

ISSN 2522-1787



*Донецкий национальный университет
Филологический факультет
Кафедра русского языка*

НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ РУСИСТИКИ

Научный журнал

Выпуск 1



Донецк – 2017

Редакционная коллегия:

Ответственный редактор – д. филол. наук, проф. **В.И. Теркулов**.

Ответственный секретарь – ассистент **Н.В. Гладкая**

Члены редколлегии: д-р филол. наук, проф. **В. В. Федоров** (ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»), к. филол. наук, доц. **Н. А. Ярошенко** (ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»), к. филол. наук, доц. **Н. П. Курмакаева** (ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»); д-р филол. наук, проф. **А. А. Кораблёв** (ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»), д-р филол. наук, проф. **В. М. Калинин** (ГОУ ВПО «Донецкий национальный медицинский университет имени М. Горького»), д-р филол. наук, проф. **А. Л. Факторович** (Кубанский государственный университет, Российская Федерация); д-р филол. наук, проф. **С. А. Кочетова** (ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»); д-р филол. наук, проф. **А. В. Петров** (ФГАОУ ВО «Таврическая академия Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского», Российская Федерация); д-р филол. наук, проф. **Л. А. Петрова** (ФГАОУ ВО Крымский инженерно-педагогический университет, Российская Федерация); д-р филол. наук, проф. **И. А. Герасименко** (Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялте, Российская Федерация); д-р филол. наук, проф. **В. И. Супрун** (ФГБОУ ВПО «Волгоградский государственный социально-гуманитарный университет»).

Editorial Board:

Editor-in-Chief – Doctor of Philology, Prof. **V.I. Terkulov**.

Executive Secretary – assistant **N.V. Gladkaya**

Members of the Editorial Board: Doctor of Philology, Prof. **V.V. Fedorov** (Donetsk National University); Candidate of Philology, Associate Prof. **N. A. Yaroshenko** (Donetsk National University); Candidate of Philology, Associate Prof. **N.P. Kurmakaeva** (Donetsk National University); Doctor of Philology, Prof. **A.A. Korablev** (Donetsk National University); Doctor of Philology, Prof. **V.M. Kalinkin** (Donetsk National Medical University of Maxim Gorky); Doctor of Philology, Prof. **A.L. Factorovitch** (Kuban State University, Krasnodar, Russian Federation); Doctor of Philology, Prof. **S.A. Kochetova** (Horlivka Institute for Foreign Languages); Doctor of Philology, Prof. **A.V. Petrov** (Taurida Academy of Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky, Simferopol, Russian Federation), Doctor of Philology, Professor **L.A. Petrova** (Crimean Engineering and Pedagogical University, Simferopol, Russian Federation), Doctor of Philology, Professor **I.A. Gerasimenko** (Humanities and Pedagogics Academy (branch) of V. I. Vernadsky Crimean Federal University in Yalta, Russian Federation), Doctor of Philology, Professor **V.I. Suprun** (Volgograd State Pedagogical University, Russian Federation)

Адрес редакции: ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»,
ул. Университетская, 24, 83001, г. Донецк

Тел: +38 062 302-92-33

E-mail: donrus452@yandex.ru, terkulov@rambler.ru, Nata.gladkaya25@yandex.ru

Печатается по решению Учёного совета ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет». Протокол № 3 от 31.03.2017 г.

© ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», 2017

УДК 811.161

А. С. Бурляй

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

(Науч.рук. д. филол.н., проф. В.И. Теркулов)

ЖЕНСКИЙ ХАРАКТЕР, ВОПЛОЩЕННЫЙ В СЛАВЯНСКИХ ЖЕНСКИХ ДЕМОНАХ НА ОСНОВЕ ВЫДЕЛЕНИЯ ЛСГ «ЖЕНСКИЕ ДЕМОНЫ ДВОРА И ДОМА»

В данной статье представлены основные положения теории лексико-тематической группы и ее роли в систематизации словарного состава языка по предметным, понятийным и семантическим признакам. Объектом исследования стали имена женских демонов дома и двора (хозяйственных построек). Рассмотрение женских персонажей низшей восточнославянской демонологии в пределах одной ЛСГ на основе выявления архисемы «женские демоны двора и дома» стало целью нашего научного исследования.

Ключевые слова: ЛСГ, архисема, женские демоны двора и дома

Систематизация словарного состава языка по предметным, понятийным и семантическим признакам осуществляется с XX столетия. «Словарь, составленный по принципу объединения однородных вещей, гораздо более поучителен, чем составленный в алфавитном порядке», – писал немецкий лингвист Г. Шухартд [9, с. 198]. Единицами такой классификации и упорядочивания словарного состава являются: семантическое поле (СП), тематические группы (ТГ), лексико-семантические группы, или группировки (ЛСГ).

Теория ЛСГ представлена в трудах Ф. П. Филина, А. А. Уфимцевой, В. И. Кодухова, Э. В. Кузнецовой и многих других, однако до сих пор в современной лингвистике нет единой трактовки природы ЛСГ. Одни исследователи (Ф. П. Филин, Л. М. Васильев) понимают ЛСГ как разновидность семантического поля, другие (А. А. Уфимцева) считают оба объединения слов равноправными в системе языка. Мы придерживаемся мнения Ф. П. Филина о том, что тематические группы — явление логическое, а лексико-семантические группы — языковое, и они обладают высокой степенью смыслового единства, поэтому их нельзя классифицировать произвольно.

В современной лингвистике нет определенного мнения об определении ЛСГ. В качестве рабочего можно взять дефиницию В. И. Супруна: «Сегменты словарного состава языка (парадигмы), объединяющие лексемы с одинаковой предметной направленностью и однородной семантикой, обладающие общим главным интегрирующим семантическим множителем (инвариантом), относящиеся к одной и той же части речи и характеризующиеся синонимическими (в широком смысле) и антонимическими отношениями между отдельными членами сегмента» [7, с. 6].

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что комплексное изучение ЛСГ с помощью системного и функционального подхода к языковым явлениям позволяет наилучшим образом описать духовный и материальный мир народа и направления развития лексической системы в целом.

Цель исследования — рассмотрение женских персонажей низшей восточнославянской демонологии в пределах одной ЛСГ на основе выявления архисемы «женские демоны двора и дома».

Объектом исследования стали имена женских демонов дома и двора (хозяйственных построек).

В теоретическом плане работа опирается на положения трудов таких ученых, как Ф. П. Филин, А. А. Уфимцева, В. И. Кодухова, Э. В. Кузнецова Н. И. Толстой, Е. Е. Левкиевская.

В. Г. Гак считает, что «в основе выделения ЛСГ лежат категориальные архисемы» [2, с. 154]. Наименования доминанты ЛСГ разными исследователями даются различные: идентификатор (В. П. Абрамов, Э. В. Кузнецова); категориальная архисема (В. Г. Гак); имя поля (Ю. Н. Караулов); гиперсема (В. К. Андреева); доминанта (В. В. Богданов); ядерная единица (В. Л. Ибрагимова); интегрирующий семантический множитель (В. И. Супрун) и др. Мы используем термин «архисема», который является для ЛСГ стилистически не маркированным, не метаморфическим и общим значением. Рассмотрим ЛСГ с архисемой «женские демоны двора и дома».

Женские образы, а также женские занятия раскрываются в работах этнографов в последние годы в рамках предлагаемых ими тем (Т. Н. Золотовой, Г. В. Любимовой, А. Ю. Майничей). Большая часть работ, посвященных женским мифологическим персонажам, была опубликована на основе материалов, собранных в европейской части России. Систематические сведения об обычаях, обрядах, поверьях крестьян разных районов России стали собирать приблизительно с середины XIX в. Верования русских крестьян привлекли внимание В. И. Даля, А. Н. Афанасьева, А. Н. Веселовского, Д. К. Зеленина, С. В. Максимова, П. В. Шейна.

Рассмотрим ЛСГ с архисемой «женские демоны двора и дома».

Кикимора — персонаж, свойственный в основном северорусской мифологической традиции. Ее представляли домовою хозяйкой и иногда — женой домового. В мифологических рассказах кикимора предстает уродливой, сгорбленной старухой, в лохмотьях, неряшливой, с распущенными волосами. Довольно часто ее изображали в бабьем кокошнике на голове. На Вологодчине и в Ярославской губернии кикимору представляли в образе крохотной женщины или старушки. Вологодские крестьяне считали, что кикимора так мала, что, опасаясь быть унесенной ветром, никогда не появляется на улице. В Восточной Сибири кикимору представляли в виде нагой девушки с длинной косой. Происхождение кикиморы в народном сознании связывалось с представлениями о «неправильных» покойниках. В крестьянской среде существовало поверье, что в строящийся дом кикимору могут запустить плотники или печники, которые остаются недовольны вознаграждением хозяев. В таких случаях они изготавливали из щепок и лоскутков кукольное изображение кикиморы и закладывали его за матицу с особым приговором. В одном мифологическом рассказе повествуется о том, как может мерещиться в доме от «насаженной» кикиморы: *«У нас три чуда было. Вот в этой избе. Заяц бегал, бык, собака и поросенок. Хозяйка ушла за дровами, а в избе поросенок. Она пришла — он на лавку, на стол, везде. А потом в этом доме стала маячить собака. А то двери раскроются. Вдруг все двери — раз — все открылись. А потом что? Стали искать — куколка завязана: будто как платочек личико — или, как сказать? — мордочка перевязана. Сожгли эту куколку — маячить не стало»* [4, с. 261].

Домовуха — дух дома в образе женщины средних лет. Низенькая, толстенная, будто кадка, она поддерживала порядок и лад в доме хорошей хозяйки, помогала ей в разных хозяйственных делах, присматривала и качала детей, давала им какие-то волшебные травы, когда те болели, и с ее помощью дети быстро поправлялись. Нерадивых и нечистоплотных хозяек домовуха, чистенькая и аккуратненькая, страшно не любила и оттого часто мстила им, подбрасывая в приготовленное такой хозяйкой блюдо сурепки. Тогда в этой семье случались ссоры и скандалы. Любимой едой домовухи была вареная картошка с молоком или квасом. Ела домовуха не слишком много, хотя

бдительная хозяйка утром подмечала, что в чугушке на несколько картофелин стало меньше и молока в кувшине убавилось. Угощение домовухе не выставляли: она сама была за хозяйку и брала все, что хотела. *«Как в доме несчастье будё, так доможириха под полом плачѐ. Уж ходи не ходи, уж роби не роби, уж спи не спи, а все слышать будеши. Вот как у меня хозяин-то помереть должон, все я слышала, будто плачет кто, так жалобно. Знамо доможириха цюла. А как в доме прибыток буде, уж тут доможириха хлопочет, и скотинку пригладит, и у кросон сидит.*

Вот я раз ночью выйтить хотела, встала, смотрю месяц светит, а на лавки у окошка доможириха сидит и все прядет, так и слышно нитка идет: «дзи» да «дзи», и меня видала, да не ушла. А я сробела, поклонилась ей да и говорю:

— *Спаси бог, матушка.*

А потом вспомнила, как меня мать учила относ делать. Взяла шанечку да около ей и положила. А она ничего — все прядет. А собою, как баба, а в повоинике. Только смотреть все-таки страх берет. О она ницего — все прядет. И много у нас тот год шерсти было, так мы поправились, даже сруб новый поставили» [6, с. 229].

Ячична — русский женский демонический персонаж, дух пустого дома, связанный с прядением и схожий с пустодомкой. «Ячична, в отличие от домового, злой дух («нечистая сила»), поскольку является демоном необжитого пространства» [3, с. 250]. В Архангельской области записана такая быличка про ячичну: *«Мне бабушка давно рассказывала. Она у меня в Шенкурском районе жила. Они там верят в «банну обдериху» да в «ячичну». Ячична злая, в пустых домах живет. Про нее мне такая история запомнилась. Пошли девки на посиделки прядь. Проходят мимо пустой избы да и крикнут: «Ячична, приходи к нам прядь!» А оттуда голос: «Приду!».*

Итак, в данной работе рассмотрены отдельные демоны низшей восточнославянской демонологии, которые составляют лексико-семантическую группу «женские демоны двора и дома» (архисема). Мы видим, что семантика в данном случае является отражением реальной действительности, кодом для постижения языковой картины мира. Ещё одним кодом является выделение лексико-семантических групп, что позволяет нам глубже проникнуть в процессы жизнедеятельности человека. В нашем исследовании ЛСГ «женские демоны двора и дома» позволяет подойти к пониманию мира русского человека и русской деревни.

ЛИТЕРАТУРА

1. Власова М. Энциклопедия русских суеверий / М. Власова. — СПб.: Азбука-классика, 2008. — 624 с.
2. Гак В. Г. Сопоставительная лексикология (На материале французского и русского языков) / В. Г. Гак. — М.: Международные отношения, 1977. — 264 с.
3. Дранников Н. В. Мифологические рассказы Архангельской области. / Н. В. Дранникова, И. А. Разумова. — М.: ОГИ, 2009. — 304 с.
4. Левкиевская Е. Е. Мифы русского народа / Е. Е. Левкиевская. — М.: Астрель: АСТ, 2005. — 526 с.
5. Мадлевская Е. Л. Русская мифология. Энциклопедия. / Е. Л. Мадлевская — М.: Мидгард, Эксмо, 2005. — 784 с.
6. Морохин В. Н. Прозаические жанры русского фольклора: хрестоматия: учеб. пособие для филологических специальностей / В. Н. Морохин. — 2-е изд., доп. — М.: Высш. шк., 1983. — 303 с.
7. Супрун В. И. О лексико-семантических группах слов / В. И. Супрун // Ruštinár, 1983. — № 3. — С. 4—6.

8. Филин Ф. П. О лексико-семантических группах слов / Ф. П. Филин // Езиковедски исследования в чест на акад. Стефан Младенов. — София, 1967. — 621 с.
9. Шухардт Г. Избранные статьи по языкознанию / Г. Шухардт. — М. : Изд-во ин. литературы, 1950. — 296 с.

A. S. Burliai

FEMALE CHARACTER EMBODIED IN THE SLAVIC FEMALE DEMONS ON THE BASIS OF THE ALLOCATION OF THE LSG «FEMALE DEMONS OF THE HOUSE AND COURTYARD»

This article presents the main theoretical propositions of the lexico-thematic group and its role in the systematization of the vocabulary of the language in terms of subject, conceptual and semantic features. The subject of the study were the names of female demons of the house and courtyard (outbuildings). The main goal of our scientific research is review of female characters of lower slavic demonology within the same LSG (lexico-semantic group) on the basis of revealing the arhisema «female demons of the house and courtyard».

Key words: LSG, arhisema, female demons of the house and courtyard

УДК 81'42

Н. В. Гладкая

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ КАК ХАРАКТЕРНАЯ ОСОБЕННОСТЬ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

В статье рассматриваются основные функции и наиболее распространенные механизмы создания креолизованного текста в сфере интернет-коммуникации, а также его воздействие на адресата и влияние логэпистемных единиц прецедентных феноменов на представителей различных лингвокультур. Актуальность темы обусловлена необходимостью создания системы базовых моделей формирования креолизованных текстов для более полного изучения типов связей (автосемантических и синсемантических) между вербальными и невербальными компонентами, что позволит глубже проникнуть в природу комического эффекта и определить степень влияния на реципиентов. В ходе исследования были определены роль и значение визуальной информации в интернет-коммуникации.

Ключевые слова: прецедентное высказывание, интернет-коммуникация, пресуппозиция, фрейм-сценарий, прагматический потенциал

В последнее десятилетие лингвистический интерес к невербальным средствам коммуникации значительно возрос. Этому способствовало Интернет-пространство, которое в современном обществе играет значимую роль. Являясь уникальной виртуальной средой, Интернет предоставляет неограниченные возможности своим пользователям. Интернетом пользуются более 35 % жителей всей Земли, таким образом, мы все находимся в общем медиaprостранстве. Это пространство тесно объединено с нашей личной и социальной жизнью. В этом смысле возникает проблема языковых барьеров и преодоления лингвокультурных особенностей между представителями разных стран. На данный момент визуализированная информация является одной из самых успешных попыток преодоления языковых барьеров. При помощи невербальной информации легче воздействовать на реципиентов, а также она с легкостью поддается

кодированию и декодированию. Таким образом, интернет-общение привело к нейтрализации оппозиции устной и письменной речи и созданию особого типа речи – речи интернет-дискурса [10]. Не вызывает сомнений, что интернет-дискурс – особый тип общения, реализуемый в глобальной сети, это дает возможность с одной стороны рассматривать данный термин как разновидность коммуникации, а с другой – как ситуацию коммуникации. В современной сети Интернет широкой популярностью пользуются именно визуальные формы общения. Одной из таких форм являются так называемые креолизованные тексты (мемы, демотиваторы, интернет-комиксы, эдвайсы и проч.), т. е. «тексты, фактура которых состоит из двух негетерогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [11, с. 180-181].

Причиной популярности является их развлекательно-юмористический характер. «Создавая или воспринимая высказывание в процессе коммуникации, каждый человек, прежде всего, опирается на свой опыт и знания о мире, соотнося сказанное с действительностью и производя мыслительные операции по выявлению смысловых ядер текста» [12]. Для восприятия креолизованных текстов адресат должен обладать не только чувством юмора, но и уметь извлекать из комического текста «элементы имплицитного смысла высказывания, которые непосредственно, очевидным образом в смысл предложения не входят, но выводятся слушающим в речевом акте» [5].

Жанр демотиватора соединил в себе как традиционные, так и новые культурные свойства. Как правило, для создания комического эффекта используется смысловая неоднозначность. Демотиватор несет в себе определенный скрытый, имплицитный смысл, который адресат может понять не сразу, а в результате некой мыслительной операции, кроме того, интерпретация полученной информации может быть разной. Имплицитная информация не имеет своего собственного, прямого вербального выражения, ее содержание не получает непосредственного словесного воплощения, но оно становится известным, доступным для адресата сообщения благодаря речемыслительной операции импликации (вывода), извлечения невысказанного из высказанного, то есть из компонентов семантики, представленных в значении материально-языковой формы единиц речи или их элементов.

Этот вывод может зависеть от многих факторов: воспитания реципиента, его культурного уровня, фоновых знаний, общей экстралингвистической информации и др. Поэтому для максимально полного понимания демотиватора крайне важна пресуппозиция: адресат формирует определенный смысл на основе личного опыта и фоновых знаний.

Понятие пресуппозиции включает в себя как контекст, так и ситуацию, в которой сделано некоторое высказывание. Жанр демотиватора позволяет обыгрывать пресуппозиции, так как прецедентные элементы, включенные в его состав, отражают специфику современной культурной ситуации. Сам жанр демотивационного постера можно считать прецедентным феноменом, то есть регулярно воспроизводимым и хорошо известным всем представителям социально-культурного пространства (прецедентным может выступать известная фраза, герой сериала или кино, медийные персонажи и т.д.).

Информация о культуре того или иного народа, извлекаемая из опыта, хранится в памяти человека не в хаотическом беспорядке, а в виде разного рода мыслительных образов, находящих выражение в языке в виде прецедентных феноменов. Трансформированные прецедентные высказывания (логоэпистемы) создают эффект языковой игры, каламбура, когда его вербальная и визуальная составляющая обыгрывают разные значения одного и того же слова [3]. К числу прецедентных высказываний можно отнести различные цитаты, афоризмы, пословицы, трансформированные крылатые выражения, поговорки.

Структура прецедентного высказывания имеет три уровня: 1) *поверхностное значение* - складывается из суммы значений составных элементов высказывания; 2) *глубинное значение* - представляет собой нечто большее, что образует «лексико-семантическую структуру высказывания»; 3) *системный смысл* - сочетание «глубинного смысла», знаний и представлений о прецедентном тексте или ситуации, которые лежат в основе данного высказывания [7].

Логоэпистемические единицы чаще всего используют в креолизованных текстах, так как они служат маркерами определяющими ход мыслей реципиента, стимулируют формирование ассоциативных связей, а также являются смылосодержащей частью коммуникации. Логоэпистемы функционируют как сжатый, сконцентрированный текст, поэтому новое его содержание выражается через призму национально-культурных представлений о жизни, а это способствует развитию эмоциональности их смыслового содержания. Таким образом, за ними всегда стоит какой-либо текст, высказывание, прецедентная ситуация.

Мы рассмотрим прецедентные феномены, которые являются показателем когнитивно-тезаурусного уровня. Когнитивно-тезаурусные импликатуры проявляются в случае, когда взаимодействие семантики известной части сообщения с когнитивными знаниями реципиента (знаниями тематики сообщения и фоновыми знаниями о мире) порождают понимание, основанное на смысловом заключении. Такая особенность характерна и для логоэпистемных единиц.

Учитывая теорию Е.Н. Канаевой, мы выделяем логоэпистемные единицы по признаку автономности/связности с текстом-источником [8]. Таким образом, к структурно связанным с текстом-источником относятся известные цитаты, строчки из песен, названия произведений и т.д. Например, в последнее время в русскоязычном сегменте Интернета получили широкую популярность демотиваторы с изображением русского музыканта и композитора Игоря Николаева и фраза из его песни «Выпьем за любовь» (Рис.1, 2, 3). Благодаря включенности нас в языковое пространство и осведомленности в области русской музыки 90-х годов, мы можем корректно отреагировать на данное юмористическое послание, т.е. возможность достижения комического эффекта стала возможной при совпадении элементов культурного багажа пользователей соцсетей и общности пресуппозиций. Однако подобные демотиваторы недолговечны, это стихийное явление поэтому, после их внедрения в различные сферы общения, популярность их резко снижается и они переходят в разряд устаревших демотиваторов («баянов»), однако мемы, которые содержатся в таких демотиваторах сохраняют свою долговечность. Так случилось и с демотиватором «Выпьем за любовь». Образ Игоря Николаева и фраза «выпьем за любовь» стали интернет-мемами, т.е. спонтанным распространением в сети Интернет определенного образа, фразы и популяризируемого в различных социальных сетях и частных переписках для достижения комического эффекта.



Рис.1



Рис. 2



Рис. 3

Следующая разновидность – логоэпистемные единицы связанные с ситуацией-источником указывают на определенную прецедентную ситуацию. В демотиваторе *И тебя, Брут* (Рис. 4) трансформированный вербальный компонент отсылает нас к историческому факту, иконическая часть заставляет нас расширить ассоциативный ряд, тем самым реализовывая «эффект обманутого ожидания» и вызывая комическую реакцию. Изображение как важнейший компонент креолизованного текста несет значительную функциональную нагрузку. «Оно является сильным зрительным возбудителем, притягивает к себе внимание адресата, вызывает готовность вступить в коммуникативный контакт» [6].



Рис. 4

К последней «автосемантической» [8] группе можно отнести различные пословицы, поговорки и т.д., которые утратили связь с первоисточником и приобрели новое значение благодаря смысловой и вербальной трансформации. В демотивационных постерах формируются контексты, в которых происходит пересечение семантических полей, и, как следствие, совмещение значений разных языковых единиц, имеющих тождественный план выражения. Это является основой для языковой игры, которая формируется на стыке вербальной и иконической части. На рисунке № 5 надпись гласит о *Курсе молодого отца*. Происходит взаимодействие семантики известной части сообщения с когнитивными знаниями реципиента (знаниями тематики сообщения и фоновыми знаниями о мире) порождают понимание, основанное на смысловом заключении.



Рис. 5

Вербальный компонент заставляет нас обратиться к когнитивным знаниям, в частности сначала узнать логэпистему, затем воспроизвести в памяти первоначальный текст (*Курс молодого бойца*), сопоставить исходное значение (*Курс молодого бойца — начальный период прохождения службы в учебных заведениях Минобороны России, МЧС России, МВД России, ФСИН России и др.*) с производным (*Курс молодого отца — трудности с которыми столкнется молодой отец в воспитании ребенка, в частности разбросанные игрушки Lego*), а затем только осмыслить трансформированный вербальный компонент и его философское смыслоддержание. Иконический компонент служит иллюстрацией трансформированной логэпистемы. Мы получаем «эффект обманутого ожидания», а смысловое заключение является результатом взаимодействия семантики сообщения со знаниями слушающего о мире.

Таким образом, демотиваторы представляют собой единство иконического и вербального компонентов на содержательном, языковом и композиционном уровнях. Кроме того, данный жанр отличает высокая прагматическая функция, которая выражается на уровне пресуппозиций. Пресуппозиция не только способствует раскрытию имплицитного смысла высказываний или подтекста отдельных частей высказывания, но также сама пресуппозиция может основываться на знании имплицитного смысла предыдущего высказывания и подтекста предшествующих отрезков текста. Кроме того, в статье осуществлена попытка классификации логэпистемных единиц, которые являясь, сжатым текстом, содержат в себе национально-культурные особенности, а употребление их с прецедентным текстом или ситуацией вызывает у реципиента определенный ассоциативный ряд. Приведенные примеры показывают, что для правильного понимания демотиваторов необходима национально-культурная составляющая, определяющая содержание авторского замысла, а пресуппозиция как явление языка выступает в качестве механизма связи языковых единиц с экстралингвистическими явлениями, в том числе и фоновыми знаниями. Вопрос баланса между вербальной и иконической составляющей остается открытым, и это обеспечивает целесообразность дальнейшего исследования данной темы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н.Д. Понятие пресуппозиции в лингвистике // Известия АН СССР, серия литературы и языка. М., 1973. - Т. 32. - Вып. 1. - С. 84-90.
2. Анисимова Е. Е. О целостности и связности креолизованного текста. К постановке проблемы / Е. Е. Анисимова // Филологические науки. – М., 1996. - № 5. – С. 74-85.
3. Бабина Л. В. Об особенностях демотиватора как полимодального текста // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – М., 2013. – № 2 (20). – С. 28-33.
4. Большой толковый словарь русского языка под ред. С. А. Кузнецова. - СПб.: Норинт, 1998.

5. Грайс Г.П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. - М.Прогресс, 1985. – С. 217-237
6. Данилова Ю. Ю. Типы креолизованных текстов в современном лингвосоциуме / Ю. Ю. Данилова Д. Р. Нуриева // Елабужские филологические чтения: Мат-лы Всероссийской науч.-практ. конф. с междунар. участием (РТ, Елабуга, 17-18 октября 2013 г.). - Елабуга: Изд-во ЕИ КФУ, 2013. - С. 49-52.
7. Захаренко И. В. Прецедентное высказывание и прецедентное имя как символы прецедентных феноменов / И. В. Захаренко, Д. Б. Гудков, В. В. Красных, Д. В. Багаева // Язык, сознание, коммуникация. Вып. 1 –М. : МАКС-Пресс, 1997. – С. 100-115.
8. Канаева Е. Н. Текстовые функции логоэпистемы (на материале газетных заголовков): автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.10 “Русский язык” / Е. Н. Канаева. – Москва, 2007. – 19 с.
9. Нуриева Д. Р. Креолизованный текст как феномен современного лингвосоциума: Сборник научных статей Казанского федерального университета: сборник статей / Мин-во обр. и науки; Казанский (Приволжский) федеральный ун-т. - Казань: Казан. ун-т., 2013. - С. 414-416.
10. Ушаков А. А. Интернет-дискурс как особый тип речи [Электронный ресурс] / А. А. Ушаков // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2010. – № 4. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-diskurs-kak-osobyy-tip-rechi-retsenzirovana>
11. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Сорокин Ю. А., Тарасов Е.Ф. // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. – С. 180–186.
12. Шендельс Е. И. Имплицитность в грамматике // Сб. науч. тр. МГПИЯ им М. Тореза. – М., 1997. – Вып. 112. – С. 109-120.
13. Щурина Ю. В. Комические креолизованные тексты в интернет-коммуникации / Ю. В. Щурина // Вестник Новгородского государственного университета. - № 57. – 2010. – С. 82-86.

N. V. Gladkaya

THE PRECEDENT STATEMENTS AS A MAIN CHARACTERISTIC OF CREOLIZED TEXTS IN INTERNET COMMUNICATION

This article discusses the key features and the most common mechanisms of creating creolized text in the Internet communication, its impact on the recipient and the impact of logoepistems units precedent phenomena on members of a linguistic culture. The topic relevance due to the need to establish a system of basic models of formation creolized texts to better study the types of connections between verbal and nonverbal components that allow a deeper insight into the nature of the comic effect and determine the degree of impact on the recipients. It was identified the role and importance of visual information in the Internet communication.

Key words: *precedent statement, Internet communication, presupposition, frame script, pragmatic potential*

ХАРАКТЕР СИНТАКСИЧЕСКИХ ОШИБОК В ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ КАК МАРКЕР УРОВНЯ ДИСКУРСИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ- ГУМАНИТАРИЕВ

В статье предлагается осмыслить зависимость между уровнем дискурсивной компетенции студентов-гуманитариев и характером допускаемых синтаксических ошибок в письменной речи, взаимную обусловленность этих явлений. Анализируются типичные ошибки каждого уровня.

Ключевые слова: дискурсивные компетенции, письменная речь, синтаксические ошибки.

Языковая личность современного студента (и не только филолога) должна характеризоваться такими параметрами: достаточный уровень коммуникабельности, доминирование кооперативных стратегий общения, развитая способность порождать тексты, что в первую очередь предполагает владение нормами языка и наличие творческого потенциала в работе над текстом. Все эти навыки закладывались и развивались в течение десяти лет обучения в школе. В вузе на языковых занятиях эти навыки рассматриваются на уровне так называемых «дискурсивных компетенций» [6], которые понимаются как «способность порождать дискурс» [7, с.311], в том числе и в письменной форме. Учащийся, достигший высокого уровня дискурсивной компетенции, вполне свободно распоряжается лексическим и стилистическим ресурсом, умело применяет словообразовательный потенциал и грамматические средства оформления текстового материала, практически безошибочно строит синтаксические конструкции различной сложности и разной степени осложненности. Продукт его речевой деятельности отличается высокой осмысленностью, логичностью, четкостью, ясностью, связностью. Высший уровень дискурсивной компетенции называют творческим, поскольку ее носитель способен применить накопленный языковой арсенал не только в заданных или предварительно обговоренных рамках, но и свободно выходя за них, реализовывая потребность в достижении коммуникативных намерений в соответствии с ситуацией или открывшимися возможностями. Как показывает практика, на этот уровень выходят далеко не все даже стремящиеся к нему.

Градацию уровней дискурсивной компетенции студентов вывел А.П. Руденко в [7]: *элементарно-интуитивный* (самый непродуктивный, характеризующийся слабыми речевыми навыками носителя, разрывом между мыслью и ее воплощением в речи), *репродуктивно-подражательный* (несамостоятельный, зависимый, его носитель ищет вспомогательных опор, шаблонов), *поисково-исполнительный* (самостоятельный, динамично совершенствующийся, отражающий готовность и способность носителя к порождению качественного и оригинального текста, к анализу и синтезу) и *творческий* (высший, подтверждающий сформированность навыков и способностей к речетворчеству).

На первых же занятиях по русскому языку и культуре речи исходный уровень своей дискурсивной компетенции студенты демонстрируют в творческих работах. В данной статье мы попытаемся осмыслить зависимость между уровнем дискурсивной компетенции студентов-гуманитариев и характером допускаемых синтаксических ошибок в письменной речи, взаимную обусловленность этих явлений; разберем по уровням

характер типичных синтаксических ошибок, допущенных в самостоятельно составленных текстах; выявим причины и следствия.

Для анализа мы взяли работы одной группы студентов-гуманитариев, выполнивших в течение семестра 2 творческих задания на разные темы по установленным критериям (всего 50 работ). При этом *элементарно-интуитивный* уровень дискурсивной компетенции студента нами отмечен как абсолютный показатель в девяти работах (18%). Его основные признаки: неупорядоченный синтаксис, сопровождаемый такой же неупорядоченной пунктуацией (или без нее) в соединении с бедным словарем, а также с незнанием или слабым (путаным) знанием значений используемых слов, что в результате выливается в невнятные, маловразумительные фразы: 1) *Своим необычайным звучанием они [иностраные слова. Н.К.] вызывают то ли деловой или официальный стиль выражения;* 2) *В мире огромное количество языков, слова в котором не закореняются в своем ореоле;* 3) *Писатели писавшие на древнерусском языке создавали его искусственно и вовсе не используя разговорную речь* и подобные. Очевидно, что такие тексты очень трудно анализировать и искать здесь какие-либо закономерности бессмысленно. Проблемы абитуриентов данного типа М.А. Бондаренко квалифицирует так: «неумение точно формулировать свою мысль, затруднения в построении фраз, низкий уровень речевой культуры» [2, с. 605].

Как правило, этому уровню присущи ошибки интерферентного типа: *В нашей речи много слов, которые пришли с других языков* (вместо: *из других языков*); *В статье Глаголева говорится за иностранные слова* (вместо: *об иностранных словах*).

Репродуктивно-подражательный уровень дискурсивной компетенции студента нами отмечен в 20 работах (40 %). Для него характерны: шаблонность, подражательность фраз в сочетании с недостаточно выработанным умением точно излагать мысли и оформлять их синтаксически и пунктуационно, что в основном тоже свидетельствует о невысоком уровне речевой культуры: 1) *Большой бизнес в лице крупных корпораций делает инвестиции в политику, в виде лоббистов продвигающих их интересы;* 2) *Этот проект занимает большое и важное значение в нашей работе;* 3) *При необходимости, если так сложится ситуация они будут вынуждены принять допустимые меры;* 4) *Повышается внутреннее производство, развивается внутренний рынок. Также в нашем государстве ведется борьба с коррупцией на местах и на высоком уровне и др.*

Из примеров видно, что студенты в вузе осваивают новые стили и жанры. Особенно трудно им даются жанровые разновидности научного и официально-делового стилей. «Овладение жанрами и нормами научной речи становится длительным и часто болезненным процессом, поскольку школьный навык предполагает опыт письма в публицистическом и даже художественном, но не научном стиле» [1, с. 584].

Как типичные можно отметить следующие синтаксические ошибки:

1. Нарушения в сфере предложного/беспредложного управления (причем не только слабого, но и сильного): *Русский язык – неотъемлемая часть в моей жизни* (вместо: *часть моей жизни*); *Большая часть населения разговаривает смешанным языком – суржиком* (вместо: *на смешанном языке - суржике*); *Говорящий акцентировал внимание аудитории на положение дел в мире* (вместо: *на положении*, так как глагол имеет валентность на предложный падеж: *акцентировать на чем?* А существительное *акцент* – на винительный с предлогом: *акцент на что?* – *на положение*); *Нам приходилось абстрагироваться несущественных сторон проблемы* (вместо: *от несущественных сторон*; ср.: *абстрагировать что?* и *абстрагироваться от чего?*); *Большинство людей не придерживается старым нормам* (вместо: *придерживаться чего? – старых норм*); в том числе допускаются ошибки контаминационного характера: *Для тех, кто любит и ценит природу, приглашаем на выставку...* (вместо: *Тех, кто..., приглашаем* или *Для тех, кто..., организована выставка...*); *Желающие посетить аттракцион необходимо*

предварительно записаться (вместо: *Желающим ... необходимо* или *Желающие ... должны...*).

2. Нарушение согласования на уровне предикативного центра: *Медвежонок Винни Пух и компания «Геркулес» приглашает* тебя на выставку мороженого (вместо: *приглашают*, т.к. действие производят два субъекта); *Старшее поколение не всегда положительно реагируют* на иноязычные слова в речи молодежи (вместо: *поколение реагирует* или *люди старшего поколения реагируют*).

3. Немотивированная инверсия, или нарушение порядка слов в предложении, порождающее ненужную и часто комическую двусмысленность высказывания: *Желающим записаться в группу поддержки необходимо подать заявление о вступлении в деканат факультета* (один из возможных правильных вариантов: *Желающим записаться в группу поддержки необходимо подать заявление в деканат факультета*); *Приглашаем посетить и поучаствовать в выставке-конкурсе детей до 17 лет* (один из правильных вариантов высказывания, снимающий ненужную двусмысленность: *Приглашаем детей в возрасте до 17 лет посетить выставку-конкурс и принять в ней участие*).

4. Неоправданная синтаксическая компрессия («речевая недостаточность», по Ахапкиной, приводящая «к конфликту понимания» [1, с. 584]), допускаемая вследствие слабой «языковой компетенции» адресанта: *Хотя после чтения статьи заголовок, по моему мнению, подобран неточно* (возможные варианты: *После чтения статьи у меня сложилось мнение, что...* или *После прочтения статьи ее заголовок мне показался несоответствующим*).

5. Немотивированное и неоправданное нарушение полупредикативной связи на уровне примыкания деепричастного оборота к предикативной основе предложения (сопровождаемое иногда неверно выбранной формой деепричастия): *Принимая участие в конкурсе, вас приятно удивят призы и подарки* (вместо возможных вариантов: *Приняв участие в конкурсе, вы будете приятно удивлены призами и подарками* или *Если вы примете участие в конкурсе, то вас приятно удивят призы и подарки*).

6. Позиционная избыточность, усугубленная неправильно выбранной формой необязательного (как правило) соотносительного слова в главной части – распространителя предиката в структуре СПП изъяснительного типа: *В аннотации статьи подчеркнуто о том, что...* (вместо: *подчеркнуто, что*), видимо, по аналогии с сочетанием *говорится о том, что*; *Общение в соцсетях доказывает о том, что речь пользователей крайне загрязнена* (вместо: *доказывает, что...*, либо: *свидетельствует о том, что...*).

Поисково-исполнительный уровень дискурсивной компетенции студента выявлен в 14 работах (28 %). Его характеризуют такие приметы: стремление оторваться от шаблона и как можно более точно и оригинально сформулировать мысль, «небоязнь» сложных синтаксических построений, достаточно свободное владение всеми видами осложнения предложения. Имеющиеся затруднения в построении письменных высказываний в основном связаны с такими нетипичными, единичными нарушениями:

1. Выбор формы детерминанта, связанного с основой предложения слабым падежным примыканием: *В веке развития науки и техники люди забыли о самом главном...* (вместо: *век развития...*, так как *забыли когда?* – свободный распространитель в В.п.).

2. Неправильный выбор связующего средства при построении сложноподчиненного предложения (союза или союзного слова): *На празднике была создана атмосфера, когда дети хотя бы на время забыли, что идет война* (вместо: *атмосфера, при которой* или *благодаря которой*, так как господствующее слово не имеет в своей семантике значение времени, а союзное слово *когда* его содержит. См., например, в [5, с. 318–319]).

3. Нарушения в связи с построением фраз, содержащих однородные ряды, которые соединены сложными союзными скрепами (подобные ошибки можно трактовать как

квазиконтаминацию): *Проведен конкурс, где требовалось показать не только знание русского языка, а и проявить себя в творческих заданиях* (здесь возможны два варианта правильных высказываний в зависимости от того, какие из двух типов однородных рядов скрепить сложным союзом: тип /а/: *требовалось показать не только то-то, но и то-то: Проведен конкурс, где требовалось показать не только знание русского языка, но и умение творчески его применять*; тип /б/: *требовалось не только показать то-то, но и проявить то-то: Проведен конкурс, где требовалось не только показать знание русского языка, но и проявить себя в творческих заданиях*).

4. Нанизывание (часто неоправданное) форм родительного падежа: *Для достижения высоких результатов проведения олимпиады школьников требуется качественная подготовка* (во-первых, высокие результаты показывают школьники, а само проведение олимпиады может быть на высоком уровне, отсюда один из возможных вариантов правильного предложения: *Для достижения школьниками во время олимпиады высоких результатов требуется качественная подготовка к ней*).

Таким образом, систематизация и анализ ненормативных синтаксических построений в письменной речи студентов позволяет выявить прямую связь между грамотностью и дискурсивной компетенцией носителей, четче определить стратегии и тактики работы в курсе «Русский язык и культура речи», внести синтаксические дополнения в словарные материалы Г.И.Рихтера [4].

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахапкина Я.Э. Грамматика письменной речи: конфликт предписания и узуса / Я.Э. Ахапкина // Русский язык: Исторические судьбы и современность: V Международный конгресс исследователей русского языка. Труды и материалы. – М.: Изд-во Москв. ун-та, 2014. – С. 584 – 585.

2. Бондаренко М.А. К вопросу о речевой культуре учащихся и о подходах к ее формированию / М.А. Бондаренко // Русский язык: Исторические судьбы и современность: V Международный конгресс исследователей русского языка. Труды и материалы. – М.: Изд-во Москв. ун-та, 2014. – С. 604 – 605.

3. Культура письменной речи. РУССКИЙ ЯЗЫК - Синтаксические ошибки. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://grammar.ru/RUS/?id=10.10>

4. Рихтер Г.И. Нормы литературной речи, по преимуществу разговорной / Г.И. Рихтер. – Сталино: Сталинское обл. изд-во, 1958. – 30 с.

5. Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Д. Э. Розенталь; под ред. И.Б. Голуб. – 15-е изд. – М.: Айрис-пресс, 2010. – 368 с.

6. Руденко А. П. Индивидуальный подход в развитии дискурсивной компетенции студентов при обучении иностранному языку в вузе : дисс. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Анна Петровна Руденко. – Великий Новгород, 2007. – 194 с.

7. Сырова О.В. К вопросу о языковой личности студента-филолога / О.В. Сырова // Русский язык и литература в школе и в вузе: проблемы изучения и преподавания: [сб. науч. тр.] – Горловка: Изд-во ГГПИИЯ, 2010. – С. 310 – 313.

N. P. Kurmakaeva

TYPE OF SYNTACTIC MISTAKES IN WRITTEN COMMUNICATION AS A MARKER OF DISCOURSE COMPETENCE OF HUMANITARIAN STUDENTS

The article offers to consider dependence between the level of discourse competence of humanitarian students and type of syntactic mistakes in written communication, correlation of these phenomena. The article gives analysis of typical mistakes of each level.

Key words: *discourse competences, written communication, syntactic mistakes.*

**МЕТАФОРИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ОБРАЗУ ВОЛОДИМИРА ПУТІНА В
СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ**

Ця стаття присвячена аналізу метафоричного моделювання образу Володимира Путіна в сучасних українських ЗМІ. Найбільш уживаною метафоричною моделлю є «Путін – монарх». Метафори зі сферою джерелом «Монархія» стають засобом творення негативного образу майже в усіх випадках. Продуктивними є також кримінальні, зооморфні та мілітарні метафори, що на перший план висувають такі риси російського лідера, як агресивність, нечесність, ірраціональність. Аналіз свідчить, що використання метафоричних моделей для структурування образу В. Путіна тісно пов'язане з надмірною емоційністю та вживанням елементів мови ворожнечі.

Ключові слова: метафорична модель; українські ЗМІ; В. Путін

Новітнє протистояння між Російською Федерацією з одного боку та ЄС і США з іншого з початком 2010-х років у політологічних дослідженнях, публікаціях світових ЗМІ нерідко називають Другою холодною війною або Новою холодною війною. Відмінність цього конфлікту від Холодної війни ХХ століття полягає в тому, що він проходить в умовах війн нового типу – гібридних. Одна зі складових такого протистояння – інформаційна війна. Л. Коцюбинська, проаналізувавши найпоширеніші погляди сучасних дослідників, пропонує таке визначення цього феномена: «Інформаційна війна – це інформаційний вплив на суспільну (масову) свідомість з метою внесення змін в когнітивну структуру, для того щоб надалі отримати зміни в поведінковій структурі» [2, с. 95].

Дуже важливим є вивчення засобів протистояння такого типу. Один з методів інформаційної війни – метафоричне моделювання образу певного політичного суб'єкта.

Метафори в політичних текстах розглядають з позиції когнітивістики, тобто метафора визнається провідною ментальною операцією. Визначальною подією в осягненні цього явища стала робота американських лінгвістів Дж. Лакоффа і Д. Джонсона «Метафори, якими ми живемо» [4]. За цією теорією, в основі метафоризації полягає процес взаємодії між структурами знання двох концептуальних сфер – сфери-джерела та сфери мішені. Процес метафоризації виглядає таким чином: відбувається односпрямована метафорична проекція зі сфери-джерела на сферу-мішень. Сформовані досвідом взаємодії людини з довкіллям елементи сфери-джерела структурують менш зрозумілу сферу-мішень. Цей процес і складає когнітивний (тобто пізнавальний) потенціал метафори.

У своєму дослідженні американські вчені для демонстрації концептуальних структур приводять схеми на зразок «Суперечка – це війна». Саме такий вигляд, тобто вигляд формули, має метафорична модель. А. Чудинов пропонує таку дефініцію поняття: «Метафорична модель – це схема зв'язку між поняттєвими сферами, що існує або складається у свідомості носіїв мови і котру можна представити певною формулою "X – це Y"» [6, с. 131].

Об'єктом нашого дослідження є метафоричне моделювання образу В. Путіна в сучасних українських ЗМІ, предметом – особливості функціонування цих моделей як засобу інформаційної війни.

Увага до постаті В. Путіна посилилася з початком Євромайдану й подальшої кризи в російсько-українських відносинах. Президент Російської Федерації став в уявленні

української влади уособленням режиму й взагалі країни, яка, за офіційною версією, веде загарбницьку політику на сході України.

Варто одразу відзначити, що президент Путін дуже рідко розглядається сучасними публіцистами у відриві від самої Росії. Недемократичність методів сучасного очільника РФ – це начебто наслідок авторитарної сутності самої Росії (тут можна говорити про впливи теорії «зіткнення цивілізацій»). Так би мовити, держава заслуговує свого правителя. У такій аналітиці іноді знаходимо дещо абсурдні твердження:

- *Королева (Єлизавета I) відповіла, що не лише вона, а навіть (!) парламент не може вказувати журналістам, що і як писати. Звісно, Іван (Грозний) так і не збагнув цю «вищу алгебру» демократії (І. Лосєв, «Український тиждень», №4, 29.01.15).*

Отже, найпопулярніша модель, яка використовується для опису сучасного ладу Росії, – «Росія – це імперія»:

- *РФ дедалі частіше з огидою переступає через радянське минуле, радісно застрибуючи в імперські черевики (С. Васін, «Український тиждень», №29, 21.07.2016).*
- *Якби Кремль хоч трохи встиг би оговтатися від своєї немочі, якби не ситуативна політична розстановка (передусім у самій Москві), дідька лисого імперський монстр поступився б хоч клаптиком землі (Ю. Макаров, «Український тиждень», 24.08.15).*

Як можна помітити з поданих прикладів, подібне використання метафори зі сферою «Монархія» стає засобом творення негативного образу. Перш за все, це пов'язано із сучасним переглядом Україною історичного минулого. Імперія – це застаріла форма держави, агресивна й авторитарна. Якщо на російському ґрунті «монархічна» метафора ще може бути осмислена позитивно (імперія – це могутня, сильна держава), то в українських політичних текстах таке розуміння майже неможливе, перш за все, через орієнтацію на ліберальні демократії західноєвропейського зразка.

Найрозповсюдженішою метафоричною моделлю, за допомогою якої створюється образ В. Путіна, є схема «Путін – монарх»:

- *Зникнення російського президента Путіна було потрібне для його з'ясування стосунків з оточенням. Як говорять дипломатичною мовою, проводили інтенсивні консультації навколо імператора (В. Небоженко, «Країна», №12, 26.03.2015).*

Нерідко подібні конструкції вживаються з іронією, щоби підсилити враження абсурдності політики В. Путіна. Наприклад, структура влади РФ осмислюється через політичні феномени доби монархії:

- *Унаслідок палацового перевороту новообраний президент Путін поступається місцем компромісній постаті, яка в обмін на фінансову допомогу погоджується поставити ядерні об'єкти під контроль міжнародних інститутів (Ю. Макаров, «Український тиждень», №8, 28.02.16).*

Пов'язана з монархічною метафорою й схема: «Путін – хазяїн країни». В цьому випадку образ президента РФ повністю не наділяється рисами монарха, але він все ж постає авторитарним лідером, який не просто представляє інтереси народу, а користується правом власності на країну:

- *Але дипломатична мова, якою спілкуються європейські лідери з господарем Кремля, принесла свої перші плоди лише через майже вісім місяців після численних спроб нормалізувати ситуацію, навіть на сьогоднішній день радше заморозивши її, ніж остаточно вирішивши (С. Васін, «Український тиждень»,*

№40, 09.10.15).

Треба наголосити ще на одній тенденції, яка пов'язана з використанням моделі «Росія – імперія». Розповсюдженими стали вислови на зразок:

- *А Москва виявлялася вискочкою, мордовсько-татарським бастардом, який нахабно тягнув і тягнув до себе золоті київські брами (В. Примост, «Український тиждень», № 51, 24.12.15)*
- *Московська орда прагне спалити найстаріше місто Східної Європи, тільки за 9 століть значно змінилися методи (Б. Логвиненко, «Український тиждень», 11.06.15).*

У таких прикладах ми бачимо використання елементів мови ворожнечі – створення негативного образу народу з використанням неправдивих тверджень, негативних етнічних стереотипів. Говорити про Росію як про країну чужу для слов'янського світу могли тільки маргінальні групи українських націоналістів, але зараз елементи націоналістичної ідеології стали звичними й для ліберального дискурсу. Наприклад, журнал «Український тиждень» своєю цільовою аудиторією називає освічених чоловіків та жінок 21-55 років, що умовно належать до так званого «середнього класу»; мешканців переважно великих міст, здебільшого зайнятих в приватному бізнесі, або держслужбовців високого та середнього рангу; представників креативних професій; студентів та викладачів провідних вишів.

Звідси на сторінках таких поширених видань з'являються політичні метафори, в яких образ Путіна структурується за допомогою притягнення стереотипного образу не просто монарха, а «типового» східного монарха-деспота (звісно ж, з негативною оцінкою):

- *Вирішуватимуть свої особисті бізнесові питання інші «достатники», які, може, домовляться, а може, і ні з московським «ханом» (І. Лосєв, «Український тиждень», № 48, 3.12.15).*

Про вплив подібних політичних метафор на суспільну свідомість можна говорити поки що в гіпотетичному плані, але такі приклади демонструють правий поворот саме в середовищі ліберальної інтелігенції, орієнтованої на Європу.

Звісно ж, моделювання образу Путіна відбувається не тільки через використання поняттєвої сфери «Монархія», але наразі вона домінує в політичних текстах.

Досить продуктивною є сфера «Кримінальний світ», коли йдеться про стиль зовнішньої політики В. Путіна:

- *Тільки на таких умовах переговори про повернення «невід'ємної частини України» будуть конструктивними, а не грою новачка з шулером (Д. Крапивенко, «Український тиждень», №29, 23.07.15).*

А. Чудинов зазначає, що «кримінальна метафора пронизана векторами тривожності, небезпеки, агресивності, неприродності теперішнього стану справ, різкого протиставлення "своїх" та "чужих"» [5, с. 178]. Можна помітити, що в ролі злочинця виступає російська сторона, Україна ж стає жертвою досвіченого шахрая, ледве здатною до самооборони.

Для того, щоб підкреслити агресивність режиму Путіна, небезпечність його політики, притягується й сфера «Війна»:

- *Він (Путін) може брязкати «ядерною шаблею», але реальна конфронтація з Заходом означає для нього неминучу поразку (Е. Лукас, «Український тиждень», № 49, 10.12.15)*

Рідше використовується сфера «Тваринний світ». Для цього експлуатуються деякі національні стереотипи (ведмідь як символ Росії взагалі):

- *А компромісна реакція сучасної Європи на вибрики Кремля, є продовженням багаторічної політики толерування дикого ведмеда, якого Захід довго і*

марно сподівався навчити хороших манер у посудній крамниці (Ю. Макаров, «Український тиждень», №18, 7.05.15).

Таким чином, на перший план виходять такі риси російського президента, як агресивність та ірраціональність. До того ж, подібні вирази дегуманізують В. Путіна, спростовують наявність в нього людських рис.

Як наслідок такого осмислення, образ Росії витворюється найчастіше в схемі «Росія – це хворий організм»:

- *Цей «хворий» Євразії задихається в міазмах «імперської величі» (В. Примост, «Український тиждень», №51, 24.12.15)*
- *Сьогодні російська імперія в агонії (Ю. Олійник, «Український тиждень», №51, 24.12.15).*

В. Путін є або наслідком «хвороби» російського суспільства, або ж причиною погіршення стану державного «організму».

Отже, моделюючи образ президента Російської Федерації, українські публіцисти найчастіше використовують поняттєву сферу «Монархія». Так, на перший план виходить авторитарний, архаїчний стиль правління В. Путіна. Нечесність, ірраціональність та небезпечність стають ключовими рисами очільника РФ в мілітарних та кримінальних метафоричних виразах.

Зацікавлення викликає й посиленна емоційність метафор, їх чітка агресивна направленість, яка дозволяє деякі вирази віднести до прикладів мови ворожнечі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Будаев Э. В. «Могут ли метафоры убивать?»: прагматический аспект политической метафористики / Э. В. Будаев. // Политическая лингвистика. – 2006. – №20. – С. 67–74
2. Коцюбинская Л. В. Понятие «информационная война» в современной лингвистике: новые подходы / Л. В. Коцюбинская // Политическая лингвистика. – 2015. – №4 (54). – С.93–96
3. Лакофф Дж. Метафора и война: система метафор для оправдания войны в заливе [Электрон. Ресурс] / Дж. Лакофф. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics1/lakoff-06.htm>
4. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем: пер. с англ. / Дж. Лакофф, Д. Джонсон / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. – М. Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
5. Чудинов А. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: Монография / А. Чудинов. – Екатеринбург, 2003. – 248 с.
6. Чудинов А. Политическая лингвистика: Учеб. пособие / А. Чудинов. – Москва. Изд-ва «Флинта», «Наука». 2006. – 254 с.

K. V. Ladnova

METAPHORIC MODELING OF VLADIMIR PUTIN'S IMAGE IN PRESENT-DAY UKRAINIAN MEDIA

The article is dedicated to analysis of metaphoric modeling of Vladimir Putin's image in present-day Ukrainian media. The most popular metaphoric model is "Putin is a monarch". Metaphors with a source "Monarchy" are instruments of creation of negative image in almost all cases. Criminal, zoomorphic and military metaphors that highlight such features of Russian leader as aggressiveness, dishonesty and irrationality are also productive. The analysis shows that use of metaphoric models for structuring image of V. Putin is closely related to high emotionality and usage of hate speech.

Key word: metaphoric model; Ukrainian media; V. Putin

**ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ НАГРУЗКА СОВРЕМЕННОГО ЭРГОНИМА
(на материале вывесок г. Донецка)**

В статье представлены результаты исследования функциональной нагрузки эргонимов г. Донецка. Рассматриваются разновидности эргонимов, особенности их создания и функционирования.

Ключевые слова: эргоним, ономастика, классификация эргонимов.

Эргонимы (греч. *έργο* 'дело, труд, деятельность' и *ὄνομα* 'имя'; номинационные знаки внутригородской инфраструктуры, именованя деловых объединений людей) стали неотъемлемой частью современного языкового пространства, представляя отдельную самостоятельную систему онимов, в которой реализуются тенденции, свойственные современному русскому языку и современной коммуникации в целом. Город заполняется объектами жизнедеятельности, имеющими социальную природу и социальную значимость: организациями и учреждениями, промышленными и торговыми предприятиями, заведениями сферы обслуживания. Ономастическое пространство города становится сегодня все более разнообразным, броским, эффективным, ярким, порой вызывающим за счет существования оригинальных и самобытных названий и является интересным материалом для лингвистического исследования.

Активное развитие эргонимии обуславливает внимание ученых к ней, что способствует ее активному изучению. Об этом свидетельствует довольно внушительный перечень работ, посвященных анализу общих вопросов эргонимии (Н.В. Подольская, А.В. Суперанская и др.), конкретных групп эргонимов (И.И. Турута, Д.А. Яловец-Коновалова и др.), эргонимного пространства какого-либо города в целом (А.М. Емельянова, Е.А. Яковлева и др.), а также отдельных регионов (Е.Н. Сидоренко и др.). Авторы некоторых работ, в частности Г.Н. Алиева, Ф.Ф. Алистанова и др., занимаются изучением эргонимов современного русского языка в лексикографическом аспекте. Некоторых ученых, таких, как Е.С. Бутакова, интересуют эргонимы иноязычного происхождения в коммуникативном пространстве города. Прагматическая сторона проблемы эргонимов разрабатывается, например, Т.А. Сироткиной. Е.С. Отин указывает на необходимость изучения истории становления данного пласта лексики, семантических и структурных особенностей отдельных его разрядов, связь с производственно-экономической и культурной деятельностью человека [4, с. 83].

Эргонимическое направление в ономастике – одно из самых молодых. Как показывает изученная литература вопроса, первое определение термина эргоним дала Н.В. Подольская. Оно было зафиксировано в словаре русской ономастической терминологии: «Эргоним – это собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [5, с. 151].

Под деловыми объединениями людей в настоящее время рассматриваются различные агентства, ателье, банки, бары, гостиницы, кафе, кинотеатры, клубы, комбинаты, компании, места, места торговли, общества, организации, предприятия, рестораны, салоны, санатории, фабрики, фирмы.

С точки зрения особенностей образования, специфики функционирования и высокого уровня информативности эргонимы являются интересным и разносторонним

объектом исследований. Поэтому эргонимная лексика привлекает значительное внимание современных лингвистов.

Целью нашей статьи является рассмотрение функциональной нагрузки современного эргонима. Доказательную базу выстроим на материале свыше 100 вывесок, собранных на улицах г. Донецка.

Предварительно отметим, что эргонимы занимают особое положение в онимном пространстве языка и характеризуется рядом признаков, которые отличают их от других классов онимов. Среди наиболее существенных отличий эргонимии ученые называют нестабильность ее состава, т. к. эргонимы, по мнению В. А. Ражиной, – «носители кратковременной фоновой информации» [6, с. 9], это открытая система с постоянно изменяющимся составом вновь зарождающихся и умирающих названий. Именно эта особенность и позволяет эргонимам наиболее живо реагировать на изменения в языке, которые вызываются внешними, экстралингвистическими процессами. Например, за период нашего наблюдения за объектом часть зафиксированных названий прекратила свое существование. Так, из-за перераспределения собственности сеть супермаркетов «Брусничка» получила нового владельца и новое название «Авосяка», гипермаркет «МЕТРО» переименован в «МОСТ» и т.д.

Обратимся непосредственно к функциональной нагрузке современного эргонима. Основными функциями, которые выполняют эргонимы, традиционно являются номинативная, информативная и рекламная. Следует отметить, что А.В. Суперанская называет более 30 функций имен собственных. Помимо речевых (коммуникативной – сообщение; апеллятивной – призыв, воздействие; экспрессивной – выразительность; дейктической – указательность), ученым выделяются также специфические ономастические функции, имеющие экстралингвистический характер: «идентификации объекта, социальной легализации личности, ритуальная, идеологическая, эмоциональная. Функции эргонимов вытекают из специфики собственных имен вообще, а также из понимания значения собственного имени» [7, с. 32]. Эргонимы, как разновидность имен собственных, выполняют в пространстве города разнообразные коммуникативно-прагматические функции: номинативно-выделительную, информативную, рекламную, мемориальную, эстетическую, функцию охраны собственности [1, с. 8].

Функциональное многообразие эргонимов определяется интенциями номинаторов. Наряду с необходимостью информировать о предприятии, услуге или товаре, существует целый ряд требований к современному эргониму: он должен привлекать внимание и легко запоминаться, вызывать положительные ассоциации и быть понятным широким слоям городского населения. Для коммерческой эргономики характерно, что в иерархии интенций создателей названий городских объектов лидирующие позиции занимает желание привлечь внимание новизной, необычностью (иногда шокируя, эпатируя адресата), например, магазин алкогольных напитков «Белка», «Спотыкач», продуктовый магазин «Блокпост» и др., вызывающие совершенно определенные ассоциации.

Для анализа были отобраны наименования предприятий в сфере обслуживания, торговли и питания: названия парикмахерских, салонов, магазинов, ресторанов, баров и кафе города Донецка. Как показывают материалы картотеки, главной функцией наименований таких объектов становится максимальное привлечение внимания адресата, даже посредством эпатирования в той или иной степени, поэтому для них особенно важен коннотативный уровень семантики. Наиболее часто он проявляется в эмоционально-экспрессивном компоненте значения. Экспрессия достигается за счет использования в процессе номинации:

а) собственно экспрессивных лексем (бессуффиксальных и с оценочными суффиксами): супермаркет «Обжора», магазины «Вкусняшка», «Масик», «Чистюля»,

«Красотка», «Толстяк», «Сноб», кафе «Уплетайка», магазин модных аксессуаров «Кураж», магазины бытовой химии «Шик», «Лоск», закусочная «Пузанок»;

а) жаргонизмов и просторечных лексем: ресторан «Ё-моё», кафе «Клёвая блиновая», магазин бижутерии «ГлаМурка», «Цацки», пивная «Бухарин двор», магазин разливного пива «Пивасик», парикмахерская «Фифочка», салон красоты «Цаца», магазин «Пятнашка»;

б) междометных названий: салоны связи «Алло», «Ого!», кафе-клуб «Ба-на-на»;

в) языковой игры с лексико-графическими трансформами: магазин бижутерии «ГлаМурка», кафе «Стоп-ка», рынок стройматериалов «МастерОК», парикмахерская «Чуб-чик»;

г) деминутивов: магазины «Гастрономчик», «Мясушко», «Яблочко», «Мобилочка», «Ягодка», детское кафе «Капитошка», магазин сладостей «Карамелька», детский магазин «Шалунишка», магазин игрушек «Мамонтенок» и др.

С точки зрения функциональной направленности исследуемых единиц в количестве более 100 эргонимов города Донецка мы выделили следующие группы: 1) информативную, 2) рекламную, 3) рекламно-информативную. Рассмотрим их по порядку.

1. Основная функция любого наименования как имени некоего объекта, безусловно, информативная. Как отметил В.А. Кухаренко, «имя собственное выступает предельно информационно насыщенной единицей в речи каждого коммуниката, ибо, означивая объект, включает весь запас знаний говорящего о нем» [3,102]. Так, в названии магазина обязательно указан вид товара или поясняется коммерческое направление. В городе многочисленны торговые точки с вывеской типа: «Стройматериалы», «Продукты», «Мебель», «Овощи и фрукты», «Мясо», «Канцтовары», «Хлеб», «Молоко» и т.п.; салонов причесок с простым указанием «Парикмахерская», бытовых комбинатов под вывеской «Прачечная» и проч. Покупателю или клиенту совершенно ясно, за каким товаром он идет или какую услугу получит, но такие эргонимы не обладают внешней привлекательностью, поэтому не выполняют роли торгового символа. Они предельно информативны, поэтому сохраняются в городской номинации порой десятилетиями. По стилистике они нейтральны, неброски, но стабильны. Однако современный потребитель, избалованный более яркой рекламной вывеской, считает такие номинации безликими, скучными, потому они постепенно вытесняются из урбанистического простора, особенно в больших городах, сохраняя свои позиции в районных центрах и в сельской местности.

2. Не менее важной функцией современного эргонима является рекламная функция. Основное предназначение рекламы – зазывное, основанное на коммерческих интенциях номинатора. В выборе таких наименований есть и положительные, и отрицательные аспекты. Если номинатор выбирает яркое, необычное или фантазийное название, то эргоним сыграет свою важную роль в привлечении потенциального клиента. Возьмем, например, названия магазинов «Три толстяка», «Сытый папа», «Лунный ветер», «Мясо из села». Сопровожденные к тому же соответствующими удачными «живописными» изображениями на вывеске у входа, некоторые из них становятся чрезвычайно заманчивыми и даже популярными. Ведь потенциального покупателя наверняка больше привлечет к продукту заманчивое «из села», сулящее и качество, и свежесть, и вкус товара в этом магазине. А добродушное и шутовское «Сытый папа» не без намеков подсказывает, что в этом магазине есть всё для приготовления сытного и вкусного обеда.

Однако случается и так, что потребитель не может понять сути названия, недоумевает по поводу вывески, например, фитнес-клуб «Аллигатор» или клуб-бар «Свинья»; или эргоним несет какую-то негативную оценку для покупателя/клиента: ресторан «Титаник», кафе «Мираж», что стоит отнести к явной рекламной неудаче.

Донецк насыщен эргонимами рекламного плана. В центре города находится огромное количество магазинов с самыми разными завлекательными названиями. Однозначно позитивной настрой несут рекламные символы Донецка: «Маяк», «Прогресс», «Дружба», «Шахтер», «Белый лебедь»; особой привлекательностью отличаются наименования: «Самоцветы», «Золотое кольцо», ресторан «Фламинго», кафе «Магия», «Шоколадница», «Челентано» и др. Эти эргонимы звучны, красивы и не требуют пояснений. Многие из них стали визитной карточкой Донецка.

3. Наиболее частотной и востребованной в современных конкурентных условиях развития внутригородской социально ориентированной инфраструктуры является эргонимия со смешанной рекламно-информативной функцией, потому что эргоним должен быть мотивированным и запоминающимся.

Так, в последние годы очень многие вывески стали двусловными, первым компонентом которых является либо слово *мир*, либо слово *империя*, либо *царство*, несущие рекламную нагрузку, поскольку наполняются значением всеохватности, необъятности, огромного ассортимента товара. А второй компонент несет информативную функцию, сообщая о роде товара. Например, магазин бытовой техники «Мир технологий». Потенциальному клиенту понятен и продукт (современная техника, так называемый хайтек), и реклама (*мир*, то есть большой выбор). Или вывеска на магазине «Империя меха» сообщает о том, что здесь торгуют меховыми изделиями и выбор их чрезвычайно богат. Ту же информацию считывает и посетитель магазина «Царство сумок».

Появились и другие рекламные маркеры. Например, легко можно угадать, что «Золотой башиачок» – магазин, торгующий обувью, и, как утверждает реклама, «золотой» – значит товар качественный. Кстати, следует отметить, что в современной городской вывеске нередко встречается определение «золотой»: магазин-ателье «Золотой наперсток», клуб развлечений «Золотая лихорадка», магазины «Золотое сечение», «Золотое руно», ресторан «Золотая пинта» и др. что, безусловно, ассоциируются с блеском, богатством, качеством самой высокой пробы.

Модным стало именовать свое заведение с помощью номинационного знака «студия», изначально обозначающего 'место, где постигается мастерство, где создается произведение искусства', а в связи с употреблением в рекламе приобрел новое значение: 'место, где можно приобрести высокого качества товар или получить высокого качества услугу', например: магазин «Студия кожи», салоны «Студия красоты», «Студия дизайна», и даже «Студия штор». На наш взгляд, такие названия не всегда отвечают запросам клиента, так как, с одной стороны, вывеска претендует на информирование о создании произведений искусств, шедевров, а с другой – зачастую услуга не соответствует действительности.

Таким образом, функции городских эргонимов различны, но все они имеют важное значение для ономастического пространства города. Чем больше функций может быть заключено в эргониме, тем скорее номинатор достигнет своей главной цели – привлечения внимания потенциального клиента. Эргонимы представляют интерес как с лингвистической, так и с прагмалингвистической точки зрения. Они постоянно изменяются, соответствуя тенденциям языковой моды. Главной функцией современных эргонимов является не только привлечение внимания потребителя, но и воздействие на его выбор. Это непростая задача для предпринимателей, так как в силу экономии времени в современном обществе им необходимо в минимальный объем текста вложить максимум профессионально обработанной информации, способной повлиять на выбор реципиента. Новые приемы привлечения клиента являются залогом выживания на рынке, и названия предприятий играют здесь далеко не последнюю роль. Поэтому изучение эргонимов еще

долго будет оставаться актуальным, хотя бы вследствие постоянного совершенствования способов воздействия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Емельянова А. М. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтнического города (на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы) [электрон. ресурс]: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» / А. М. Емельянова. – Уфа, 2007. – 19 с.
2. Курбанова М. Г. Эргонимы современного русского языка в коммуникативно-прагматическом аспекте / М. Г. Курбанова // Гуманитарные Исследования: Журнал фундаментальных и прикладных исследований. – 2012.– № 1 (41). – 29–35 с.
3. Кухаренко В. А. Интерпретация текста // В. А. Кухаренко. – М.: Просвещение, 1988. – 192с.
4. Отин Е.С. Номинационные процессы в русской эргонимии XX века (названия промышленных предприятий, акционерных обществ и фирм) / Е.С. Отин // Актуальные вопросы теории языка и ономастической номинации: [Сб. ст.]. – Донецк: ДонГУ, 1993. – С. 83–94.
5. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Отв. ред. А. В. Суперанская. — Изд. 2-е, перераб. и доп. — М.: Наука, 1988. — 192 с.
6. Ражина В. А. Ономастические реалии: лингвокультурологический и прагматический аспекты. / В.А. Ражина. – Краснодар, 2007. – 24с.
7. Сироткина Т.А. Эргонимы в тексте города / под ред.: Е. В. Литус, В. Б. Синдеевой, Е. П. Кузнецовой, А. А. Шевердиной. – “Кубанский государственный университет, 2015. – 134–139 с.
8. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного / А.В. Суперанская. – М.: Наука, 1973. – 367 с.
9. Яковлева Е. А. Ономастическое пространство как составная часть «языка города» и его основные единицы (на примере эргонимов г. Уфы) / Е.А. Яковлева, // Вестник Башкирского университета, 2006.– 84–87 с.
10. Яловец-Коновалова Д.А. Названия коммерческих предприятий: ономастическая классификация и функционирование в современном русском языке (Текст): Дисс. канд. филол. наук / Д.А. Яловец-Коновалова. Челябинск, 1997.–177с.

A. V. Matvienko

FUNCTIONAL LOAD OF A MODERN ERGONIM (BASED ON THE SIGNBOARDS OF DONETSK)

The article shows the results of the research on the functional load of ergonims of Donetsk. The variety of ergonims, peculiarities of their creation and their functions are examined.

Key words: *ergonim, onomastics, classification of ergonims*

**ТЕМАТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕРИФРАЗ В ЯЗЫКЕ СОВРЕМЕННЫХ
СМИ**

В данной статье на широком фактическом материале рассматривается тематическая классификация перифрастических выражений, обнаруженных в языке СМИ.

Ключевые слова: современный газетный дискурс, перифраза, тематическая группа

В современных публицистических текстах автор стремится быть ближе к читателю. Для этого он использует разнообразные языковые средства воздействия, характерные для газетного дискурса. Его задача не только передать определённую информацию, но и оказать влияние на адресата. Для того чтобы украсить свой текст, более точно выразить мысль, разбавить сухость, монотонность речи и придать ей более приятный оттенок, автор использует различные стилистические средства, и в том числе перифрастические единицы. Перифраза – органичное явление языка СМИ, состоящее в замене прямого названия описательным оборотом, способствующее донесению информации в образной форме, наиболее доступной для восприятия. Основные функции газеты обусловили появление и активное употребление перифраз в газетном дискурсе.

Многие лингвисты обращались к исследованию языка СМИ и текстовых перифраз. Изучение публицистического дискурса представлено в монографиях и статьях Н.Н. Белозеровой, М.Ю. Горохова, Т.В. Добросклонной, Л.Е. Кройчика, О.В. Хохловой, Е.С. Щелкуновой, В.И. Каменевой, Н.И. Клушиной, И.А. Стернина и других ученых (См. [1], [2], [4], [5] и др.). И.С. Стам, в частности, в связи с вопросом о перифразах, пишет об особенностях языка газеты [14]. Обращает на себя внимание работа А.П. Горбунова об образных средствах газетного дискурса [2]. В автореферате Г.П. Евсеевой осуществлено комплексное исследование перифраз, функционирующих в языке украинских газет конца XXст. [4]. Перифразам в современной публицистике посвящена диссертация Т.В.Лысковой, в которой рассматриваются субстантивные единицы, при этом автор подчеркивает, что в современном публицистическом дискурсе они используются прежде всего для оценки актуальных в современном обществе объектов/фактов [5].

Актуальность темы данной работы определяется все еще недостаточной изученностью перифрастических единиц. Перифраза была и остаётся предметом исследования многих лингвистов, играет важную роль в русском языке, особенно в публицистическом дискурсе. Современным газетным текстам свойствен «автор - частный человек», который стремится выглядеть близким читателю. Для этого пишущий использует разнообразные языковые средства воздействующей функции. Он старается не просто передать какую-либо информацию, но и оказать определенное влияние на читателя. Как указывает М.А. Сиривля, газетный язык представляет собой инструмент, с помощью которого журналист выражает свои размышления, формулирует идеи, аргументирует поступки, отстаивает или опровергает их целесообразность [13]. К.И. Михалева говорит о том, что в публицистическом стиле ведущей функцией является именно воздействующая, и даже манипуляционная, которая постепенно оттесняет изначальную информационную функцию [9]. Главная цель газетного дискурса – оказать воздействие, сформировать мировоззрение и даже поведение читателя. Являясь стилеобразующим элементом языка газет и других СМИ, перифраза воплощает

значительный воздействующий на читателя потенциал, выполняет зачастую роль манипулятивного средства.

Материалом исследования послужили перифрастические обороты, зафиксированные в газетах 2014 – 2016 гг. «Комсомольская правда», «Публика», «Мирный Донбасс», «События недели», «Российская газета в Украине», «Аргументы недели». Явление перифразы не редкость для данного типа текстов, о чем свидетельствует картотека, содержащая более 200 примеров. Выбор материала обусловлен тем, что тексты массовой коммуникации представляют собой наиболее четкое отражение социокультурной жизни населения, отражают актуальные процессы и явления, происходящие в стране, что обуславливает появление новых средств языка, в т.ч. перифрастических единиц. Цель данной работы – дать семантическую классификацию перифраз текстов СМИ.

В основу исследования положено определение Н.М. Разинкиной, которая рассматривает перифразу как вторичную номинацию описательного, преимущественно эмоционально экспрессивного, оценочного характера, представляющую собой семантически неделимое словосочетание, косвенно указывающее на существенные, отличительные либо субъективно выделенные носителем языка признаки (признак) обозначаемого объекта или явления действительности [12, с.153].

Функционирование перифраз в газетной речи, как показывает изучение научной литературы, позволило им сформироваться в самостоятельную единицу языка, имеющую характерные черты, к которым, помимо сказанного выше, можно отнести иносказательность, неустойчивость, способность отражать авторское восприятие действительности и влиять на сознание читателей.

Современной науке о языке известно множество типологий перифраз, которые позволяют описать данное явление с разных сторон. Применение классификации по степени освоенности перифраз языковой системой позволяет выделить языковые и речевые перифразы [11, с.100]. В.П. Москвин предлагает классифицировать перифразы по степени их номинативной адекватности, подразделяя их на точные, фиксирующие существенные признаки объектов, и неточные, называющие «такие признаки объекта, которые не входят в типовое представление о нем и поэтому не отражаются в научных определениях» [10, с.75]. Всеми учеными признается классификация по частеречной принадлежности перифраз, позволяющая описать грамматическую структуру данных единиц.

Одним из эффективных методов анализа крупных массивов разнородного лексического материала является его представление в форме семантических полей или тематических групп [7, с. 24; 15, с. 65]. Наиболее удобной является классификация перифрастических единиц по тематическим группам. Под тематическими группами обычно понимают «объединения слов, основывающиеся не на лексико-семантических связях, а на классификации самих предметов и явлений» [16, с. 231]. Анализ семантики всей совокупности перифрастических выражений позволил выделить следующие основные тематические группы, представленные наибольшим числом перифраз:

Обозначения лиц

Рассмотрим данную группу более подробно. Исходя из референтной соотнесенности перифраз, выделим в предложенной группе следующие подтемы:

- **номинации политических деятелей:** *российский лидер (В.Путин), глава Белого дома (президент), западные кукловоды(США), Большая тройка («Большой тройкой» в годы Второй мировой войны в мировой прессе руководителей трёх ведущих держав антигитлеровской коалиции и сами державы — СССР, США и Великобританию. На сегодняшний день такими лидерами являются В.Путин, Ф.Олланд и А.Меркель);*

- **названия исторических лиц:** креститель Руси, лидер Третьего рейха, германский спаситель (в данном случае автор с неким сарказмом говорит об А. Гитлере), первая «первая» леди (так именуют Раису Горбачеву), гражданка с ироничной улыбкой (речь идет о всем известной картине Леонардо да Винчи «Мона Лиза»; автор статьи, по-видимому, хотел акцентировать внимание читателя на завораживающей улыбке Джоконды);

- **деятели культуры и искусства:** примадонна российской сцены, яснополянский помещик (так называют Льва Толстого), автор романа о почтовом служащем, Солнце русской поэзии (как известно, фраза принадлежит В.Одоевскому. Выражение «солнце нашей поэзии закатилось» было навеяно «Историей государства Российского» Н.М. Карамзина, где историк повествует о том, как на Руси восприняли весть о смерти Александра Невского – «Солнце отечества закатилось». Также имеем различные варианты данного перифрастического оборота, к примеру, солнцем украинской поэзии принято считать Т.Шевченко);

- **деятели физической культуры и спорта:** доктор стальной кулак (боксер), бойцы клинка; шахматные амазонки; грассмейстеры футбола;

- **названия различных профессий:** страж порядка, рулевые парламента, мошенники со скальпелем, гениальные психи (работники НАСА), белые воротнички, командир воздушного судна; работники, работающие в пекле (пеклом автор называет шахту, соответственно, здесь говорится о шахтерах), коровий мальчик (в дословном переводе с англ. cowboу – коровий парень/мальчик, т.е. погонщик скота);

- **номинации детей:** маленькие жители, маленькие нехочухи, цветы жизни;

- **персонажи литературы и кино:** свободолюбивая цыганка (героиня новеллы П.Мериме «Кармен», гордая девушка). Используя данную перифразу, автор стремился не только дать образную номинацию героини, но и указать на ее гордый независимый характер), пират Голливуда (Джонни Деппа любят дети всего мира за образ Джека Воробья в «Пиратах Карибского моря»), крепкий орешек (Брюс Уиллис, сыгравший главного героя в захватывающем боевике);

Наименования географических объектов: Святая земля (Израиль), Столица молний (Венесуэла), Страна кебабов и лукумов (Турция), Страна кленового листа (Канада), советская столица, путинская империя, лагерь смерти (Освенцим), ядерная держава, российская столица, Туманный Альбион, колыбель мира (Алтай), легендарная страна (Антарктида), мятежный остров (Тайвань именуют также и «мятежной провинцией»: вследствие того что остров лежит на стыке двух огромных геологических структур, его часто сотрясают мощные подземные толчки);

Обозначения реалий (из мира моды, политической и социальной сферы, области науки и техники): теневое движение (оппозиция), российский триколор (флаг), оплот сепаратизма (ДНР), всемирная паутина, фабрика грез (Голливуд), украинская корона (венки), хитроумный прибор (современные полиграфы имеют высокие показатели достоверности, если тестируемый в процессе даст ложный ответ или оцутит волнение, оператор полиграфа обязательно это поймёт);

Номинации оружия и военных реалий: огненная смерть (фосфорные заряды), крылатые ракеты (калибры), воюющие республики Новороссии – Донецк и Луганск, самолёт-разведчик (беспилотный летательный аппарат), зеленые человечки/вежливые люди (так стали называть российских военных, перифраза вошла в обиход весной 2014г., во время присоединения Россией Крыма);

Сфера флоры и фауны: огненная гора (вулкан), цветок Юпитера (так греки называют фиалку и связывают ее происхождение с легендой о Юпитере и его возлюбленной Ио; в христианском мире – цветок св. Троицы. Средневековые христиане видели в темном, находящемся в середине цветка, пятне треугольник, который, по их

мнению, изображает три лица св. Троицы), ледяные бомбы (град), новогодняя красавица, молодые деревца, хрустальная влага (вода), черное золото (уголь/нефть);

Религия: Фиалка Смиренья (Дева Мария), Божественный Младенец, Сын Божий, повелитель Олимпа (Зевс), боговдохновенное слово (проповедь), Обетованный Мессия, пасхальное угощение (кулич), священная книга.

Животный мир: четвероногий герой, ночной кровопийца (летучая мышь), жестокая (свирепая) рептилия (в данном случае речь идет о крокодиле);

Фантастические существа: ледяная дочка, внучка новогоднего деда (Снегурочка), снежный человек (йети), юный робот (Электроник), традиционные новогодние персонажи;

Чувства, состояния: чувство оленя (авторская перифраза Л.Толстого, обозначающая похоть), катастрофический финал (смерть);

Стоит заметить, что В.М.Калинкин при рассмотрении перифраз с точки зрения того, в какой мере представлен в них подтекст и какой уровень его «читабельности», приходит к выводу, что нормой перифразирования является такое выражение, при котором подразумеваемый объект идентифицируется без комментариев. Если же перифраза не прочитывается как ссылка на объект речи, то она либо нуждается в разъясняющих ссылках, либо должна быть признана утратившей своё назначение [6, с.233]. Как указывает В.Б.Дорогая, контекст может содержать достаточное число примет развертываемого значения слова, отражая ряд существенных признаков содержательного понятия [3, с.6].

Как уже упоминалось, в перифрастических выражениях важную роль играет оценка автора описываемой реалии, в зависимости от этого перифразы могут нести как нейтральную или положительную оценку, так и отрицательную. Рассмотрим следующий пример: «...Тогда в первородное зло быстренько превратили северного соседа – Россию... При таком раскладе Киев мог не пережить за собственные действия.» («КП» в Украине №40 (26368), 14.04.2015г.) Перифраза **северный сосед** нейтральная, не несет негативной смысловой нагрузки, контекстуальная, т.к. её значение обусловлено конкретным контекстом и может быть непонятно вне данного контекста. Сравн. с перифрастическим оборотом **страна-победитель**, здесь выражена положительная авторская оценка, что вызывает определенные ассоциации и оказывает значительное влияние на читателя: «...страна победитель, одержавшая тяжкую победу над Германией в Великой Отечественной войне...» (<http://www.journalist-pro.com>). Однако перифрастический оборот может нести и негативную смысловую нагрузку, к примеру, перифраза **страна-агрессор** («...это сделано по заказу руководителей страны-агрессора Путина и Кадырова...» «Аргументы недели» №17 (337), 29 апр-5 мая 2015г.). Предложенный пример можно рассматривать как явление антонимизации перифраз. Явление синонимизации наблюдаем в следующих примерах: **Божественный Младенец** («Симеон пришел в храм, когда Богородица и праведный Иосиф принесли туда Младенца Иисуса, чтобы исполнить законный обряд. Пророческий взор Симеона остановился на Деве Марии, державшей на руках Божественного Младенца...» «Публика» №6 (739), 10-16 фев. 2015г.), **Сын Божий** (Сын Божий, совершив Искупление рода человеческого, разорвав оковы греха и смерти, даровал нам подлинную духовную свободу и радость воссоединения со своим Создателем... «КП» №39 (26367) 10 апр. 2015г.), **Обетованный Мессия** («Старец увидел в нем «Утешение Израилево», обетованного Мессию (Спасителя)...» «Публика» №6 (739), 10-16 фев. 2015г.). Предложенные выше перифразы являются близкими по значению, являются образными номинациями одного референта, поэтому можно сказать о синонимической связи между ними. В некоторых перифрастических выражениях наблюдаются омонимические отношения. К примеру, перифраз **черное золото** в зависимости от контекста может обозначать как нефть, так и

уголь. Сравн. «А еще ИГИЛ винят в обрушении мировых цен на нефть, поскольку боевики задешево продают **«черное золото»** с захваченных месторождений на Ближнем Востоке» (КП №27 (26355) 13 марта 2015г.) и «В октябре угольщики планируют добыть свыше 1млн. тонн **черного золота.**» («КП» №115 (26443) 9 окт. 2015г.).

Как видим, большей популярностью в современных СМИ пользуются перифразы, обозначающие лица и наименования географических объектов. В связи с непростой ситуацией в мире заметно увеличение употребления оборотов, обозначающих политические реалии, и единиц, касающихся военно-технической сферы.

С расширением публицистической сферы и повышением уровня использования СМИ интерес ученых к перифрастическим единицам возрастает. Исходя из положений данного исследования, мы видим, что перифраза – органичное явление современного газетного языка. Как правило, перифразы, являясь описательными наименованиями, характеризуют наиболее актуальные явления действительности, объясняют малоизвестные факты, а с уходом описываемого события в прошлое или с утратой его значимости исчезают и перифрастические обороты. Значение перифраз также и культурно обусловлено, т.к. в перифрастических единицах отражается наш менталитет, традиции, обычаи и культура. *Так в канун Нового года глава семейства (папа) приносит домой новогоднюю красавицу (ель), а маленькие нехочухи (дети) украшают ее и пишут письма новогодним волшебникам (Деду Морозу и Снегурочке), затем вся семья на Рождество идет в церковь слушать боговдохновенное слово (проповедь), а в курортный сезон они отправятся в страну Кебабов и Лукумов, а может быть, в страну Кленового листа или на Святую землю (в Иерусалим). Всё зависит от Сына Божьего и от ведущих мировых валют.*

Поскольку перифраза обладает огромной воздействующей функцией, она стала одним из самых распространенных и активных средств выражения языка публицистики. С помощью правильно подобранной перифразы автор не только предлагает другое наименование, более яркое и образное, не только даёт собственную оценку описываемому понятию, но и формирует представление целевой аудитории о предмете речи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь / Т.Г. Добросклонская. – Москва, 2008. - 264 с.
2. Горбунов А.П. Образные средства языка газеты / А.П. Горбунов. – М., 1969. – 64 с.
3. Дорогая В.Б. Имя собственное и нарицательное в системе именовании персонажа (роман М.Горького «Жизнь Клим Самгина». – Л., 1985. – 22с.
4. Евсеева Г.П. Перифразы в мові сучасних газет (на матеріалі українських газет 80 - 90 років ХХ століття) Автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.01 / Г.П. Євсєєва; Дніпропетр. нац. ун-т. - Д., 2002.-20с.
5. Лыскова Т.В. Субстантивные перифразы в современном публицистическом дискурсе: автореферат дис.: 10.02.01/ Лыскова Татьяна Викторовна; [Вят. гос. гуманитар. ун-т]. - Киров, 2012.–26 с.
6. Калинин В.М. Поэтика онима. – Донецк: Юго-Восток, 1999. – 408с.
7. Караулов Ю.А. Общая и русская идеография. М.: Наука, 1976.
8. Клушина Н.И. Публицистический текст в новой системе стилистических координат // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. Материалы II Международной научной конференции 14-16 фев. 2008 г. - М., филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, Институт языкознания РАН, 2008. – С.290-292.
9. Михалева К.И. Специфика газетно-публицистического стиля (на материале газет) // Культура и образование. – Дек. 2014. – № 12 [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik->

10. Москвин В.П. О разновидностях перифразы // Русский язык в школе. 2001. № 1. С.74–77.
11. Нечаева М.В. Перифразирование как источник синонимии // Языковая личность: проблемы обозначения и понимания. Волгоград: Перемена, 1997., С.99–100.
12. Разинкина Н.М. Функциональная стилистика английского языка. – М.: Высшая школа, 1989, 153с.
13. Сирипля М.А. Приемы создания прагматической экспрессивности газетного текста (на материале перифрастических оборотов) // Современные проблемы науки и образования. – 2007. – № 3. – С. 122-125;
14. Стам И.С. Язык газеты / И.С. Стам. М.: Издательство МГУ, 1992. -71с.
15. Уфимцева А.А. Слово в лексико-семантической системе языка. М.: Наука, 1968.
16. Филин С.П. Очерки по теории языкознания. М.: Наука, 1882.

A. Y. Novak

THEME DESCRIPTION PARAPHRASE IN THE LANGUAGE OF MODERN MEDIA

This article on a broad factual material considered thematic classification periphrastic expressions found in the language of the media.

Key words: contemporary newspaper discourse, paraphrase, thematic group

УДК 316.774: 81'27

T. A. Туранова

*Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО
«Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского»
(Научн. рук. к. филол. н., доц. Н. А. Лобачева)*

СОВРЕМЕННЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: КУЛЬТУРА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Данная работа посвящена проблеме речевого воздействия и её реализации в современных СМИ на примере заголовков в «жёлтой» прессе. Функция заголовка «жёлтого» текста — привлечь внимание читателя к тексту.

Ключевые слова: культура речи, средства массовой информации, «жёлтая» пресса, заголовок, воздействие.

Как известно, вопросы взаимодействия адресанта и адресата всегда были и остаются актуальными. Не является исключением и язык средств массовой информации, т. к. медиа отражает социально-экономические и культурные отношения людей, определяет интересы современного общества. Эффективность СМИ состоит в формировании идеологического большинства (политического, религиозного, потребительского, творческого и т.п.), достижении общественного согласия.

Актуальность нашей работы заключается в изучении средств речевого воздействия на адресата в «жёлтых» текстах, т. к. в последнее время в мире отмечается значительный интерес к изучению данной разновидности публицистики как неотъемлемой части современной культуры. На наш взгляд, особый лингвистический интерес представляют номинации именно «жёлтых» текстов с точки зрения речевого воздействия на адресата.

Говоря о подобных средствах массовой информации, следует отметить, что вопросы, связанные с изучением заголовков в прессе, привлекали лингвистов неоднократно. Так, Н. Ю. Шведовой, М. В. Рединым, И. Р. Гальпериным, Э. А. Лазаревой затрагивалась проблема семантического анализа заголовка. Вопросами синтаксической значимости

заголовка занимались В. А. Богородицкий, А. М. Пешковский, В. Г. Адмони. Исследования В. Г. Костомарова, Н. П. Пешковой, С. И. Костыгиной, И. А. Сырова посвящены функциям заголовка прессы.

Объект исследования – заголовки «жёлтой» прессы.

Предмет исследования – способы коммуникативного воздействия в «жёлтых» текстах в рамках заголовка.

Цель исследования заключается в раскрытии особенностей речевых воздействий на читателя в публицистических текстах. Исходя из поставленной цели, вытекают следующие **задачи**:

1. Раскрыть особенности речевого воздействия публицистических текстов на адресата.

2. Рассмотреть понятие «жёлтая пресса».

3. Определить способы номинации «жёлтых» текстов.

В качестве методов исследования использованы метод сплошной выборки, элементы дистрибутивного анализа.

В результате мы пришли к следующим **выводам**:

1. Заголовок – важнейшая часть статьи, он является ярким средством воздействия на читателя, однако он не раскрывает смысл текста, а «призывает» читателя к тому, чтобы прочесть статью. Для привлечения внимания читателя СМИ используют различные графические (шрифты, линейки, рамки, подложки) и иллюстративные средства (фотографии, рисунки, таблицы, диаграммы, анимации).

2. Авторы часто употребляют заголовки в форме вопроса, обращения с целью диалогизировать процесс чтения адресата. Подобные речевые конструкции позволяют настроить читателя на размышления, но самое главное — активизировать внимание к данной статье.

3. Авторы нередко используют в качестве заголовка целое предложение / несколько предложений с определённым набором ключевых слов, что также привлекает внимание читателя.

Материалом данного исследования послужили журналы «Отдохни», «Тайны звёзд», интернет-журнал «Glamour.ru» 2014-2016 г.г. Методом сплошной выборки мы отобрали 125 заголовков «жёлтой» прессы.

Существует большое количество классификаций заглавий на основе связи с текстом, в ракурсе нашего исследования представляется интересными классификации И. П. Лысаковой, Э. А. Лазаревой и М. А. Шостак.

В соответствии с классификациями Э. А. Лазаревой и И. П. Лысаковой, заголовки, представленные ниже, являются однонаправленными, так как они соотносятся с одним элементом смысловой структуры текста: «*Алла Пугачёва отдохнула в Израиле*» [Отдохни. – 2015. – № 13. – С. 10.], «*Роза Сябитова готовится к свадьбе*» [Только звёзды. – май 2015. – № 17. – С. 14.]. Данные заголовки однозначны, по ним можно сразу понять, о чём будет идти речь в статье. В соответствии с классификацией М. Шостак – это повествовательные заголовки (новостные). Обращаясь к классификации Э. А. Лазаревой, мы можем утверждать, что подобные заголовки характерны для новостей и классифицируются как выражающие тему текста.

«*Жестокая судьба! Его брат так и не успел начать жизнь с «чистого листа»...*» [Тайны звёзд. – 2015. – № 17. – С. 15.], «*Уж замуж невтерпёж: Ксения Бородина перенесла дату свадьбы*» [Woman.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.woman.ru/stars/events/article/46485/>]. В соответствии с классификацией Э. А. Лазаревой, заглавия-фразеологизмы и знаменитые цитаты часто используются журналистами, с целью наиболее образно и ярко представить заголовок. «*Весеннее шоу*

от Юдашкина!» [Тайны звёзд. – 2016. – № 17. – С. 26.]; «Александр Буйнов: о любви и ненависти» [Отдохни. – 2016. – № 13. – С. 10.].

Э. А. Лазарева определила подобные заглавия как заголовки, называющие героя публикации. Номинанты такого типа актуальны только в случае со знаменитостями: «Натали показала «мужчину, от которого хочет сына» [Отдохни. – 2015. – № 19-20. – С. 6.]; «Бритни Спирс покупают мужа» [Woman.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.woman.ru/stars/events/article/4648>].

Заголовки такого типа встречаются редко, они пробуждают интерес, иногда преувеличивают значимость текста, который на самом деле не содержит тех смыслов, которые актуализируются в заглавии. В соответствии с классификацией М. Шостак, подобные номинанты являются заголовками-парадоксами. Обращаясь к типологии И. П. Лысаковой, заголовок такого типа утрачивает некие семантические признаки. Данный тип заглавий встречается редко.

«Дмитрий Нагиев: «Думаете, я эдакий свободный повеса? Это миф!» [Отдохни. – 2015. – № 19-20. – С. 6.];

«Агния Кузнецова: «По характеру я – боец!» [Отдохни. – 2015. – № 19-20. – С. 6.].

В соответствии с классификацией М. Шостак, данные заглавия являются заголовками-цитатами (часто используются в интервью).

«Дом, где всем уютно и тепло» [Отдохни. – 2016. – № 19-20. – С. 26), «Брэд Питт подрабатывает цыплёнком»

Пользуясь типологией заглавий Э. А. Лазаревой и И. П. Лысаковой, смысл данных заголовков раскрывается и конкретизируется в тексте, они выражают идею материала. Следует отметить распространённое употребление заголовков в форме вопроса, обращения целью диалогизировать чтение адресата. Диалог настраивает читателя на размышления, поэтому считаем возможным расширить данные выше классификации:

1. Вопросительными заголовками в форме риторического вопроса:

«Законодательство: что нового?» [Лиза. – 2016. – № 17. – С. 18-19]; «Почему он предал большую любовь Марины Голуб?» [Лиза. – 2016. – № 13. – С. 6.].

2. Заголовками в форме обращения: «Лариса! Ты сошла с ума? Мне за тебя стыдно!» [Тайны звёзд. – 2015. – № 14 (385). – С. 21.]; «Красавицы разных стран, объединяйтесь!» [WMJ.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wmj.ru/stil-zhizni/novosti/krasavcy-raznyh-stran-obedinyaytes-117429/>].

3. Восклицательными заголовками: «Отёки, прочь!» [Лиза. – 2015. – № 13. – С. 29]; «Целый год он жил в ожидании своей смерти!» [Только звёзды. – 2015. – № 17. – С. 18-19.].

4. Заголовками-предупреждениями: «Осторожно: клещи проснулись!» [Тайны звёзд. – 2015. – № 17. – С.34-35.].

Говоря о культуре речевого воздействия в современных средствах массовой информации, мы можем утверждать, что в связи с повышением интереса читателей к публицистике, в частности, к «жёлтой прессе», повышается значимость текстов и их номинации в сознании общественности, поэтому при выборе стилистических и графических средств журналистам следует более ответственно подходить к изложению и оформлению своего материала.

Следует отметить, что авторы нередко используют в качестве заголовка целое предложение / несколько предложений с определённым набором ключевых слов, что также привлекает внимание читателя.

Исходя из вышесказанного, мы пришли к заключению, что заголовок в «жёлтой» прессе чаще всего не является доминантой текста, а служит для побуждения читателя к прочтению статьи. С целью привлечения внимания адресата, заголовки не только выделяют различными цветами, шрифтами, но и используют определённые

стилистические средства, в частности, риторический вопрос, обращение, восклицание, предупреждение, цитаты и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Громова, Л. П. История русской журналистики XVIII – XIX веков / Л. П. Громова. – С-Пб. : Евразия, 2003. – 179 с.
2. Лазарева, Э. А. Заголовок в газете / Э. А. Лазарева. – Свердловск, 1989. – 135 с.
3. Лысакова И.П. Современная газетная публицистика: проблемы стиля / Лысакова И. П., Рогова К. А. С-Пб., 1987. – 234 с.
4. Сазонов, Е. А. Феномен «жёлтой прессы» / Е. А. Сазонов // Научно-культурологический журнал Relga. – 2015. – 23.05 (№7). – С. 109
5. Шостак, М. А. Сочиняем заголовок / М. А. Шостак // Журналист. – 1998. – 19.12 (№ 3). – С. 1-5

T. A. Turanova

MODERN MASS MEDIA: THE CULTURE OF SPEECH INFLUENCE

This article of the problem of speech influence and its realization of modern media for example title of “yellow” press. As the title did not open the meaning of the text, however it appeals of reading this article by readers, that’s why influence is most apparent.

Key words: culture speech, mass media, “yellow” press, title, influence

УДК 372.881

К. Т. Верстакова

*ФГБОУ ВО «Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»
(Науч. рук. проф. Е.В. Архипова)*

О РОЛИ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ТЕКСТОВ В ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ

В статье рассматривается лингводидактический потенциал прецедентных феноменов, используемых на уроках русского языка. Проанализированы сложившиеся в современной лингвистике представления о прецедентных текстах, их характерных качествах и функционировании при изучении русского языка как родного. Акцентируется внимание на развитии профессиональной речи учителя. Приводятся примеры отбора текстового материала к уроку, включающему национальные прецедентные феномены языка и культуры.

Ключевые слова: русский язык, методика обучения, прецедентный текст

Культуроведческий подход к обучению русскому языку ознаменован в последнее десятилетие введением в понятийный аппарат методической науки таких терминов, как «языковая картина мира», «языковая личность», «прецедентный текст», что еще раз подтверждает глубинную, неразрывную связь методики, лингводидактики и лингвистики. В частности, термин «прецедентный текст» был включен в научный обиход Ю.Н. Карауловым, который подчеркнул эмоциональную и ценностную значимость текста для любой личности, его цитируемость и узнаваемость как важнейшие характеристики прецедентного феномена [4]. Исследуя проблемы прецедентности, Г.Г. Слышкин особо подчеркивал ценностную значимость текста (который мог включать в себя и видеоряд,

мог быть любого объема и протяженности) [7].

Для носителей современного русского языка прецедентными текстами в первую очередь являются произведения русских классиков: А.С. Пушкина, М.Ю. Лермонтова, А.С. Грибоедова, Н.В. Гоголя, И.С. Тургенева, Ф.М. Достоевского, Л.Н. Толстого, Н.С. Лескова, М.Е. Салтыкова-Щедрина, А.П. Чехова и др. Знание прецедентных единиц – это необходимое условие вхождения личности в языковую среду современного общества. Уверенная ориентация в художественных текстах показывает степень принадлежности к эпохе и ее культуре.

Впервые в методике обучения русскому языку как родному о прецедентных текстах и важности их использования в качестве дидактического материала на уроках русского языка писала еще в конце прошлого века Е.В. Архипова: «Методика, руководствуясь социокультурным принципом речевого развития, не может не учитывать существования прецедентных текстов – текстов, хорошо знакомых в данном социуме, цитируемых и узнаваемых. Подобные тексты часто воспроизводятся людьми в собственной речи, а знание таких текстов является показателем определенного уровня образованности. <...> Задача школы, говоря словами Д.С. Лихачева, насытить «творческую память», «память культуры» учащихся такими прецедентными текстами» [1, с. 78].

Уже в XXI веке интерес к исследованию прецедентных единиц вновь проявился в связи с методическими проблемами формирования языковой личности [2; 3; 5]. Так, Е.А. Попова в своей работе, характеризуя прецедентные феномены, говорит о возможностях использования прецедентных текстов в качестве дидактического материала на уроках русского языка для формирования у учащихся положительной мотивации к изучению родного языка и лучшего понимания произведений великих русских писателей. Такие тексты помогают, по выражению философа С.Н. Булгакова, «поллюбить своё, род и родину, постигнуть в ней самого себя» [6, с. 44].

Чаще всего в роли прецедентного текста выступают пословицы, поговорки и крылатые выражения. Знакомство с ними в школе помогает развивать ассоциативно-образное мышление, прививать любовь к родному языку, повысить культуру речи, способствовать лучшему усвоению грамматики и более глубокому изучению литературы, обогатить учащихся народной мудростью. Задание к данным прецедентным единицам может быть следующим:

1) прочитайте крылатые выражения и объясните их смысл; 2) вспомните и опишите ситуацию, которая проиллюстрировала бы значение одного из высказываний.

1. *Когда в товарищах согласья нет, на лад их дело не пойдет.* 2. *Чем кумушек считать трудиться, не лучше ль на себя, кума, оборотиться?* (И. Крылов).

При работе с художественными текстами тоже можно использовать явление прецедентности. К тесту-притче можно предложить задание подобрать пословицу, отражающую смысл текста.

Важным в данном случае является и работа со словарем. Учащимся можно предложить составить свой список (словарик) прецедентных феноменов, на основе высказываний, вошедших в современный русский язык из детских произведений (художественной литературы, мультфильмов и т. д.). Например, «прекрасное далёко», «праздник с сединою на висках», «агент 007», «место встречи изменить нельзя» и др.

Произведения живописи, картины также могут представлять собою прецедентные феномены («Опять двойка», «Девятый вал» и др.). Произведения изобразительного искусства на уроках развития речи помогают сформировать у школьников необходимые коммуникативные умения [8].

На уроках русского языка уже традиционно обращаются к прецедентным именам, и прежде всего – к именам выдающихся ученых-лингвистов. Так, в связи с изучением фразеологизмов целесообразно рассказывать о В.И. Дале, поскольку большое число

фразеологизмов отражено именно в его «Толковом словаре живого великорусского языка», а имя создателя хорошо известно каждому русскому человеку.

Работа над крылатыми выражениями тоже преследует цель приобщения учащихся к прецедентным текстам как феноменам национальной культуры. Важно знакомить учеников с происхождением тех или иных крылатых выражений, например, таких, как «ариаднина нить», «ахиллесова пята», «со щитом или на щите», «дары данайцев», «двуликий Янус», «яблоко раздора». При этом важно предлагать учащимся самостоятельно воспользоваться источниками информации – словарями, энциклопедиями и, безусловно, ресурсами сети Интернет. Формы такой работы могут быть разнообразными, и, в частности, оправданным является использование метода проектов.

Работа над прецедентными феноменами может сопровождаться и обращением к языковой игре. Школьникам можно предложить восстановить исходные высказывания после знакомства с трансформированными, обновлёнными фразеологическими оборотами, пословицами, поговорками, крылатыми выражениями; объяснить в приведенных газетных заголовках семантические (смысловые), словообразовательные и грамматические преобразования исходных высказываний.

Материал для воссоздания исходных фразеологизмов

Исходные высказывания	Трансформации исходных высказываний в газетных заголовках
Быть или не быть? (В. Шекспир).	Жить или не жить?
Молочные реки, кисельные берега	Нефтяные реки, кисельные берега.
Поднимите мне веки! (Н. Гоголь).	Поднимите им веки!
Тимур и его команда (А. Гайдар).	Денис и его команда.
Горе от ума (А. Грибоедов).	Горе без ума.

Для изучения региональных прецедентных феноменов можно предложить следующие задания:

1) Назовите фамилию автора, по произведению которого написана опера «Анна Снегина». (С. Есенин)

2) Назовите автора стихотворения, имеющего такое название, как телепередача на Первом канале ТВ «Жди меня». (К. Симонов)

Таким образом, чтобы расширить дидактический материал уроков за счет прецедентных феноменов, важно, чтобы их употребление было характерным элементом профессиональной речи самого учителя. Современный учитель русского языка и литературы стремится владеть знаниями об особенностях функционирования прецедентных феноменов в языке и культуре и использует их для отбора текстового материала к урокам. Все это в итоге обеспечивает учащимся приобщение к культуре своего народа и появление навыков эффективного общения не только в рамках учебного предмета, но и в пределах социума.

ЛИТЕРАТУРА

1. Архипова Е.В. Основы методики развития речи учащихся : учеб. пособие для студ. пед. вузов / Е.В. Архипова. – М. : Вербум-М, 2004. – 192 с.
2. Архипова Е.В. О дискурсивном подходе в обучении русскому языку и типологии учебных текстов / Е.В. Архипова // Коммуникативно-деятельностный подход в обучении русскому языку: теория и практика: матер. международной заочной научно-практ. конференции (к 85-летию В.И. Капинос). – М.: Экон-информ, 2013. – С. 156–160.
3. Архипова Е.В. Текст, дискурс, дискурсивный подход в обучении русскому

языку // Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина: вековая история как фундамент дальнейшего развития (100-летнему юбилею РГУ имени С.А. Есенина посвящается): материалы научно-практической конференции преподавателей РГУ имени С.А. Есенина по итогам 2014/15 учебного года / Е.В. Архипова / отв. ред. М.Н. Махмудов; Ряз. гос. ун-т имени С.А. Есенина. – Рязань, 2015. – С. 771–775.

4. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – Изд. 7-е. – М.: ЛКИ, 2010. – 264 с.

5. Косиченко Е.Ф. Лингводидактические аспекты изучения прецедентных имен / Е.Ф. Косиченко // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2011. – № 610. – С. 47.

6. Попова Е.А. Прецедентные тексты в обучении русскому языку / Е.А. Попова // Русский язык в школе. – 2007. – № 3. – С. 37–44.

7. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г.Г. Слышкин. – М.: Academia, 2000. – 128 с.

8. Ходякова Л.А. Живопись на уроках русского языка. Теория и методические разработки уроков / Л.А. Ходякова. – М.: Флинта, 2000. – 352 с.

К. Т. Verstakova

ABOUT THE ROLE OF PRECEDENT TEXTS IN THE RUSSIAN LANGUAGE TEACHING METHODOLOGY

The article reviewed linguo-didactic potential of precedent phenomena used at the Russian language lessons. The article gives an analysis of precedent texts' conceptualization, developed in the modern linguistics, their distinctive qualities and functions when learning Russian as a native language. Much attention is given to the development of the professional elocution of a teacher. The author provides examples of selection of text materials for the lesson including national precedent phenomena of language and culture.

Key words: the Russian language, teaching methodology, precedent text

УДК 81

И. А. Жилысова

*ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный
университет им. Х.М. Бербекова»
(Научн. рук. д.филол. н. проф. С.К. Башиева)*

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА «ЖЕНЩИНА» В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА (НА МАТЕРИАЛЕ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА)

В статье рассматриваются одна из актуальных проблем лингвокультурологии и когнитивной лингвистики – проблема концептуализации мира в полиэтнической среде, в частности проблема объективации концепта "женщина" в языковом сознании носителей русского языка. Выявляются когнитивные признаки, вербальные репрезентанты анализируемого концепта.

Ключевые слова: концепт, ассоциативный эксперимент, структура концепта, номинативное поле концепта.

Одной из актуальных проблем лингвистики, в частности лингвокультурологии, является изучение ключевых элементов культуры, которые нашли отражение в языке.

Базовые компоненты культуры объективируются при помощи средств национального языка. В науке они получили название концептов.

Термин «концепт» в отечественное языкознание ввел С.А. Аскольдов-Алексеев в 1928 г. и определил его как «мысленное образование, которое замещает в процессе мысли неопределенное множество предметов, действий, мыслительных функций одного и того же рода» [1, с. 4].

Цель настоящего исследования заключается в рассмотрении особенностей объективации концепта «женщина» в языковом сознании носителей русского языка.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- проведение ассоциативного эксперимента (анкетирования);
- выявление когнитивных репрезентантов анализируемого концепта.

Предметом анализа в данном исследовании является концепт «женщина» с точки зрения его различных интерпретаций в сознании носителей русского языка, независимо от национальной принадлежности, возраста, пола.

Проблема гендерной дифференциации, как известно, является одной из актуальных проблем современного языкознания (С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, Ю.С. Степанов, А.П. Бабушкин, Г.Г. Слышкин и др.). Термин «гендер» является многокомпонентным понятием, который отражает в себе различные аспекты взаимоотношений мужского и женского полов: философский, социальный, культурологический и др.

Материалом для исследования выступают данные, полученные в ходе ассоциативного эксперимента.

На сегодняшний день известны различные методики анализа структуры концепта. Для изучения когнитивных признаков концепта «женщина» в синхронном аспекте был проведен ассоциативный эксперимент. Он направлен на выявление у опрашиваемых лиц ассоциативных характеристик, возникающих при осмыслении того или иного концепта. Ассоциативное поле конкретного слова-стимула, полученное в результате эксперимента, является фрагментом вербальной памяти человека, а также представляет собой часть картины мира, концептосферы этноса, которая находит отражение и закрепляется средствами языка в сознании носителя соответствующего языка и культуры [6, с. 23]. Подобный анализ помогает выявить, как представители определенной этнокультуры понимают те или иные явления действительности и увидеть связи, которые действуют в концептуальной системе носителей данного языка (т.е. взаимодействие концепта, подвергнувшегося анализу, с другими концептами). Материалы, полученные в результате ассоциативного эксперимента, позволяют выделить наибольшее количество когнитивных признаков концепта «женщина», актуальных для современного состояния сознания носителей языка.

З.Д. Попова и И.А. Стернин отмечают, что «ассоциативное поле концепта образуется совокупностью ассоциатов на стимул – ключевую лексему-репрезентант концепта» [4, с. 185]. Ассоциативный эксперимент – это прием исследования структуры концепта, целью которого является выявление ассоциативных характеристик, сформировавшихся у носителя языка в процессе жизнедеятельности.

Респондентами в исследовании структуры концепта «женщина» стали носители русского языка, которым было предложено слово-стимул «женщина», на которое они должны были дать любое слово-ответ.

Прежде чем приступить к анализу структуры концепта «женщина», рассмотрим дефиниции данного понятия: женщина – «лицо, противоположное по полу мужчине»; «лицо женского пола как воплощение свойств, качеств этого пола»; «лицо женского пола, состоящее или состоявшее в браке» [2, с. 478]; «лицо женского пола, вступившее в брачные отношения»; «лицо, противоположное мужчине по полу, та, которая рождает детей и кормит их грудью» [3, с. 192].

В опросе приняли участие 70 человек (представители мужского и женского полов). В ходе эксперимента было выявлено более 90 слов-реакций, которые мы распределили по ранее указанным зонам концепта.

В ядро (Я) структуры концепта «женщина» вошли признаки *красивая (23), умная (17), добрая (14), мудрая (14), нежная (12)*; в *ближнюю периферию (БП)* – *любящая (10), заботливая (10), мама (9), дом (8), верная (7), дети (6), воспитанная (5), женственная (5), скромная (5), любимая (5)*.

Дальнюю периферию (ДП) составили концептуальные признаки *сильная (4), понимающая (4), хозяйственная (4), чистоплотная (4), добрая (3), счастливая (3), спокойная (3), домохозяйка (3), жена (3), хранительница очага (3), мягкая (3), хитрая (2), достойная (2), преданная (2), ухоженная (2), порядочная (2), терпеливая (2), хрупкая (2), интересная (2), семья (2), уют (2), изобретательная, креативная (2), обаятельная (2), сдержанная (2)*.

Крайняя периферия (КП) анализируемого концепта образуется совокупностью следующих признаков: *романтичная (1), болтливая (1), дальновидная (1), чувственная (1), умеющая казаться слабой (1), честная (1), ласковая (1), мужественная (1), самодостаточная (1), перспективная (1), статная (1), обладающая честью (1), отзывчивая (1), гостеприимная (1), улыбчивая (1), уступчивая (1), внимательная (1), умеющая себя преподнести (1), с чувством юмора (1), вредная (1), лисявая (хитрая) (1), приятная (1), храбрая (1), отчаянная (1), религиозная (1), капризная (1), послушная (1), ревнивая (1), муж (1), работа (1), готовка (1), уборка (1), неповторимая (1), вспыльчивая (1), косметика (1), желанная (1), родная (1), гармоничная (1), страдальца (1), здоровье (1), сохранность (1), трудолюбивая (1), аккуратная (1), истерика (1), начало (1), создание (1), уверенность (1), образованность (1), человек (1), тепло (1), свет (1)*.

Приступим к анализу структуры концепта «женщина» в языковом сознании носителей русского языка, опираясь на точку зрения В.И. Карасика, который считает, что в концепте объединены три компонента: *понятийный, образно-перцептивный, ценностный* [5, с. 71, 89].

Понятийный компонент включает признаки, которые отражены в дефинициях анализируемого концепта. Он строится на обобщенных представлениях об этом понятии: *женщина – лицо женского пола*. К понятийному слою концепта «женщина» в сознании носителей русского языка можно отнести следующие признаки, полученные в ходе ассоциативного эксперимента: *мама, дети, жена, муж* и др.

Наибольший интерес представляют *образно-перцептивная* и *ценностная* составляющие структуры концепта.

Образно-перцептивный компонент концепта «женщина» образуют признаки: *любящая, романтичная, умная, сильная, обаятельная, хитрая, красивая, изобретательная, креативная, счастливая, болтливая, дальновидная, чувственная, умеющая казаться слабой, женственная, нежная, ласковая, мужественная, самодостаточная, перспективная, статная, мягкая, улыбчивая, терпеливая, умеющая себя преподнести, обладающая чувством юмора, хрупкая, вредная, лисявая (хитрая), приятная, храбрая, отчаянная, интересная, капризная, ревнивая, домохозяйка, работа, любимая, готовка, уборка, семья, дом, уют, неповторимая, вспыльчивая, косметика, желанная, родная, хранительница, гармония, страдальца, здоровье, сохранность, истерика, создание, уверенность, человек, свет, тепло* и др.

Ценностный слой концепта «женщина» в языковом сознании носителей русского языка строится на основе следующих когнитивных признаков: *добрая, мудрая, воспитанная, сдержанная, верная, добрая, честная, достойная, преданная, понимающая, хозяйственная, чистоплотная, ухоженная, заботливая, обладающая честью, порядочная,*

отзывчивая, скромная, гостеприимная, внимательная, уступчивая, религиозная, спокойная, послушная, трудолюбивая, аккуратная, образованная и др.

Таким образом, в результате исследования, проведенного на основании данных, полученных в ходе свободного ассоциативного эксперимента, можно прийти к выводам о том, что концепт «женщина» в сознании носителей русского языка ассоциируется в основном с признаками *красивая, умная, добрая, мудрая, нежная* и т.д. Ответные реакции, как видно из выявленных характеристик, имеют положительный характер.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аскольдов С.А. Концепт и слово // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. / Под ред. проф. В.П. Нерознака. - М.: Academia, 1997.
2. Евгеньева А. П. Словарь русского языка: в 4-х т./ РАН, Ин-т лингвистических исследований: под ред. А. П. Евгеньевой. – 4-е изд., стер. – М.: Русский язык, Полиграфресурсы, Т. 1. А – Й. – 1999 – 702 с; Т. 2. К – О. – 1999. – 736 с.
3. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений/РАН, Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: ООО «А ТЕМП», 2010. – 874с.
4. Попова З.Д., Стернин И.А. Семантико-когнитивный анализ языка. Монография. Воронеж: изд-во "Истоки", 2007.
5. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. - М.: Гнозис, 2004. – 386 с.
6. Крючкова Н.В. Лингвокультурное варьирование концептов Саратов: Научная книга, 2005. – 165 с.

I. A. Zhilyasova

VERBALIZATION OF THE CONCEPT "WOMAN" IN THE LINGUISTIC CONSCIOUSNESS OF RUSSIAN NATIVE SPEAKERS (ON THE MATERIAL OF THE ASSOCIATION EXPERIMENT)

The article considers one of the current problems of cultural linguistics and cognitive linguistics – the problem of conceptualization of the world in a multi-ethnic environment, in particular the problem of objectification of the concept "woman" in the linguistic consciousness of Russian native speakers. Cognitive signs, verbal representatives of the concept have been revealed.

Key words: *concept, association experiment, structure of the concept, nominative field of the concept*

УДК 81'367.4

В. В. Романов

*ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
(Научн. рук. к.филол.н., доц. В.А. Филатов)*

ИНТОНАЦИЯ И ЕЁ ФУНКЦИИ ПРИ ПОРОЖДЕНИИ И ВОСПРИЯТИИ РЕЧИ

В статье представлена интонационная организация порождаемой речи, уделяется внимание интонационной делимитации русской речи, на основании чего выясняется индивидуально-авторская её структура как линейная последовательность исходных минимальных речевых единиц. Интонация определяется как полифункциональное

явление, отмечено её отношение к субъекту речи и его слушателям. Перечисляются функции интонации. Для субъекта речи интонация – способ интерпретации передаваемого содержания, а для адресата речи она средство идентификации авторского содержания. Акцентируется внимание на важности осознания авторской интонации для адекватного понимания содержания текста при чтении.

Ключевые слова: порождение речи, исходная речевая единица, синтагма, восприятие речи, интонация, функции интонации

В последние годы с повышенным интересом лингвисты обращаются к проблемам речи, так как вовсе не язык как общенародный арсенал кодовых средств, а именно речь, т.е. индивидуальное использование этих средств, выступает в качестве основного способа самовыражения каждого человека и эффективного средства его воздействия на других людей.

По мнению академика Л.В. Щербы, речь – это “деятельность человека, направленная... к наилучшему... выражению своих мыслей и чувств” [14, с. 103]. Мнение ученого сформировалось на основании утверждения его учителя И.А. Бодуэна де Куртенэ о том, что лингвистике следует целенаправленно и всесторонне заниматься исследованием “человеческой речи во всем ее разнообразии”.

На основе анализа речевого материала лингвистическая теория накопила значительное количество ценных сведений, которые касаются фундаментальных проблем языкознания и помогают найти ответы на многие актуальные вопросы теории и практики речевой деятельности. Тем не менее, современная синтаксическая теория характеризуется обилием проблем и противоречий.

Из всего перечня дискуссионных вопросов весьма важен вопрос об интонации и её назначении.

Цель статьи – разобраться в том, что такое интонация как речевое явление и какое место она занимает в порождении и восприятии речи.

Актуальность изучения интонации определяется тем, что она отражает структуру и содержание речи при её порождении; формирует выразительность речи; осуществляет членение текста на исходные минимальные речевые единицы (синтагмы) и указывает на их границы. С одной стороны, интонация – это способ интерпретации содержания для субъекта речи, а с другой – средство его идентификации для её адресата.

У каждого языка свои интонационные возможности, свои особенности мелодики речи. Интонация речи помогает узнавать язык, подобно тому, как мелодия песни помогает узнать песню, которую мы слышим. Если изменить мелодию песни, слушателю будет очень трудно узнать и понять её. Аналогичная ситуация и с интонацией: благодаря интонации слушатели адекватно понимают говорящего.

В письменной речи интонация играет особо важную роль, так как придает предложению смысловую законченность, а также конкретную эмоциональную окраску, подчёркивает смысловую значимость его компонентов.

Знание интонационных особенностей языка и умение оформлять свою речь в соответствии с ними не менее важно, чем правильное произнесение (артикуляция) звуков.

Широко распространено мнение (даже в лингвистических кругах), что интонация – явление субъективная, что у каждого человека своя интонация. При этом нередко ссылаются на то, что один и тот же текст разные артисты читают по-разному и что разница в чтении может быть очень существенной. Факт несомненный, наблюдаемый очень часто. Однако различное чтение оказывается отнюдь не безразличным для осмысления текста. Различное интонирование одного и того же текста есть следствие различного понимания его разными чтецами. Одно и то же предложение можно произнести с различной интонацией. Но действительно ли оно будет оставаться при этом

все тем же предложением, то есть с одним и тем же интеллектуальным и эмоциональным содержанием? Разумеется, нет. Оно каждый раз будет несколько иным.

Теснейшая связь, существующая между интонацией и смыслом предложения, делает ее одним из важнейших факторов коммуникации.

Если рассматривать интонацию, как лингвистическую категорию, то необходимо отметить, что интонация представлена совокупностью тона (мелодики речи), громкости, темпа речи и ее отдельных отрезков, ритмики, особенностей фонации, пауз. Они вместе с ударением образуют просодическую систему языка. Известно, что существуют два типа интонационных средств (интоном) – это фразовые акценты и интегральные характеристики.

Интонация — важнейший многофункциональный атрибут речи. Она выполняет такие функции:

- представительную (начиная с первой синтагмы субъектом речи интонационно представляется каждая очередная наращиваемая единица);

- делимитативную (все синтагмы разграничиваются паузами);

- выделительную (разграничиваясь, они тем самым выделяются как отдельные минимальные речевые структуры с единым ситуативным значением, благодаря чему речь адекватно осмысливается);

- интерпретационную (отражает авторское значение каждой синтагмы с выделением её основного смыслового компонента);

- объединительную (разграничивая синтагмы, интонация отражает отношения между их значениями, последовательно объединяет эти значения и тем самым представляет общее содержание речи);

- различительную (вписанная в текст интонация структурно и по смыслу различает графически одинаковые речевые единицы);

- коннотативную (отражает эмоционально-экспрессивный характер речи и оценку её субъектом передаваемого содержания).

Иными словами, интонация осуществляет однозначную интерпретацию содержания с его конкретными нюансами и оттенками, обеспечивая адекватное его понимание. Тем не менее, несмотря на исключительную теоретическую и практическую значимость, многие вопросы интонации, порождения и восприятия речи остаются проблемными. Нередко высказываются мысли, вызывающие сомнения и даже возражения.

Во-первых, не всегда чётко различаются фонетический и синтаксический аспекты интонации, языковое и речевое её проявление. Во-вторых, отсутствует чёткость при описании её компонентов, характера их проявления и степени важности.

Так, Н.В. Черемисина выделяет в своей работе в качестве важнейших компонентов интонации “ударение и мелодику” (именно в такой последовательности), что придаёт мыслям автора элемент случайности [12, с. 15]. Устная речь как первичная форма общения интонационно начинается вовсе не с ударения, а с мелодики, представления, делимитации и выделения исходных синтагм, в которых главный в смысловом отношении элемент несёт на себе ударение. Он может находиться в синтагме на любом месте. Так что ударение — отнюдь не начальный компонент интонации.

Развивая мысль Л.В. Щербы о том, что интонация один из признаков «сказуемого» предложения, французский лингвист М. Граммон писал, что слова, образующие фразу, являются всего лишь её “скелетом”, в то время как жизнь фразам даёт интонация.

Несколько сомнительно утверждение Н.С. Валгиной о том, что словосочетанию не свойственна интонационная оформленность. Авторский текст несколько отличен от устной формы общения, которая максимально способствует взаимопониманию. И необходимо проводить четкую дифференциацию по линии субъект – адресат, а также шифрацию и дешифрацию, что позволит избежать многих проблем в синтаксисе.

Представляется верным мнение В. Гумбольдта о том, что “слова и предложения появляются из речи: ...для предложения и речи язык устанавливает только регулирующие схемы, предоставляя индивидуальное оформление их субъективному решению говорящего” [4, с. 100].

В соответствии с синтагматической природой порождения речи синтагмы по мере их появления последовательно присоединяются одна к другой и таким образом составляется структура и содержание каждой более объёмной единицы речи – предложения, высказывания и текста в целом. В сознании человека минимальные факты действительности лингвистически изначально предстают в виде единых лексических блоков. Эту особенность речепорождения подметил ещё Цицерон: “Сначала в уме намечается мысль, тотчас затем **сбегаются** слова (не *используются*, не *подбираются*, не *выстраиваются*, а **сбегаются** – В.Р.), и ум с несравненной быстротой рассылет их на свои места” [11, с. 374]. Он обратил также внимание на то, что количество компонентов в спонтанно возникающих сочетаниях слов ограничивается дыханием. Опираясь на личный ораторский опыт, Цицерон сделал интересное наблюдение, касающееся объёма группы слов с единым значением: “Самое длительное сочетание слов – это то, какое может быть произнесено на одном дыхании” [11, с. 242]. Единство значения такого сочетания обусловлено единством его интонации. В нём не должно быть паузы, даже физиологической, вызываемой дыханием, чтобы не деформировать значение. “Одно дыхание” при их произношении предполагает единство их структуры, интонации и содержания. Паузы между ними позволяют осознать их в качестве самостоятельных единиц речи. Цицерон, как мастер речи, вполне осознавал её реальное порождение и точно охарактеризовал синтагмы, не называя их.

Исключительно интонационно, по мнению Л.В. Щербы, выделяются только синтагмы, благодаря чему осознаётся их ситуативное значение.

Все слова в предложении не просто распределены по синтагмам – они закреплены в них и не имеют непосредственного самостоятельного отношения к его структуре и содержанию, ибо являются компонентами своих синтагм, в составе которых они вошли в предложение.

Синтагма – единица устной и письменной речи, она предельно минимальна, недискретна, т.е. не разложима на более мелкие речевые единицы.

Что касается вопроса сферы интонации среди лингвистов нет единого мнения. Одни учёные считают, что она свойственна как устной, так и письменной формам речи (Л.В. Щерба, Л.С. Выготский, Е.А. Брызгунова и др.), Другие полагают, что интонация – атрибут исключительно устной речи. Н.И. Жинкин утверждает, что интонация “вписывается” автором в текст, который мысленно проговаривает речь, добиваясь того, чтобы текст был понят читателем в интонационном посыле автора. Небезынтересна позиция по этому вопросу А.Р. Лурия, который выделяет “частичную” закодированность интонации в тексте,

Изучением интонации занимались многие учёные – лингвисты и психолингвисты: В.А. Артемов, И.И. Ковтунова, А.М. Мухин, А.М. Пешковский, И.П. Распопов, Н.Д. Светозарова, Н.В. Черемисина, В.Е. Шевякова и другие.

Некоторые лингвистические науки строятся на восстановлении интонации письменных памятников. Так, успехи в исторической и диалектной фонетике появились благодаря осмыслению интонации, заложенной в исследуемых текстах и в записях диалектной речи.

Чтение – основной способ получения знаний, от его качества зависит и их качество. Ещё древнеримский писатель и педагог Марк Фабий Квинтилиан, осознавая это, утверждал, что при обучении чтению нужно, чтобы ученик правильно понимал смысл, в чём видел главную цель обучения. Но чтобы правильно понять текст, необходимо

осознать его авторскую интонацию, а значит, и синтагматическую структуру, независимо от того, знает ли читающий что-либо о них или нет. Осознание интонации, закодированной в тексте, – главное условие адекватного его восприятия. Отклонение от неё ведёт к деформации смысла. Оно или меняет его нюансы, или перевирает мысли.

Таким образом, осмысление синтагмы, синтагматической структуры текста и интонации непосредственно обуславливают качество чтения, а следовательно, и качество освоения учебных и научных дисциплин.

В заключение можно сделать следующие выводы.

Интонация – способ, с помощью которого говорящий отражает реальную речепорождающую структуру и тем самым доступно передаёт актуальное содержание информации.

Вместе с тем интонация для слушателей и читателей – это средство идентификации содержания речи. Слушатели легко и однозначно идентифицируют его на основании авторской делимитации речи, а читатели – на основании осознания авторского синтагматического членения текста и восстановления авторской интонации, опираясь на существующие графические возможности письменной речи.

Синтагма характеризуется структурным (грамматическим), интонационным и смысловым единством, что подчёркивается разграничительными паузами.

В структуре синтагмы паузы невозможны, иначе они разрушат смысл.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артоболевский Г.В. Очерки по художественному чтению / Г.В. Артоболевский. – М.: Учпедгиз, 1959. – 268 с.
2. Брызгунова Е.А. Интонация и смысл предложения / Е.А. Брызгунова // Русский язык за рубежом, 1967, № 1. – С. 35–40.
3. Виноградов В.В. Общелингвистические и грамматические взгляды акад. Л.В. Щербы // В.В. Виноградов // Памяти академика Льва Владимировича Щербы (1880–1944). – Л.: Изд-во Ленингр. гос. ун-та им. А.А. Жданова, 1951. – С. 31–62.
4. Гумбольдт В. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человеческого рода // Звегинцев В.А. История языкознания XIX–XX веков в очерках и извлечениях. Ч. I. – М., 1964. – с. 100.
5. Жинкин Н.И. Психологические основы развития речи / Н.И. Жинкин // В защиту живого слова. – М., 1966. С. 23.
6. Пешковский А.М. Интонация и грамматика / А.М. Пешковский // Избранные труды. – М.: Госучпедгиз, 1959. – С. 177–192.
7. Торсуева И. Г. Интонация и смысл высказывания / И. Г. Торсуева. – М.: Наука, 1979. – 110 с.
8. Филатова Е.В. Интонация как способ делимитации и подачи исходных речевых единиц при порождении речи и *опора* при адекватном её восприятии / Е.В. Филатова // Русский язык, литература, культура в школе и вузе, 2013, № 5. – С. 17–23.
9. Филатова Е.В. Авторская делимитация речи как способ представления её реальных исходных единиц / Е.В. Филатова // Филологические науки. Вопросы теории и практики, № 10, ч. 2, 2015. – С. 173–176.
10. Филатова Е.В. Синтагма как реальная единица порождения и восприятия речи. Донецк, 2013. С. 251.
11. Цицерон М.Т. Три трактата об ораторском искусстве / М.Т. Цицерон. – М.: Наука, 1972. – 472 с.

12. Черемисина Н.В. Русская интонация: поэзия, проза, разговорная речь. М., 1982. – С.15.
13. Шевякова В. Е. Интонация научной речи / В. Е. Шевякова, Ж. Б. Пинаева // Чтение. Перевод. Устная речь: Методика и лингвистика. – Л.: Наука, 1977. – С. 163–171.
14. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность / Л.В. Щерба. – Л.: Наука, 1974.– 428 с.

V. V. Romanov

INTONATION AND ITS FUNCTIONS IN THE PERCEPTION AND SPEECH PRODUCTION

The article presents the generated speech intonation entity; attention is paid to intonation delimitation of Russian speech, on the basis of which it turns out individual-authorial of its structure as a linear sequence of the original minimum speech units. Intonation is defined as a multifunctional phenomenon, noted its relation to the subject of speech and his listeners. Are listed intonation functions. For the subject of speech intonation - manner to interpret the transmitted content, but for addressee it is a means of identifying the content of the author. The attention is focused on the importance of understanding the author's intonation for an adequate understanding of text content when reading.

Key words: oral speech, written speech, speech delimitation, syntagma, intonation, functions of intonation

Дискурсология и генристика

УДК 81

Т. А. Бондарчук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗГОВОРНОЙ РЕЧИ (на примере лексики Донецкого региона)

Целью данной статьи является выявление и описание лексико-семантические группы, входящие в донецкую региональную речь, особенностей русской разговорной речи жителей Донбасса. Задачей статьи является определение понятия «регионализм», принципов распределения лексико-семантических групп. Результаты данного исследования могут быть применимы в теории языкознания и лингвистическом краеведении.

Ключевые слова: лексико-семантическая группы, регионализм, региолект, городское просторечие, разговорная речь

Язык города – это один из источников обогащения русского литературного языка. В нём отражаются все изменения, которые происходят в жизни общества. В современном языке города доминирует разговорно-просторечная, жаргонная, арготическая лексика и фразеология.

В XXI веке языковой облик современного города привлекает внимание многих лингвистов. Изучение региональных особенностей русского языка – актуальное направление в современном языкознании.

Изучение языка города помогает понять и осмыслить возникновение, различие русского национального и русского литературного языка, оценить вклад конкретной

социальной, профессиональной группы в развитие лексики современного русского языка, русской культуры, в изменение социальных установок общества в целом.

Одним из основных терминов, используемых в нашей работе, является понятие регионализм. В интерпретации Н. Н. Соколянской *регионализмы* – это «слова и выражения, обозначающие реалии (природные и социальные) определенной местности и функционирующие более или менее регулярно в литературных текстах (устных и письменных) с номинативно-терминологической или стилистической функцией» [6, С. 63–66].

В лексикографических источниках рассматриваемый термин «регионализм» был обнаружен только в «Словаре лингвистических терминов», составленном Т. В. Жеребило, где он трактуется следующим образом: «1. Местное слово или выражение, бытующее на определенной территории, употребляемое носителями региолекта. 2. Лексическая единица, заимствованная из другого языка, но используемая только на определенной территории – в региолектах, бытующих в зоне контактирования языков» [5, С. 299].

Актуальность статьи обусловлена особым вниманием к проблеме многоаспектного изучения языка города (донецкого региолекта, городского просторечия, разговорной речи). Лексика и фразеология языка города в первую очередь раскрывают черты русской разговорной речи в синхронии, а также особенности быта, культуры городского населения. В нашем случае эти особенности отражают региональную специфику русской речи жителей Донбасса на материале разговорной речи Донецкого региона. По нашему мнению, сбор, лингвистический анализ, описание некодифицированной лексики и фразеологии необходимы для выявления региональных особенностей «языка города» как части общей проблемы изучения русской разговорной речи и русского просторечия в целом. Городская речь жителей средних и малых городов, в значительной мере подверженная влиянию окружающих эти города местных диалектов. От территориального диалекта региолект отличается тем, что он распространен на сравнительно большой территории и характерен для населения своего рода «пучка» территориально близких друг к другу городов, а от литературной формы языка – тем, что в нем явно проступают следы диалектных влияний, смешанных с городским просторечием и жаргоном.

Понятие региолекта в литературе возникло в 90-е гг. XX века (А. С. Герд). К вопросам региональной формы речи, лексических регионализмов, их связи с диалектами русского языка обращались такие лингвисты, как А. С. Герд, В. И. Трубинский, В. И. Беликов, А. П. Майоров и др.

А. С. Герд предложил термин *региолект* для именованя речи жителей средних и малых городов. В дальнейшем ученый занимался определением места диалекта в языкознании, в том числе такой его формы, как региолект, и выявлением её специфических черт [3, С. 48-50]. Так, он определяет региолект как особую форму устной речи, в которой уже утрачены многие архаические черты диалекта, но развились новые особенности [3, С. 48-50]. От речи, наблюдаемой в больших городах, региолект отличается относительное единообразие, поскольку его основные носители – местная городская интеллигенция, служащие административных учреждений. «Это особый тип языкового состояния, который является сегодня основной формой устно-речевого общения больших групп русских как на селе, так и в городах и поселках городского типа» [3, С. 48-50].

В. И. Трубинский считает региолекты «новыми диалектами», новыми достаточно крупными территориально-системными образованиями, не повторяющими классического диалектного членения русского языка [7, С. 157].

В. И. Беликов собирает и исследует лексические регионализмы, в частности, в сопоставлении с литературной нормой, многие из которых также можно рассматривать как составляющую региолекта [1].

В дискуссии о границах и объеме термина «регионализм» интересно также и высказывание В. И. Беликова: «Регионально в лексике все: частные жаргоны – региональны, общий жаргон (он же слэнг) также регионален, просторечие, которое определяется в учебниках примерно как внерегиональная ненормативность городской речи диалектного происхождения, – тоже регионально» [Интернет ресурс: Материалы форума проекта «Языки русских городов»].

Более того, данное понятие – региолект – нашло отражение в литературе по социолингвистике: «Основные носители региолекта – местная городская интеллигенция, служащие административных учреждений. От местного, территориального диалекта региолект отличается тем, что в нем явно проступают следы диалектных влияний, смешанные с городским просторечием и жаргонами» [2, С. 231].

Считаем необходимым уточнить, что, на наш взгляд, под регионализмами следует понимать лексемы локально ограниченного распространения, независимо от источника их происхождения и отнесенности к литературному языку. Поэтому к регионализмам относятся и слова диалектного происхождения, бытовавшие и бытующие в Донецком регионе, и локальные заимствования, и региональные советизмы. При практическом отнесении той или иной лексемы к региональной мы считаем необходимым руководствоваться принципом, который используется в диалектологии при описании лексики того или иного диалекта: если слово употребляется на изучаемой территории и не является общеязыковым, либо имеет семантические наращения и/или какие-либо варианты (фонетические, грамматические, орфографические), мы причисляем его к региональным [Интернет ресурс: Резвухина Ю. А. Регионализм: к определению понятия].

Собранный нами материал разделяется на две основные группы: фразеологические конструкции и слова.

Среди рассматриваемого нами лексического материала в этом случае оказывается несколько групп лексики: 1. профессиональная лексика (шахтеры, металлурги и т.п.); 2. топонимы (названия местности, а также названия различных учреждений и предприятий, осуществлявших свою деятельность на территории Донецка и активно участвовавших в хозяйственной жизни Донбасса и северной части побережья Азовского моря); 3. бытовая лексика.

1. Профессиональная лексика:

Лава – «Лава – это место, где добывается ископаемое, то есть уголь. Состоит из линии забоев» [4, С. 63].

Конешник – «"Конешниками" в дни карточной системы на "Крутой Марии" прозвали лодырей, которые вырубали не больше "коня" – одну крепь» [4, С. 208].

Пласт и забой – «В этой лаве, куда мы полезем, забоев – десять. Пласт, как вам уже объясняли, небось, – круто падающий» [4, С. 63].

2. Топонимы:

Буденовка, Пролетарка, Петровка – районы города, соответственно, Буденновский, Пролетарский, Петровский.

Восточка, Текстиль, Шанхай – микрорайоны «Восточный» и «Текстильщик», район городского отделения ГАИ.

Македония – граница городов Макеевки и Донецка.

3. Бытовую лексику распределим на следующие основные лексико-семантические группы:

- человек и части тела (*буфера* – женская грудь, обычно больших размеров; *ишобель* – нос; *мелочь* – дети; *зёма* – приятель; *пацык* – парень; *хорь* – любовник, в исключительных случаях – жених);

- продукты питания (*синенькие* – баклажаны; *тормозок* – шахтерский завтрак, еда, которую берут с собой в шахту; *семари, семки* – семечки; *бубочки* – ядра семечек; *буханка* – хлеб круглой формы);
- предметы обихода (*кулек* – полиэтиленовый пакет; *тремпель* – вешалка для одежды, плечики; *поворозочки* – тесемочки, завязки; *пендюрка* – несоизмеримо маленькая вещь);
- животные (*шерсть, кабысдох* – маленькая собака, щенок; *кутенок* – щенок; *кошак* – кот);
- природа (*жужалка* – мелкий некачественный уголь, остатки сгоревшего топлива, зола; *порода* – невысокий пологий холм из отработанной шахтной породы; *кумарь* – плотный дым; *террикон* – отработанная шахтная порода, складированная в коническую форму; *колодрыга, колотун* – жуткий холод; *посадка* – лесополоса, самопосадной лес);
- одежда (*змейка* – молния, застежка-молния для верхней одежды или брюк; *мастерка* – куртка от спортивного костюма с застежкой; *пайта* – толстовка, реглан);
- строения и сооружения (*халабуда* – самодельное укрытие, домик; *киоск* – ларек; *кайбаш* – склад; *каптерка* – место отдыха рабочих на производстве, место для переодевания; *китайка* – длинный многоподъездный дом);
- транспорт (*сарай, лоховоз* – муниципальный автобус; *лайба* – велосипед; *марка* – номер маршрута городского транспорта, чаще применяется для трамвая и троллейбуса);
- посуда (*баклажка* – пластмассовый бутыль для воды/пива; *миска* – тарелка; *бутылек* – стеклянная банка ёмкостью от двух литров и выше; *лоток* – пластиковый контейнер для тормозка; *чумичка* – маленький ковш) и т.д.

В статье рассмотрены определения понятия «регионализм». Проведенное исследование особенностей русской разговорной речи жителей Донбасса позволило установить принципы распределения и выявить основные лексико-семантические группы регионализмов, входящих в донецкую региональную речь.

Перспективным видится более глубокое изучение лексикона жителей городов данного региона. Данный материал позволяет исследовать и описать в рамках региона особенности национальной, профессиональной и бытовой речи народов, населяющих Донбасс. Работа над созданием словаря регионализмов полезна для социолингвистики, лексикографии, психолингвистики. Описание неоднородности языковой нормы в области лексики делает возможным выявление ассоциативных моделей, по которым были созданы наименования, и описание деятельности языкового сознания носителей региональной разновидности языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беликов В.И. Литературная норма и лексические регионализмы: Доклад в Институте русского языка им. В. В. Виноградова. 23.11.2006 г.
2. Беликов В. И., Крысин Л. П. Социолингвистика. М., 2001 231.
3. Герд А. С. Несколько замечаний касательно понятия «диалект» // Русский язык сегодня. Вып. 1. М., 2001. С. 45–52.
4. Горбатов Б. Л. Донбасс: Роман. – Донецк: Донбасс, 1980. – 400 с.
5. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. – Назрань: Пилигрим, 2010.
6. Соколянская Н. Н. О некоторых группах региональной лексики в «Описании земли Камчатки» С. П. Крашенинникова // Идеи, гипотезы, поиск. – Вып. 2. – Магадан: Изд-во Северн. междунар. ун-та, 1995.
7. Трубинский В. И. Современные русские региолекты: приметы становления // Псковские говоры и их окружение: Межвуз. сб. науч. тр. Псков, 1991. С. 156-162.

Интернет ресурсы

<http://forum.lingvo.ru/actualthread.aspx?tid=69828> – Материалы форума проекта «Языки русских городов». // Что такое лексический регионализм / Городские диалекты.

<http://cyberleninka.ru/article/n/regionalizm-k-opredeleniyu-ponyatiya> – Резвухина Ю. А. Регионализм: к определению понятия, с. 88-89.

T. A. Bondarchuk

LEXICAL-SEMANTIC FEATURES SPEAKING

(for example, the vocabulary of the Donetsk region)

The purpose of this article is the identification and description of the lexical-semantic groups in the Donetsk regional speech peculiarities of the Russian speaking residents of Donbass. The objective of the article is the definition of "regionalism", the distribution of lexico-semantic groups. The results of this study can be applied in the theory of linguistics and language studies.

Key words: lexico-semantic groups, regionalism, regiolect, vernacular, spoken language

УДК 81'282

М. В. Датская

ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»
(Научн.рук. к. филол.н., доц. Н.А. Стародубцева)

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ ИНТЕНСИВНОСТИ В РЕЧИ ДИАЛЕКТНОСТИЛЕЙ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Исследование посвящено проблеме вербализации категории интенсивности в диалектной речи на материале записей бесед жителей села Волгоградской области. При анализе выявленных и анализируемых материальных средств различного уровня интенсивности в избранных текстах определяются способы интенсификации, актуальные для говорящих на диалекте, и описываются их функции. Сделан вывод об использовании средств интенсификации и реализации их функций в устной народной речи.

Ключевые слова: интенсивность, язык региона, диалектная речь, функция

«Языковое богатство русских диалектов отражает различное видение говорящими окружающего мира» [3, с. 57]. Говоры Волгоградской области в этом смысле уникальное явление, «живое свидетельство того, что стало историей русского языка и русского народа» [3, Там же]. Уникальными их делает прежде всего то, что область распространения относится к территории позднего заселения, а сами говоры являются переселенческими и – по природе происхождения – результатом вторичного образования [3, с. 7]. Значительную их группу составляют смешанные говоры, соединяющие в себе системы южнорусских и восточноукраинских территориальных диалектов [3, с. 43]. Эта синкретичность позволяет исследователям говорить о наличии билингвизма, при котором «украинский язык, наряду с русским, сохраняется на уровне бытового общения местных жителей, осознающих себя этническими украинцами» [8, с. 229].

Лингвистами неоднократно отмечалось, что в народной речи эмоциональный заряд доминирует над логическим [10, с. 38]. Это позволяет говорить о повышенной экспрессивности, нередко проявляющейся через интенсивность [4, с. 18]. При этом

диалектоносители используют в речи только специализированные средства экспрессивизации, различающиеся по признакам регулярности и частотности употребления [6, с. 89].

Предпринятое нами исследование представляется **актуальным**, поскольку остаются не полностью освещёнными вопросы функциональной стороны явления интенсивности, не до конца исследована роль данной категории в народной речи, её влияние на языковые процессы в говорах, в том числе и Волгоградской области.

Цель исследования – выявить языковые средства выражения интенсификации в лексиконе диалектоносителей и установить их функциональную значимость.

Придерживаясь точки зрения Ш. Балли, в своей работе мы понимаем под интенсивностью «все различия, сводящиеся к категориям количества, величины, ценности, силы и т.п., вне зависимости от того, идет ли речь о конкретных представлениях или об абстрактных идеях» [1, с. 202].

Анализ записей речи диалектоносителей, сделанных во время полевых экспедиций 1997 – 2015 годов, сделанных в Киквидзенском, Иловлинском, Новоанненском и Урюпинском районах Волгоградской области, позволил зафиксировать наличие разноуровневых средств выражения интенсивности в рассказах информантов.

Фонетические представлены интонационным выделением гласного: *Ой, у нас там вот, где я жила, мы потом все ф Фитодафку шли, щас мы то и дело ездим туда, там, бывала, в ауародах этава **наслёна-а**...* (Скворцова К. П.). Данные средства являются малоупотребительными.

В качестве словообразовательных средств выступают префиксы *на-* («интенсивно совершить действие, названное мотивирующим глаголом» / «накопиться в определенном количестве с помощью действия, названного мотивирующим глаголом» [5, I, с. 361]), *по-* (многократное, поочередное действие, распространенное на все или многие объекты и совершенное всеми или многими субъектами [5, I, с. 365]), *не-/ни-* («отсутствие или противоположность признака, названного мотивирующим словом» [5, I, с. 305]; обозначают предельную и чрезмерную степень признака или незначительную степень его проявления), *раз-* («в высшей степени обладающий признаками того, что названо мотивирующим словом» [5, I, с. 227]), суффиксы *-уц-* (усиленная степень качества [5, I, с. 297]), *-енн-* (чрезмерная степень качества [5, I, с. 298]), а также редупликаты. Например: *На квартири стаяла, урясь такая, шо **нивазможна*** (Бароменский С.); *А улубина **страшэная*** (Скворцова К.П.); *Цвели **сильна-разсильна**, а вышни нет* (Парьева Н.Т.). Главной особенностью интенсивности на данном уровне является полипрефиксация, возникающая в результате соединения приставки *по-* с другими: *Мы дитей фсех, какие ещё чё было нас-то, **панадели**, сидим, ждём, можыт, и нас забярут* (Ключкина Е.Т.). *Ф те уада фсё **павысахло**. Маладых **панасажали*** (Парьева Н.Т.).

Лексическими средствами, как и в литературном языке, выступают интенсификаты и интенсификаторы: *Выживали **тяжело*** (нареч. от *тяжёлый* «выдерживаемый, переносимый с трудом; затруднительный, обременительный» [7, IV, с. 438]) *это самое, но нас спасло што, эт самое, у нас мора не была* (Петров Н.С.); *В сорок шыстом уаду иду и падаю, уолат **неможный*** («очень сильный» [2, с. 319]) *был. **Моря** хлеба было!* («огромное количество, чрезвычайное обилие чего-либо» [7, II, с. 299]) (Лысенко П.А.).

Морфологические представлены суффиксом *-ейш-* и аналитическими формами: *Нет, у радителей свой сопственый, **давнейшный** был* (Скворцова К.П.); *Дитей поменьшэ, адно, двое, ни аднаво, а трое – эт самая **мноуа*** (Корчакина М.Т.).

В качестве синтаксических средств выступают лексический повтор, многосоюзие, сравнительные обороты, конструкции *сколько...*, *столько...*, *какой...* и т.п., а также с междометиями: *Фсё **помню**, как вот щас **на картине**, фсё-фсё помню..* (Артеменко А.Я.);

Самы плотно робылы, *самы* еу бэлили (Магомедова В.Д.). Способы данного уровня являются наиболее распространёнными в речи диалектоносителей.

Фразеологизмы представляют немногочисленную группу, однако нередко употребляются информантами для особой окраски выражений: *Я работала не накладая рук* («очень старательно, не переставая» [13, с. 245]) (Парьева Е.М.); *Да мы ни знали, што было. Все дыры мной хотели заткнуть скрось* («спешно устранять недостатки, восполнять какие-либо пробелы» [13, с. 178]) (Бочарова О.М.).

Основная функция, которую выполняют разноуровневые средства, – эмотивная, целью которой является «выражение отношения говорящего к тому, о чем он говорит» [9, I, с. 489]. Данная функция реализуется в двух частных: эмоционально-оценочной и эмфатической. Первая является наиболее употребительной и распространяется на все уровни. Функция реализуется в таких контекстах, где информант выражает непосредственное отношение к объекту высказывания: восхищение, одобрение, возмущение, страх, горечь и т.п.: *А вот ф Казарне, о-о-о, какая природа, а **каки-и-е** были сады! Природа была...эта **ниобыкновенная*** (Лысенко П.А.); *Я яи боялась як ауня* («очень бояться» [12, с. 340], *пока ана нэ умэрла*) (Корчакина М.И.); *А патом атца забрали фсё, патацили, а мы такие...**Ни дай Боу** вспоминать* (Ключкина Е.Т.); *Значит, я **очень*** («весьма, чрезвычайно, в сильной степени» [7, II, с. 732]) ***азартно*** (нареч. от *азартный* «сильно увлекающийся» [7, I, с. 27]) *начал вникать в учебу* (Касьянов В.А.); *Ой, **сама плохая работа*** (Авилова М.Т.). *Ооо, мы ўтроем, так мы как **метеоры** были, так палолі. Мы по улицам не шастали, а памауали матери, **сколька** силы было* (Парьева Е.М.).

Эмфатическая функция свойственна синтаксическим средствам выражения интенсивности. С её помощью информанты подчёркивают наиболее значимые события, придавая им особенный смысл. Так Артеменко Александра Яковлевна с помощью лексического повтора подчёркивает ужас военных действий: *А там – **вайна, вайна, вайна с уитлерам, вайна, вайна с уитлерам.*** Для Скворцовой Клавдии Петровны потрясением стало то, что в современном мире до сих пор не во всех деревнях есть газ: ***уаза-та** да сих пор там, в дириднях, **нет уаза, уде я жыла, вот нет уаза.***

В речи диалектоносителей также можно выделить характерологическую функцию, основной целью которой является описание и характеристика людей, предметов и явлений действительности: *А тут у нас **оуороды** были **очень вельки**, по семьдесят соток булы оуороды... А як пирашки на дрожях поставлю, в духоўке в уазовой пэчу... у мэнэ **сковоротки** есть, старые осталысь таки **большыи, здорови*** («значительно превышающий обычную для данного предмета величину, объём и т.п.» [7, I, с. 605]) (Корчакина М.И.); ***Налоуи страшные*** («очень сильный или очень большой (о степени проявления признака) [7, IV, с. 284]) *платили. С луа идёт вада в озера, озера запакастили, он зарос, он был чистый, а рыбы было **неисчерпаемый край**...* («изобильно, очень много; залежи» [13, с. 250]); *Капусты этой было **страсть Божия*** («очень много» [11, с. 665]) (Лысенко П.А.); *Людей **тьма была, тьма*** («большое количество, множество чего-л.; уйма» [7, IV, с. 434]); *Тауда, у-у-у, там бригада придёт на работу, **тьма была, а вот пашили, как начали*** (Ключкина Е.Т.).

Таким образом, анализ материала позволил выделить разноуровневые средства выражения интенсивности, выполняющие в речи диалектоносителей эмотивную функцию, реализующуюся в двух частных: эмоционально-оценочной и эмфатической, а также характерологическую функцию. Это обусловлено спецификой рассказов диалектоносителей, поскольку основную их часть составляют описание тяжёлого труда до- и послевоенного времени, а также страшный голод, различного рода болезни, истории о семье, селе и односельчанах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балли Ш. Французская стилистика / Ш. Балли. – М.: Изд-во иностр. лит., 1961. – 395 с.
2. Большой толковый словарь донского казачества: Ок. 18000 слов и устойчивых словосочетаний / Ростов. гос. ун-т; Ф-т филологии и журналистики; Каф. общ. и сравнительн. языкознания. – М.: ООО «Русские словари»: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Издательство АСТ», 2003. – 608 с.
3. Кудряшова, Р.И. Слово народное. Говоры Волгоградской области в прошлом и настоящем: Учеб. пособие / Р.И. Кудряшова. – Волгоград: Перемена, 1997. – 124 с.
4. Крысин Л. П. Активные процессы в территориальных говорах / Л. П. Крысин // Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX – XXI веков / Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН. – М.: Языки славянских культур, 2008. – С. 18–20.
5. Русская грамматика: в 2 т. / гл. ред. Н.Ю. Шведова. – Т. 1. – М.: Наука, 1980. – 784 с.
6. Нелина И.А., Стародубцева Н.А. Функциональная семантика глаголов эмоционального состояния и эмоционально-оценочного отношения в устной речи диалектоносителей // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. 2014. № 4 (23). – С. 84–92
7. Словарь русского языка: В 4-х т. / под ред. А. П. Евгеньевой. – М.: АН СССР, Ин-т рус. яз. – 2-е изд., испр., 1981.
8. Тупикова Н.А., Теркулов В.И. Рудыкина, Е.С. Проблемы исследования устной речи носителей русского и украинского языков в регионах со смешанным составом населения // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Языкозн. 2010. № 2 (12). – С.227-234.
9. Новиков Л.А. Структура лексического значения и его анализ // Избранные труды: В 2-х т. – Т.1. – М.:Изд-во РУДН, 2001. – С. 483-564.
10. Оссоветский И.А. Лексика современных русских народных говоров. – М.: Наука, 1982. – 199 с.
11. Федоров А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка / А.И. Федоров. — М: Астрель: АСТ, 2008. —828 с.
12. Федосов И.В., Лапицкий А.Н. Фразеологический словарь русского языка. — М.: «ЮНВЕС», 2003. — 608 с.
13. Фразеологический словарь современного русского языка. – М: «Аделант», 2014. – 512 с.

M. V. Datsckaya

FUNCTIONAL-SEMANTIC CHARACTERISTICS OF THE MEANS OF EXPRESSION OF INTENSITY IN THE SPEECH OF THE DIALECT SPEAKERS IN THE VOLGOGRAD REGION

Research is devoted to a problem of verbalization of category of intensity in the dialect speech on material of records of conversations of villagers of the Volgograd region. During the analysis of material means of different level of intensity in the chosen texts come to light and analyzed, ways of an intensification, relevant for dialect speakers, are defined and their functions are described. The conclusion about the use of means of an intensification and the implementation of their functions in oral folk speech is drawn.

Key words: *intensity, region language, dialect speech, function*

ТЕКСТ ЖАНРА ОБЪЯВЛЕНИЯ: ОРФОГРАФИЧЕСКИЕ НЕДОЧЁТЫ (НА МАТЕРИАЛЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ)

В данной статье рассмотрена специфика орфографических ошибок в региональных средствах массовой информации (жанр объявления), выявлены наиболее частотные из речевых недочётов.

Ключевые слова: речевая культура, орфографические ошибки, жанр объявления

Значительное внимание в наше уделяется языку и культуре речи, особенно в средствах массовой информации, так как они во многом определяют языковую ситуацию в обществе, оказывая влияние на мировосприятие человека.

По мнению Л. К. Граудиной и Е. Н. Ширяева, русская речь в сфере массовых коммуникаций не всегда соответствует общеязыковым нормам [1, с. 70].

Практически все учёные-лингвисты, литературоведы, философы обеспокоены состоянием и судьбой русского языка. Современные журналисты должны тщательнее следить за своей устной и письменной речью. Язык СМИ выполняет в «информационном обществе» роль своеобразной модели национального языка, он активно воздействует на литературную норму, языковые вкусы и предпочтения. [2]

Наше исследование проведено на основе трудов А. Н. Баранова, Н. Д. Арутюновой, Л. А. Введенской, Л. К. Граудиной, Е. Н. Ширяева, О. Л. Дмитриевой, В. И. Новиковой и др.

Актуальность исследования заключается в том, что многие вопросы речевой культуры остаются неизученными, к примеру, такие, как новейшие записи из региональных печатных СМИ. Подобные исследования помогут проанализировать ошибки, допущенные в средствах массовой информации, что позволит внести свой вклад в искоренение речевых недочётов и ослабить их негативное влияние на нашу речевую культуру.

Речевым ошибкам, в частности орфографическим, в школе уделяется недостаточно внимания, так как акцент делается на искоренение недочётов в письменной речи. Учитель должен обращать внимание на исправление ошибок как на письме, так и в устной речи.

Цель данной статьи заключается в раскрытии особенностей орфографических ошибок в региональных средствах массовой информации г. Ялты, в частности, в жанре объявления.

В качестве методов исследования использованы: метод сплошной выборки, метод анализа речевого материала. Материалами исследования являются крымские печатные издания: «Ялта Культурная и Коммерческая», «Южная газета», «Летняя столица».

Результаты исследований. Традиционно речевые ошибки классифицируются в соответствии с уровнями языка и подразделяются на следующие типы: ошибки орфоэпические (связанные с нарушением норм произношения), ошибки лексические, ошибки грамматические (словообразовательные, морфологические и синтаксические), ошибки стилистические, орфографические, пунктуационные.

Так как на сегодняшний день не существует единой классификации речевых ошибок, за основу в своей работе мы взяли классификацию, данную В. И. Новиковой, согласно которой речевые недочёты подразделяются на грамматические

(морфологические и синтаксические), лексические, фонетические [2]. В процессе исследования печатного речевого материала (жанр объявления) мы посчитали возможным расширить данную классификацию, добавив в неё логические, орфографические, стилистические, пунктуационные ошибки.

В данной работе мы остановимся на орфографических ошибках, допущенных в текстах жанра объявления.

1. «*Вниманиею рекламодателей! В связи с государственным выходным 1 мая следующий номер газеты выйдет 30 апреля (четверг). Последний день приема объявлений 29 апреля (среда)*». На наш взгляд, ошибка допущена в результате интерференции русского и украинского языков. Правильным написанием является «*приём*». [3, с. 15].

2. «*Оформление договоров купли-продажи с проверкой и подготовкой документов в течении 1 дня*». К сожалению, правописание производных предлогов остаётся актуальной проблемой в региональных изданиях г. Ялты, что свидетельствует об элементарной безграмотности адресанта. Правильно следует писать «*в течение 1 дня*» [4, с. 12].

3. «*Продам частную минигостиницу (ул. Дrajинского). 3 номера, хороший ремонт, полая комплектация, до моря 100 метров. Цена 370 тыс. рублей*». Одна из наиболее частотных ошибок — неверные слитные, дефисные, отдельные написания. Правильным является вариант «*мини-гостиницу*» [4, с. 12].

4. «*Сдаю в аренду, продаю 68 кв.м., 119 кв.м нежилые помещения, в жилом районе Ялты, под любой бизнес, учебные, спортивные офисы и т.п. Хорошая транспортная развязка, рядом остановка, все коммуникации*». К сожалению, нередко в региональных изданиях элементарные опечатки. Необходимо писать верно «*коммуникации*» [3, с. 12].

5. «*Сдаём в аренду ролеты, кафе «на Русалке*». Нарушение правописания строчной и прописной буквы. Необходимо писать «*На Русалке*» [4, с. 13]

6. «*Система косвенного нагрева. Достаточна для семьи из 3-4 человек. Позволяет экономить 80 % энергии за год. Простое подключение за 10 минут. Подогрев воды солнцем круглый год. Вода находится под давлением в общей системе*». Подобные недочёты (неверное правописание -ться, -тся в глаголах) достаточно частотны в объявлениях. Правильно следует писать «*Вода находится под давлением в общей системе*» [3, с. 19].

7. «*1ккв. в спальном районе Ялте, в/у, рядом остановка, супермаркет не далеко от центра*» – нарушено правило написания не с частями речи. Правильным вариантом является «*недалеко от центра*» [3, с. 8].

8. «*Продам сабаку. Щенок среднеазиатской овчарки (алабай). Родилась 02.11.2016г.*» – ошибка в написании непроверяемых безударных гласных в корне. Верно следует писать «*Продам собаку. Щенок среднеазиатской овчарки (алабай). Родилась 02.11.2014 г.*» [4, с. 6].

9. «*Продам серебряный сервиз. Цена договорная*» – ошибка правописания гласных в суффиксах прилагательных. Правильным написанием является «*Продам серебряный сервиз. Цена договорная*» [4, с. 6].

10. «*Строительная бригада производит различные виды работ: разбирают стены, перекрытия и иные конструктивные и связанные с ними элементы или их части, строят временные дороги, площадки*» – неверное написание гласных в личных окончаниях глаголов. Верно следует писать: «*Строительная бригада производит различные виды работ: разбирают стены, перекрытия и иные конструктивные и связанные с ними элементы или их части, строят временные дороги, площадки*» [3, с. 6].

11. «Сдам недорого квартиру с прикрасным видом на море. Цена договорная». Наблюдается ошибка в правописании гласных в приставках ПРЕ- и ПРИ-. Правильным является написание: «Сдам недорого квартиру с прекрасным видом на море. Цена договорная».

13. «Продам килограмм серебряных монет. Цена приемлемая». Ошибка в правописании двойных согласных. Верно следует писать: «Продам килограмм серебряных монет. Цена приемлемая».

14. «Продажа разных домашних и сель.-хозяй. животных в Крыму. Договорная цена на доставку по всему полуострову». Неправильное написание графических сокращений. Правильным написанием является: «Продажа разных домашних и с.-х. животных в Крыму. Договорная цена на доставку по всему полуострову».

15. «Недорогая парфюмерия в Ялте. Новые а-роматы уже в продаже». Нарушение языковой нормы при переносе слова с одной строки на другую. Правильно следует писать: «Недорогая парфюмерия в Ялте. Новые аро-маты уже в продаже».

Выводы. На основании исследуемого материала (120 текстов в жанре объявления) в региональной прессе г. Ялты, можно сделать вывод о том, что наиболее частотными орфографическими ошибками в текстах жанра объявления являются: неверное написание производных предлогов (8%), ошибки, обусловленные интерференцией русского и украинского языков (9%), нарушение правил написания НЕ- с частями речи (7%), неверные слитные, дефисные, раздельные написания (9%), опечатки (10%), недочёты, связанные с правописанием строчной и прописной буквы (7%), неверное правописание – тья; -тсья (7%), ошибки в написании непроверяемых безударных гласных в корне (9%), неверное написание гласных в личных окончаниях глаголов (9%), ошибки правописания гласных в суффиксах прилагательных (11%), неверное правописание гласных в приставках ПРЕ- и ПРИ- (2%), ошибки в правописании двойных согласных (4%), неправильное написание графических сокращений (2%), ошибки при переносе слова с одной строки на другую (6%) и т. д.

Данная проблема остаётся актуальной и требует дальнейшего исследования в социолингвистическом и лингводидактическом аспектах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ширяев Е. Н. Что такое культура речи / Е. Н. Ширяев // Русская речь; под ред. Г. И. Миронова. – М.: Астрель. – 2005. - № 4. – С. 75-78
2. Новикова В. И. Речевые ошибки в электронных СМИ // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=786771>
3. Ялта Культурная и Коммерческая. – Ялта: ООО Идеал – Сервис, 8 мая 2015, № 18 (1101). – 39 с.
4. Южная газета. – Ялта: ООО ЮГЯлта - Сервис, от 3 апреля 2015, № 12(569). - 16 с.
5. Летняя столица. Ялта. – Ялта: ИП Панина Т. Н., 2015. – 16 с.
6. Ялта Культурная и Коммерческая. – Ялта: ООО Идеал – Сервис, 3 апреля 2015, № 13 (1096). – 39 с.

A. N. Zelinskaya

TEXT OF GENRE ADS: SPELLING ERRORS (BASED ON THE REGIONAL MEDIA)

In the present article is viewed the specificity of spelling errors in the regional media (genre ads) it has been revealed the most frequent from speech defects.

Key words: *Speech culture, spelling errors, genre ads*

О ГРАФИЧЕСКИХ СРЕДСТВАХ СОВРЕМЕННЫХ ЭРГОНИМОВ КРЫМА

Статья посвящена характеристике графических средств в эргонимах Крыма, отражающих социально-экономические и политические изменения в российском обществе на стыке XX-XXI вв. В данной работе представлена классификация эргонимов на основе функций коммерческих имен: номинативная, информативная и рекламная. Цель статьи – описать графические средства эргонимии Крыма.

Ключевые слова: эргоним, наименование, графическое средство, эргонимическое пространство

Процессы глобализации, охватившие мир в к. XX-н. XXI вв., развитие деловых и культурных контактов между разными странами, взаимопроникновение языков и культур, как в зеркале, отразились в современном русском языке. Социально-экономические и политические изменения в жизни российского общества на стыке XX-XXI вв. сказались на состоянии языка, нашли отражение во всех областях его функционирования, в том числе и в сфере эргонимии. Современная эргонимия Крыма находится в общем процессе языковой стихии, а также имеет своеобразные черты, обусловленные «факторами глобализационного, географического, культурно-исторического, а также политического характера, вызванного сменой государственности» [1, с. 172]. Это своеобразие охватывает не только разные виды телесных практик региона, куда входят компоненты архитектурного абриса, социально-бытовой инфраструктуры, публичных и частных пространств региона, легитимных и маргинальных практик региональной жизни. К перечисленным факторам чувствительным оказывается и эргонимикон. Цель работы – описать графические иноязычные средства создания эргонимов Крыма как особого класса нарицательных слов.

Как известно, эргоним – это «собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [3, с. 166], которое, по мнению некоторых исследователей, выполняет три основные функции: номинативную, информативную и рекламную [4]. Если номинативная (функция идентификации объекта) относится к числу главных функций любого имени собственного, то информативная и рекламная – специфические функции названий, предназначенных для коммерческой сферы деятельности. Благодаря заключенной в собственном наименовании информации и способу её подачи, эргонимы достигают главной цели – привлечения внимания адресата (потребителя товаров и услуг), индивидуализации объекта номинации.

Следуя типологии, предложенной Т.П. Романовой, эргонимы Крыма можно распределить с учетом реализованной ими функций. В номинативных эргонимах (неинформативных и нерекламных) информация об объекте номинации принципиально скрыта. Ср. названия крымских магазинов бытовой техники «Стандарт», «Талисман», выполняющих данную функцию. По мнению Т.П. Романовой, реализация номинативной функции именами такого типа затруднена из-за отсутствия опоры на смысл.

Информативные наименования, являясь основой эргонимического поля, четко информируют адресата о характере деятельности организации, учреждения, корпорации, предприятия или общества. Например: *пиццерия «Неаполь»*, магазин продуктов

«Черноморец», магазин спортивного питания «Протеин», магазин бытовой химии, парфюмерии и косметики «Чистый дом».

Наиболее значимо, с привлечением целого набора различных семиотических средств, эргонимы проявляют себя при реализации рекламной функции. К таким маркерам относятся структурно-словообразовательные, лексические средства других языков (главным образом, английского), а также графические способы подачи информации.

Графические средства, используемые в современных эргонимах, являются дополнительным источником закодированной информации. Кроме того, особое графическое оформление эргонимов выступает сопутствующим относительно семантико-стилистических приёмов средством создания рекламного эффекта. Среди графических способов реализации рекламной функции мы, вслед за Н.А. Кузьминой, выделяем следующие виды [2, с.182]: а) использование дореформенной графики: *Репортеръ*, *Провиантъ*, *Ващенковъ*; б) чередование кириллицы и латиницы, или графогибридизация: *Sok*, *Grenka* (иноязычные графические средства используются для написания русских слов), *АвтоFOOD*, *Zoologia* (графические элементы частично состоят из иноязычных элементов, так как включают два типа письменности), *PoiskHome* (графические элементы используются для написания русских слов выделены заглавными буквами); в) вставка символов или одеограмм вместо букв: *Ломб@рд*, *Чистый д@m*. Графические компоненты, представленные в этих и подобных примерах, часто являются смыслообразующими и снабжают эргонимы дополнительными оттенками значения.

Итак, эргонимы, образованные с помощью дополнительных графических средств, активно функционируют в языковом пространстве Крыма. Такие наименования используются как средства привлечения внимания и служат для создания особой выразительности. Их типология и анализ требует дополнительного изучения, что и будет предметом нашего дальнейшего рассмотрения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Герасименко И.А. О когнитивно-дискурсивном ландшафте г. Ялты / И.А. Герасименко // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК / Под ред. проф. Г.Н. Манаенко. – Выпуск 13. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2015. – С. 170-175.
2. Кузьмина Н. А. Активные процессы в русском языке и коммуникации новейшего времени : учеб. пособие для вузов / Н.А. Кузьмина, Е.А. Абросимова. – М.: Флинта: Наука, 2013.
3. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. – 2-е изд./ Н.В.Подольская.– М., 1988.
4. Романова Т.П. Проблемы современной эргонимии / Т.П. Романова // Вестник СамГУ: Филология, 1998 (1). [Электронный ресурс] Режим доступа: vestnik-samgu.samsu.ru/.../plog/plog19981.html

A. V. Ivasko

ABOUT THE GRAPHICAL MEANS OF MODERN ERGONYMS CRIMEA

The article deals Graphical tools in language ergonyms Crimea reflecting socio-economic and political changes in Russian society at the junction of the XX-XXI centuries. In this work, a classification based on commercial ergonomy function names: nominative, informative and advertising. The aim of the article is to describe Graphical means ergonyms Crimea.

Key words: *ergonyms, name, graphical mean, ergonomic space*

**МИКРОТОПОНИМИЯ ПОСЕЛКА НИЖНЯЯ КРЫНКА
ГОРОДА МАКЕЕВКИ ДОНЕЦКОЙ ОБЛАСТИ:
К ПРОБЛЕМЕ КЛАССИФИКАЦИИ**

В статье рассматривается проблема классификации микротопонимов на примере групп топообъектов поселка Нижняя Крынка города Макеевки Донецкой области. Анализ собранного материала позволил определить группы ойконимов (хорионимов) и выделить их виды, что некоторым образом позволит приблизиться к решению проблемы классификации микротопонимов.

Ключевые слова: микротопоним, классификация, группы топообъектов

Возникший в последнее время интерес к региональным исследованиям в области ономастики не случаен. Изучение структуры и семантики топонимов отдельной территории, закономерностей их функционирования и тенденций развития, процессов взаимодействия разноязычных топонимических систем приводит к интересным выводам, касающимся истории заселения и освоения региона, его языкового и этнического потенциала.

Одной из наиболее актуальных проблем топонимики является вопрос о выработке принципов ономастического материала, определение критериев классификации топонимов, антропонимов и других видов ономастической лексики. Как указывают в своих работах Е.М. Музя [2] и В. Суперанская [4], известными на сегодня есть 6 классификаций топонимической лексики, предложенных Ф. Паляцким, Ф. Миклошичем, С. Грабцом, Л. Гумецкой, С. Роспондом, В. Жучкевичем.

Первой увидела свет классификация В. Паляцкого (1834). Ученый выделил только 2 группы топонимов, которые образованы:

- 1) от имен основателей или обладателей поселения;
- 2) от топографического положения объектов.

Лишена четкости и классификация Ф. Миклошича, который поделил весь фактический материал также на 2 группы: топонимы, происходящие от названий лиц и топонимы, образованные от общих названий. Вторую группу топонимических объектов он распределил по лексико-тематическим подгруппам: земля, вода, растительность, животный мир, цвет, этнические названия, орудия производства, занятия людей, названия, связанные с общественным строем [2, с.96]. Другие классификации также опирались на лексико-семантический критерий. Исключение составляет классификация С. Роспонта, построенная по морфолого-словообразовательному принципу [2, с.97].

Классификация В. Жучкевича используется не только лингвистами, но представляет интерес также для географии и истории. В ее основу был положен этимологический критерий. Автор делит топонимы на 8 групп: 1) возникшие на основе естественных признаков местности, 2) возникшие на основе социально-экономических понятий, 3) возникшие из признаков самого объекта, 4) названия-патронимы, 5) мигранты, 6) топонимы религиозного и культурного происхождения, 7) мемориальные названия, 8) этимологически неисследованные [1, с. 12].

Разработанные классификации иллюстрируют прежде всего цель исследователя, приоритетом пользуются два основных критерия: 1) лексико-семантический и 2) морфолого-словообразовательный. Вопросы разработки универсальной классификации,

которая бы отражала все проблемы топонимики, на сегодня является дискуссионным. Такое положение объясняется процессом становления топонимики как науки.

С лингвистической точки зрения Н. Подольская выделила среди топонимических объектов урбанонимы, хоронимы, дромонимы, оронимы, микротопонимы, гидронимы [3, с.50]. Известно, что урбанонимы – это названия городских объектов, а поэтому разрабатывая классификацию урбанонимии и микротопонимии поселка Нижняя Крынка города Макеевки Донецкой области, выделяем следующие группы топообъектов: ойконимы (хорионимы): *Нижняя Крынка, Коммунар, Красный Октябрь, Липовое, Большое Орехово, Лесной*; гидронимы: *Крынка река, Карьер, Солдатский ставок*; оронимы: *Громовая балка, Ореховая балка, Липовая балка, Белая порода*; урбанонимы: а) годонимы – 104 единицы; б) памятники, магазины и другие внутренние объекты; в) микротопонимы народной обработки – *Хапстрой, Двенаха*; части поселков – *Гаёк, Колхоз, Бугор, Центр, Караван, Собачёвка, Верх, Низ, 8-я, Магадан, Финские, 3/5, Черемушки, Больничный, Голубятня*.

Остановимся детальнее на ойконимах (хорионимах). В состав Нижнекрынского поселкового совета входят поселки: *Нижняя Крынка, Коммунар, Красный Октябрь, Большое Орехово, Малое Орехово, Лесной, Липовое* - ойконимы (хорионимы).

Нижняя Крынка (нар. Крынка) – наименование происходит от гидронима (река Нижняя Крынка).

Коммунар (железнодорожная станция «Нижнекрынка», находящаяся в 3 км восточнее поселка Нижняя Крынка) – ранее считался частью поселка Нижняя Крынка, в послевоенные годы это было поселение военнопленных для восстановления шахты № 22, которых называли «коммунарами», так же здесь размещали поселение так называемых «тунеядцев» для принудительных работ на шахтах. Так возникает название Коммунар (поселенец), шахта № 22 становится «Коммунарская», а в 80-х гг. XX в. поселок получает название Нижняя Крынка-2 (это наименование употреблялось только как почтовый адрес). Сейчас употребляется название Коммунар: нарицательное существительное – ойконим (хорионим).

Красный Октябрь (нар. Октябрь, 1-я площадка) – поселок получил название в честь 50-летия ВОСР в 1967 г., до этого был небольшим поселением вблизи шахты «Ясиновка-Глубокая», к которой через Липовую балку пролегал железнодородная колея. Остановки шахтного поезда, где забирали людей и грузы, назывались «1-я площадка», «2-я площадка» и т.д. Только в памяти старожилов сохранились названия «площадок», в общем употреблении остается сокращенное название Октябрь.

Большое Орехово - ранее Большой Ореховый хутор (нар. Орехово, Двенаха, 2-я площадка) – поселок находится в конце Ореховой балки, которая и дала название населенному пункту. Местные жители говорят, что раньше в этом поселке было только 12 домов, крытых черепицей, - Двенаха. О площадках писалось выше. Двенаха еще эпизодично встречается в употреблении, но широко местные жители употребляют только сокращенное название поселка – Орехово.

Малое Орехово – ранее Малый Ореховый хутор (нар. Орехово) – посёлок-спутник Большого Орехова расположен в той же Ореховой балке, но меньше по размерам.

Лесной (нар. Хапстрой) – небольшой лесок в балке Ясиновой, который расположен в непосредственной близости от шахты «Ясиновка-Глубокая» (у подножия старого террикона). Получил в народе такое название от выражения «хапай и строй»: кто ухватил землю около рудника, тот смог построить землянку. Это название Хапстрой сохраняется и по ныне, а о поселке Лесном молодежь даже не знает.

Липовое (нар. Липовка) – поселок расположен южнее поселка Красный Октябрь в балке Липовой, которая заканчивается у берегов речки Нижняя Крынка. Название поселка

произошло от наименования балки. Официальное название не используется, широко употребляется «народный» вариант.

Анализ собранного материала позволил выделить ряд тематических групп.

В названиях поселков 1-й группы фигурируют рельеф местности и положение данных улиц относительно природных объектов: *пос. Нижняя Крынка, пос. Большое Орехово, пос. Малое Орехово, пос. Липовое* (гидроним – ойконим (хорионим); ороним – ойконим (хорионим)).

2-я группа – наименования, в которых употреблено растительное имя: *пос. Лесной*.

Третья группа наименований образована по меморативному признаку, мотивирована жизнью общества в определенный исторический период: *пос. Коммунар, пос. Красный Октябрь*.

По структуре ойконимы (хорионимы) могут быть подразделены на два вида:

- 1) простые, или однословные названия (3 единицы): *Коммунар, Лесной, Липовое*;
- 2) сложные, или состоящие из 2-х и более слов, названия (4 единицы): *Нижняя Крынка, Красный Октябрь, Большое Орехово, Малое Орехово*.

Таким образом, разработка внутренней классификации отдельного топообъекта, в частности, урбанонимов, влияет на общую картину выработки единой универсальной классификации топонимов. Идеальный вариант такой классификации должен носить тройственный характер: лингвистический, географический, исторический, то есть представлять интерес для этих трех отраслей науки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жучкевич В.А. Общие и региональные закономерности топонимики: автореф. – Минск, 1970. – 26 с.
2. Музя Е.М. Принципы классифицирования топонимов // Вестник ЗГУ. Филологические науки / Гол. ред. Толок В.А. – Запорожье : ЗГУ, 2002. – С. 95-98.
3. Подольская Н.В. О развитии отечественной топонимической терминологии. Развитие методов топонимических исследований: Сб. ст. / Отв. ред. Е.М. Поспелов. – М.: Наука, 1970. – С. 48-51.
4. Суперанская А.В. Что такое топонимика? / Отв. ред. Г.В. Степанов. – М.: Наука, 1985. – 177 с.

N. A. Konyashina

MICROTOPONYMS OF THE VILLAGE OF NIZHNYAYA KRYNKA OF THE CITY OF MAKEYEVKA OF DONETSK REGION: TO THE PROBLEM OF CLASSIFICATION

The article considers the problem of classification of microtoponyms in the sample groups of topobjects of the village of Nizhnyaya Krynka of the city of Makeyevka in Donetsk region. Analysis of the collected material allowed us to determine the groups of oikonoms (horionims) and select their types, that in some way let us get closer to solving the problem of classification of microtoponyms.

Key words: microtoponyms, classification, groups of topobjects

РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ ДИСКУРСИВНОЙ ЛИЧНОСТИ В ФОЛЬКЛОРНОМ НАСЛЕДИИ ИНТЕЛЛИГЕНЦИИ XX ВЕКА (НА МАТЕРИАЛЕ ЖЕНСКОГО МЕМУАРНО-АВТОБИОГРАФИЧЕСКОГО ДИСКУРСА ФАИНЫ РАНЕВСКОЙ)

В работе определяются возможности дискурсивного подхода в описании языковой личности. Целью является исследование речевого поведения Ф. Раневской как дискурсивной личности, отражающее фольклорное наследие интеллигенции XX века.

Ключевые слова: *языковая личность, дискурсивная личность, коммуникативное поведение, дискурс*

Коммуникативное поведение языковой личности является компонентом национальной культуры. В её структуре вычленяется ядро — ценности, которые окружены принципами, реализующимися в некоторых нормах и правилах. В.И. Карасик определяет коммуникативную личность как обобщённый образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных действий, ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций. В фольклорном наследии интеллигенции XX века остроумие Фаины Раневской занимает почётное место. Её высказывания оказались проявителями духовной жизни общества, острота ума — определяющей речевое поведение исследуемой нами дискурсивной личности. Оставленное Раневской фольклорное наследие повлияло на культурное сознание её современников и оказалось востребованным в наше время. В данной статье определяются возможности дискурсивного подхода в описании языковой личности, позволяющие синтезировать экстралингвистические факторы и языковые манифестации, методики описания разнообразных дискурсивных практик носителей языка в фольклорном наследии интеллигенции XX века, которые порождают и проявляют языковую личность, превращая её в дискурсивную личность. В основе понятия «дискурсивная личность» лежит ментальный фактор: мыслительная деятельность детерминирует выбор языковых структур и средств.

Общество во все времена оценивает остроумие как дар, выделяющий человека из любой среды, дающий основание для долгой памяти о нём. Даром игры ума обладала замечательная русская актриса Фанни Гиршевна Фельдман – Фаина Раневская (1896-1984 гг.). Её имя стало знаком остроумия не только в театральной среде, но и за её пределами. «Совершенно очевидно, – считал В. Я. Пропп, – что в пределах каждой из национальных культур разные социальные слои будут обладать различным чувством юмора и разными средствами его выражения». Театральная интеллигенция славится остроумием (Р. Плятт, Р. Зелёная, З. Гердт, В. Гафт и мн. др.), проявленным по отношению к театру, к эпизодам из творческой жизни, к поведению партнёров.

Как и любой современный фольклорный сбор, высказывания Раневской плохо документированы. Мы воспользовались материалами книг «Фаина Раневская. Случаи. Шутки. Афоризмы» (М., 2001 г.), составителем и издателем которой является И. В. Захаров, и «Судьба-шлюха» (М., 2010 г.) – её составителем выступил Д. А. Щеглов. Вопрос об авторстве включённых в книги миниатюр, вероятно, не может быть решён окончательно (даже при отсылке к записным книжкам актрисы остаётся некоторое сомнение, так как мистифицироваться может и этот источник). Парадоксально, но именно этот факт даёт основание для оценки остроумия Раневской как культурогемы XX века:

конкретный субъект высказывания «продлевается» памятью современников и следующих поколений, и культурное сознание уравнивает в правах действительно сказанное Раневской и сказанное кем-то другим в её духе. Превращение виртуального в актуальное – естественный для смеховой культуры (культуры анекдота) путь. Например, Раневская о себе в театре: *«Я родилась недовыявленной и ухожу из жизни недопоказанной. Я недо...»*; *«Я не признаю слова «играть». Играть можно в карты, на скачках, в шашки. На сцене жить нужно»*; *«Сцена – это каторга в цветах»*.

«Приписывание» как превращение несказанного в речевое событие раздвигает биографическое пространство личности, приобщая её к культурной знаковой системе – в нашем случае к семиотике комического. Языковая личность наделяется свойствами фольклорного персонажа. Важно, что делается это на основе достоверных признаков языкового поведения и языковых предпочтений конкретного человека.

В трёхслойной парадигме «Язык – система. Язык – текст. Язык – способность», отражающей направление исследований в современной лингвистике, последний блок связан с языковой личностью, с поиском проявлений индивидуальности в речи. Раневская с её весёлостью и замкнутостью, непредсказуемостью и эпатажной прямолинейностью, добродушием и величественным раскаянием не поддаётся психологической категоризации. Её психограмма и интровертна, и экстравертна одновременно.

От интровертности – парадоксальные афористические умозаключения, нетривиальные оценки, языковая игра, разрушение стереотипов как внутренние мотивации текстопорождения. От экстравертности – активное словесное реагирование на события внешнего мира, зависимость слова от дискурса – от присутствия конкретных людей в конкретном месте. Остроумие Раневской стимулируется реальной диалогичностью, и многие миниатюры интересны именно как событие диалога, общения. Если согласиться, что текст — это то, что сказано, а дискурс – то, что говорится, то уникальность миниатюр, связанных с именем Раневской, состоит в том, что они и тексты, и дискурсы одновременно.

Исходным параметром в описании языковой личности Ф. Раневской является порождаемый текст, проявляющийся, по Ю. Н. Караулову, на вербально-семантическом уровне (владение языком), когнитивном уровне (фиксация мировоззренческого параметра) и мотивационном уровне (прагматическом), выявляющем цели, мотивы, интересы, проявленные в речевой деятельности. Языковая личность Ф. Раневской может квалифицироваться как совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений. Языковая способность определяется на основе анализа произведённых текстов, фиксирующих представления о языке и функционировании его единиц, и оценивается по факту готовности и возможности создавать и воспринимать произведения речи. Изучив фонетические, грамматические, стилистические признаки речи, мы не можем составить адекватное представление о языковой личности: тезаурус как когнитивная категория проявляется в дискурсе. «Языковая личность характеризуется не только тем, что она знает о языке, а и тем, что она может с языком делать». Компонент цитаты «что она может с языком делать» не соответствует понятию «языковая»: термин «языковая личность» оказывается избыточным, поскольку «безъязыковой личности» не бывает (понятие языка включается в понятие личности). Рассматриваемое нами речевое поведение Фаины Раневской — это поведение сильной языковой личности – дискурсивной личности, обладающей лингвистическими и интеракциональными знаниями. Такая личность имеет большой «культурный капитал», на основе которого определяется степень социализации человека и делается «взнос» в категорию социального статуса. Фольклор интеллигенции XX века – своеобразный протест против официоза, мертвящего формализма, способ сохранения нравственного достоинства. Высказывания Раневской — не важно,

действительно имевшие место или приписываемые — оказались своеобразными проявителями духовной жизни. В анекдоте время, люди, события предстают без прикрас, в контексте жизни, что непреходяще ценно для истории и культуры. «Речевая биография человека» (К. Ф. Седов), его «коммуникативный паспорт» (И. А. Стернин) как дискурсивные показатели могут быть установлены в условиях системного подхода, с учётом общего и индивидуального, рассмотрение дискурсивной деятельности как проявления социальной активности языковой личности.

Итак, дискурсивная личность — носитель реального жизненного опыта. Описание дискурсивной личности невозможно без его действий в социокультурной среде. Происходит расширение дискурсивного пространства личности, которое должно быть превращено в культурное пространство. «Слово кратко, дискурс бесконечен».

ЛИТЕРАТУРА

1. Карасик В. И. Языковые проявления личности : монография / В. И. Карасик. - Волгоград : Парадигма, 2014. - 449 с.
2. Кожемякин Е. А. Дискурс-анализ: методологическая идеология или междисциплинарный проект // Гуманитарные науки. Научно-практический журнал. — Ялта, 2015. — № 2 (30). — С. 106-111.
3. Синельникова Л. Н. Жизнь текста, или Текст жизни. — Луганск : Знание, 2005. — Т. 2. — 392 с.
4. Синельникова Л. Н. О научной легитимности понятия «Дискурсивная личность» / Л. Н. Синельникова // Уч. зап. Таврического нац. ун-та. Сер. «Филология. Социальные коммуникации». Симферополь, 2011. — Т. 24 (63), № 2, Ч. 1. С. 454-463.
5. Старичёнок В. Д. Большой лингвистический словарь / В. Д. Старичёнок. — Ростов н/Д : Феникс, 2008. — 811 с.— (Словари).
6. Стилистика и литературное редактирование : учебник / под ред. проф. В. И. Максимова. — 3-е изд., перераб. и доп.— М. : Гардарики, 2007. — 653 с.
7. Фаина Раневская: «Судьба-шлюха» / авт.- сост. Дмитрий Щеглов. — М.: Астрель : АСТ, 2011. — 208 с.
8. Фаина Раневская: Случаи. Шутки. Афоризмы / сост. Игорь Захаров. — М.: Захаров, 2012.— 155 с.

R. M. Meshchersky

VERBAL BEHAVIOUR DISCOURSE OF PERSONALITY IN THE FOLKLORE HERITAGE OF THE INTELLIGENTSIA OF THE XX CENTURY (ON THE MATERIAL OF WOMEN'S MEMOIRS AND AUTOBIOGRAPHICAL DISCOURSE FAINA RANEVSKAYA)

Communicative behavior of linguistic identity is a component of national culture. In the structure isolate a core — values, which are surrounded by principles, which are implemented some rules and regulations. V. I. Karasik defines communicative personality as a generalized way, media, cultural-linguistic and communicative-pragmatic actions, values, knowledge, attitudes and behavioral reactions. In the folklore heritage of the intelligentsia of the twentieth century wit Faina Ranevskaya takes pride of place. Her statements turned out by the developers of the spiritual life of society, sharpness of mind — determining speech behavior, we have studied the discursive identity. Left him a folk heritage influenced the cultural consciousness of her contemporaries, and were in great demand nowadays.

Key words: linguistic personality, discourse identity, communicative behavior, discourse

**ОККАЗИОНАЛЬНАЯ ФРАЗЕОЛОГИЯ КАК МАРКЕР СОВРЕМЕННОГО
РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА**

В статье приведены результаты исследования окказиональных фразеологических единиц в текстах современного рекламного дискурса. Цель – показать, что главная задача фразеологизмов в рекламе заключается в привлечении внимания адресата и создании позитивного настроения на рекламируемый продукт. Фразеологизмы способны также выступать тем стержнем, вокруг которого формируется рекламный текст, во многом определяя его структуру и границы.

Ключевые слова: фразеологическая единица, окказиональный фразеологизм, приемы окказионального преобразования фразеологизмов, трансформация, СМИ

В современном обществе реклама – это и мощная отрасль индустрии, и продукт ее деятельности, направленный на обеспечение потенциального адресата рекламного сообщения информацией о товарах или услугах в целях их популяризации. Рекламный текст не может иметь в своей структуре случайных, коммуникативно неоправданных единиц, поскольку любые, в том числе и случайные, они оказывают воздействие на подсознание массового адресата.

В современных рекламных текстах СМИ используются различные языковые средства, среди которых одним из наиболее продуктивных является фразеология. Этот ресурс обнаруживается практически во всех элементах композиции рекламного текста: заголовке, слогане, основном тексте, справочной информации (коде). Его привлечение в рекламу настолько заметно, что многие исследователи данного феномена не сомневаются в актуальности подобных разработок (С.А. Беширова, О.С. Иссерс, Б.Ю. Норман, М. Кронгауз и др.)

Цель данной статьи – систематизировать и описать по моделям окказиональную фразеологию современного рекламного дискурса с выявлением ее прагматического эффекта. Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач: 1) уточнить понятие «окказиональный фразеологизм»; 2) показать его функциональную частотность и прагматическую направленность; 3) проанализировать способы создания окказиональных фразеологизмов в рекламном тексте.

Реклама представляет собой особый тип дискурса, имеющий множество жанров, однако главная задача всех рекламных жанров – выгодное предложения достоинств продукта или человека. Фразеологизмы даже вне контекста обладают невероятно мощной экспрессией и оценочностью, но в составе рекламного текста их влияние на потребителя рекламной продукции усиливается многократно. Они способны формировать то ядро, вокруг которого создается основной рекламный текст, во многом определяя его структуру, границы, модальность, стилистику и прагматический эффект.

Именно поэтому исследователи рекламного дискурса обратили на них внимание. Отметим ряд публикаций, в которых раскрывается роль фразеологических единиц в реализации маркетинговых стратегий. Так, Д.С. Скарнев в статье «Фразеологизмы с компонентами-соматизмами как средство создания образа в рекламном дискурсе» анализирует рекламные тексты, представленные в отечественных печатных СМИ, и рассматривается понятие и роль фразеологизмов с компонентами-соматизмами в создании образа товара; в статье А.И. Казанцева «Фразеологизмы в рекламных текстах челябинских

СМИ» представлена типология фразеологизмов, используемых в рекламе; А.В. Белобородова в статье «Фразеологизмы как прецедентные феномены в телевизионной англоязычной рекламе» показала роль «крылатых выражений» в организации рекламного текста. В монографиях XXI века, посвященных исследованиям языка в коммуникативно-прагматическом аспекте, находит отражение проблема языка современной рекламы и, в частности, вопрос функционирования фразеологии в ней (книги О.С. Иссерс, В.В. Колесова, В.Г. Костомарова, В.А. Масловой, В.Н. Телии и др.). Считаем, что работа в этом направлении еще не завершена, что и определяет актуальность нашего исследования.

В процессе коммуникации субъект может использовать слова и словосочетания, фиксированные системой языка, а также создавать индивидуальные средства на основе продуктивных моделей словообразования, упорядоченных лексической парадигмой номинаций. Такие средства, используемые только в данном речевом акте и данном контексте, называются окказионализмами. Окказиональное противопоставлено узуальному, обычному; окказионализм – это редко употребляемая лексическая единица или форма либо новая лексическая единица вообще.

Окказиональные фразеологизмы – словокомплексы с переосмысленным значением, встречающиеся только в данном тексте или употребленные только данным автором. Фразеобразующая база: отдельные слова или словоформы, переменные словесные комплексы, устойчивые словесные комплексы нефразеологического типа; они принадлежат речи, но потенциально вхожи в систему языка.

Фразеологические единицы (далее ФЕ), используемые в рекламных текстах, редко употребляются без семантических или структурно-семантических преобразований. По словам А. В. Кунина, именно окказиональные преобразования ФЕ являются «мощным средством обогащения ресурсов коммуникации, так как дают возможность выразить то, что не может быть выражено словом или фразеологизмом при его узуальном использовании» [5, с. 248].

По сравнению с простой фразеологической единицей трансформированный (окказиональный) фразеологизм обладает большей экспрессивностью и оригинальностью: «...фраза, внешне совпадающая с устойчивым фразеологическим словосочетанием, уже в силу этого совпадения привлекает к себе большое внимание. Она воспринимается как бы сквозь призму ее привычного фразеологического значения, в той или иной мере окрашивающего и данное индивидуальное построение» [9, с. 323]. Нельзя не согласиться и с таким мнением: рекламный текст «тем больше привлекает внимание, чем больше нарушает принятые коммуникативные нормы, перестраивая, таким образом, систему риторических ожиданий» [10, с. 223]. Вот почему включение трансформированного фразеологизма в рекламный слоган не только создает броский, привлекающий внимание текст, но и позволяет «обыграть» рекламное изображение, связав все компоненты – товар, рекламный текст, звуковое и визуальное оформление – в единое смысловое целое. Например, в слогане магазина бытовой техники «*Котейка рубль бережет!*» это поддерживается визуальным рядом: изображение кота с надписью «Покажи кота курьеру и получи скидку до 30%». Так известная русская поговорка *копейка рубль бережет* неожиданно наполнилась новым окказионально созданным содержанием.

В слогане «*Правила хорошего тона*» (реклама тональных кремов фирмы «Oriflame») представлена фразеологическая единица с измененной в прагматических целях семантикой: «высвобождается» прямое, свободное значение слова – компонента фразеологической единицы. Вследствие такого преобразования происходит двойная актуализация, когда оба значения – прямое и переносное – сосуществуют в одном высказывании.

Чаще всего в рекламе встречается так называемая аналитическая трансформация, которая вносит те или иные изменения в словесный состав фразеологизма. Она разнообразна по приемам и сводится к нескольким основным типам: лексическая трансформация, синтаксическая трансформация и контаминация.

Лексическая трансформация используется с целью актуализации фразеологизма, коренного изменения их значения и создания острого сатирического эффекта. Она предусматривает манипуляцию с одним или несколькими элементами: происходит замена компонента фразеологизма. В одних случаях такая замена имеет прямой смысл: *«Если у вас нет работы»*. В других - подобная замена сопровождается эффектом аллюзии (намек, ассоциаций): *«Пушки вместо риса»*. Лексическая трансформация получила довольно широкое распространение в современной рекламе, приведем некоторые из многочисленных примеров:

«Готовь сани летом, меняй окна зимой» (реклама в магазине стройматериалов) – замена опорного слова;

«Оставим аллергию с носом!» (реклама в аптеке на антигистаминный препарат) – прием буквализации + лексическое расширение и изменением общего смысла фразеологизма оставить с носом.

«Жидкая пломба – вам это по зубам!» (реклама стоматологических услуг) – расширение лексического состава + двойной смысл: и буквальный, и переносный метафорический.

«Хорошо смеется тот, кто смеется в теплой постельке и спит до обеда» (реклама кроватей) – хорошо смеётся тот, кто смеется последним – замена компонента + лексическое расширение;

«Терпение и труд, всё, я устал. Отдохни» (реклама мягкой мебели) – терпение и труд, всё перетрут – замена компонента;

«Начните с чистого лица» (отдел товаров для ванной комнаты) – начните с чистого листа – замена компонента;

«Свежий взгляд на хлеб» (реклама кондитерской) – свежий взгляд на мир – замена компонента;

«Любовь с первого вклада» (реклама банка) – любовь с первого взгляда – замена компонента;

«Искусство бить человека» (клуб бокса «Legat») – искусство быть человеком – замена компонента;

«Легким движением руки обезьянка превращается в элегантного мужчину» (реклама бритвы) – легким движением руки брюки превращаются в элегантные шорты – замена компонента;

«Не стоит прогибаться под изменчивый мир, пока вам не заплатят аванс» (реклама агентства недвижимости) – не стоит прогибаться под изменчивый мир, пусть лучше он прогнетса под нас – замена компонента;

«Бережёного страховка бережёт» (страховая компания «Авто гарант») – Бережёного Бог бережёт – замена компонента;

«Говорите 'Гоп' те, кто хочет перепрыгнуть из подработок в работу» (курсы повышения квалификации) – не говори 'Гоп', пока не перепрыгнешь – замена компонента + лексическое расширение;

«Блог в помощь» (реклама сайта) – Бог в помощь – замена компонента;

«Всему свое имя» (реклама сервиса регистрации доменов) – всему свое время – замена компонента.

Синтаксическая трансформация используется, чтобы достичь наибольшей выразительности с помощью простых приемов. Например, утвердительная конструкция может быть заменена отрицательной и наоборот: *«Великолепие не заявляет о себе громко»*; повествовательное предложение может быть заменено вопросительным с

лексическими сдвигами или без них: «Куда падает яблоко от яблони?». Кроме того, при синтаксической трансформации может происходить замена видов синтаксической связи: «в тесноте и в обиде». Наибольшая выразительность достигается тогда, когда изменяется роль члена предложения, например, определение превращается в сказуемое: «Когда работа – волк». Также часто опускается часть фразеологизма: «Береги платье снову!».

Под контаминацией принято понимать соединение в новом выражении частей разных, но близких по смыслу фразеологизмов. Обычной иллюстрацией контаминации бывает речевая ошибка: «Это играло решающее значение» (играть роль и иметь значение). Но контаминация может быть и ярким экспрессивным приемом. Существует два вида контаминации:

1) Линейное соединение, когда два фразеологизма следуют один за другим:

«Будет что вспомнить, мягко говоря» (реклама водки) будет что вспомнить + мягко говоря;

2) Скрещивание встречается тогда, когда у двух устойчивых сочетаний есть общий элемент:

«Куйте скидки, не отходя от кассы!» (Строймаркет) куй, пока горячо + не отходя от кассы – общий элемент скидки.

Таким образом, мы видим, что в языке рекламы идет активный процесс трансформации фразеологизмов, который играют важную роль при построении ярких, броских слоганов, вызывающих интерес у аудитории. При окказиональном употреблении в определенных контекстах фразеологические единицы дают дополнительную информацию, объем которой измеряется степенью отклонения от их обычного употребления. Отсюда вывод, что под трансформацией фразеологизмов понимаем любое отклонение от общепринятой нормы, закрепленной в лингвистической литературе, а также импровизированное изменение в экспрессивно-стилистических целях, что мы склонны называть окказиональными фразеологизмами и считать их новациями в языке современного рекламного дискурса.

В целом, исследование трансформации фразеологических единиц продемонстрировало динамический характер фразеологии, её открытость к различным изменениям.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белобородова А.В. Фразеологизмы как прецедентные феномены в телевизионной англоязычной рекламе / А. В. Белобородова – "Челябинский институт экономики и права им. М.В. Ладина", 2013. – С.140–143.
2. Бернадская Ю. С. Текст в рекламе: учеб. пособие для студентов вузов/ Ю.С. Бернадская.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 288 с.
3. Голуб И.Б. Стилистика современного русского языка / И.Б. Голуб – М.: Рольф, 1997.– 448 с.
4. Казанцев А.И. Фразеологизмы в рекламных текстах челябинских СМИ / А. И. Казанцев // Вестник Челябинского гос. университета. Вып. 39 Филология. Искусствоведение.– 2009, №43 (181). – С. 69-72
5. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка: Уч. пос. для ин-тов и фак. иностр. яз. – 3-е изд., стереотип. / А.В. Кунин. – Дубна: Феникс+, 2005. – 488 с.
6. Ройзензон Л.И. Эвфемизация в области фразеологии / Л.И. Ройзензон, С.И Ройзензон. – СНТ СамГУ, 1980, № 15. – С. 62–68.
7. Скарнев Д.С. Фразеологизмы с компонентами-соматизмами как средство создания образа в рекламном дискурсе / Д.С. Скарнев // Фундаментальные исследования. – 2014. – №5. – С. 218–222.

8. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М.: Языки русской культуры, 1996. – 288 с.
9. Шмелев Д. Н. Современный русский язык: Лексика: Учебное пособие. Изд. 5-е. / Д.Н. Шмелев. – М.: Книжный дом «ЛИБРО- КОМ», 2009. – 336с.
10. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. СПб.: Симпозиум, 2004. – 544с.

Z. V. Saldaeva

OCCASIONAL PHRASEOLOGY UNIT AS A MARKER FOR CONTEMPORARY ADVERTISING DISCOURSE

The article reveals the results of research of occasional phraseological unit based advertising texts media. The aim of the article is to show that the main task of phraseological units in advertising is to attract the addressee's attention and to promote a positive attitude to advertisements. Apart from this phraseological units act as pivots of the text and to a great extent determine its structure and boundaries.

Key words: a phraseological unit, occasional phraseology, an occasional phraseological unit, transformations of phraseological units, phraseological imagery, media

УДК 413.1.18

С. Соленкова

*ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
(Научн. рук. доц. В.А. Филатов)*

ЕДИНИЦЫ ЯЗЫКА И РЕЧИ, ИХ ПРИЗНАКИ И ФУНКЦИИ

В статье, опираясь на мысль И.А. Бодуэна де Куртенэ о необходимости разграничения слова в системе языка и сфере речи, осуществляется разграничение языковых единиц и речевых, утверждается, что единицей порождения и восприятия речи является синтагма. Обращается внимание на то, что для устной речи характерно порождение и одновременно восприятие, а для письменной – последовательное порождение, структурирование и восприятие.

Ключевые слова: единица языка, единица речи, слово, словосочетание, синтагма, предложение, порождение речи, восприятие речи, структурирование текста

При лингвистическом развитии личности, не говоря уже о специальных научных исследованиях, необходимо чётко осознавать бинарную структуру лингвистики, которая включает две части: **сферу языка** и **сферу речи**. О необходимости такого разграничения говорили многие лингвисты, начиная с Г. Пауля и Ф. де Соссюра. При освещении лингвистических проблем необходимо придерживаться ряда принципов. И первый из них — чёткое разграничение языка и речи, ибо это разные сферы. Смешивая эти сферы или их единицы, нельзя представить никакой убедительной лингвистической концепции, так как любая из них уже изначально будет деформирована.

Язык — это **статическая система**, код, номинация, общенародный арсенал установившихся лингвистических средств, парадигм, предписаний, правил и требований. Его единицы предполагают: *существование до речевой деятельности, отдельность, самостоятельность, всеобщность, заданность структуры и обобщённость значения, воспроизводимость*. Например, слово как языковая единица, называя предмет, определяет

его по сущностному признаку, противопоставляя этот предмет всем остальным предметам мира, у которых иные сущностные признаки.

Речь — это **динамика**, лингвистический способ личного формирования, выражения и передачи мыслей, чувств, тончайших движений души. Её единицы предполагают: *порождение в процессе продуцирующей речевой деятельности, индивидуально-креативный характер порождения, субъективную заданность структуры и содержания, коммуникативное назначение, структурно-смысловую сочетаемость, конкретность структуры и ситуативность значения*. Речевые единицы, отражая реалии, разграничивают их не только по сущностным свойствам, но и по актуальным акцидентным признакам, порой совершенно случайным, выделяя данный предмет не только из всех существующих предметов, но и из бесконечного ряда аналогичных, делая его предельно узнаваемым.

Таким образом, единицы языка и речи — это качественно разные лингвистические реалии, их смешение ведёт к автоматическому смешению сфер языка и речи, что неизбежно приводит исследователя в тупик.

Естественно, что если существуют две лингвистические сферы — языка и речи, — то существуют и две группы лингвистических единиц: языковых и речевых. При их изучении или научном исследовании речи все речевые единицы подлежат разграничению на основании их отношения к порождению речи или её оформлению, отношения к устной или письменной форме функционирования, по структуре и их функциям.

Вполне естественно, что одни речевые единицы выступают как **речепорождающие**, а другие используются в качестве средства **традиционного оформления речи** и сохранения её в письменной форме.

Сфера языка охватывает все те единицы, которые относятся к общенародному арсеналу лингвистических средств и принадлежат всем носителям данного языка. Это **звуки** (в устной форме языка), **буквы** (в письменной), **морфемы**, **слова** как номинативные единицы словарной системы, **фразеологизмы** как устойчивые сочетания, получившие максимальную степень обобщения, в связи с чем многие из них функционально уподобились слову, словоформы как конкретные члены морфологической парадигмы конкретной лексемы, схемы словосочетаний как метаструктур и структурные схемы предложений.

Сфера речи — область функционирования лингвистических средств, она включает бесчисленные факты спонтанного индивидуального использования этих средств при отражении фактов действительности (начиная с простейших), самых разных мыслей, их оттенков, чувств, эмоций, различных движений души. Минимальной единицей речи является **синтагма**.

Синтагма — конкретное индивидуально-авторское речевое образование, представляющее собой интонационное, грамматическое и смысловое единство нескольких слов, воспринимаемых в качестве **одного** речевого компонента. Она отражает элементарный фрагмент ситуативного содержания. Это одномерная, недифференцированная структура, в которой единству формы соответствует один компонент содержания. Даже будучи графически составной, она предельно минимальна, так как речевой единицы меньше синтагмы нет. Это недискретная исходная структура речи.

Благодаря синтагмам можно лингвистически отразить любой из бесчисленных минимальных фрагментов мира с учётом его актуальных акцидентных признаков, т. е. передать те фрагменты, которые лингвистически можно отразить только сочетанием слов в качестве единого структурного, интонационного и смыслового целого.

Кроме синтагмы, к речевым единицам относятся **фраза** и **сообщение** — в устной речи, а также **простые** и **сложные предложения**, **высказывание** (в иной терминологии:

сложное синтаксическое целое, межфразовое единство, предикативно-релятивный комплекс) и текст — в письменной речи. Все лингвистические единицы функционально дифференцированы и закреплены за той сферой, в которой реализуются их функции.

Весьма важно учитывать, что применительно к языку и речи существуют две формы — устная и письменная. В связи с этим естественно, что одни единицы характерны только для устной формы (**звуки** — в языке, а **фразы** и **сообщение** — в речи), другие же — только для письменной (**буквы** — в языке, а **предложения, высказывания** и **текст** — в речи), третьи присущи обеим формам (**морфемы, слова, словоформы, синтагмы**).

Обе группы единиц можно представить следующим образом.

1. Единицы **языка** как общего арсенала лингвистических средств.

Звуки (на письме — **буквы**) — элементарные единицы, в которых материализуются в устной или письменной форме морфемы, слова и словоформы. **Морфемы** — минимальные структурно-смысловые компоненты слов и словоформ. **Слова** — единицы языковой номинации. **Словоформы** — единицы морфологических парадигм. **Схемы словосочетаний** — абстрактные метаязыковые образцы семантической и синтаксической сочетаемости слов. **Схемы предложений** — абстрактные метаязыковые образцы структур предикативных единиц.

2. Единицы **речи** как индивидуально-креативные образования представлены на следующей схеме.



Все типичные речевые компоненты образуют систему регулярных речевых единиц. Синтагмы в ней — элементарные структуры, предельно минимальные, спонтанно появляющиеся в сознании человека, представляющие собой лингвистическое отражение конкретных фактов воспринимаемого мира.

Фразы и сообщение — составные единицы устной речи. Предложения, высказывание и текст — составные единицы письменной речи. Все они выделяются на

основе линейного наращивания синтагм. В процессе последовательного линейного наращивания синтагм в устной речи выделяются фразы, а в письменной — простые и сложные предложения. С дальнейшим наращиванием синтагм в устной речи формируется сообщение, а в письменной — высказывания и текст.

Фразы и предложения как речевые формы выражения мысли соотносительны, но не тождественны, что отмечал Л.В. Щерба. Нельзя использовать эти термины как синонимы, ибо они обозначают разные по материальному выражению лингвистические реалии в разных сферах, часто не совпадающие по структуре и содержанию.

Сообщение и текст — тоже соотносительные единицы: они идентичны по содержанию и различны по форме и материалу его представления.

Все речевые единицы коммуникативные структуры. Коммуникативность фраз, предложений, высказываний и текста очевидна, коммуникативность синтагм не столь наглядна, но это её не отрицает и не устраняет. Если главный признак речи — коммуникативность, он должен быть присущ каждой её отдельной самостоятельной единице, в том числе и минимальной.

Коммуникация начинается с синтагмы как исходной структуры речи. Коммуникативное значение у одних синтагм наглядно, у других — менее отчётливо. Так, в следующем речевом фрагменте оно выражено весьма чётко:

— *Ты придёшь до перерыва или после него?* — **После.**

Ответ представлен одним словом. Речевая практика свидетельствует, что слово *после*, сочетаясь с существительными, выполняет функцию предлога, а с глаголами — функцию наречия. Здесь оно является предлогом (*после перерыва*). Согласно языковой компетенции предлог *после* способствует образованию предложно-падежной формы существительного и передаче конкретного грамматического значения. Но в ответе **После** в качестве речевой единицы является самостоятельной синтагмой, выполняющей в устной форме речи функцию фразы, а в письменной — отдельного предложения с конкретным содержанием, по сути, выполняет функцию полного сообщения: **После** = *Я приду после перерыва*. В данном случае это его речевое значение. В сфере языка (в словарях) ничего подобного у него нет. Речевое значение всегда обусловлено конкретной ситуацией. Коммуникативность однокомпонентной синтагмы **После** здесь очевидна.

Коммуникативность — общее качество **речи и всех её регулярных единиц**. Было бы нелогично утверждать, что в одних случаях синтагма является коммуникативной, а в других — некоммуникативной. Признаки у неё постоянны. Другое дело, насколько отчётливо они проявляются в той или иной речевой ситуации. Значение синтагмы (особенно однокомпонентной) часто становится ясным лишь при её сочетании с другими синтагмами. Ср.:

Зря они туда не ходят (следовало бы ходить) — одна синтагма и

Зря / они туда не ходят (имеют какой-то интерес) — две синтагмы.

В традиционном графическом отражении это тождественные структуры, но в синтагматическом и содержательном отношениях они разные. Перед нами разная делимитация исходных речевых единиц. Первое предложение представлено одной синтагмой, без пауз. Второе включает две синтагмы, разделённые паузой. Синтагма *Зря* имеет значение: ‘без какого-то личного интереса’. Проясняется оно на фоне второй синтагмы, чем и подтверждается её коммуникативность, т. е. она проявляется в сфере **конкретной** речи. А появилась она в сознании субъекта речи именно в этом речевом значении.

Когда слова автоматически объединяются в синтагму и включаются в сферу речи, их индивидуальные значения, создав смысловое единство, способствуют формированию и передаче общего ситуативного содержания, минимального коммуникативного фрагмента.

Таким образом, синтагма как минимальная речевая структура выступает в качестве

одномерного, недифференцированного фрагмента коммуникации. И это естественно, так как основной признак речи — коммуникативность — присущ каждой её типичной единице, начиная с минимальной.

Синтагма — речевая единица, следовательно, она коммуникативная. Как капля отражает сущность воды, так и синтагма отражает сущность речи. Если допустить, что синтагма — некоммуникативная структура речи, возникает курьёзная ситуация, связанная с появлением в речи коммуникативности в условиях, когда основная единица её порождения некоммуникативная. Как из капель состоят все реки, так из синтагм состоят все предложения и тексты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева С.В. Речевые единицы устной русской речи: система, зоны употребления, функции / С.В. Андреева. — М.: Комкнига, 2006. — 192 с.
2. Андреева С.В. Коммуникативно-прагматический подход к изучению единиц речи / С.В. Андреева // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры // Гранада, Испания // 13–20 сентября 2015 г. // Материалы XIII конгресса МАПРЯЛ в 15 т. // Т. 8 // Направление 7: Русский язык. — СПб., 2015. — с. 9–14.
3. Виноградов, В.В. Вопросы изучения словосочетаний (На материале русского языка) / В.В. Виноградов // Избранные труды. Исследования по русской грамматике. — М.: Наука, 1975. — С. 231–253.
4. Виноградов, В.В. Понятие синтагмы в синтаксисе русского языка (Краткий обзор теорий и задачи синтагматического изучения русского языка) / В.В. Виноградов // Избранные труды. Исследования по русской грамматике. — М.: Наука, 1975. — С. 88–154.
5. Демьянков, В.З. Продуцирование, или порождение речи [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.infolex.ru/Cs12.html>
6. Норман, Б.Ю. Грамматика говорящего / Б.Ю. Норман. — СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 1994. — 228 с.
7. Филатова, Е.В. Функции синтагмы в структуре предложения и текста [Текст] / Е.В. Филатова // Русский язык, литература, культура в школе и вузе, 2011. — № 2. — с. 17–26.
8. Филатова Е.В. Синтагма как реальная единица речи / Монография // Е.В. Филатова. — Донецк: ДонНУ, 2013. — 330 с.
9. Фоменко, Ю.В. Является ли словосочетание единицей языка? [Текст] / Ю.В. Фоменко.—ФН, 1975, № 6. — С. 60–64.

S. Solenkova

UNITS OF LANGUAGE AND UNITS OF SPEECH. THEIR CHARACTERISTICS AND FUNCTIONS

Being guided by the ideas of I.A. Boduen de Kurtene about the necessity of differentiation of the words in the language system and in the sphere of speech as well as by L.V. Shcherba's last views on syntagmas it is stated in the article that a syntagma is a unit of speech creation and perception. Attention is paid to the fact the creation and perception are characteristic of the speech while the creation, structuring and perception are typical for the written language.

Keywords: *language unit, speech unit, word, word combination, syntagma, sentence, speech creation, speech perception, text structuring*

УРБАНОНИМИЯ ЗАПЕРЕВАЛЬНОЙ

Город порождает множество названий, которые выполняют для нас роль своеобразных ориентиров, помогают отличить один объект от другого, привязывают в нашем сознании реальное пространство города к системе условных знаков, понятных и удобных всем его обитателям. Всю эту совокупность названий улиц, переулков, площадей, проездов принято обозначать как **городскую топонимию** или **урбанониимию**, а отдельное название внутригородского объекта - как городской топоним или урбаноним. В настоящее время для данной группы названий принято употреблять термин «**урбанонимы**», под которыми соответственно понимается «вид топонима. Собственное имя любого внутригородского топографического объекта». Мы будем использовать также термины-синонимы: «**городские топонимы**» и «**названия**».

Ключевые слова: урбанимия, урбаноним, топоним

В лингвокультуре города преобладает тенденция к переименованию, являющаяся характерной для периодов социальных и экономических преобразований. Из-за стремления к максимальной точности названий городских объектов часто сталкиваются с возрастающим количеством городских названий и их типов.

В этом докладе хотелось бы поднять тему о явлениях, связанных с городскими объектами: немотивированные названия и названия с лингвистическим шоком. В качестве материала мы будем в основном использовать названия городских объектов поселка Заперевальный.

Цель работы: описать урбанониимию Заперевальной.

Актуальность: Сопоставление для ДонНУ ономастикона Донецка, работа движется от названий микрорайонов.

Задача: описать историю наименования Заперевальная и его современное воплощение.

Цель и задачу исследовательской работы определяют **основные методы исследования:**

- 1)сравнительно-сопоставительный;
- 2)описательный;
- 3)обобщение

Методологической и теоритической основой работы послужили художественные тексты, справочные материалы научно-популярных статей.

Достаточно много названий городских объектов позволяют обнаружить мотивирующие ассоциативные связи с объектом наименования: спортивный клуб «Спорт Макс», «start life», ресторан «Рублевка» (названия, опирающиеся на городскую топонимику); «Одежда из Европы», «Мир сумок» (названия, отражающие специализацию городских объектов по функциональному назначению, ассортименту и типу товара); гипермаркет «Караван», аптека «Здравица», (названия, которые мотивируются с тематическими и лексико-семантическими связями слов).

Немотивированные названия не имеют явных ассоциативных связей с объектом наименования и сферами городского бытия, к которой они относятся.

Лингвистический шок является явлением интересным и требует дальнейшего изучения специалистами.

Методика исследования урбанонимов Донецка

В городе много названий, выполняющих роль ориентиров, они помогают нам отличить одно от другого, закрепляют в нашем сознании реальное представление о городе, в данном случае как к системе условных знаков, понятных для каждого его обитателя. Все эти названия обозначаются топонимией или урбанонимией, а название внутригородского объекта - как городской топоним или урбаноним. Долгое время данные объекты не имели какого-либо специального терминологического оформления, поэтому изучались в разряде микротопонимов «собственное имя природного физико-географического объекта, созданного человеком, имеющее узкую сферу употребления. Впервые исследования урбанонимов были проведены в 1960-е годы. Причиной внимания ученых к изучению названий отдельных городов стал новый подход, включавший в себя историю происхождения названий в масштабах страны к исследованиям истории и культуры небольших городов. Исследователи попытались проанализировать системы урбанонимов отдельных городов. В результате авторы пришли к выводу, что «новые названия по форме и лексике похожи на старые.»

После потока исследований в 20 веке наступает период затишья в исследовании городских топонимов. Из самых известных работ можно отметить статью Н.В. Подольской «Урбанонимия центральных областей РСФСР», в которой впервые описывается исследование сопоставительного анализа систем урбанонимов города европейской части России.

Несмотря на то, что городскую топонимику уже долгое время изучали, не существовало монографических работ, в которых говорилось бы о анализе урбанонимов России. Первым исследователем русской урбанонимии стал М.В. Горбаневский. Он написал свою известную работу «Русская городская топонимия», в ней он провел анализ топонимии 30 городов России. Автор попытался найти новые пути изучения топонима, и создает новый, никем ранее не составляемый словарь названий улиц.

До сих пор топонимика вызывает множество вопросов, на которые либо нет ответа, либо ученые должным образом не рассмотрели их в своих работах.

Значимость работы состоит в том, что ее результаты могут быть использованы как при подготовке спецкурсов по лингвистике, так и для сопоставительных исследований систем урбанонимов города Донецка. Также материалы могут быть использованы при подготовке новых справочников по топонимии города Донецка, для уточнения времени возникновения названий с неясной датировкой и этимологии названий.

Рассмотрим особенности системы урбанонимов города Донецка:

1. Основная информация для исследования - это изучение архивных документов, краеведение и географические карты;
2. Далее мы выделяем и описываем лексико-семантические типы урбанонимов, которые используются в создании названий внутри города;
3. Также стоит отметить индивидуальные особенности развития выбранных нами лексико-семантических типов;
4. Проанализировав различные особенности разных существующих лексико-семантических типов, из которых формировались системы урбанонимов на протяжении 20-21 веков, мы выделяем случаи возникновения в совершенно разных городах одинаковых названий;
5. Прослеживается зависимость формирования лексико-семантических типов и систем урбанонимов от социальной и политической жизни общества;

Задачи, поставленные в докладе, обусловлены использованием таких методов исследования как: семантический и этимологический анализ текстов и сопоставительное описание систем урбанонимов.

Топонимы делятся на два разряда - старые и новые, которые отличаются друг от друга разными лексико-семантическими типами названий:

1. названия по именам людей и их прозвищам;
2. названия по роду деятельности;
3. названия по имущественному признаку и по положению в обществе;
4. названия, происходящие от власти;
5. названия по этническому характеру населения;
6. названия по особенностям ландшафта и застройке населенных мест;
7. названия с абстрактным значением, не имеющего особого смысла;
8. названия, связанные с объектами культа (личности,идеи,цели).

В работе Н.В. Подольской, упоминавшейся ранее, она попыталась выделить только некоторые из существующих тенденций в названиях улиц городов европейской части СССР. Проанализировав текст данной статьи, мы выделяем 6 лексико-семантических типов урбанонимов:

- 1)название улицы по имени населенного пункта, к которому по ней можно добраться;
- 2)название улицы в честь известных людей, героев, политиков ;
- 3) название улиц по театрам или ресторанам, старым домам, больницам или школам;
- 4) название улиц по торговым местам;
- 5) название улиц и площадей по церковным постройкам, которые на них находились;
- 6) название улицы по роду занятия, которое в данном участке было распространено;

Особенности урбанимии Заперевальной

- 1.1) Шахта «Заперевальная» была введена в строй в 1957 году. К этому времени рядом с ней уже заложили микрорайон.

Поселок Заперевальный почти лишен частного сектора. Если что и видит глаз, то только дорогие особняки, которые называют «барановскими» (потому началось все с нескольких двухэтажных домов, принадлежавших людям с шахты «Социалистический Донбасс», директором которой был Юрий Баранов).

3)История поселка начиналась в середине 50-х, когда в степи за Мушкетово заложили новую шахту. Почему ее решено было назвать так поэтически – «Заперевальная»? Люди с техническим образованием объяснили, что есть такой термин в горном деле – «заперевальные пласты». Но есть другая версия - природный рельеф. Действительно – кругом холмы. А раз холмы, то и перевал наверняка найдется. Можно считать, что шахту назвали в честь Шипкинского перевала, в ознаменование вечной советско-болгарской дружбы.

4)Над поселком нависает один из самых больших терриконов Донецка. Он сливает Заперевальный с Мушкетово в некую общность. Террикон напоминает изогнутый длинный хребет.

5) В самой управе шахты обосновалась табачная фабрика. Из-за большой конкуренции донецкий продукт не пропускается на рынок.

6) «Старый Заперевальный» таков: желтые домики, выстроенные руками немецких военнопленных. Шесть ветхозаветных кварталов отделены от «среднего Заперевального» улицей Багратиона. В конце 60-х, когда город приблизился к шахтному поселку, в прилегающей степи начали городить «хрущевки» и селить много людей. Поселок стал обычным донецким спальным районом. Строительство было завершено в 80-х, когда появился «новый Заперевальный» - девятиэтажки, граничащие с двумя волнообразными «китайскими стенами», длиннейшими домами вдоль улицы 230-й Стрелковой Дивизии.

7) **Природа.** Мы выходим на высокий берег системы прудов, названной «Сахалином».

2. Улицы Заперевальной

1) Рынок «Майский» так назван из-за того, что был построен в мае.

1. Улица Полоцкая была названа по древнерусскому городу Полоцк.

2. Улица Андропова была названа в честь Юрия Андреевича Андропова, советского и государственного политического деятеля, фактического руководителя СССР с 1982 – 1984 годов.

3. Улица 230-ой стрелковой дивизии названа в честь дивизии, воевавшей с 1941-1943.

2) Поселок Горняк назван в честь профессии шахтера.

1. Улица Вышнеградского названа в честь российского ученого-механика, государственного деятеля Ивана Алексеевича Вышнеградского.

2. Ямальская улица названа по названию полуострова Ямала, находящегося в Западной Сибири.

3. Улица Кедрина названа в честь русского советского переводчика и поэта Кедрина Дмитрия Борисовича.

4. Улица Клайпеды названа по городу Клайпеда в Литве.

3) Улицы Нижнекурганская и Верхнекурганская названы по географическому расположению. Находятся «за курганом».

3) водоемы:

1. Водоем Сахалин назван по острову Сахалин, находящемуся на восточном побережье Азии.

2. Водоем Заперевальный назван по названию шахты «Заперевальная»

3. Водоем «Молочный» назван по выбору шахты, которая и обустроивала этот ставок.

Вывод

Из всего приведённого выше, можно сделать вывод, что названия в посёлке Заперевальном тесно связаны с коммунистической культурой. В основном все объекты названы в честь выдающихся людей или же каким-то образом связанные с СССР. И это вовсе не удивительно, ведь за время правления коммунистов, все называли таким способом, начиная от улиц и заканчивая городами. Следуя из этого, можно сделать вывод, что урбанизация и топонимия напрямую зависит от общественной власти и что именно в период с 1930-х по 1990-е появилась большая часть названий и обозначений.

Создание системы урбанонимов перспективно для Донецка, так как словари и карты города уже довольно устарели. И с каждым годом все сложнее ориентироваться, ведь постоянно появляются новые дома, улицы, магазины, заведения и т. д. Из этого можно сделать вывод, что если составить систему урбанонимов Донецка, его жителям будет гораздо легче ориентироваться на местности.

ЛИТЕРАТУРА

1. История административно-территориального деления Донецкой области 1919-2000 гг. - Сборник документов и материалов. - Донецк, 2001 г. с.272

2. История городов и сел УССР. В 26 т. Донецкая область / АН УССР. Ин-т истории; Гл. редкол.: П. Т. Тронько (пред.) и др. — К.: Гл. ред. Укр. Сов. Энцикл. АН УССР, 1976. — 812 с.

3. Суперанская А. В. Применение метода лингвистической статистики к изучению топонимической системы г. Москвы / А. В. Суперанская // Лингвистическая терминология и прикладная топонимика. – М.: Наука, 1964. – С. 119 – 134

4. Отин Е. С. Происхождение географических названий Донбасса / Е. С. Отин. — Донецк : Юго-Восток, 2014. — 199 с.
5. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. 2-е изд. М.: Наука, 1988. 192 с.

A. A. Medyanik

URBANONYM OF ZAPEREVALNAYA

A city generates the great number of the names that execute the role of original reference-points for us, help to distinguish one object from other, attach in our consciousness the real space of city to the system of conventional signs clear and comfortable to all his inhabitants. All this totality of the names of streets, side-streets, areas, passages it is accepted to designate as municipal toponym`s or urbanus, and the separate name of intercity object - as a municipal toponym`s or urbanus. Presently for this group of the names it is accepted to use the term of "Urbanus", under that the "type of toponym`s is accordingly understood. Proper name of any intercity topographical object". We will use also terms-synonyms: "municipal toponyms" and "names". Aim of work : to describe Urbanus Zaperevalnaya. Actuality: Comparison for DonNU of onomasticon Donetsk, work moves from the names of microregions.

Key words: Urbanonym, toponym, city placename

УДК 372.882

A. Ю. Лазуренко

*ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
(Научн. рук. д.филол.н., проф. В.И. Теркулов)*

ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ ПИКАПА В ТВОРЧЕСТВЕ В.С. ВЫСОЦКОГО

В данной статье рассматриваются основные модели речевого жанра пикапа в творчестве В.С.Высоцкого. Для анализа была выбрана лирика поэта, в которой присутствует множество пикапных формул, ведь лирическим героем творчества является сам автор. Выделяются следующие модели пикапа: эгоцентрическая, жертвенная и деятельностно-результативная.

Ключевые слова: пикап, В.С. Высоцкий, модель пикапа, формула пикапа, эгоцентрическая модель, жертвенная модель, деятельностно-результативная модель

*Я любил и женщин и проказы:
Что ни день, то новая была, -
И ходили устные рассказы
Про мои любовные дела.
В.С. Высоцкий*

Творчество Владимира Семёновича Высоцкого является феноменом 70-х гг.

Формой существования поэзии Высоцкого являлась «авторская песня» (терминология В. Высоцкого, Б. Окуджавы, А Галича, Н. Матвеевой и др.) [1]. Сам жанр «авторской песни», имея свои особенности (антиофициозность, раскрепощённость, неподцензурность [3]), определил характер лирического героя Высоцкого, его нравственную и общественную позицию, его место в мире. А музыкальное сопровождение только усиливало звучание поэтического слова, подчёркивало, а порой и

выявляло, его неожиданные смыслы, создавало особый ритм, который в каждом случае был тесно связан с содержанием текстов.

В песенном творчестве автора предстает чрезвычайное богатство реалистичных разговорно-бытовых и романтически-возвышенных, лирически-проникновенных образов и речевых средств и интонаций. Его песни выражают самопознание народной души. Богатство и своеобразие стиливого творчества Высоцкого во многом выражается не только тематикой, но и жанровым разнообразием его произведений, среди них: о работе, о горах и о море, войне, искусстве, Отчизне, времени, доле, любви и т.д. Высоцкий не отделял себя от собственных героев, он остро чувствовал и перекладывал на свою плечи сложность и запутанность их судеб, горечь и боль переживаний.

Для анализа речевого жанра пикапа в творчестве Владимира Высоцкого была выбрана лирика поэта. Именно в лирических произведениях присутствует множество пикапных формул, ведь лирическим героем творчества является сам автор: «Во всех своих песнях, есть мой собственный взгляд на мир и на те проблемы, о которых я пишу».

Слово Любовь Высоцкий употребляет с большой буквы. Она является одной из наиболее определяющих сил мироздания, о чём в своё время Данте говорил: «Любовь, что движет солнце и светила».

Для творчества В. Высоцкого не существовало запретных тем, его лирика это всегда открытый и отчаянный крик о чувствах и переживаниях, это зеркало его души, в котором изображен окружающий мир, через призму восприятия автора. Несмотря на нежелание говорить о своей личной жизни и её подробностях «*Я не люблю, когда мне лезут в душу/ Тем более, — когда в неё плюют*», почти всё раскрывается в его душевных и открытых лирических произведениях, которые необыкновенны до изумления, в этом и заключаются его самобытности «*Я дышу — и, значит, я люблю/ Я люблю — и, значит, я живу*». Из этого следует, что локуция пикапа Высоцкого во многом состоит во флирте и соблазнении женского пола для построения долговременных отношений.

В. Высоцкий как поэт и исполнитель, строил свою лирику не по шаблонам и стандартным формам, поэтому в искренности его произведений невозможно сомневаться, она настолько честная и носит исповедальный характер, что делает его более искусным соблазнителем (пикапером). Используя различные тактики, методы и приёмы автор реализует новый жанр, который через 25 лет назовут «пикап».

Язык В. Высоцкого на первый взгляд может показаться слишком обычным, иногда даже грубым или упрощенно-примитивным, но это впечатление будет обманчивым, как и представление об отсутствии у него поэтической культуры. Его отличительная черта — погружение в народную речевую стихию, свободное владение им. Иногда встречаются стилизованные элементы (особо ощутимы в «дворовых песнях» и в мелодике цыганского романса), но в зрелом творчестве эстетический вкус и чувство никогда не подводимо поэта. Такое преимущество народной речи даёт нам возможность говорить о пикапе в творчестве Высоцкого, ведь пикап — это всегда ситуация непринуждённого общения в быту, в нём преобладает повседневная сфера коммуникации. Такая речь имеет следующие признаки:

- 1) «устная форма выражения;
- 2) реализация преимущественно в виде диалога;
- 3) опора на внеязыковую ситуацию;
- 4) неподготовленность, незапланированность, самопроизвольность, спонтанность;
- 5) непосредственный контакт между коммуникантами» [2].

Можно выделить три основные модели пикапа в песнях Высоцкого.

1. **Эгоцентрическая модель** выражается в формуле «Я хороший. Я лучший, поэтому будь со мной».

В раннем творчестве Высоцкого, в песне «**Татуировка**» (1961) [4] мы встречаем строки: *«Я ношу в душе твой светлый образ, Валя/ А Леша выколол твой образ на груди»*. Отпечаток образа лирической героини в душе героя делает его лучше, чем его соперник, он чувствует в этом свою исключительность. Пикап реализован на художественно-изобразительным средством метафоры *«ношу в душе твой светлый образ»* и сравнением её со святой *«светлый образ»*. Также здесь присутствует тема соперничества, которая известна еще с давних времён. Пикап соперника заключается в деятельном подходе к данной теме (см. *далее деятельность-результативная модель*) — заигрывания к даме, т.е. пикап реализуется не только как речевой жанр, но и включает в себя тактики и разного рода деятельностные подходы к соблазнению, поэтому будет неправильно говорить о том, что он реализуется только в речи. Из этого следует, что строка *«А Леша выколол твой образ на груди»* тоже входит в жанр пикапа, но деятельного подхода, и имеет аналогичную цель, что и для лирического героя – соблазнения женщины или предложение ей сделать выбор между двумя героями, которые добиваются её разными способами.

Далее лирический герой понимает, что он слишком тоскует о любимой и делает себе аналогичную татуировку как у его друга-соперника, настаивая на том, *«Что моя, верней - твоя татуировка/ Много лучше и красивше, чем его»*. Здесь снова мы видим реализацию пикапа, но уже на основе сравнения, т.е. у героев теперь две совершенно одинаковые татуировки, но его татуировка красивее из-за светлых и чистых чувств, которые он испытывает к женщине, о чем ей и говорит. Герой всё равно настаивает на том, что он больше любит героиню, что его любовь сильнее, и татуировка, которая скопирована с груди друга, должна быть точно такой же, всё равно красивее. Он исключительнее своего друга-соперника, ведь у него и *«душа исколота внутри»* образом героини, и татуировка, которая превосходит, из-за которой она ему *«ближе и роднее»*.

2. **Жертвенная модель** определяется формулой *«Я всё для тебя сделаю, поэтому будь со мной!»*. Пикапер обещает сделать всё, чтобы заслужить любовь Прекрасной Дамы, но это так и остаётся всего лишь обещаниями. Эту модель наблюдаем в песне **«Дом хрустальный (Если я богат, как царь морской...)»** (1967) [4], Высоцкий решается выразить свои накопившиеся чувства иным путём, более интимно, показать их новые стороны, свой взгляд на самое сокровенное, здесь звучит осознание глубины любовных терзаний: *«Крикни только мне: "Лови блесну!" / Мир подводный и надводный свой/ Не задумываясь, выплесну!»*. Автор говорит о том, что готов отдать всё, что у него есть ради любимой, осуществить любые поступки, которые ей стоит только пожелать. Пикап заключается в готовности реализовать все желание женщины, сделать реальным любой каприз. В психологии подобного рода обещания является одним из элементарных приёмов бытовой манипуляции. В современном обществе этот приём применяют торговые агенты, стремящиеся продать какой-либо товар. Получая обещание, человек обретает уверенность, что все идет так, как он и рассчитывает. Ну а отсутствие какой бы то ни было гарантии, что когда-нибудь дело дойдет до реализации задуманного, уже не принимается в расчет [5]. Пикапер, используя этот метод, зачастую добивается желаемого результата. А использование приёма гиперболизации только усиливает данные обещания. В этом же стихотворении встречаем следующие строки: *«Не сравнил бы я любую с тобой/ Хоть казни меня, расстреливай/ Посмотри, как я любуюсь тобой/ Как Мадонной Рафаэлевой!»*. Ударение делается на исключительности героини *«Не сравнил бы я любую с тобой»*, это стандартный приём пикапера, который заключается в необходимости убедить женский пол в их уникальности, показав огромную роль в жизни пикапера. Такие приёмы встречаются очень часто, например, фраза: *«вы для меня одна на миллиард»* имеет аналогичную иллюзию, её можно считать комплиментом. Здесь мы найдем и приём гиперболизации, который, используется Высоцким довольно часто: *«Хоть казни*

меня, расстреливай», а также, приём убеждения героини, в том, что его жизнь в её руках, что он готов принять любую участь от женщины, в которую влюблён. И от женщины, которой признается в чувствах, т.е. приём приношения своей жизни в жертву ради общей любви, которая может возникнуть между героями. А наличие сравнения героини с Мадонной, которая была изображена на 42-х картинах Рафаэля, говорит о святости чувств героя: «Посмотри, как я люблюсь тобой/ Как Мадонной Рафаэлевой!».

3. **Деятельностно-результативная модель** предполагает активные действия героя, которые имеют конкретный результат. Строится по формуле «Я уже всё для тебя сделал. Вот, посмотри, есть результат». Например, в песне «**Любовь в средние века (Сто сарацинов я убил во славу ей...)**» (1969) [4]: «*Сто сарацин убил во славу ей/ Прекрасной даме посвятил я сто смертей...*». Это деятельный пикап — посвящение чего-либо женщине или сделанное специально для неё. Герой участвует в рыцарском турнире, за что король обещает ему прекрасную даму, но в итоге посылает в походы на долгое время за неуважение к своей персоне: «*Но в замке счастливо не пожили мы с ней/ Король в поход послал на сотню долгих дней*». Перлюкуции пикап не достигает, о чем говорит строчка: «*Не ждет меня мой идеал...*». Причина неудачи в данном стихотворении зависит не от пикапера, а от обстоятельств, которые произошли помимо его воли.

Стоит также отметить, что в этой песне пикап имеет немного другую реализацию. Всё рассмотренные нами примеры демонстрировали прямой пикап, но в этой песне видим косвенный. Здесь герой говорит не напрямую, обращаясь к героине, а упоминает как-то вскользь.

Таким образом, в лирике В.С. Высоцкого можно определить три ключевых модели пикапа: эгоцентрическая, жертвенная и деятельностно-результативная. Однако среди всего творчества автора можно выделить и другие.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зайцев В.А. Авторская песня: ее восприятие и перспективы изучения на современном этапе // Филологические науки. 2005. №2. С. 77-85.
2. Земская Е.А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения. – М., 1979. – 260с.
3. Соколова И.А. Авторская песня: от фольклора к поэзии. М., ГКЦМ В.С.Высоцкого, 2002. С. 36.
4. bards.ru: международный портал авторской песни. – Режим доступа: <http://www.bards.ru>.
5. psychologos.ru: энциклопедия практической психологии. – Режим доступа: <http://www.psychologos.ru>.

A. U. Lazurenko

THE BASIC MODEL OF THE GENRE PICK UP IN THE WORKS OF V.S. VYSOTSKY

The article is concerned with the basic model of the speech genre pick up in the works of V.S. Vysotsky. To analyze has been selected the lyrics of the poet, wherein there are many pick up formulas because creativity lyrical hero is the author himself. There are few pickup models: egocentric, sacrificing and activity-productive.

Key words: *pick up, V.S. Vysotsky, model a pick up, pick up formula, egocentric model, sacrificial model, activity-productive model*

СОДЕРЖАНИЕ

Лексикология и стилистика

Бурляй А.С. (ДонНУ) Женский характер, воплощенный в славянских женских демонах на основе выделения ЛСГ «женские демоны двора и дома»	3
Гладкая Н.В. (ДонНУ) Прецедентные высказывания как характерная особенность креолизованных текстов в интернет-коммуникации	6
Курмакаева Н.П. (ДонНУ) Характер синтаксических ошибок в письменной речи как маркер уровня дискусивной компетенции студентов-гуманитариев	12
Ладнова Е.В. (ДонНУ) Метафоричне моделювання образу Володимира Путіна в сучасних українських ЗМІ	16
Матвиенко А.В. (ДонНУ) Функциональная нагрузка современного эргонима (на материале вывесок г. Донецка)	20
Новак А.Ю. (ДонНУ) Тематическая характеристика перифраз в языке современных СМИ	25
Туранова Т.А. (Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского») Современные средства массовой информации: культура речевого воздействия	30
Верстакова К.Т. (ФГБОУ ВО «Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина») О роли прецедентных текстов в обучении русскому языку	33
Жилясова И.А. (ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова») Вербализация концепта «женщина» в языковом сознании носителей русского языка (на материале ассоциативного эксперимента)	36
Романов В.В. (ДонНУ) Интонация и ее функции при порождении и восприятии речи	39

Дискурсология и генристика

Бондарчук Т.А. (ДонНУ) Региональная лексика Донбасса	44
Датская М.В. (ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет») Функционально-семантическая характеристика средств выражения интенсивности в речи диалектоносителей Волгоградской области	48
Зелинская А.Н. (Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского») Текст жанра объявления: орфографические недочёты (на материале региональных СМИ)	52

Ивасько А.В. (Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского») О графических средствах современных эргонимов Крыма	55
Коняшина Н.А. (ДонНУ) Микротопонимия поселка Нижняя Крынка города Макеевки Донецкой области: к проблеме классификации	57
Мещерская Р.М. (Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского») Речевое поведение дискурсивной личности в фольклорном наследии интеллигенции XX века (на материале женского мемуарно-автобиографического дискурса Фаины Раневской)	60
Салдаева Ж.В. (ДонНУ) Окказиональная фразеология как маркер современного рекламного дискурса	63
Соленкова С. (ДонНУ) Языковые и речевые единицы, их признаки и функции	67
Медяник А.А. (ДонНУ) Урбанонимия Заперевальной	72
Лазуренко А.Ю. (ДонНУ) Основные модели пикапа в творчестве В.С. Высоцкого	76

CONTENTS

Lexicology and Stylistics

Burliai A.S. Female character embodied in the slavic female demons on the basis of the allocation of the lsg «female demons of the house and courtyard»	3
Gladkaya N.V. The precedent statements as a main characteristic of creolized texts in internet communication	6
Kurmakaeva N.P. Type of syntactic mistakes in written communication as a marker of discourse competence of humanitarian students	12
Ladnova K.V. Metaphoric modeling of Vladimir Putin`s image in present-day ukrainian media	16
Matvienko A.V. Functional load of a modern ergonim (based on the signboards of Donetsk)	20
Novak A.Y. Theme description paraphrase in the language of modern media	25
Turanova T.A. Modern mass media: the culture of speech influence	30
Verstakova K.T. About the role of precedent texts in the russian language teaching methodology	33
Zhilyasova I.A. Verbalization of the concept "woman" in the linguistic consciousness of russian native speakers (on the material of the association experiment)	36

Romanov V.V. Intonation and its functions in the perception and speech production 39

Discourse and Geneistics

Bondarchuk T.A. Lexical-semantic features speaking (for example, the vocabulary of the Donetsk region) 44

Datsckaya M.V. Functional-semantic characteristics of the means of expression of intensity in the speech of the dialect speakers in the Volgograd region 48

Zelinskaya A.N. Text of genre ads: spelling errors (based on the regional media) 52

Ivasko A.V. About the graphical means of modern ergonyms Crimea 55

Konyashina N.A. Microtoponyms of the village of Nizhnyaya Krynka of the city of Makeyevka of Donetsk region: to the problem of classification 57

Meshchersky R.M. Verbal behaviour discourse of personality in the folklore heritage of the intelligentsia of the XX century (on the material of women's memoirs and autobiographical discourse Faina Ranevskaya) 60

Saldaeva Z.V. Occasional phraseology unit as a marker for contemporary advertising discourse 63

Solenkova S. Units of language and units of speech. their characteristics and functions 67

Medyanik A.A. Urbanonym of Zaperevalnaya 72

Lazurenko A.J. The basic model of the genre pick up in the works of V.S. Vysotsky 76

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ

В структуре публикации необходимо предусмотреть: а) формулировку проблемы в общем виде; б) показ её связи с актуальными научными и практическими задачами; в) лаконичную оценку основополагающих работ в данной области; г) определение целей и задач исследования; д) изложение основного материала с обоснованием полученных результатов. Выводы должны содержать мнение автора о перспективах дальнейшего исследования.

За точность изложенных фактов, цитат и ссылок несут ответственность авторы.

1. Для статьи необходима полная информация об авторе: фамилия, имя, отчество, курс, специальность, контактный телефон, фамилия научного руководителя с указанием должности и звания. Данная информация отправляется на электронный адрес редакции (donrus452@yandex.ru) **отдельным файлом** по прилагаемой ниже форме в виде файла в формате rtf (название файла должно соответствовать фамилии автора, например: ivanov_zayavka.rtf):

Фамилия, имя, отчество

Для студентов и аспирантов

Место учебы

Курс

Научный руководитель

Для молодых ученых

Место работы,

Должность

Ученая степень (если есть)

Ученое звание (если есть)

Научный руководитель (если есть)

Для всех

Название доклада

Домашний адрес с указанием почтового индекса

Телефон, E-mail

2. В отдельном файле подаются **фамилия и инициалы автора**, а также **название статьи на русском и английском языках**.

Образец:

Петров А. В. Глагольные конструкции с предлогом под со значением сравнительно-уподобительным.

Petrov A. V. Verbal constructions with the preposition 'under' in the meaning of comparison and similarity

3. Статьи, представленные для публикации в других журналах, к рассмотрению не принимаются. Решение о публикации принимается редакционной коллегией журнала после рецензирования, учитывая научную значимость и актуальность представленных материалов. Рукописи, не соответствующие редакционным требованиям, и статьи, не соответствующие тематике журнала, к рассмотрению не принимаются. В случае отклонения статьи редакция направляет авторам либо рецензии или выдержки из них, либо аргументированное письмо редактора. Редколлегия не вступает в дискуссию с авторами отклонённых статей, за исключением случаев явного недоразумения. Рукописи

авторам не возвращаются. Статья, задержанная на срок более трех месяцев или требующая повторной переработки, рассматривается как вновь поступившая. Редакция оставляет за собой право проводить редакционную правку рукописей. Корректурa статей авторам не высылается. Статья присылается в виде прикрепленного файла электронного письма в формате * doc и * rtf, названных по фамилии автора, например: ivanov.doc. и ivanov.rtf. **Страницы не нумеруются.**

Объем статьи – 6 страниц (полных).

Размещение:

- формат бумаги – А 4;
- поля: сверху и внизу – 2,5 см., слева 3 см., справа 2 см.
- основной шрифт: Times New Roman, размер 12, стиль нормальный;
- абзацный отступ – 1 см.;
- межстрочный интервал – 1;
- первая строка – индекс УДК в верхнем левом углу страницы (без абзацного отступа)
 - вторая строка – инициалы (перед фамилией) и фамилия автора печатаются с выравниванием по правому краю жирным курсивом: *М.Н. Иванова*;
 - третья строка – название учебного заведения (*выравнивание по правому краю, курсив*);
 - четвертая строка – сведения о научном руководителе – печатается с выравниванием по правому краю курсивом в круглых скобках – (*Научн. рук. д.филол.н., проф. В.И. Теркулов*);
 - пятая (и при необходимости 6, 7 и т.д.) строка – название статьи – печатается большими буквами жирным шрифтом с выравниванием по центру;
 - через строчку – аннотация на русском языке (12 кегль) объемом до 500 печатных знаков (с пробелами), которая должна кратко отражать цели и задачи проведенного исследования, а также его основные результаты. Ключевые слова (3-5 слов, курсивом)
- текст набирается без переносов (выравнивание по ширине).
 - а. в тексте допускаются выделения курсивом, жирным шрифтом, разрядкой (но не подчеркиванием);
 - б. для названий произведений используются "угловые" кавычки: «Война и мир»;
 - в. цитирование, прямая речь и т.д. оформляются угловыми кавычками вида «...»; при необходимости использовать кавычки внутри цитаты, внешними должны быть "угловые" кавычки: «..."...»;
 - г. необходимо правильно употреблять тире (–) и дефис (-); различие заключается в размере и наличии пробелов перед и после тире: Жуковский – поэт-романтик; первый знак пунктуационный, второй орфографический;
 - д. если стихотворные тексты печатаются как включение в текст, то стихи разделяются наклонной чертой, а строфы – двумя наклонными чертами:
 - е. Ты этого хотел. – Так. – Аллилуйя. / Я руку, бьющую меня, целую. // В грудь, оттолкнувшую – к груди тяну, / Чтоб, удивясь, прослушал тишину. (М.Цветаева. Пригвождена...); если стихи воспроизводятся с соблюдением строфического оформления, то необходимо использовать следующие параметры: размер шрифта – 12, межстрочный интервал одинарный, абзацный отступ – 4 см.:

В нем пунша и войны кипит всегдашний жар,
На Марсовых полях он грозный был воитель.

Друзьям он верный друг, красавицам мучитель,
И всюду он гусар.
(А.Пушкин. К портрету Каверина)

ЛИТЕРАТУРА (12 кегль без абзацного отступа). Словосочетание **ЛИТЕРАТУРА** (Жирный) выравнивается по центру страницы. Список литературы оформляется как нумерованный в алфавитном порядке; публикации, принадлежащие одному и тому же автору, располагаются в соответствии со временем их опубликования. Формат: абзацный отступ – 1 см., выравнивание по ширине. Описание производится на языке оригинала в соответствии с ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание» и ГОСТ 7.05-2008 «Библиографическая ссылка». Ссылка на источник дается в квадратных скобках издания: [15, с. 12]; при необходимости указать том издания, его вписывают римскими цифрами после номера: [7, VII, с. 35-36] Ссылки допускаются только на опубликованные работы. Необходимо включение в список как можно больше свежих первоисточников по исследуемому вопросу (не более чем трех-четырёхлетней давности). Не следует ограничиваться цитированием работ, принадлежащих только одному коллективу авторов или исследовательской группе. Желательны ссылки на современные зарубежные публикации.

Образцы оформления литературы:

1. Андреева С.В. Речевые единицы устной русской речи: система, зоны употребления, функции / С.В. Андреева // Изд. 2. – Саратов: КомКнига, 2006. – 192 с.

2. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – М.: Восток – Запад, 2007. – 314 с.

3. Влавацкая М.В. Учение о синтагматических связях слов в историческом рассмотрении / М.В. Влавацкая // Филологические науки. Вопросы теории и практики, 2009, № 1. – С. 36–42.

4. Комаров, Г.В. Национально-культурная специфика новой лексики английского языка : автореф. дис. ... канд.. филолог, наук: 10.02.19 – теория языка / Комаров Георгий Владимирович – Краснодар, 2007. – 24 с.

5. Берн Э. Игры, в которые играют люди (психология человеческих взаимоотношений) / Э. Берн. – Режим доступа: <http://www.lib.ru/PHINO/BERN>

И т.д.

4. Далее приводятся инициалы и фамилия автора (авторов) (полужирный курсив – выравнивание по правому краю) **на английском языке.**

- название статьи (полужирный шрифт – выравнивание по центру),

- текст аннотации на английском языке (12 кегль)

- ключевые слова (курсив).

Образец оформления статьи:

УДК 81'42

Н.В. Гладкая

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
(Научн. рук. д. филол.н., проф. В.И. Теркулов)

**ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ КАК ХАРАКТЕРНАЯ ОСОБЕННОСТЬ
КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ
В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ**

В статье рассматриваются основные функции и наиболее распространенные механизмы создания креолизованного текста в сфере интернет-коммуникации, а также его воздействие на адресата и влияние логоэпистемных единиц прецедентных феноменов на представителей различных лингвокультур. Актуальность темы обусловлена необходимостью создания системы базовых моделей формирования креолизованных текстов для более полного изучения типов связей (автосемантических и синсемантических) между вербальными и невербальными компонентами, что позволит глубже проникнуть в природу комического эффекта и определить степень влияния на реципиентов. В ходе исследования были определены роль и значение визуальной информации в интернет-коммуникации.

Ключевые слова: *прецедентное высказывание, интернет-коммуникация, пресуппозиция, фрейм-сценарий, прагматический потенциал*

Текст текст текст ...

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н.Д. Понятие пресуппозиции в лингвистике // Известия АН СССР, серия литературы и языка. М., 1973. - Т. 32. - Вып. 1. - С. 84-90.
2. Анисимова Е. Е. О целостности и связности креолизованного текста. К постановке проблемы / Е. Е. Анисимова // Филологические науки. – М., 1996. - № 5. – С. 74-85.
3.

N. V. Gladkaya

**THE PRECEDENT STATEMENTS AS A MAIN CHARACTERISTIC OF CREOLIZED
TEXTS IN INTERNET COMMUNICATION**

This article discusses the key features and the most common mechanisms of creating creolized text in the Internet communication, its impact on the recipient and the impact of logoepestems units precedent phenomena on members of a linguistic culture. The topic relevance due to the need to establish a system of basic models of formation creolized texts to better study the types of connections between verbal and nonverbal components that allow a deeper insight into the nature of the comic effect and determine the degree of impact on the recipients. It was identified the role and importance of visual information in the Internet communication.

Key words: *precedent statement, Internet communication, presupposition, frame script, pragmatic potential*

5. Аспиранты и соискатели вместе со статьёй подают **рецензию** научного руководителя.

6. Авторы научных статей несут персональную ответственность за наличие элементов плагиата в текстах статей, в т. ч. за полноту и достоверность изложенных фактов и положений

7. Плата с авторов за публикацию статей не взимается.

8. Контактная информация:

83001, г. Донецк, ул. Университетская, 24, Филологический факультет (ауд. 541, 542).

Ответственный редактор: **Теркулов Вячеслав Исаевич**, д-р филол. наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка Донецкого национального университета (E-mail: terkulov@rambler.ru).

Ответственный секретарь: **Гладкая Наталия Витальевна**, преподаватель кафедры русского языка Донецкого национального университета (E-mail: Nata.gladkaya25@yandex.ru).

Научное издание

Научный журнал

Выпуск 1, 2017

Том 1

На русском, украинском и английском языках

Научный редактор: В. И. Теркулов

Технический редактор: Н. В. Гладкая

Формат А5. Бумага офсетная.
Печать – цифровая. Условн. печ. л.
Тираж экз. Заказ №

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
83001, г. Донецк, ул. Университетская, 24

Издание зарегистрировано Министерством информации
Донецкой Народной Республики
Свидетельство о регистрации средства массовой информации
серия ААА № 000148 от 20.06.2017 г.