.: Hud. lit., 1976.
13. Gurevich A.Ja. Problemy srednevekovoj narodnoj kul'tury [Problems of medieval folk culture]. M., Iskusstvo, 1981.
14. Zhirmunskij V.M. Gete v russkoj literature. [Goethe in Russian literature].L., Nauka, 1982.
15. Zhirmunskij V.M. Iz istorii zapadnoevropejskih literature [From the history of Western European literatures] L.: Nauka, 1981.
16. Zhirmunskij V.M. K voprosu o klassovom samoopredelenii Gete. Avtobiografija Gete v istoricheskom osveshhenii [To the question of Goethe's class self-determination. Autobiography of Goethe in the historical light] / Iz istorii zapadnoevropejskih literatur. L.: Nauka, 1981.
17. Zhirmunskij V.M. Ocherki po istorii klassicheskoj nemeckoj literatury [Essays on the history of classical German literature] L., Hud. lit., 1972.
18. Istorija nemeckoj literatury. [History of German Literature] Vol. 2. M., Isdatelstvo Akademii nauk, 1963.
19. Kireevskij I.V. Kritika i jestetika [Criticism and aesthetics]. M.: Iskusstvo, 1979.
20. Kommissarova O. V. "Vechnye obrazy" v tvorchestve A. P. Chehova [Literature archetypes in the works of Chekhov] / Dissertacija na soiskanie uchenoj stepeni kandidata filologicheskikh nauk : 10.01.01.- Moskva, 2002.- 237 s.: il. RGB OD, 61 02-10/475-2
21. Ladygin M.B. Koncepcija mira i cheloveka v literature predromantizma [The concept of world and human in the literature of pre-Romanticism] / Problemy metoda i zhanra v zarubezhnoj literature. – M., MGPI im. V.I. Lenina, 1982.
22. Legenda ob Agasfere – «Vechnom Zhide» pojemy Shubarta, Lenau i Beranzhe [Legend of the Wandering Jew. The poems of Schubart, Lenau and Béranger]. Pg., 1919.
23. Losev A.F. Problema simvola i realisticheskoe iskusstvo [The Problem of Symbolism and Realistic Art]. – M.: Iskusstvo, 1976.
24. Marx K., Engels F. Ob iskusstve [About art].T.2 M., Iskusstvo, 1983.
25. Mify narodov mira. Enciklopedija [Myths of the peoples of the world. Encyclopedia] T.I. –M., Sovetskaja jenciklopedija, 1980.
26. Nusinov I.M. Vekovye obrazy [Archetypes in literature]. – M., Goslitizdat, 1937.
27. Pushkin A.S. Polnoe sobranie sochinenij [Complete works]. Vol. 3. – L.: Nauka, 1978.
28. Sen'kin S.L. Pokajanie Agasfera: afonskie rasskazy [Repentance of the Wandering Jew. Athos stories]. M., Artos-Media, 2008.
29. Shelley P.B. Poln. sobr. soch. v perevode K.D. Bal'monta [Complete works in the translation K.D. Balmont]. SPb., Znanie, 1903.
30. Schmidt A. Dichtung und Dichter Österreich. B. I. – Stuttgart (a.n.)

**About the author:**

**Elena E. Naumova** – Lecturer, Department of International Journalism, School of International Journalism, Moscow State Institute of International Relations (MGIMO-University)). Spheres of interest: comparative literature.  
Email: deirdre3@mail.ru.

\* \* \*

# РУССКИЙ МИР (ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗМА) В ПОВЕСТИ А.С. ПУШКИНА «ДУБРОВСКИЙ»

С.Н. Ханбалаева, Э.А. Веденяпина

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,  
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

*Повесть А.С. Пушкина «Дубровский» рассматривается в статье, прежде всего, как история бунта крестьян (в поддержку своего господина), который является главным событием повести вопреки устоявшемуся взгляду на это произведение как на криминальную любовную историю, которая не отменила идею мщения, а усложнила её кровавой стычкой и отсутствием благополучного исхода. История бунта, с одной стороны, обнажила патриархальные устои общества, с другой – обнаружила опасность раскола общества вследствие не классовой борьбы, а внутрисословной распри.*

**Ключевые слова:** помещик, крестьяне, пожар, разбойники, господин, Дубровский, патриархальные устои, месть.

Повесть А.С. Пушкина «Дубровский» (1833г.) обычно не привлекает внимания критиков из-за кажущейся простоты. На первый взгляд, Пушкин реализовал здесь своё обещание, данное читателям «Евгения Онегина», рассказать о любви и встречах в беседке. На самом деле это повесть о том, как в один миг сокрушилась жизнь петербургского гвардейского офицера. Такова тема единственного пушкинского прозаического произведения крупной формы на современную тему. Оно посвящено не только острой социальной проблеме, увы, не потерявшей актуальности, но что важнее – в нём содержится модель русского мира того времени: отражение общественных и семейных отношений, способ бытования во времени и пространстве. Социальная действительность в этом произведении воспроизведена ярко и точно.

Однажды А.С. Пушкин услышал от Нащокина о бедном белорусском помещике Островском, проигравшем тяжбу с богатым соседом и потерявшем имение. Крестьяне не оставили своего барина и начали мстить. Пушкин написал повесть о дворянине, ставшем разбойником, потому что, оказывается, у русского дворянина можно отнять родовое имение, и притом – на законном основании. Об этом свидетельствует приведённый целиком юридический документ,

заявивший больше шести страниц и почти всю вторую главу – свидетельство его важности для автора, словно он хочет возразить общему мнению об этом деле как крайне несправедливом.

Раньше Пушкин написал поэму «Братья-разбойники», в основу которой, как он уверял в письме, был положен реальный факт. Поэма осталась неоконченной. Можно предположить, что у сюжета не было перспективы развития. В повести же сюжет получает своё развитие и осложняется влюблённостью Владимира Дубровского в Машу Троекурову, вследствие чего он отказывается от мести сначала её отцу, а потом – и её мужу. Здесь может прослеживаться параллель с Ромео и Джульеттой, но социальная составляющая первенствует. Идея мщения оказалась сильнее любовного чувства, и Дубровский не устоял перед возможностью отомстить Спицыну, главному союзнику Троекурова в деле против Дубровского-отца, – он ограбил богача в доме Троекурова, раскрыв свою анонимность, после чего неизбежно должен был исчезнуть из дома и расстаться с любимой.

Благородные разбойники известны в европейской литературе: герои Шиллера, Байрона и других. История Дубровского отличается тем, что его мстительный бунт не был благотворительной миссией, а перерос в гражданскую во-

йну местного значения. Вот последний бой: «... Человек полтора года солдат высыпало из лесу и с криком устремились на вал. Дубровский приставил фитиль, выстрел был удачен: одному оторвало голову, двое были ранены. Между солдатами произошло смятение, но офицер бросился вперёд, солдаты за ним последовали и сбежали в ров; разбойники выстрелили в них из ружей и пистолетов и стали с топорами в руках защищать вал, на который лезли остервенелые солдаты, оставя во рву человек двадцать раненых товарищей. Рукопашный бой завязался, солдаты уже были на валу, разбойники начали уступать, но Дубровский подошёл к офицеру, приставил ему пистолет ко груди и выстрелил, офицер грянулся навзничь, ...разбойники воспользовались сей минутою недоумения, смяли их, стеснили в ров, осаждающие побежали, разбойники с криком устремились за ними. Победа была решена» [4].

Тема отношений между молодым Дубровским и дочерью Троекурова заявлена в начале повести. В первой главе о них сказано: «Троекуров часто говаривал Дубровскому: «Слушай, брат Андрей Гаврилович, коли будет в твоём Володьке толк, так отдам за него Машу, даром, что он гол как сокол» [4]. Андрей Гаврилович качал головой и отвечал обыкновенно: «Нет, Кирила Петрович: мой Володька не жених Марии Кириловне. Бедному дворянину, каков он, лучше жениться на бедной дворяночке да быть главою в доме, чем сделаться приказчиком избалованной бабёнки» [4]. Этому диалогу предшествует и объяснение: Пушкин рассказывает о богатом и влиятельном, но невежественном помещике Троекурове и бедном, но независимого поведения его соседе Дубровском. Они были ровесники, оба овдовели, у обоих осталось по одному ребёнку. Маша росла в имении отца, а сын Дубровского воспитывался в Кадетском корпусе в Петербурге, а затем служил корнетом в гвардии и жил на деньги, высылаемые ему отцом, который присылал ему больше, чем можно было ожидать. Так Пушкин рисует идеального отца: бедного, но гордого, щедрого и чадолюбивого.

Окрестные дворяне раболепствовали перед Троекуровым, но не Андрей Гаврилович. Однако и этому скоро пришёл конец, когда над ним подшутил псарь Троекурова. Однажды при осмотре псарни Троекурова, где было пятьсот гончих и борзых, Дубровский не изъявлял восторга, как другие гости. У него было всего две гончих и одна свора борзых. Троекуров заметил его невесёлость и спросил об этом. Тот отвечал: «... псар-

ня чудная, вряд ли людям вашим житьё такое ж, как вашим собакам» [4], скрывая невольную зависть. Один из псарей, желая угодить барину, ответил: «... Иному дворянину не худо бы променять усадьбу на любую здешнюю конурку. Ему было б и сытнее и теплее» [4]. Дубровский промолчал и вскоре незаметно уехал. Так началась размолвка, окончившаяся судом и отнятием имения Дубровского в пользу Троекурова «на законном основании». Дубровский тяжело заболел и умер. Сын его и впрямь оказался гол как сокол. Крестьяне Кистеневки не захотели оставить своего барина и составили шайку, во главе которой оказался молодой офицер. Они обосновались в Кистеневской роще и стали наводить страх на всю округу. Но слухи были странные: разбойники были благородными, бедных не грабили. «Начальник славился умом, отважностью и каким-то великодушием. Рассказывали о нём чудеса» [4]. Имение Троекурова никогда не было тронуту их набегами. Троекуров приписывал это себе: даже разбойники его боятся. На самом же деле Владимир влюбился в Машу. Под видом француза, учителя маленького сына Троекурова, он проник в дом Троекурова с целью основательного мщения, но, полюбив Машу, отказался от мести её отцу. Однако ему пришлось покинуть дом Троекурова, а Маше – выйти замуж за старого князя Вереяского; против бунтовщиков было направлено армейское подразделение. Владимир распустил шайку и скрылся за границу.

Белинский назвал роман в стихах Пушкина энциклопедией русской жизни. Но энциклопедичны все крупные произведения великого поэта. В «Дубровском» воспроизведена вся русская жизнь. Здесь встречаем основные типы дворян: аристократ XVIII века князь Вереяский, самодур богач Троекуров и бедный Дубровский – провинциалы, Владимир Дубровский – гвардейский офицер, мелкопоместные дворяне: Спицын, Глобова, инспектор Тарас Алексеевич, заседатель Шабашкин и другие. Разные типы крестьян: псарь Парамошка (Троекурова), кучер Антон, кузнец Архип, слуга Григорий (Дубровского) – все они отражают характер своего барина. Главное – жизнь воспроизведена в единстве: дворяне, крестьяне, священнослужители, чиновники, женщины, девушки и дети. Отношения патриархальные, между дворовыми и барами отношения семейные. Вот Дубровский вернулся домой после долгого отсутствия: «Дворня высыпала из людских изб и окружила молодого барина с

шумным изъятием радости. Насилу мог он прорваться сквозь их усердную толпу» [4]. Когда крепостным объявили, что они теперь принадлежат Троекурову, «люди окружили несчастного своего господина. «Отец ты наш, – кричали они, целуя ему руки, – не хотим другого барина, кроме тебя, прикажи, с судом мы справимся. Умрём, а не выдадим» [4]. Несправедливое решение суда, солидарность с пострадавшим баринем, решение быть ему верным до конца и страх перед Троекуровым руководят действиями кузнеца Архипа, который явился виновником смерти чиновников, приехавших отнять имение у Дубровского и объявить крестьянам, что они теперь принадлежат Троекурову.

Характерно отсутствие приукрашивания или сглаживания межсловных отношений. Так, Владимир Дубровский во время бунта своих крестьян, только что целовавших ему руки, кричит на них: «Дураки! Что это вы!» [4] Прощаясь с ними навсегда (в конце повести), он советует им переменить образ жизни, но сетует: «Вы все мошенники, и, вероятно, не захотите оставить ваше ремесло» [4]. Но они послушались его совета, и грабежи прекратились. Сравним с признанием Пугачёва в романе «Капитанская дочка» о его сподвижниках: «Улица моя тесна, воли мне мало. Ребята мои умничают. Они воры. Мне должно держать ухо востро, при первой же неудаче они свою шею выкупят моею головою» [3]. Крестьяне же Дубровского остались преданными ему до конца.

Отношения внутри этих миров не статичны. В начале вражды между Дубровским и Троекуровым их отношения были осложнены тем, что оскорбительные выражения Троекурова передавались Дубровскому «исправленные и дополненные благодаря усердию тамошних дворян» [4]. Потом помогли разгореться костру ненависти действия крестьян Троекурова: прежде они никогда не заходили во владения Дубровского, зная о его дружбе с их господином, но после ссоры были захвачены за рубкой леса в берёзовом лесу. Дубровский поймал двоих и привёл на двор, а «три неприятельские лошади достались тут же в добычу победителю» [4], что усилило конфронтацию.

Интересен следующий эпизод. Троекуров приехал к соседу мириться, так как победа в суде была омрачена буйным сумасшествием Дубровского. Но он, увидев Троекурова в окне, впал в новый приступ, и потому его сын отдал приказание слуге: «Скажи Кириллу Петровичу, чтоб он

скорее убирался, пока я не велел его выгнать со двора» [4]. Слуга радостно побежал выполнять приказание, сказав Троекурову, как мы узнаём со слов его матери: «Вон, старый пёс! Долой со двора!» [4]. Дьячок на это заметил: «да как Григория-то язык повернулся, я скорее соглашусь, кажется, лаять на владыку, чем косо взглянуть на Кирилла Петровича. Как увидишь его, страх и трепет и каплет пот, а спина-то сама так и гнётся, так и гнётся» [4]. Как видим, Троекуров показан не бессердечным, а пострадавшие – подобно ему – горды и гневливы, скоры на отпор и ругань. Так замкнулась цепь оскорблений, начатая псарем Парамошкой. А может быть – завистью старого Дубровского?

С идеологической точки зрения мир в повести однороден: это мир православный. Накануне храмового праздника Покрова Богородицы в имение Троекурова съезжаются гости. «...Иные останавливались в господском доме и во флигеле, другие у приказчика, третьи у священника, четвёртые у зажиточных крестьян» [4]. Всем миром стоят они в церкви: «простые крестьяне не могли поместиться в церкви и стояли на паперти и в ограде» [4]. Но богатый и здесь сильный. Хотя Троекуров обильно жертвует на церковь, сам в храме подпевает хору, кланяется низко, но «с гордым смирением» [4]. Священник для него – род слуги. Накануне венчания дочери он приказывает священнику не отлучаться никуда ни под каким предлогом, и ясно, что его приказание будет выполнено.

Молятся и кистеневцы, вчерашние крестьяне. «...Разбойники отобедали, один после другого вставал и молился Богу» [4]. Они могли со спокойной душой молиться, так как ощущали себя не преступниками, а борцами за справедливость. Это очевидно в эпизоде возникновения пожара и спасения кошки. Владимир, решив сжечь дом, не хотел смерти приказных и велел Архипу открыть для них дверь. Архип, наоборот, запер её на ключ. Приказных ещё можно было спасти, об этом Архипа просила Егоровна, но он отказался. И тут же, полуобгорев, снял кошку с кровли горящего сарая, упрекнув мальчишек, умиравших со смеху, глядя на кошку: «Чему смеётесь, бесенята, Бога вы не боитесь: Божия тварь погибает, а вы сдуру радуетесь» [4]. Чиновники, нечестно выполнившие чужую злую волю, с точки зрения Архипа, исключаются из числа Божьих тварей. Эта позиция сопоставима с ощущениями старого Дубровского в суде, когда в его сознании слились понятия суда и Страшного Суда,

а чиновники – с крепостными Троекурова. Так родился его бред: «Псаря вводят собак в Божию церковь» [4].

Нарушение нравственного закона было понято и самим нарушителем, поэтому Троекуров поехал мириться с Дубровским. В этом – главное проявление единства описываемого мира: все посещают храм Божий и знают, что и им, как говорит священник, в своё время пропоют «Вечную память». Правда, в дворянском обществе религия стала только частью быта. Разбойники молятся, а в домах дворян этого не наблюдается. Но чувство справедливости живо, кажется, у всех. Об этом свидетельствуют слухи, единственно способные тогда выразить общественное мнение.

Сначала это слухи вокруг имени молодого Дубровского в крестьянской среде. Затем разнообразные слухи о разбойниках, а главное – слухи о нём в дворянском обществе. Эти слухи наводили страх на мужчин, а среди женщин возбуждали интерес и любопытство. Из барышень «многие ему втайне доброжелательствовали, видя в нём романического героя» [4]. Целую страницу в небольшой по объёму повести занял перечень слухов о пожаре, в котором сгорели чиновники, приехавшие отнимать имение. Одни обвиняли дворовых, другие – приказных, третьи видели в происшедшем несчастный случай и так далее. Слухи отражают не просто разные точки зрения, а позицию людей, их настроенность, их сочувствие и расположение или неудовлетворенность. Если бы описание слухов предшествовало описанию самого события, то было бы ясно, что перед нами – способ привлечь читательское внимание. Но здесь слухи пересказаны после подобного описания события. Значит, описание толков и пересудов имеет другое и важное значение. Они свидетельствуют о равнодушии общества, имеющего разные интересы и разнообразные критерии в оценке действительности. Главное в этих слухах – отражение великодушия людей, нежелания видеть вину Дубровского. И это проявилось не только в рассказе Анны Савишны Глебовой о Дубровском, пресекавшем воровство её слуги, но и в слухах о пожаре, когда лишь «некоторые догадывались об истине и утверждали, что виновником сего ужасного бедствия был сам Дубровский, движимый злобой и отчаянием» [4]. Остальные сваливали вину на пьянство крестьян либо приказных, а к пострадавшим готовы были отнести всех их вместе, включая Дубровского.

Интересно, что к области слухов относится даже возраст Владимира Дубровского и Маши Троекуровой. Даже финал построен на слухах: «никто не знал, куда он девался» (о Владимире) [4]. «По другим известиям узнали, что Дубровский скрылся за границу» [4]. Слухи были системной информацией.

Повествование в «Дубровском» ведётся так, что учитывается позиция многих: не только главных героев и тех, кто прямо связан с ними и чья жизнь зависит от них, но и тех, кто с ними незнаком. Все они вместе являются целостным миром — не художественным миром Пушкина, а единством, существующим в реальной действительности. Отражение этого единства вносит кажущиеся противоречия в повествование. Слухи – проявление такого противоречия. Они свидетельствуют о демократизме позиции автора, находящегося рядом с героем, учитывающего всё и всех, не претендующего на всеведение, на обладание полной истиной, честно показывающего жизнь во всех существенных её проявлениях. Что это как не торжество реализма?

Финал повести драматичен. Справедливость не восстановлена. Троекуров торжествует. В его руках осталось соседское имение, сосед умер, его сын изгнан, а главное – Троекуров успешно, вопреки стараниям Дубровского, выдал дочь замуж. Почему же в итоге у читателя нет чувства обречённости? Потому что мир, изображённый в повести, стабилен. Ссора двух помещиков нарушила мир, не только обездолив некоторых, но и лишив покоя многих. В финале ссора исчерпана, «дороги стали свободны» [4], мир восстановлен. Слово «мир» в русском языке многозначно. Восстановлен покой, а мир как социальная и естественная среда непоколебим. Даже взбунтовавшиеся крестьяне в конце повести послушали своего господина и прекратили разбой. Оптимизм – в той модели мира, которая здесь воспроизведена.

Основа того русского мира – в строгой иерархии, которую возглавляет мужчина [3]. Не случайно главным действующим лицом в произведениях Пушкина является мужчина. Это не только герой поэмы «Руслан и Людмила», не только Евгений Онегин, герой одноимённого романа в стихах, не только Борис Годунов, герой одноимённой пьесы. В «Повестях Белкина» активно действуют: в «Выстреле» – Сильвио и рассказчик, в «Метели» – Владимир и Бурмин, в других – гробовщик, смотритель и Минский, Берстов. То же легко увидеть на примере других

произведений. Более того, нередки случаи, когда действие происходит в семье в отсутствие хозяйки (жены, матери): Дубровский и Троекуров вдовцы, как и отец Евгения Онегина, и гробовщик, и стационарный смотритель, но семья в таком случае не воспринимается неполной, так как главное лицо в ней – мужчина, отец. Структура этой иерархии: Бог – царь – отец (хозяин, начальник). Крепостные-дворовые – часть семьи. Народ в целом – семья царя.

Отразилась в повести и личность автора, и прежде всего – его идеалы. Старый Дубровский – идеальный отец. Владимир Дубровский – идеальный дворянин, благородный, мужественный, способный отстаивать свою независимость. В образе Маши Троекуровой – идеальный облик женщины, способной на сильное чувство, но преданной и верной тому, с кем обвенчалась. Биографическое значение имеет название не только деревни Кистеневки, но и имени князя Верейского: Арбатово. На улице Арбат поселился Пушкин и тоже с молодой семнадцатилетней женой, и тоже не любящей его, от которой он и не ждал ответного чувства. По-своему идеален князь Верейский.

Князь Верейский появляется лишь в тринадцатой главе, в конце повествования, возникает внезапно, без предварительных обстоятельств. Он обрисован без сатиры, с большим знанием характеров и образа жизни вельможи восемнадцатого века. От Троекурова и Дубровского-старика его отличает стиль поведения, который можно определить как такт, умение держаться в обществе. Например, князь «чуть не задохся в собачьей атмосфере и спешил выйти вон, зажимая нос платком, опрысканном духами. Старинный сад... ему не понравился, он любил английские сады и так называемую природу, но хвалил и восхищался» [4]. Он продиктовал Троекурову, как обращаться с Машей накануне венчания. Показав Троекурову письмо Маши к нему, Верейскому, он уговорил будущего тестя не показывать Маше и вида, что он знает о письме, сам он с Машей ведёт себя в высшей степени неискренно, но так дипломатично, что добился своей цели. В повести доброжелательно описано знание князем живописи, его умение вести беседу и получать радость от удовольствия гостей. С развитием сюжета поведение князя выглядит всё более тактичным и умным. «Наедине с молодой женой князь нимало не был смущен её холодным видом. Он не стал докучать ей приторными изъяснениями и смешными восторгами.

Слова его были просты и не требовали ответов» [4]. Так он создавал видимость беседы и общения, хотя говорил лишь он один. При встрече с Дубровским, прискакавшим освободить Машу, Верейский не теряет хладнокровия. Он мужественно выстрелил в разбойника и ранил его. Он хотел выстрелить и во второй раз, но ему не дали этого сделать нападающие. Так хочется сделать предположение, что в 1832 году Пушкин подсознательно пытался преодолеть на роду ему написанное: немолодой и некрасивый, отстаивая свою жену, молодую и красивую, не любящую его, стреляет в молодого офицера, француза, красавца, влюблённого в его жену, стреляет, но не убивает (не берёт греха на душу), а только ранит, вынуждая навсегда скрыться за границу. Не вспоминал ли он этот исход, это окончание дуэли между князем и разбойником-офицером, в 1837 году, когда ехал на дуэль с Дантесом? Не думал ли он, что он так же разделается с ним? Может быть, развязка повести «Дубровский» казалась ему гарантией счастливого конца его собственной невеселой истории?

Притягательность повествования достигается неспешным описанием эпизода и быстрой сменой событий, которые, в свою очередь, подаются в ритме реального течения времени. Оно определено естественным его движением: временем суток, года, отмечается завтраком, обедом, ужином. Например, старый Дубровский уехал незаметно, его отсутствие обнаружилось во время ужина. Когда Троекуров посещает имение князя Верейского, трапеза является основным отсчётом времени: «сели за стол», «после обеда... пили кофей», «самовар их ожидал», «ужин в своём достоинстве не уступал обеду» [4]. События соотносятся с Николиным днём, с праздником Покрова, с турецким походом. В официальном документе указана точная дата: «18.. года февраля 9 дня» [4].

События в повести совершаются безотлагательно, в отличие от «Евгения Онегина», где они постоянно прерываются лирическими отступлениями, пейзажами или многоточиями [1]. В повести они вводятся словами «через минуту», «в одну минуту», «в сию минуту», «по минутно», или «на другой день», «на другой же день», «в тот же день», «через день» [4]. Время не замедляется живописными описаниями. Их почти нет. Пушкин-прозаик предстаёт не живописцем, а графиком. Даже описывая красочный фейерверк, он не называет цвет, а перечисляет фигуры: «...разноцветные огни вспыхнули, за-

вертелись, поднялись вверх колосьями, пальмами, фонтанами, посыпались дождём, звёздами, угасали и снова вспыхивали» [4]. Или: «Осенние листья падали с деревьев» [4]. Это при описании любимой Пушкиным золотой осени. Известно, как он живописал её в стихотворении «Осень». Вот образец прозаического пейзажа: «Дубровский ехал берегом широкого озера, из которого вытекала речка и вдали извивалась между холмами...» [4]. За этим стоит естественность жизни российской глубинки. Здесь источники света: солнце, луна, свечи, фонарь, лучина, пожар и – отблеск свечи на лезвии топора, как в описании пожара в Кистеневке. Владимир Дубровский вышел из кабинета со свечой. *Свеча* дала отблеск на *топор* Архипа-кузнеца. Архип от этой свечи засветил *фонарь*. От фонаря Дубровский зажжёт *лучины* и поджжёт *сено*. Так начался пожар, в котором сгорели дом помещика и избы крестьян. «...*Пламя* взвилось и осветило весь двор... ребяташки прыгали, любуясь на пожар. *Искры* летели *огненной метелью*, избы загорелись» (*курсив наш*) [4].

Россия того времени представлена разными местами действий. Среди них: большое село, маленькая деревня, город Петербург, большая дорога, почтовый тракт, дороги губернии. Точнее: дом, домишко, зала, комната, спальня, прихожая, флигель, комната в суде, почтовая станция, псарня, лазарет для собак, отделение для кормления щенят, берёзовая роща, сад, другая роща, река, мост, церковь, колокольня, деревенские избы, огороды, холмы, озеро. Названо всё, что могло быть названо в России.

Драматизм повествования выразился и в том, что в повести нет многоцветья. Из всех цветов в повести только два: белый и красный. Красные: крыша дома Дубровского, лицо большого Дубровского-отца, пожар, лицо исправника, глаза ямщика после попойки, всё это словно приметы или отсвет пожара. Белые: платье Маши Троекуровой, платье матери Дубровского на портрете, чепец его няни. Такое употребление белого цвета вполне соответствует христ-

анской традиции с её символикой белых одежд как нравственной чистоты [3].

Определения «белый» и «бледный» различаются. «Бледный» цвет означает крушение надежд. Так, старый Дубровский увидел Троекурова, и «багровый румянец заступил место обыкновенной бледности».

Владимир Дубровский всегда бледен. Во время свидания с Машей в беседке он «затрепетал, бледное лицо покрылось румянцем и в ту же минуту стало бледнее прежнего». Бледной стала и Маша, особенно после свидания с Дубровским. А во время венчания своей бледностью она поразила князя Верейского. Очень бледен и Спицын утром после ограбления. Бледность здесь – угасания всяких надежд. Таково различие одних и тех же цветов в христианской символике – с одной стороны и, с другой стороны, в психологическом проявлении. Интересно, что резкая смена психологического состояния в этой повести отмечена чередованием бледности и сильного покраснения, так Маша покраснела, услышав грубые выражения отца.

Итак, суть проекта: дворянин, возглавивший крестьянский бунт, стремится, в сущности, компенсировать потери, что ему в материальном плане удаётся. Конфликт разразился на почве имущественного неравенства внутри одного социума и перерос в борьбу за справедливость, в которой межсословные отношения не потерпели урона, и потому сохранилась устойчивость всеобщего состояния, что обеспечило продолжение естественного хода жизни, поэтому драматическая история не перерастает в трагедию. Менее через сто лет эта модель русского мира рухнет. С нею рухнет государство. Февральская революция 1917 года – итог именно внутрисословных конфликтов. Вот в чём непонятое никем гениальное предвидение или предупреждение поэта, тем более грозное, что он хорошо показал, как местное столкновение интересов перерастает в гражданскую войну по всем правилам, поскольку восставшими руководит офицер, успешно противостоящий правительственным войскам.

#### Список литературы

1. Бонди С.М. О Пушкине. Статьи и исследования. М., «Художественная литература», 1983. С. 476.
2. Волков Г.Н. Мир Пушкина: личность, мировоззрение, окружение. М., «Молодая гвардия», 1989. С. 269.
3. Кулешов В.И. Жизнь и творчество А.С. Пушкина. М., «Художественная литература», 1987. С. 415.
4. Пушкин А.С. Полное собр. соч. в 10 тт. Т. 6. М., «Художественная литература», 1962. С. 871.

**Сведения об авторах:**

**Ханбалаева Сабина Низамиевна** – доктор филологических наук, старший преподаватель кафедры английского языка №3 факультета международной журналистики МГИМО (Университет).

E-mail: sabinamgimo@mail.ru.

**Веденяпина Эмма Александровна** – кандидат филологических наук, г. Москва, Россия.

E-mail: lingvamier@mail.ru.

## THE RUSSIAN WORLD (PECULIARITIES OF REALISM) IN A.S. PUSHKIN'S STORY «DUBROVSKY»

S.N. Khanbalaeva, E.A. Vedenjapina

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76, Prospekt Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

---

**The Abstract:** *Alexander Pushkin's "Dubrovsky" is discussed in the article primarily as the history of the revolt of the peasants (in support of his master), which is the main event of the story contrary to the popular opinion on this work as a criminal love story, which has not abolished the idea of revenge, but complicated bloody skirmish and the lack of a successful outcome. The fact of the rebellion, on the one hand, exposed the Patriarchal foundations of society, on the other – has discovered the danger of a split society due to in-class strife rather than class struggle.*

**Key Words:** *landlords, peasants, fire, robbers, master, Dubrovsky, Patriarchal foundations, revenge.*

### References

1. Bondi S.M. O Pushkine. Stat'i i issledovaniia [About Pushkin. Articles and research]. M., «Khudozhestvennaia literatura», 1983. S. 476.
2. Volkov G.N. Mir Pushkina: lichnost', mirovozzrenie, okruzhenie [The World Of Pushkin: personality, outlook, entourage]. M., «Molodaia gvardiia», 1989. S. 269.
3. Kuleshov V.I. Zhizn' i tvorchestvo A.S. Pushkina [The life and works of A.S. Pushkin]. M., «Khudozhestvennaia literatura», 1987. S. 415.
4. Pushkin A.S. Polnoe sobr. soch. v 10 tt. T. 6. M., «Khudozhestvennaia literatura», 1962. S. 871.

### About the authors:

**Khanbalaeva Sabina Nizamiyevna** – Ph.D. in Linguistics, senior lecturer of English Language Department №3, Faculty of International Journalism, MGIMO (University). E-mail: sabinamgimo@mail.ru.

**Vedenjapina Emma Aleksandrovna** – Ph.D. in philological Sciences, Associate Professor, Moscow, Russia.

E-mail: lingvamier@mail.ru.

\* \* \*

***Уважаемые читатели!***

Подписаться на наш журнал можно по полугодиям в дни открытия подписки:  
онлайн на сайте [vipishi.ru](http://vipishi.ru) и в отделениях Почты России.

Подписной индекс в Каталоге российской прессы «Почта России» **15004**.

**Научное издание**

**ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ В МГИМО № 4 (12) 2017**

Главный редактор: В.А. Иовенко.

Корректурa: Т.А. Ивушкина

Компьютерная верстка: Д.Е. Волков

Распространяется по подписке. Подписной индекс издания в «Каталоге российской прессы «Почта России» 15004. Цена свободная.

Подписано в печать 01.12.2017 г. Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>8</sub>. Бумага офсетная. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 15,875. Тираж 500 экз. Заказ 1635.

Отпечатано в отделе оперативной полиграфии и множительной техники МГИМО МИД России:  
119454, Москва, пр. Вернадского, 76.