

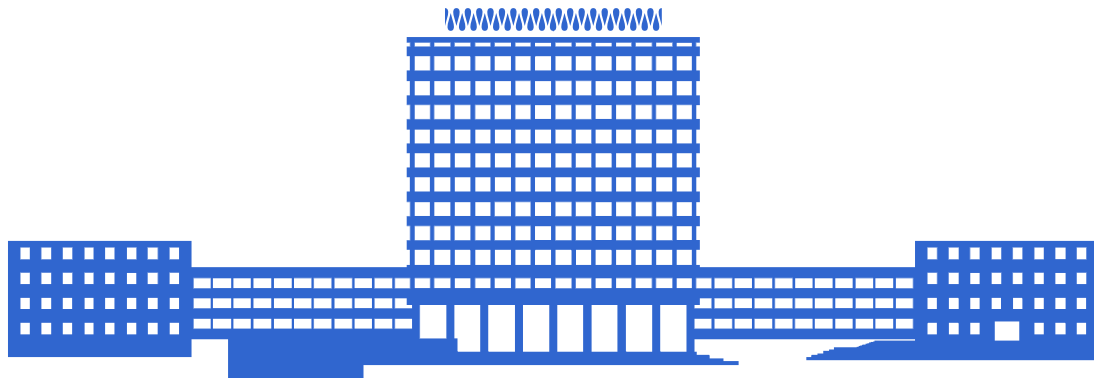
ISSN 2415-8720

ДОНЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



**STUDIA
GERMANICA, ROMANICA
ET COMPARATISTICA**

Том 21 Выпуск 4 (70) 2025



ДОНЕЦК

Studia Germanica, Romanica et Comparatistica: научный журнал / отв. ред.
В. Д. Калиущенко. – Донецк: ДонГУ, 2025. – Т. 21. – Вып. 4 (70). – 149 с.

В журнале освещаются актуальные проблемы германистики, романистики, типологической и сопоставительной лингвистики, общей теории языка, теории перевода в высшей школе.

Рекомендуется для научных работников, преподавателей, аспирантов, студентов высших учебных заведений.

Журнал входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание учёной степени кандидата наук, на соискание учёной степени доктора наук.

Журнал включён в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ): лицензионный договор № 230-11/2025 от 17 ноября 2025 г.

Издатель и учредитель: Министерство науки и высшего образования Российской Федерации; федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет».

Адрес издателя: Министерство науки и высшего образования Российской Федерации 125009, г. Москва, вн.тер.г. Муниципальный Округ Тверской, ул. Тверская, д. 11, стр. 1;

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет» 283001, г. Донецк, ул. Университетская, 24

Адрес редакции: 283001, г. Донецк, ул. Университетская, 24
тел.: +7 (856) 302 09 22

ISSN 2415-8720

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ**

STUDIA GERMANICA, ROMANICA ET COMPARATISTICA

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Выходит четыре раза в год

Том 21 Выпуск 4 (70) 2025

Редакционная коллегия

д. филол. наук, проф. В. Д. Калиущенко (главный редактор);
д. филол. наук, проф. О. Л. Бессонова (зам. главного редактора);
к. филол. наук, доц. Е. С. Сысоева (ответственный секретарь);
д. филол. наук, проф. А. В. Алфёров; д. филол. наук, проф. Ш. Р. Басыров;
д. филол. наук, доц. Э. С. Ветрова; д. филол. наук, проф. Н. А. Ганина;
д. филол. наук, доц. А. Г. Голодов; д. филол. наук, проф. В. И. Карасик;
д. филол. наук, проф. С. М. Кравцов; д. филол. наук, доц. С. Е. Кремзикова;
д. филол. наук, проф. А. Э. Левицкий; д. филол. наук, проф. А. В. Ленец;
д. филол. наук, проф. С. Г. Николаев; д. филол. наук, доц. Т. Н. Никульшина;
д. филол. наук, проф. М. В. Пименова; д. филол. наук, проф. В. И. Теркулов;
д. филол. наук, проф. З. А. Харитончик; д. филол. наук, доц. Л. Н. Ягупова

Донецк ДонГУ 2025

FEDERAL STATE EDUCATIONAL INSTITUTION
OF HIGHER EDUCATION «DONETSK STATE UNIVERSITY»
FACULTY OF FOREIGN LANGUAGES

***STUDIA GERMANICA, ROMANICA
ET COMPARATISTICA***

LINGUISTIC JOURNAL

Published 4 times a year

Volume 21 Issue 4 (70) 2025

Editorial Board

Doctor of Philology, Prof. V. D. Kaliuščenko (editor-in-chief);

Doctor of Philology, Prof. O. L. Bessonova (vice-editor-in-chief);

Candidate of Philology, Associate Prof. Ye. S. Sysoieva (executive secretary);

Doctor of Philology, Prof. A. V. Alferov; Doctor of Philology, Prof. Sh. R. Basyrov;

Doctor of Philology, Associate Prof. E. S. Vetrova; Doctor of Philology, Prof. N. A. Ganina;

Doctor of Philology, Associate Prof. A. G. Golodov; Doctor of Philology,

Prof. V. I. Karasik; Doctor of Philology, Prof. S. M. Kravtsov; Doctor of Philology,

Associate Prof. S. E. Kremzikova; Doctor of Philology, Prof. A. E. Levitskiy;

Doctor of Philology, Prof. A. V. Lenets; Doctor of Philology, Prof. S. G. Nikolaev;

Doctor of Philology, Associate Prof. T. N. Nikulshina; Doctor of Philology,

Prof. M. V. Pimenova; Doctor of Philology, Prof. V. I. Terkulov; Doctor of Philology,

Prof. Z. A. Kharitonchik; Doctor of Philology, Associate Prof. L. N. Yagupova

Donetsk DonSU 2025

СОДЕРЖАНИЕ

Studia Germanica, Romanica et Comparatistica Т. 21, Вып. 4 (70), 2025

Германские языки

<i>Голодов А. Г.</i> Некоторые вербальные технологии информационной войны Запада против России (на материале немецких СМИ).....	5
<i>Головкова А. Д.</i> Этимология обозначений ‘тайного, скрытого’ в древнегерманских языках.....	20
<i>Казачкова А. Д.</i> Композиты с первым компонентом – единицей лексико-семантической группы «пейзаж» в эддических песнях о богах.....	28
<i>Кисель О. В.</i> Семантическая структура суггестивных коммерческих названий.....	38
<i>Петрова Е. И.</i> Эффект обманутого ожидания в немецкоязычных анекдотах как способ создания комического: лингвокультурологический анализ.....	47
<i>Туарменский А. В.</i> Метафорический способ репрезентации дипломатических отношений в английском языке.....	58

Романские языки

<i>Глазко С. Ю.</i> Особенности описания территорий России в legenda французских географических карт XVII века.....	69
<i>Кремзикова С. Е.</i> Лингвистическая креативность в контексте деятельностных ситуаций делового дискурса (диахронический аспект).....	82

Типологические и сопоставительные исследования

<i>Корнейчук Т. А.</i> Принципы номинации произведений российской и латиноамериканской массовой литературы: сопоставительный аспект.....	101
<i>Кузнецова В. Ю.</i> Креативная метафора как точка хаотизации трех контекстов (на материале современных медийных текстов).....	112
<i>Петрищева Е. И.</i> Главные семейные роли и их речевое выражение в общественно-бытовом общении.....	121
<i>Растарасова Е. К.</i> Семантическая классификация рефлексивных глаголов в немецком и русском языках.....	133

CONTENTS

Studia Germanica, Romanica et Comparatistica Vol. 21, Issue 4 (70), 2025

Studies in Germanic Languages

<i>Golodov A. G.</i> Some Verbal Technologies of Western Information Warfare Against Russia (Based on German Media).....	5
<i>Golovkova A. D.</i> Etymology of ‘Secret, Hidden’ Denotations in Old Germanic Languages...	20
<i>Kazachkova A. D.</i> Compounds with the First Member Related to the Lexical-Semantic Group «Landscape» in the Mythological Eddic Poems.....	28
<i>Kisel O. V.</i> Semantic Structure of Suggestive Brand Names.....	38
<i>Petrova E. I.</i> Effect of Suspense in German Jokes as a Way of Creating the Comic Effect: a Linguocultural Analysis.....	47
<i>Tuarmenskiy A. V.</i> Metaphorical Way of Representing Diplomatic Relations in English.....	58

Studies in Romance Languages

<i>Glazko S. Yu.</i> The Description Characteristics of the Russian Territories in the 17 th Century French Geographical Maps Legenda.....	69
<i>Kremzikova S. E.</i> Linguistic Creativity in the Context of Activity-Based Situations of Business Prescriptive Discourse (Diachronic Aspect).....	82

Typological and Contrastive Studies

<i>Korneychuk T. A.</i> Nomination Principles in Works of Russian and Latin American Mass Literature: Comparative Aspect.....	101
<i>Kuznetsova V. Yu.</i> Metaphor as a Point of Chaotization of Three Contexts (Based on Modern Media Texts).....	112
<i>Petrishcheva E. I.</i> Main Family Roles and their Speech Expression in Social and Everyday Communication.....	121
<i>Rastarasova Ye. K.</i> Semantic Classification of Reflective Verbs in German and Russian.....	133

ГЕРМАНСКИЕ ЯЗЫКИ

УДК 811.112(05)

© 2025 А. Г. Голодов

НЕКОТОРЫЕ ВЕРБАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ ЗАПАДА ПРОТИВ РОССИИ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКИХ СМИ)

В статье анализируются некоторые вербальные технологии, используемые для пропагандистской атаки на Россию в немецких СМИ. В информационной войне можно выделить ряд направлений, по которым осуществляется медийное наступление: Лексическое направление является основной вербальной технологией в информационной войне Запада. Оно реализуется за счёт применение дискредитирующей лексики. Орфографическое направление, которое использует даже «безобидные кавычки». Кавычки выполняют аксиологическую функцию и показывают негативно-критическое отношение автора к соответствующему понятию. Лингво-политическое двоемыслие как вариант политлингвистического направления. Политик, принадлежащий к евроатлантической элите, намеренно употребляет нацистский слоган и получает за это одобрение, а не системный оппозиционный политик, употребивший (по незнанию) более безобидный слоган языка Третьего рейха, подвергается остракизму.

Ключевые слов: вербальные технологии, дискредитирующая лексика, орфографическое направление, лингво-политическое двоемыслие.

© 2025 A. G. Golodov

SOME VERBAL TECHNOLOGIES OF WESTERN INFORMATION WARFARE AGAINST RUSSIA (BASED ON GERMAN MEDIA)

The article analyzes some verbal technologies used for propaganda attacks on Russia in German media: lexical direction is the main verbal technology in Western information warfare. It is implemented through the use of discrediting language. Orthographic direction, which uses even «harmless quotation marks». Quotation marks perform an axiological function and show the author's negative attitude towards the corresponding concept. Linguo-political doublethink as a variant of the politolinguistic direction. A politician belonging to the Euro-Atlantic elite intentionally uses a Nazi slogan and receives approval for it. Whereas an opposition politician who (unknowingly) used a more harmless slogan of the Third Reich is ostracized.

Key words: verbal technologies, discrediting lexicon, orthographic direction, political doublethink.

В политике делать бездоказательные заявления является прерогативой сильного (Уинстон Черчилль).

Известно, что любая пропаганда подразумевает разделение всех на «своих» и «чужих». При этом «свои» как бы априори рассматриваются со знаком плюс, а «чужие» – со знаком минус. Естественно, что понятие «свои» и «чужие» для каждой страны специфично,

поскольку «... в каждой стране есть национальные особенности в способах восприятия и языкового представления политической действительности, что объясняется национальной ментальностью и историческими условиями формирования политической культуры ...» [Чудинов, 2007: 27], а также её местом в современном глобальном мире.

Информационная война использует в первую очередь различные пропагандистские технологии в подконтрольных СМИ. «В ФРГ практически весь медийный ландшафт работает в режиме пропаганды информационной войны» [Голодов, 2019: 5].

Известный немецкий оппозиционный журналист и писатель Удо Ульфкотте (1960–2017) ещё в 2014 году писал об образе России в западных СМИ следующее: «Так наши ведущие средства массовой информации имеют чёткий образ врага – Россия. Злой русский, хороший американец, такова господствующая точка зрения... Это часть психологического ведения войны... Раньше войны велись солдатами, сегодня прежде всего средствами массовой информации ...». [Ulfkotte, 2014: 20].

Наступление на пропагандистском фронте осуществляется одновременно по двум главным направлениям: 1) манипуляция фактами [Grosz, 2024: 76], Британский журналист Джон Пильгер выделяет при этом два основных способа манипуляции (дезинформации) в политической публицистике: а) искажение фактов, т. е. явную ложь; б) опущение (замалчивание) определённых фактов.

Однако дезинформация может осуществляться также и более изощрённо:

2) за счёт комплексного использования различных языковых средств. В отличие от непосредственной манипуляции фактами, «вербальная манипуляция не носит столь ярко выраженного прямолинейного характера, поскольку она как бы вторична, т. е. не подменяет сами факты, а за счёт искажённого описания меняет их оценочную характеристику» [Голодов, 2015: 7]. «Манипуляция формированием мнения начинается с тенденциозного применения языка» писал известный журналист Удо Ульфкотте» [Ulfkotte, 2014: 18].

Язык информационной войны экспрессивен, он в большей степени напоминает разговорно-бытовой, чем политическую терминологию. Это логично, поскольку его целью является не информативность, а создание соответствующего эмоционального фона, чтобы таким образом влиять на восприятие общественностью соответствующей (дез)информации. Главное не содержание, а эмоции, которые оно провоцирует.

Министр пропаганды и образования Третьего рейха Йозеф Гёббельс считал краеугольным камнем своих постулатов стратегическую установку – «Овладение

массами – единственная цель пропаганды». Этот постулат сегодня реализуется и в современной немецкой прессе, которая является, пожалуй, главным рупором евроатлантистов в континентальной Европе. Для дискредитации российской СВО на Украине и создания негативного эмоционального фона в сознании своих читателей евроатлантические СМИ (в ФРГ: Der Spiegel, Der Stern, Bild, FAZ, Die Welt) используют как вербальные, так и невербальные технологии.

Долгое время понятие «языковая манипуляция» связывается исключительно с авторитарными режимами. Однако после распада СССР стало очевидно, что манипулирование общественным мнением с помощью вербальных средств интенсивно происходит также и в странах, которые традиционно считаются «оплотом западной демократии» [Sergijenko, 2020: 134].

Исследователь СМИ Уве Крюгер (Uwe Krüger) в своей работе «*Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten*» ‘Сила мнения. Влияние элит на ведущие средства массовой информации и звезд журналистики’ сделал анализ репортажей ведущих немецких журналистов (Spitzenjournalisten) [Krüger, 2013: 22]. С момента начала СВО в 2022 г. западная пресса скатилась в откровенную русофобию, которая характеризуется также и моментами дикой «лексической ярости». Причём это относится не только к таблоидам, типа БИЛЬД, но и так называемой «серьёзной прессе»: FAZ, SDZ, Die Welt, Der Spiegel.

Евро-атлантическую элиту очевидно не устраивает Россия, которая... постепенно выходит из-под западного влияния и не желает безоговорочно признавать пресловутые универсальные, т. е. «общечеловеческие» (имеются в виду диктуемые Западом) ценности, что доказывают и опросы российского общественного мнения» [Голодов, 2021: 6].

Атака на Россию в соответствующих СМИ осуществляется с использованием самых различных медийных вербальных технологий, которые реализуются на информационном фронте по различным направлениям.

I. Лексическое направление

Основной вербальной технологией в информационной войне западных СМИ является применение дискредитирующей (диффамирующей) лексики, а самым жёстким (стержневым) вариантом её можно считать *политическую стигматизацию* [Menath, 2022: 33]. Термин *политическая стигматизация* представляет собой навешивание диффамирующего (дискредитирующего) ярлыка на неугодного политика [Lüders, 2016: 8] или целого народа для создания негативного стереотипа в общественном сознании. «При этом уровень доказательной базы (или её полное отсутствие) не играет

решающей роли» [Голодов, 2020: 8].

Стигматизация целого народа или народов интенсивно использовалась в Третьем рейхе как оправдание уничтожения конкретного народа, в частности в процессе холокоста [Ulfkotte, 2001: 65]. Казалось, что с ликвидацией Третьего рейха этот вариант стигматизации больше не актуален, особенно в Германии с её прошлым. Однако эта надежда не сбылась.

«Немецкая журналистка Анна Лолль, работающая на телеканале ZDF (вторая «кнопка» в Германии), назвала жителей Донецкой Народной Республики «недочеловеками» (Untermenschen – «унтерменшен»). Журналистка ZDF взяла интервью у своей бывшей соотечественницы Алины Липп, которая в 2021 году переехала в Россию и теперь ведёт двуязычный телеграмм-канал о жизни на Донбассе ...» (см. фото 1).

Анна Лолль: *«Sie sprechen über diesen Krieg und dieses Leid. Aber warum gibt es dieses Leid? Wer tötet diese Untermenschen und warum werden sie getötet? Natürlich ist es inakzeptabel, dass sie sterben. Es muss berücksichtigt werden, dass der Hintergrund folgender ist: Es kam zu einer Besetzung von Verwaltungsgebäuden. Dies war der Auslöser für den gesamten Konflikt»* ‘Вы говорите об этой войне и страданиях. Но почему существуют эти страдания. Кто убивает этих *недочеловеков* и почему их убивают? Конечно, это недопустимо. Что они умирают. Но надо иметь в виду, что предыстория такова: Там была русская оккупация административных зданий. Именно это послужило спусковым крючком для всего конфликта’ [МирТесен].



Фото 1. Интервью немецкой журналистки Анна Лолль

Это высказывание немецкой журналистки прокомментировала Алина Липп: «Германия после Второй мировой войны усердно всему миру доказывала отказ от идеологии фашизма и борьбу с ним. Но когда сотрудники госканала в обычной беседе с лёгкой руки применяет фашистский термин «недочеловеки» к определению народа Донбасса, возникает вопрос – кого на самом деле воспитывала всё это время Германия

внутри своего общества и какую идеологию она навязывает немцам?» [МирТесен].

Ещё одним вариантом технологии стигматизации является так называемая *топонимическая стигматизация*. В этом случае создаётся ярлык с использованием топонима, с которым западные СМИ связывают определённое событие, чаще вымышленное или полностью извращённое. Яркий пример такой технологии представляет собой созданный евроатлантическими СМИ в апреле 2022 года ярлык «БУЧА».

Через полгода после события таблоид *BamS* писал: «3. April: Nach dem Abzug der russischen Truppen aus dem Kiewer Vorort Butscha offenbart sich ein schreckliches Bild. Die Straßen sind voller Leichen, mindestens 419 Zivilisten sollen die russischen Besatzer gefoltert und ermordet haben» [BamS, 19.02.2023, S. 5] ‘3 апреля. После отвода российских войск из Бучи обнаружилась жуткая картина. Улица полна трупов, минимум 419 гражданских вероятно пытали и убили российские оккупанты’ (см. фото 2)



Фото 2. 3 апреля 2022, БУЧА

При этом таблоид абсолютно не смущает, что на фотографии, которую они сами же и опубликовали, показана практически пустая улица, на которой якобы лежат 419 трупов.

Кроме того, освещавший конфликт в Донбассе французский журналист Адриан Боке, который посещал Украину в качестве волонтёра для доставки гуманитарной помощи, рассказал об убийстве российских военнопленных украинскими боевиками, стал свидетелем провокационной инсценировки Киевом в украинской Буче. После этого он подвергся преследованиям, на него было произведено покушение и в итоге он был вынужден просить политического убежища в России.

После создания фейкового ярлыка «Буча» немецкие СМИ уже на протяжении трёх лет применяют его как ссылку в качестве «обвинительной константы», когда требуется огульно обвинить Россию в преступлениях против гражданского населения.

При стигматизации создаётся сильный негативный эмоциональный фон в сознании западных потребителей информации, которые крайне негативно воспринимают соответствующие ярлыки.

II. Орфографическое направление

В качестве вербальной технологии в информационной войне могут использоваться даже «безобидные кавычки», которые, как известно, также применяются для выражения отношения автора текста к конкретному понятию, т. е. в таком случае автор считает, что данная форма не соответствует содержанию. Фактически в этом случае кавычки выполняют аксиологическую функцию и выражают негативно-критическое отношение автора к способу выражения соответствующего понятия. Целевое использование кавычек играет существенную роль в создании восприятия текста читателем.

Такое применение кавычек можно считать одним из вариантов технологий вербальной манипуляции в ходе информационной войны, нашедшей своё применение и в немецкой публицистике. В данном случае речь можно вести о «диффамирующих кавычках», поскольку с их помощью дискредитируется нейтральное или даже позитивно окрашенное понятие. Использование «диффамирующих кавычек» подразумевает, что заключённое в них утверждение по мнению пишущего ложное.

(1) *«Putin baut den Reichstag nach. Moskau – Kreml-Kriegstreiber Wladimir Putin (72) hat den zerstörten Reichstag aus dem Zweiten Weltkrieg originaltreu nachbauen lassen – pünktlich zum 80. Jahrestag des Sieges über Nazi-Deutschland (9. Mai). ... Perfide: Putin nutzt den 2. Weltkrieg auch, um seinen Krieg gegen die Ukraine zu rechtfertigen. Den jüdischen Ukraine-Präsidenten Wolodymyr Selenskyj (47) bezeichnet er als „Nazi“. Am Freitag soll die große Protzparade auf dem Roten Platz steigen ...»* [BILD, 5.05.2025, S. 2] ‘Москва – Кремлёвский поджигатель войны В. Путин (72) приказал воссоздать разрушенный рейхстаг времён Второй мировой войны – пунктуально к годовщине Победы над нацистской Германией (9 мая). Коварно(подло): Путин использует Вторую мировую войну также для оправдания своей войны против Украины. Еврейского президента Украины В. Зеленского (47) он называет «нацистом». В пятницу на Красной площади должен состояться большой чванливый (роскошный) парад’ (см. фото 3).



Фото 3. Из статьи: «Путин воссоздаёт Рейхстаг»

По мнению авторов публикации еврейское происхождение Зеленского полностью нейтрализует его нацистскую политику.

(2) *«„Nazismus“ wird im Zerrspiegel des Kreml zur Staatsideologie der Ukraine. Die Russe im Land würden unterdrückt, der einzige Zweck des Landes bestehe darin, ein „Anti-Russland“ zu sein. Folglich kann der „Große Vaterländische Krieg“, wie in der Sowjetunion und Russland der verspätete Eintritt der Sowjetunion in den Weltkrieg gegen Nazi-Deutschland genannt wird, nicht vorbei sein. Er wird in der Ukraine weiter geführt, ganz „antifaschistisch“. Ein großer Teil der Bevölkerung Russlands ist bereit, das hinzunehmen – wenn nicht sogar zu unterstützen» [Die WELT, 10.05.2025, S. 10] ‘«Нацизм» в кривом зеркале Кремля становится государственной идеологией Украины. Русских в стране якобы угнетают, а единственная цель страны состоит в том, чтобы быть «Анти-Россией». Следовательно, не может закончиться «Великая Отечественная война», как в СССР и России называют запоздалое (verspätete) вступление СССР в Мировую войну против нацистской Германии. Война продолжается на Украине, совершенно «антифашистски». Большая часть населения России готова с этим мириться, или даже поддерживать» (см. фото 4).*



Фото 4. Из статьи: «В кривом зеркале Кремля»

В данной статье содержится явная издёвка над самим термином Великая Отечественная война, которая, кроме заключения в кавычки, названа запоздалой (verspätete). Вероятно, евроатлантисты считают, что вступление в войну западных союзников в 1944 г. было раньше, чем начало ВОВ в 1941!

Год за годом подобными парадами Путин готовил идеологическую почву для украинской войны. Украинский президент В. Зеленский в своём выступлении по поводу европейского Дня памяти 8 мая чётко сформулировал: (3) *«Jahr für Jahr hat Putin mit solcherart Paraden ideologisch den Boden für den Ukrainekrieg bereitet. Der ukrainische Präsident Selenskyj brachte es in seiner Ansprache anlässlich des europäischen Gedenktages am 8. Mai auf den Punkt: Über die Gräuel der Nazis redet mit Putin einer, der Massengräber in Butscha ausheben*

ließ. Über die Blockade Leningrads redet einer, der die Blockade Mariupols anordnete. Während der Krenlchef seine Ansprache hält und behauptet, das „ganze Land“ unterstütze die „Kämpfer der Spezial-Militäroperation“, beschießt seine Armee die Ukraine trotz eines verkündeten dreitägigen Waffenstillstands ...» [SDZ, 10.06.2025, S. 9] ‘Об ужасах нацизма говорит Путин, который приказал раскопать массовые захоронения в БУЧЕ. О блокаде Ленинграда говорит тот, кто приказал блокаду Мариуполя. В то время как кремлёвский шеф держит речь и утверждает, что «вся страна» поддерживает «бойцов СВО», его армия обстреливает Украину, несмотря на объявленное трёхдневное перемирие’.

Здесь в диффамирующие кавычки заключены два словосочетания: «вся страна» и «бойцы СВО». Западные «партнёры» стараются не замечать того, что абсолютное большинство россиян поддерживает бойцов СВО, которые сражаются на переднем крае с возрождённым евронацизмом. А мантра о Буче, где киевский режим с помощью постановочной акции попытался обвинить Россию в уничтожении местного населения, повторяется в немецких СМИ с завидной регулярностью. При этом украино-европейское враньё просто зашкаливает – сначала заявили о 27 погибших, потом о 419, а в последних публикациях уже появилась цифра более 500, и это на одном квартале! Необходимо напомнить, что французский журналист А. Боке, случайно заснял *после ухода русских улицу* в Буче, на которой якобы лежали «сотни трупов». На улице никого не было. После того, как во Франции по недосмотру официальных властей по одному из каналов показали эту видеозапись, на Боке было совершено покушение. Он выжил и уехал в Россию, где получил гражданство.

(4) *«Aus seiner Sicht betreibt Putin aber keinen Revisionismus – das machen andere aber sehr wohl. Wie Europäer, die in den letzten anderthalb Jahrzehnten erkannt haben: faschistische und kommunistische Diktaturen haben mehr Gemeinsamkeit als Unterschiede. Die Osteuropäer haben nach der Nazi-Okkupation jahrzehntelang unter sowjetischer Besatzung gelitten. Für sie wurde Putins „Tag des Sieges“ zum Tag neuer Unfreiheit. Für sie gibt es wenig zu feiern. Putin betrachtet das als Affront, geradezu eine „Rehabilitierung von Nazismus“. Wer einen prowestlichen Kurs fährt, weg aus dem russischen Orbit, wer es wagt, Moskau für die Sowjetbesatzung seiner Heimat zu kritisieren, der ist ein Nazi» [SDZ, 10.06.2025, S. 9] ‘С точки зрения Путина он не занимается ревизионизмом, это в полной мере делают другие. Как европейцы, которые в последние полтора десятка лет осознали: фашистская и коммунистическая диктатуры имеют больше сходства, чем различий. Восточные европейцы после нацистской оккупации десятилетия страдали под советской оккупацией,*

для них путинский «День Победы» стал днём новой несвободы. У них мало повода праздновать. Путин рассматривает это как оскорбление, как «реабилитацию нацизма». Кто идёт прозападным курсом, выходит из советской орбиты, кто отваживается критиковать Москву за советскую оккупацию, тот нацист’.

День Победы назван в публикации «днём новой несвободы», кроме того, авторы посчитали, что для западного непритязательного читателя дополнительны носителем негативной оценочности будет определение путинский.

III. Политлингвистическое направление

Нельзя не упомянуть и такое явление вербального аспекта информационной войны как ЛИНГВО-ПОЛИТИЧЕСКОЕ ДВОЕМЫСЛИЕ. Яркий пример этой технологии находим в выступлении канцлера ФРГ Ф. Мерца в его комментарии нападения Израиля на Иран: «*Israel macht für uns die „Drecksarbeit“ ... und hilft Trump jetzt gegen die Mullahs?*» [BILD, 18.06.2025, S. 2] ‘Израиль делает за нас «грязную» работу в Иране ... и поможет ли теперь Трамп против мулл?’ (см. фото 5).



Фото 5. Выступлении канцлера ФРГ Ф. Мерца

Особо следует выделить комментарий этого высказывания Мерца в колонке штатного русофоба таблоида БИЛЬД Филиппа Пиятова (MERZ’ „Drecksarbeit” – Satz ist historisch /Kommentar von Philipp Piatov/).

(5) Israel mache „die Drecksarbeit für uns alle“. Der Iran bringe „Zerstörung über die Welt“. Israels Armee verdiene „größten Respekt“. Diese Sätze des Bundeskanzlers sind mutig. Nicht nur, weil sie wahr sind. Sondern, weil Merz eine Wahrheit ausspricht, die viele nicht hören wollen. Viele in Deutschland haben sich abgewöhnt, das Richtige zu tun. Was offensichtlich falsch war, wurde schönegeredet. Kanzlerin Merkel öffnete feierlich Gas-Pipelines und füllte Putins Kriegskassen. SPD-Außenminister wie Steinmeier und Gabriel wollten Geschäfte mit Mullahs machen, mit denen Teheran seine Terroristen finanzierte.

Hoffentlich sind die Zeiten des Selbstbetrugs für immer vorbei. Doch dafür muss Deutschland

lernen, die „Drecksarbeit“ selbst zu machen. Nicht nur militärisch, sondern auch politisch ... [BILD, 19.06.2025, S. 2] ‘Израиль делает грязную (дрянную) работу за нас всех. Иран приносит «миру разрушение». Израильская армия заслуживает «величайшего уважения».

Эти высказывания федерального канцлера мужественны. Не только потому, что они правда. А потому, что Мерц говорит правду, которую многие не хотят слышать. Многие в Германии отвыкли делать правильное. То, что очевидно было неправильным, приукрашивалось. Канцлер(ша) Меркель празднично открыла газопроводы и наполняла военные кассы Путина. Министры иностранных дел от СДПГ Штайнмайер и Габриель хотели делать с муллами бизнес, которым Тегеран финансировал своих террористов.

Надеемся, что времена самообмана навсегда прошли. Но для этого Германия должна научиться сама делать грязную (дрянную) работу. Не только военную, но и политическую ...’ (см. фото 6).



Фото 6. Комментарий Филиппа Пиятова
MERZ' „Drecksarbeit“ – Satz ist historisch /Kommentar von Philipp Piatov/

Разумное разъяснение о происхождении терминологического словосочетания «Drecksarbeit machen» в языке политики находим в статье периферийного немецкого издания «Overton-magazin»: (6) *NAZISPRACHE. 27 Millionen Menschen wurden infolge des deutschen Angriffskrieges in der Sowjetunion getötet – die überwiegende Mehrheit unter ihnen Zivilisten. Wer glaubt, die gescheiterte Ostexpansion des Dritten Reiches gehöre zu einem abgeschlossenen Kapitel der deutschen Geschichte, der muss sich in diesen Tagen die Augen reiben ... Vor wenigen Tagen hat der deutsche Bundeskanzler Friedrich Merz in Bezug auf den Angriffskrieg Israels gegen Iran gesagt, dass Israel für uns die „Drecksarbeit“ mache. Das ist nicht nur die Sprache des Krieges. Es ist die Sprache des Dritten Reiches. Es ist Nazisprache – das Töten von Zivilisten als Drecksarbeit bezeichnet. Eine Arbeit, bei der man froh ist, dass andere sie übernehmen, weil man sich dadurch die Hände dreckig macht* [Overton Magazin, 22.

Juni, 2025] **НАЦИСТСКИЙ ЯЗЫК.** 27 миллионов людей были убиты в результате немецкой агрессии против Советского союза – большинство из них гражданские. Тот, кто верит, что провалившаяся экспансия на Восток Третьего рейха относится к завершённой главе немецкой истории, тот должен в эти дни разуть глаза ... Несколько дней тому назад немецкий федеральный канцлер Фридрих Мерц сказал по поводу израильской агрессивной войны против Ирана, что Израиль делает за нас «грязную (дрянную) работу». Это язык войны. Это язык Третьего рейха. Это язык нацистов – который убийству гражданских называет «грязной (дерьмовой) работой». Такая работа, когда радуешься, что её сделают другие, потому что при её выполнении руки в дерьме’.

Мерц открыто употребил зловеший термин Третьего рейха «Drecksarbeit machen», что, однако не вызвало возмущения мейнстримовских СМИ ФРГ и требования наказания для него. А вот другой пример, из дебатов на ТВ – политика правящей ныне ХДС (CDU) Фойгта и одного из ведущих политиков партии АДГ (AfD) Хёкке:

(7) *«Ganz schwache Momente hatte Höcke, als er gefragt wurde, warum ausgerechnet er – der Geschichtslehrer – die SA-Parole „Alles für Deutschland“ ausgerufen habe? Ob er nicht wisse, dass das die zentrale Losung von Hitlers SA war – und verboten? Höcke heuchelte, es sei doch ein „Allerweltspruch“, er habe „nicht gewusst, dass das verboten war“. Unglaublich! Das dicke Ende: Der AFD-Mann lobte Putin als „rationalen Mann“, der den Frieden wolle»* [BILD, 6.07.2024, S. 2] ‘Абсолютно слабые моменты были у Хёкке, когда его спрашивали, почему именно он, учитель истории, провозгласил лозунг СА «Всё для Германии»? Разве он не знал, что это был основной лозунг СА Гитлера, запрещённый? Хёкке лицемерил – это ничего не говорящее изречение», он «не знал», что это запрещено». Неправдоподобно!». И вишенка на торте: Член партии АДГ похвалил Путина, назвав его «рациональным человеком», который хотел бы мира»’ (см. фото 7).



Фото 7. Дебаты на ТВ – правящей партии ХДС и ведущего политика партии АДГ

В данном случае наблюдаем классический пример «политлингвистического двоемыслия». Когда выражающий мнение евроатлантической элиты проамериканский

русофоб канцлер Ф. Мерц осознанно употребляет значительно более жёсткое нацистское словосочетание, фактически оправдывающее геноцид мирного населения, это воспринимается западными СМИ с восторгом – это «исторический факт ...» (как пишет таблоид БИЛЬД, самая читаемая газета в Европе).

А вот представитель оппозиционной партии АДГ, употребивший явно (как он сам признал «по незнанию») более безобидный слоган Третьего рейха, мгновенно был подвергнут остракизму.

В этой связи уместно напомнить об ещё одном примере такого двоемыслия. В ФРГ законодательно запрещён нацистский слоган „*Sieg heil!*“ Его публичное употребление уголовно наказуемо.

А вот его украинскую кальку «Слава Украине» регулярно можно услышать из уст практически всех евроатлантических политиков (его неоднократно публично употребляли фон дер Ляйен (ФРГ, ЕС), Л. Остин (США), П. Трюдо (Канада), Э. Эрдоган (Турция), О. Шольц (ФРГ), как например, в статье: (8) «*OSTREISE MIT BLICK NACH WESTEN: Der Kanzler ist nach Kiew gefahren. Er sagt der Ukraine weitere Hilfe zu. Was wird Trump tun? Man will versuchen, auch in Washington diese Botschaft zu platzieren. Als Scholz bei der Pressekonferenz zu diesem Punkt kommt, sagt er sogar auf Englisch, dass nicht über die Ukraine ohne sie entscheiden dürfte. Als sollte auch Trump ihn verstehen. Selenskyj und Scholz enden schließlich ihre Redebeiträge wieder einheitlich: Slawa Ukraini*» [FAZ, 3.12.2024, S. 3]. 'ПОЕЗДКА НА ВОСТОК С ОГЛЯДКОЙ НА ЗАПАД. Канцлер поехал в Киев. Он обещает продолжать оказывать помощь Украине. Что будет делать Трамп?'» официальной проправительственной газеты FAZ читаем: «Хотят попытаться, чтобы это послание дошло также и до Вашингтона. Когда Шольц на пресс-конференции доходит до этого пункта, он говорит даже на английском, что нельзя принимать решение по Украине без Украины. Как будто также и Трамп должен был его понять. Зеленский и Шольц заканчивают свои выступления опять единодушно: Слава Украине'.

Это абсолютно не смущает лидеров «свободного» (от чего?) мира, которые якобы активно выступают против нацизма. Для них нацизм существует в двух ипостасях: плохой и хороший. Последний даже и не нацизм, а что тогда?

Заключение

Дезинформация в ведущих немецких СМИ осуществляется в значительной степени за счёт тенденциозного применения языка. В отличие от манипуляции фактами, вербальная манипуляция как бы вторична, т. е. не подменяет сами факты, а в результате

искажённого описания меняет их оценочную характеристику.

Пропагандистская атака на Россию в соответствующих СМИ реализуется с использованием самых различных медийных вербальных технологий. В информационной войне можно выделить ряд направлений, по которым осуществляется медийное наступление:

Лексическое направление является основной вербальной технологией в информационной войне, которую ведут против России западные СМИ. Оно реализуется за счёт применения дискредитирующей (диффамирующей) лексики, а самым жёстким (стержневым) вариантом её можно считать *политическую стигматизацию*, т. е. навешивание диффамирующего ярлыка (без реальной доказательной базы) на неудобного политика для создания негативного стереотипа в общественном сознании.

Орфографическое направление – практикуется использование даже «безобидных кавычек», когда автор считает, что данная форма не соответствует содержанию. Фактически кавычки выполняют аксиологическую функцию и показывают негативно-критическое отношение автора к способу выражения соответствующего понятия.

Лингво-политическое двоемыслие как вариант политлингвистического направления – когда политик, выражающий общее мнение евроатлантической элиты может позволить себе намеренно употреблять нацистский слоган и получать за это одобрение и аплодисменты, а не системный оппозиционный политик, употребивший (по незнанию) значительно более безобидный слоган языка Третьего рейха, мгновенно подвергается остракизму.

Приведёнными технологиями конечно не ограничивается весь обширный арсенал вербальных средств ведения информационной войны против России в немецких СМИ. Однако рамки небольшого исследования не позволяют предложить анализ других информационно-технологических изобретений западных специалистов по информационной войне в СМИ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Голодов А. Г. Война против России в немецкой массовой прессе. Рязань, 2019. 195 с.
2. Голодов А. Г. Вербальные технологии информационной войны. Политическая стигматизация (на материале немецкой массовой прессы). Рязань – Горловка, 2020. 322 с.
3. Голодов А. Г. Политическая стигматизация как вербальная технология информационной войны (на материале немецкой массовой прессы) // *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. Донецк, 2021. Т. 17. Вып. 1 (51). С. 5-13.
4. Голодов А. Г. Язык информационной войны (на материале языка немецкой массовой прессы). Рязань, 2015. 195 с.
5. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. Москва: Изд. «Флинта», Изд. «Наука», 2007. 254 с.
6. Grosz G. *Der perfekte Untertan*. Graz: Ares Verlag GmbH, 2024. 202 S.

7. Krüger U. *Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse*. Köln: Herbert von Halem Verlag, 2013. 291 S.
8. Lüders M. *Wer den Wind sät. Was westliche Politik im Orient anrichtet*. München: Verlag C.H. Beck, 2016. 175 S.
9. Menath J. *Moderne Propaganda. 80 Methoden der Meinungslenkung*. Hör-Grenzhausen: Hör-Grenzhausen: Verlag Zeitgeist, 2022. 153 S.
10. Sergijenko W. W. *Europas offene Wunde. Wie die EU beim Krieg in der Ukraine versagte*. Frankfurt / Main: Verlag fifty-fifty, 2020. 172 S.
11. Ulfkotte Udo. *Gekaufte Journalisten. Wie Politiker, Geheimdienste und Hochfinanz Deutschlands Massenmedien lenken*. Rottenburg: KOPP VERLAG, 2014. 336 S.
12. Ulfkotte Udo. *So lügen Journalisten. Der Kampf um Quoten und Auflagen*. München: Verlagsgruppe C. Bertelsmann GmbH, 2001. 416 S.

СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Внучка Гимmlера: журналистка телеканала ZDF назвала жителей ДНР «недочеловеками» // МирТесен. Доступ: <https://diletant-ik.mirtesen.ru/blog43653787652/Vnuchka-Gimmlera-zhurnalistka-telekanala-ZDF-nazvala-zhitelev-DN>. (дата обращения: 15.06.2025).
2. «„Drecksarbeit“ ist die Sprache des Dritten Reiches» // Overton Magazin. 22. Juni, 2025. Доступ: <https://overton-magazin.de/hintergrund/politik/drecksarbeit-istdie-sprache-des-dritten-reiches>. (дата обращения: 15.06.2025).
3. BamS. Hamburg, 19.02.2023, S. 5.
4. BILD. Hamburg, 6.07.2024, S. 2; 5.05.2025, S. 2; 18.06.2025, S. 2; 19.06.2025, S. 2.
5. Die WELT. Berlin, 10.05.2025, S. 10.
6. FAZ. Frankfurt am Main, 3.12.2024, S. 3.
7. SDZ. München, 10.06.2025, S. 9.

REFERENCES

1. Golodov, A. G. (2019). *Voyna protiv Rossii v nemetskoy massovoy presse* [War against Russia in German popular press]. Ryazan. (In Russ.).
2. Golodov, A. G. (2020). *Verbalnye tekhnologii informatsionnoy voyny. Polititsheskaya stigmatizatsiya (na materiale nemetskoy massovoy pressy)* [Verbal technologie of Information War. Political stigmatisation]. Ryazan-Gorlovka. (In Russ.).
3. Golodov, A. G. (2021). *Polititsheskaya stigmatizatsiya kak verbalnaya tekhnologiya informatsionnoy voyny (na materiale yazyka nemetskoy massovoy pressy)* [Political stigmatization as verbal technology of information war (based on German Mass media)]. In *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. Donetsk. Vol. 17. Iss. 1 (51). Pp. 5-13. (In Russ.).
4. Golodov, A. G. (2015). *Yazyk informatsionnoy voyny (na materiale yazyka nemetskoy massovoy pressy)* [The Language of Information War (based on German Mass media)]. Ryazan. (In Russ.).
5. Chudinov, A. P. (2007). *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics]. Moskva: Izd. «FlintA», Izd. «Nauka». (In Russ.).
6. Grosz, G. (2024). *Der perfekte Untertan*. Graz: Ares Verlag GmbH.
7. Krüger, U. (2013). *Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
8. Lüders, M. (2016). *Wer den Wind sät. Was westliche Politik im Orient anrichtet*. München: Verlag C.H. Beck.
9. Menath, J. (2022). *Moderne Propaganda. 80 Methoden der Meinungslenkung*. Hör-Grenzhausen: Hör-Grenzhausen: Verlag Zeitgeist.
10. Sergijenko, W. W. (2020). *Europas offene Wunde. Wie die EU beim Krieg in der*

Ukraine versagte. Frankfurt / Main: Verlag fifty-fifty.

11. Ulfkotte, Udo. (2014). *Gekaufte Journalisten. Wie Politiker, Geheimdienste und Hochfinanz Deutschlands Massenmedien lenken*. Rottenburg: KOPP VERLAG.

12. Ulfkotte, Udo. (2001). *So lügen Journalisten. Der Kampf um Quoten und Auflagen*. München: Verlagsgruppe C. Bertelsmann GmbH.

SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL

1. Vnuchka Gimmlera: zhurnalistka telekanala ZDF nazvala zhiteley DNR «nedochelovekami» [Himmler's granddaughter: ZDF journalist called the inhabitants of DPR subhumans]. In *MiRTesen*. Available at: <https://diletant-ik.mirtesen.ru/blog43653787652/Vnuchka-Gimmlera-zhurnalistka-telekanala-ZDF-nazvala-zhitelev-DN>. (accessed: 15.06.2025).

2. «„Drecksarbeit“ ist die Sprache des Dritten Reiches». In *Overton Magazin*. 22. Juni, 2025. Available at: <https://overton-magazin.de/hintergrund/politik/drecksarbeit-istdie-sprache-des-dritten-reiches>. (accessed: 15.06.2025).

3. *BamS*. Hamburg, 19.02.2023, S. 5.

4. *BILD*. Hamburg, 6.07.2024, S. 2; 5.05.2025, S. 2; 18.06.2025, S. 2; 19.06.2025, S. 2.

5. *Die WELT*. Berlin, 10.05.2025, S. 10.

6. *FAZ*. Frankfurt am Main, 3.12.2024, S. 3.

7. *SDZ*. München, 10.06.2025, S. 9.

Голодов Александр Георгиевич – доктор филологических наук, профессор, начальник Аналитического центра по исследованию технологий информационной войны и контрпропаганды (e-mail: a.golodoff@mail.ru), Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина» 390000, Рязань, Свободы, 46

Golodov Aleksandr G. – Doctor of Philology, Professor, Head of Analytic Center for Research Technology of Information War and Counterpropaganda (e-mail: a.golodoff@mail.ru), Federal State Funded Educational Institution of Higher Professional Education «Ryazan State University Named after S. Yesenin» 46, Svobody, Ryasan, 390000

Поступила в редакцию 20 июля 2025 г.

ЭТИМОЛОГИЯ ОБОЗНАЧЕНИЙ 'ТАЙНОГО, СКРЫТОГО' В ДРЕВНЕГЕРМАНСКИХ ЯЗЫКАХ

Статья посвящена этимологии лексем, обладающих семантикой 'тайного' в древнегерманских языках. В двух случаях значение 'скрывать' восстанавливается уже на индоевропейском уровне. У других основ оно развивается из значений 'реветь, бормотать', 'покрывать, закрывать', 'держат', 'клубиться, кружиться', 'сгибаться', 'лгать'. Рассматривается развитие значений 'скрывать', 'тайна' у этих основ в общегерманском, западногерманском и готоскандинавском ареале.

Ключевые слова: *этимология, древнегерманские языки, тайное, скрытое.*

ETYMOLOGY OF 'SECRET, HIDDEN' DENOTATIONS IN OLD GERMANIC LANGUAGES

The article focuses on the denotations of 'secret, hidden' in the Old Germanic languages and their Indo-European and Germanic Etymology. The meaning 'to hide' can be reconstructed in Indo-European or developed from the meanings 'to roar, mutter', 'to cover', 'to hold', 'to twirl', 'to bend', 'to lie'.

Key words: *etymology, Old Germanic languages, secret, hidden.*

Представления о тайном и скрытом в Средневековье представляют собой благодатную почву для исследований. Так, многие обращались к антропологической и социологической стороне вопроса, см. работы Р. Брандта [Brandt, 1997], П. фон Мооса [von Moos, 1997; von Moos, 2004; von Moos, 2007], Х.-Ю. Люзебринка [Lüsebrink, 1997]. Работы, посвященные тайне в германском Средневековье, однако, затрагивают только средний период, см. [Heiland, 2021; Wenzel, 1997; Wenzel, 1986]. Вопрос об обозначениях тайны в древнегерманских языках практически не поднимался в научной литературе. Исключение составляет список синонимов, приведенный в «Словаре индоевропейских синонимов» К. Бака [Buck, 1988: 850]. Представляется, однако, что индоевропейская и германская этимология основ, обладающих семантикой тайны в древнегерманских языках, может быть описана подробнее. Рассмотрим, как изменялось значение этих основ от индоевропейского языка к отдельным древнегерманским.

Для двух сохраняющихся в древнегерманских языках основ значение 'скрывать' восстанавливается уже в индоевропейском. Наиболее распространенной была, вероятно, основа и.-е. **kel-* 'закутывание', 'покрыв', 'оболочка', 'убежище', 'тайное место' [Pokorny, 1959: 553]. Лабиальное расширение корня в греческом языке даст глагольную основу *καλύπτω* 'окутывать, обертывать', 'прятать', представленную в имени *Καλυψώ*

‘Калипсо’ (букв. ‘та, которая скрывает’), а также существительные *καλύβη* ‘защита’, ‘покровительство’, *κέλυφος* ‘оболочка’, ‘шелуха, кожура’ [Pokorny, 1959: 553; Beekes, 2010: 628]. К и.-е. **kel-* восходит и лат. *occulō, -ere* ‘скрывать’ из **cēlō*, а также глагол с продленной ступенью лат. *cēlō, -āre* ‘скрывать’. От нулевой ступени происходит наречие *clam* ‘тайно’ и прилагательное *clandestīnus* ‘тайный’. Похожую картину можно наблюдать и в кельтских языках: дирл. *celim* ‘скрывать’, кимрск. *celu* ‘скрывать’, дирл. *cuile* ‘кладовая’, ‘кухня’, сирл. *cul* ‘защита’, *culaid* ‘оболочка’ [Pokorny, 1959: 553; Walde, Hofmann, 1938: 195-196]. Наиболее продуктивна основа **kel-* в германском ареале. В большинстве германских языков для древнего и среднего периода можно определить восходящий к и.-е. **kel-* глагол как один из основных глаголов со значением ‘скрывать, прятать’: двн. *helan*, свн. *hēln*, нем. *hehlen, verhehlen*, да. *helan*, снн. *helen*, дфриз. *hela* ‘скрывать, прятать’. Сохраняются также лексемы с продленной ступенью: двн. *hāla*, свн. *hæle* ‘сокрытие’, ди. *hæli* ‘укрытие’, двн. *hāli* ‘скрытый’ [Pokorny, 1959: 553-554; Kluge, 1963: 296].

В германских языках к и.-е. **kel-* восходят лексемы, обозначающие подземный мир, мир мертвых (как в языческой, так и в христианской традиции) и связанная с ним мифологема: гот. *halja*, двн. *hella*, дс. *hellia*, да. *hell* ‘подземный, скрытый мир’, ‘ад’, ди. *hel* ‘царство мертвых, Хель’ из о/г **halja-*, и.-е. **koljo-* [Pokorny, 1959: 554]. Германская основа **hēl-* также входила в состав композитов, обозначающих волшебные предметы, помогающие человеку стать невидимым: двн. *helothelm*, дс. *heliðhelm*, ди. *huliðshjálmr, hulinsjálmr* ‘шлем, делающий невидимым’ [Fox, 2009: 141; Sahm, 2014: 99-100].

Значение ‘скрывать’ восстанавливается в индоевропейском и у основы **bherǵh-* ‘скрывать’, ‘сохранять’, ‘беречь’, получившей наибольшее распространение в славянском и германском ареалах. В славянских языках значение ‘скрывать, прятать’ не прослеживается, на первый план выходит значение ‘беречь’: ст.-слав. *brěgo, brěšti* ‘заботиться’ в *nebrěšti* ‘забывать что-то’, ‘чем-то пренебрегать’, русск. *беречь* [Pokorny, 1959: 145]. В германских языках лексема, восходящая к и.-е. **bherǵh-*, сохраняется в древний и средний период, а также может сохраняться в современном языке: гот. *bairgan* ‘прятать’, ‘оберегать’, ди. *bjarga*, шв. *berga*, да. *beorgan*, са. *berwen*, двн. *bergan*, свн. *bergen*, нем. *verbergen*, снн. *berghen*, нл. *bergen*, дс. *gibergan* ‘прятать’, ‘беречь’ [Pokorny, 1959: 145; Kluge, 1963: 66]. Другая огласовка корня в германских языках дает да. *byrgan* ‘хоронить’, ‘погребать’, *byrgen* (**burgiznō*), *byrgels*, ди. *burgisli* ‘погребение’, да. *borgian* ‘защищать’, ‘оберегать’ и двн. *bor(a)gen* ‘прятаться’, ‘уйти в безопасное место’, ‘быть осторожным’, ‘беречь’, ‘доверять’, ‘брать взаймы’, ‘давать в долг’ [Pokorny, 1959: 145].

В германских и кельтских языках обозначение тайны даст и.-е. **reu-*, **rēu-*, **rū-*

'реветь', 'бормотать': о/г **rūnō*, двн. *rūna*, свн. *rūne* 'тайное обсуждение, тайная речь, тайна, шепот', дс. *rūna*, да. *rūn* 'тайное обсуждение, письменный знак', ди. *rún* 'тайна, письменный знак', гот. *rūna* 'тайна, решение', а также производные двн. *girūni* 'мистерия, религиозное таинство', дс. *girūni*, да. *(ge)rūne* 'тайна', гот. *garūni* 'обсуждение', дирл. *rūn*, кимрск. *rhin* 'тайна', ср. двн. *rūnen*, свн. *rūnen*, *rounen*, нн. *raunen* 'шептать, втайне говорить', дс. *rūnon*, снн., снл. *rūnen*, нл. *ruinen* 'бормотать, шептать', да. *rūnian* 'шептать', англ. *to round* 'шептать', ди. *rūna* 'доверительно общаться, заниматься руническим искусством', свн. *rienen* 'кричать, жаловаться, упрасивать', да. *rēonian* 'жаловаться, ворчать, клясться', дринд. *rāuti*, *ruvāti* 'ревет, кричит', гр. *ὠρέεσθαι* 'выть, громко причитать', лат. *rūmor* 'приглушенный звук, молва, толки', праслав. *ruti*, *řuti*, русск. *реветь* [de Vries, 1962: 453; Lehmann, 1986: 288; Pokorny, 1959: 867].

В древнеисландском языке существовала также форма мн. ч. *rúnor*, которая, вероятно, наряду со значением 'тайная речь' имела развившееся позже значение 'руны' [Schulte, 2024: 252]. Предполагается, что о/г **rūnō* имело значение 'таинственный шепот, бормотание' и обозначало заклинание, а не рунический символ [Güntert, 1921: 41]. Интересно, в немецком языке этот корень входит в состав композита, обозначающего фантастическое существо – *альрауна* (нем. *Alraun*, *Alraune*): двн. *alrūn* (м. р.) и *alrūna* (ж. р.), свн. *alrūn* (м. р.) / *alrūne* (ж. р.), снн. *alrūne*, снл. *alrune*, нл. *alruin* [Hoops, 1918-1919: 70].

Значение 'скрывать' развивается только в германских языках из 'покрывать, закрывать' у индоевропейской основы **pel-* 'закрывать, покрывать', 'кожа', 'мех', 'ткань', 'одежда', **pel-no-*, **pel-men-* 'кожа', **pel-to-* 'оболочка', ср.: гр. *πέλας* 'кожа', *πάλλι* 'легкий щит (предположительно, сделанный из кожи)', лат. *palla* 'длинная часть женской верхней одежды', 'занавес', *pallium* 'покрывало'; дс. *filmene* 'кожа', да. *filmen* 'кожица'. Расширение корня с формантом *-k* в германских языках дает основу **felh-* 'укрывать, покрывать': гот. *filhan* 'укрывать', 'хоронить', также с приставками **afilhan* 'скрывать', *gafilhan*, *usfilhan* 'скрывать', погребать', **ga-filh*, **us-filh* 'погребение', **fulhsni* 'тайна' ди. *fela* 'прятать', 'передавать', да. *fēolan* 'прикрепляться к чему-то', 'входить во что-то', гот. *fulgins*, ди. *folgenn* 'спрятанный', также с приставкой да. *befēolan*, двн. *bifel(a)han*, свн. *bevelhan*, нем. *befehlen* 'приказывать', *empfehlen* 'рекомендовать, советовать' [Pokorny, 1959: 803; Lehmann, 1986: 115].

Только в западногерманском ареале значение 'скрывать' последовательно реализуется у индоевропейской основы **dher-*, *dherə-* 'держат, удерживать', 'подпирать', ср. дринд. *dhar-* 'держат, обрести', в пассивном значении 'быть скрытым (на стороне), вести себя спокойно', авест. *dar-* 'держат, скрывать', дринд. *dharūṇa-* 'держатый,

защищающий'; 'основание, опора', *dhāraṇa-* 'державший'; 'сдерживание, сокрытие чего-либо', авест. *dārana-* 'средство для сокрытия чего-либо', дриид. *dhārma-* 'устав, обычай, право, закон' [Pokorny, 1959: 252-253]. Изначальным значением, вероятно, было 'собираться вместе и уединяться' или же 'державть закрытым так, чтобы чего-то не было видно', ср.: нл. *bedaren* 'стихнуть, успокоиться' (о погоде, например, о ветре) [Pokorny, 1959: 252-253]. К основе **dher-*, *dherə-* восходят прилагательные дс. *derni*, да. *dierne*, са. *derne* 'тайный, скрытый', двн. *tarni* 'скрытый', 'невидимый'. Уже от прилагательного в древневерхненемецком и древнеанглийском был образован глагол *tarnen*, свн. *tarnen*, нем. *tarnen* 'покрывать, накрывать чем-то', 'прятать', да. *darian* 'скрывать, прятать', 'быть неизвестным' [Pokorny, 1959: 253; Kluge, 1963: 771].

Основа и.-е. **dheu-*, *dheu-* 'клубиться', 'рассеиваться', 'кружиться'; 'веять, дуть'; 'дыхание, вздох'; 'дымиться, выделять испарения'; 'бушевать' (о ветре); 'повергать в кругообразное движение' также дает обозначения тайного и скрытого только в западногерманских языках: двн. *tugot* 'пестрый', *tougen* 'темный', 'скрытый', 'таинственный', 'чудесный', свн. *tougen* 'скрытый', 'тайный' дс. *dōgalmussi* 'тайна', 'убежище', 'укрытие' да. *dēagol*, *dēagle* 'тайно' са. *digol* 'тайный', двн. *tougal* 'темный', 'скрытый', 'тайный', да. *dēag* 'цвет', *dēagian*, англ. *dye* 'красить' [Pokorny, 1959: 261, 265]. В древнеанглийском языке *dēagol* употреблялось существенно чаще, чем *dierne*. Впрочем, эти прилагательные были близки по значению и часто составляли аллитерационную формулу. Среднеанглийское *digol*, однако, встречается очень редко и полностью выходит из употребления в XIII в. [Schaefer, 2021: 326].

На периферии в древнегерманских языках остаются лексемы, восходящие к и.-е. **leud-* 'сгибаться', 'согнутый, маленький', 'нагибаться перед кем-то, лицемерить', ср. дс. *luttil* 'маленький, жалкий', двн. *luzil*, *luzzil*, *liuzil*, свн. *lützel*, да. *lytel*, англ. *little* 'маленький', дрпрусск. *laustinti* 'скромный', лит. *liūdnas* 'печальный', *liūsti* 'становиться грустным, опечаленным', цслав. *ludъ* 'неразумный', русск. *луд* 'шут', *лудить* 'обманывать, вводить в заблуждение', чешск. *ludar* 'обманщик' [Pokorny, 1959: 684; Lehmann, 1989: 236]. Аористо-презентный глагол, восходящий к корню о/г **lūt-*, сохраняется только в древнеанглийском и древнеисландском языках: да. *lūton*, англ. *lout*, ди. *lúta* 'сгибаться, кланяться' [Kluge, 1963: 427]. Семантику сокрытия исключительно в западногерманских языках реализует образованный от него слабый глагол с характерным для интенсивов *ū* в корне: да. *lūtian*, двн. *lūzen*, свн. *lūzen* 'быть спрятанным', рнвн. *lauzen*, *lauszen* 'сторожить, подкарауливать', 'ждать' 'подстергать'. Значение 'быть спрятанным' интерпретируют как 'наклониться и оставаться в таком положении' [Kluge, 1963: 427;

Wissmann, 1932: 141]. В древневерхненемецком языке также встречается слабый глагол *losken* из о/г **lut-sk-*, свн. *loschen* 'быть скрытым, спрятанным' [Kluge, 1963: 427].

Следует рассмотреть также корень и.-е. **leugh-* 'лгать', нормальная ступень которого дает в германских языках сильный глагол с тем же значением: о/г **leugan*, двн. *liogan*, свн. *liugen*, *liegen*, нем. *lügen*, дс. *liogan*, да. *lēogan*, англ. *to lie*, ди. *ljúga*, шв. *ljuga*, гот. *liugan*, ср. ст.-слав. *лъгати*, русск. *лгать*, ст.-слав. *лъѡа*, русск. *ложь*. Значение 'скрывать' появляется только в древнеисландском языке у восходящего к претеритальной ступени корня существительного ж. р. о/г **laugnō*, ди. *laun* 'укромность', 'сокрытие', 'отрицание', исл. *laun*, норв. *laun*, *løyn*, ср. двн. *lougna*, снн. *logenen* 'отрицание'. В готском языке засвидетельствованы прилагательное **analaugns* 'тайный', наречие *analaugniba* 'тайно', а также образованное от *analaugns* при помощи суффикса *-ein-* существительное **analaugnei* (только в форме дат. п. ед. ч.) 'сокрытие, тайна', ср.: да. *unliegne* 'несомненный' [Lehmann, 1986: 31; de Vries, 1962: 347]. От существительного был также образован слабый глагол о/г **laugnian*, ди. *leyna*, исл. *leyna*, норв. *løyna*, дшв. *löna* 'скрывать'. Помимо скандинавских языков, значение 'скрывать' зафиксировано только в са. *leinen*, *lainen*, ср. двн. *lougnen*, свн. *lougennen*, *lougen*, нем. *leugnen*, дс. *lōgnian*, да. *līgnan*, гот. *laugnjan* 'отрицать' [de Vries, 1962: 347].

Таким образом, все основы, с семантикой 'тайного, скрытого' в древнегерманских языках, имеют индоевропейскую этимологию. Только у основ и.-е. **kel-* и и.-е. **bhergh-*, однако, восстанавливается изначальное значение 'скрывать'. В германском и кельтском ареале семантика тайны развивается у основы и.-е. **reu-*, **rēu-*, **rū-*. Исключительно в германских языках появляется значение 'скрывать' у одного из расширений основы и.-е. **pel-*. В трех случаях – и.-е. **dher-*, *dherə-*, и.-е. **dheu-*, *dheuə-* и и.-е. **leud-* – можно говорить о развитиях семантики тайны только в западногерманском ареале. Следует подчеркнуть, что лексемы, восходящие к производным этих основ, практически не сохраняются в современных западногерманских языках. Наконец, только производная от и.-е. **leugh-* основа дает лексемы, обладающие семантикой тайного, в готоскандинавском ареале.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Brandt R. ...hic stupris incumbere non petrimescit publice. Heimlichkeit zum Schutz sozialer Konformität im Mittelalter // A. Assmann, J. Assmann (Hrsg.) Schleier und Schwelle. Archäologie der literarischen Kommunikation V. Band 1. Geheimnis und Öffentlichkeit. München: Wilhelm Fink Verlag, 1997. S. 71-88.

2. Buck C. D. A dictionary of selected synonyms in the principal Indo-European languages: a contribution to the history of ideas with the cooperation of colleagues and assistants. Chicago/London: The University of Chicago Press, 1988. 416 p.
3. Fox M. Feðerhama and hæleðhelm. The Equipment of Devils // A. E. Christa Canitz (ed.). Florilegium. 2009. Vol. 26. P. 131-57.
4. Güntert H. Von der Sprache der Götter und Geister. Bedeutungsgeschichtliche Untersuchungen zur homerischen und eddischen Göttersprache. Halle: Verlag von Max Niemeyer, 1921. 183 S.
5. Heiland S. Der verborgene Blick ins Herz. Sehen und Mitleiden im 'Iwein' und 'Armen Heinrich' Hartmanns von Aue // S. Conermann, H. Wolter-von dem Knesebeck, M. Quiring (Hrsg.) Geheimnis und Verborgenes im Mittelalter. Funktion, Wirkung und Spannungsfelder von okkultem Wissen, verborgenen Räumen und magischen Gegenständen. Berlin/Boston: De Gruyter, 2021. S. 373-392.
6. Hoops J. Reallexikon der Germanischen Altertumskunde. Straßburg: Verlag von Karl J. Trübner, 1918-1919. Bd. I. 604 S.
7. Lüsebrink H.-J. Öffentlichkeit / Privatheit / Geheimnis – begriffshistorische und kulturanthropologische Überlegungen // A. Assmann, J. Assmann (Hrsg.) Schleier und Schwelle. Archäologie der literarischen Kommunikation V. Bd. 1. Geheimnis und Öffentlichkeit. München: Wilhelm Fink Verlag, 1997. S. 111-123.
8. Von Moos P. «Herzenseheimnisse» (oculta cordis). Selbstbewahrung und Selbstentblößung im Mittelalter // A. Assmann, J. Assmann (Hrsg.) Schleier und Schwelle. Archäologie der literarischen Kommunikation V. Band 1. Geheimnis und Öffentlichkeit. München: Wilhelm Fink Verlag, 1997. S. 89-109.
9. Von Moos P. Öffentliches und Privates, Gemeinsames und Eigenes. Münster: Lit Verlag, 2007. 485 S.
10. Von Moos P. 'Öffentlich' und 'Privat' im Mittelalter. Zu einem Problem historischer Begriffsbildung. Heidelberg: Universitätsverlag Winter GmbH, 2004. 107 S.
11. Sahn H. Fate and God, Gallows and Cross, Sword and Spear. The Variation of Counterconcepts as Part of the Poetic Diction in the Old Saxon Heliand // V. Millet, H. Sahn (ed.) Narration and Hero. Recounting the Deeds of Heroes in Literature and Art of Early Medieval Period. Berlin / Boston: De Gruyter, 2014. P. 95-112.
12. Schaefer, U. Verborgenes im Altenglischen. Lexikalische Anmerkungen zu einer kognitiven Metapher // S. Conermann, H. Wolter-von dem Knesebeck, M. Quiring (Hrsg.) Geheimnis und Verborgenes im Mittelalter. Funktion, Wirkung und Spannungsfelder von okkultem Wissen, verborgenen Räumen und magischen Gegenständen. Berlin/Boston: De Gruyter, 2021. S. 321-338.
13. Schulte, M. Nochmals zum Runenwort urnordisch rünō-: Ein Beitrag zur Periodisierung des Urnordischen // Beiträge zur Geschichte der deutschen Sprache und Literatur. 2024. Bd. 146. S. 237-258.
14. Wenzel H. Öffentlichkeit und Heimlichkeit in Gottfrieds 'Tristan' // Höfische Representation. Symbolische Kommunikation und Literatur im Mittelalter. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 2005. S. 60-85.
15. Wenzel H. Ze hove und ze holze – offenlich und tougen. Zur Darstellung und Deutung des Unhöfischen in der höfischen Epik und im Nibelungenlied // Höfische Literatur, Hofgesellschaft, höfische Lebensformen um 1200. Düsseldorf: Droste Verlag, 1986. S. 277-299.
16. Wissmann W. Nomina postverbalia in den altgermanischen Sprachen nebst einer Voruntersuchung über deverbative *ō*-Verba. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1932. 127 S.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ

1. Beekes R. S. P. *Etymological Dictionary of Greek* / by Robert Beekes; with the assistance of Lucien van Beek. Leiden / Boston: Brill, 2010. Vol. I. 1808 S.
2. Kluge F. *Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache*. 19. Auflage. Bearbeitet von Walther Mitzka. Berlin: Walter de Gruyter & Co, 1963. 915 S.
3. Lehmann W. P. *A Gothic Etymological Dictionary*. Based on the 3d ed. of *Vergleichendes Wörterbuch der gotischen Sprache* by Sigmund Feist. Leiden: E. J. Brill, 1986. 712 S.
4. Pokorny J. *Indogermanisches etymologisches Wörterbuch*. Bern / München: A. Francke AG Verlag, 1959. Bd I-II. 1183 S.
5. Vries J. de. *Altnordisches etymologisches Wörterbuch*. Leiden: E. J. Brill, 1962. 689 S.
6. Walde A., Hofmann J. B. *Lateinisches Etymologisches Wörterbuch*. Heidelberg: Carl Winter's Universitätsbuchhandlung, 1938. 851 S.

REFERENCES

1. Brandt, R. (1997). ...hic stupris incumbere non petrimescit publice. Heimlichkeit zum Schutz sozialer Konformität im Mittelalter. In A. Assmann, J. Assmann (Hrsg.) *Schleier und Schwelle. Archäologie der literarischen Kommunikation V. Band 1. Geheimnis und Öffentlichkeit*. München: Wilhelm Fink Verlag. S. 71-88.
2. Buck, C. D. (1988). *A dictionary of selected synonyms in the principal Indo-European languages: a contribution to the history of ideas with the cooperation of colleagues and assistants*. Chicago / London: The University of Chicago Press.
3. Fox, M. (2009). Feðerhama and hæleðhelm. The Equipment of Devils. In A. E. Christa Canitz (ed.) *Florilegium*. Vol. 26. Pp. 131-57.
4. Güntert, H. (1921). *Von der Sprache der Götter und Geister. Bedeutungsgeschichtliche Untersuchungen zur homerischen und eddischen Göttersprache*. Halle: Verlag von Max Niemeyer.
5. Heiland, S. (2021). Der verborgene Blick ins Herz. Sehen und Mitleiden im 'Iwein' und 'Armen Heinrich' Hartmanns von Aue. In S. Conermann, H. Wolter-von dem Knesebeck, M. Quiering (Hrsg.) *Geheimnis und Verborgenes im Mittelalter. Funktion, Wirkung und Spannungsfelder von okkultem Wissen, verborgenen Räumen und magischen Gegenständen*. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 373-392.
6. Hoops, J. (1918-1919). *Reallexikon der Germanischen Altertumskunde*. Straßburg: Verlag von Karl J. Trübner. Bd. I.
7. Lüsebrink, H.-J. (1997). Öffentlichkeit / Privatheit / Geheimnis – begriffshistorische und kulturalanthropologische Überlegungen. In A. Assmann, J. Assmann (Hrsg.) *Schleier und Schwelle. Archäologie der literarischen Kommunikation V. Bd. 1. Geheimnis und Öffentlichkeit*. München: Wilhelm Fink Verlag. S. 111-123.
8. Von Moos, P. (1997). «Herzenseheimnisse» (occulta cordis). Selbstbewahrung und Selbstentblößung im Mittelalter. In A. Assmann, J. Assmann (Hrsg.) *Schleier und Schwelle. Archäologie der literarischen Kommunikation V. Band 1. Geheimnis und Öffentlichkeit*. München: Wilhelm Fink Verlag. S. 89-109.
9. Von Moos, P. (2007). *Öffentliches und Privates, Gemeinsames und Eigenes*. Münster: Lit Verlag.
10. Von Moos, P. (2004). *'Öffentlich' und 'Privat' im Mittelalter. Zu einem Problem historischer Begriffsbildung*. Heidelberg: Universitätsverlag Winter GmbH.
11. Sahn, H. (2014). Fate and God, Gallows and Cross, Sword and Spear. The Variation of Counterconcepts as Part of the Poetic Diction in the Old Saxon Heliand. In V. Millet, H. Sahn (ed.) *Narration and Hero. Recounting the Deeds of Heroes in Literature and Art of Early Medieval Period*. Berlin / Boston: De Gruyter. Pp. 95-112.
12. Schaefer, U. (2021). Verborgenes im Altenglischen. Lexikalische Anmerkungen zu einer kognitiven Metapher. In S. Conermann, H. Wolter-von dem Knesebeck, M. Quiering

(Hrsg.) *Geheimnis und Verborgenes im Mittelalter. Funktion, Wirkung und Spannungsfelder von okkultem Wissen, verborgenen Räumen und magischen Gegenständen*. Berlin / Boston: De Gruyter. S. 321-338.

13. Schulte, M. (2024). Nochmals zum Runenwort urnordisch rünō-: Ein Beitrag zur Periodisierung des Urnordischen. In *Beiträge zur Geschichte der deutschen Sprache und Literatur*. Bd. 146. S. 237-258.

14. Wenzel, H. (2005). Öffentlichkeit und Heimlichkeit in Gottfrieds 'Tristan'. In *Höfische Representation. Symbolische Kommunikation und Literatur im Mittelalter*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft. S. 60-85.

15. Wenzel, H. (1986). Ze hove und ze holze – offenlich und tougen. Zur Darstellung und Deutung des Unhöfischen in der höfischen Epik und im Nibelungenlied. In *Höfische Literatur, Hofgesellschaft, höfische Lebensformen um 1200*. Düsseldorf: Droste Verlag. S. 277-299.

16. Wissmann, W. (1932). *Nomina postverbalia in den altgermanischen Sprachen nebst einer Voruntersuchung über deverbative ö-Verba*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

LEXICOGRAPHIC SOURCES

1. Beekes, R. S. P. (2010). *Etymological Dictionary of Greek* / by Robert Beekes; with the assistance of Lucien van Beek. Leiden / Boston: Brill. Vol. I.

2. Kluge, F. (1963). *Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache*. 19. Auflage. Bearbeitet von Walther Mitzka. Berlin: Walter de Gruyter & Co.

3. Lehmann, W. P. (1986). *A Gothic Etymological Dictionary*. Based on the 3d ed. of Vergleichendes Wörterbuch der gotischen Sprache by Sigmund Feist. Leiden: E. J. Brill.

4. Pokorny, J. (1959). *Indogermanisches etymologisches Wörterbuch*. Bern / München: A. Francke AG Verlag. Bd I-II.

5. Vries, J. de (1962). *Altnordisches etymologisches Wörterbuch*. Leiden: E. J. Brill.

6. Walde, A., Hofmann, J. B. (1938) *Lateinisches Etymologisches Wörterbuch*. Heidelberg: Carl Winter's Universitätsbuchhandlung.

Головкова Александра Добрынична –
аспирант кафедры германской и кельтской
филологии
(e-mail: golovkovaad1609@gmail.com),
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
образования «Московский государственный
университет имени М. В. Ломоносова»
119991, Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 51

Golovkova Aleksandra D. – Postgraduate Student
of Germanic and Celtic Philology Department
(e-mail: golovkovaad1609@gmail.com),
Federal State Budgetary Educational Institution
of Higher Education «Lomonosov Moscow State
University»
1, Leninskie Gory, Moscow, 119991

Поступила в редакцию 20 мая 2025 г.

КОМПОЗИТЫ С ПЕРВЫМ КОМПОНЕНТОМ – ЕДИНИЦЕЙ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ПЕЙЗАЖ» В ЭДДИЧЕСКИХ ПЕСНЯХ О БОГАХ

Статья посвящена систематизации и анализу эддических композитов, первым компонентом которых являются единицы лексико-семантической группы «пейзаж». Рассмотрены словообразовательные модели и семантические типы данных композитов, определены их функции. Особое внимание уделено внутренней форме анализируемых композитов и различным теориям их этимологизации.

Ключевые слова: композиты, ландшафтная лексика, этимология, кеннинги, древнеисландский язык, «Старшая Эдда».

COMPOUNDS WITH THE FIRST MEMBER RELATED TO THE LEXICAL-SEMANTIC GROUP «LANDSCAPE» IN THE MYTHOLOGICAL EDDIC POEMS

The article addresses the systematization and analysis of the eddic compounds with the first members relating to the lexical-semantic group «landscape». The word formation types and semantic types of the compounds have been considered and their functions have been defined. Special attention is paid to the inner form of the words and different etymological theories.

Key words: compounds, landscape words, etymology, kennings, Old Icelandic language, Poetic Edda.

1. Введение. Словообразование в германских языках издревле является продуктивной словообразовательной моделью, композиты широко распространены как в древнегерманских прозаических памятниках, так и в поэзии [Гухман, 1963: 109-110]. Например, в древнеисландской «Старшей Эдде» очень многие кеннинги – перифразы существительных обычной речи – представляют собой сложные слова, а не сочетания двух свободностоящих лексем [Стеблин-Каменский, 2003]. В связи с продуктивностью словообразования изучение композитов в древних и современных германских языках является **актуальной** темой лингвистических исследований. Интересным и перспективным представляется изучение эддических композитов, объединенных общей тематикой и/или имеющих общий компонент. В 2017 г. при университете Осло была защищена магистерская диссертация, посвященная туле карликов в «Прорицании вёльвы». Рассуждая о значении перечисленных в этом перечне имен-композитов со спорной этимологией, автор работы регулярно приводит и анализирует сложные слова с предположительно теми же компонентами [Scheuer, 2017]. Отечественный исследователь

Т. В. Топорова, изучая эпическое обозначение и персонификацию загробного мира в «Старшей Эдде» *hel*, уделяет особое внимание композитам, в состав которых это слово входит в качестве первого или второго компонента, в мифологических и героических песнях [Топорова, 2022].

В настоящей статье подробно рассматриваются древнеисландские композиты, первым элементом которых являются слова, относящиеся к лексико-семантической группе (далее – ЛСГ) «пейзаж». Поиски таких композитов проводились в песнях о богах «Старшей Эдды» в издании «Эддические песни: Эдда Сэмунда» под редакцией Гюдни Йоунссона [Guðni Jónsson, 1949]. Всего было выделено двенадцать двучленных композитов, все они представляют собой образования по типу «существительное + существительное». Именно эта модель являлась центральной в области именного словосложения [Гухман, 1963: 114].

Древнеисландские композиты с точки зрения формы можно разделить на три основных типа в зависимости от того, в каком виде выступает их первый компонент: 1. композиты, первый компонент которых – чистая основа без падежного окончания; 2. композиты, первый компонент которых – падежная форма, обычно форма родительного падежа; 3. композиты, первый компонент которых присоединяется с помощью соединительного элемента, не являющегося падежным окончанием [Haraldur Bernharðsson, 2016: 236]. Из двенадцати композитов, которые будут рассмотрены ниже, десять относятся к первому типу, один иллюстрирует второй тип, формальный состав еще одного композита может быть рассмотрен по-разному в зависимости от того, как толкуется первый компонент, о чем будет подробно рассказано в соответствующей части этой работы.

Другая классификация древнеисландских композитов основана на разделении их на три семантически различных типа: определительные, экзоцентрические и копулятивные [там же: 236-237]. Последний тип, называемый также древнеиндийским термином *dvandva*, полностью отсутствует в древнеисландском в области существительного [Гухман, 1963: 113]. Определительные композиты (др.-инд. *tatpuruṣa*), в которых первый компонент определяет и модифицирует второй, составляют абсолютное большинство сложных слов, рассматриваемых в данной статье. Таков, например, композит *bergbúi* ‘житель скал’ (из *berg* ‘скала’, ‘каменистая возвышенность’, ‘валун’ и *búi* ‘житель’). Лишь один из этих двенадцати композитов – имя карлика *Aurvangr* (буквально ‘глиняное / илистое / каменистое поле’) – при толковании ‘происходящий из глиняных полей’ можно отнести ко второму типу (др.-инд. *bahuvrīhi*).

2. Результаты исследования. В песне «Прорицание вёльвы» выделяются три композита с первым компонентом – единицей ЛСГ «пейзаж», а именно два имени собственных из тулы карликов – *Aurvangr* и *Haugspori* – и кеннинг *moldþinur*.

Первый компонент сложного слова *Aurvangr* в строфе 13 исследователи рассматривают как существительное мужского рода *aurr* ‘влажная глина, супесь, ил, гравий’ в форме чистой основы. Вторым элементом этого композита, вероятно, является существительное мужского рода *vangr* ‘поле’, встречающееся в составе ряда топонимов, например, мифологического жилища Тора *Brúðvangr*, названного в честь его дочери Труд. Возможно, имя *Aurvangr* ‘глиняное / илистое / каменистое поле’ указывает на место обитания карликов. В частности, И. Линн толкует это имя как ‘происходящий из глиняных полей’ [Lind, 2007: 256]. Глиняные (или илистые или каменистые) поля упоминаются в форме родительного падежа множественного числа в строфе 14 в словосочетании *Aurvanga sjöt*, что можно истолковать как ‘жилище глиняных / илистых / каменистых полей’. Начальная форма названия этой местности в словарях скандинавской мифологии приводится в виде *Aurvangar* [Orchard, 1997: 11; Lind, 2007: 23].

Ч. Н. Гулд предполагает, что в строфе 13 имя карлика написано неправильно и вторым элементом этого композита должно быть слово *vargr* ‘волк’, ‘изгой (объявленный вне закона)’. Имя карлика исследователь толкует как ‘гравийный изгой’, т. е. изгой, похороненный в гравии [Gould, 1929: 942, 960].

Имя карлика *Haugspori* в строфе 15 «Прорицания вёльвы» имеет в качестве первого компонента основу существительного мужского рода *haugr* ‘куча, курган, навозная куча’. Ч. Н. Гулд связывает второй компонент имени с существительным среднего рода *spor* ‘след’. При такой интерпретации *Haugspori* – существительное мужского рода слабого склонения, означающее ‘ходящий по кургану’ [Gould, 1929: 957, 960].

В строфе 60 «Прорицания вёльвы» встречается композит *moldþinur*, первым элементом которого является существительное женского рода *mold* ‘земля’ в виде чистой основы. По данным словаря Р. Клисби и Г. Вигфуссона употребление слова *moldþinur* зафиксировано только в этой песне «Старшей Эдды» [Cleasby, Vigfusson, 1874]. Лексема встречается также в рукописи «Прорицания вёльвы» в «Книге Хаука», тоже в строфе 60, но с удвоенным l: *mollþinur* [Finnur Jónsson, Eiríkur Jónsson, 1892-1896]. Отдельно стоящее существительное *mold* в строфе 2 этой рукописи также имеет вид *mollð*. В обеих версиях песни, как видно по форме согласованного с *moldþinur* (*mollþinur*) прилагательного *máttkan* (*matkan*) ‘могучий’, это сложное существительное употребляется в форме винительного падежа единственного числа. Т. В. Топорова причисляет слово

moldþinur к гапаксам, т. е. единичным словоупотреблениям [Топорова, 2020: 70]. Исследователь толкует этот композит как синоним мирового змея ‘земли верёвка’: «Эта мифологема содержит аллюзию на конструктивную роль мирового змея в процессе космогенеза как держателя суши, окружающего её и образующего своим телом каркас мироздания» [там же: 73]. Толкование *moldþinur* как синонима Ёрмунганда является наиболее популярной точкой зрения, которой придерживаются в том числе М. И. Стеблин-Каменский [Стеблин-Каменский, 1975: 669], Г. Т. Зойга [Zoëga, 1910], Э. Петтит [Pettit, 2023: 71]. В словаре Р. Клисби и Г. Вигфуссона, однако, высказывается и альтернативное мнение, согласно которому *moldþinur* заменяет название мирового дерева Иггдрасиля, поскольку второй элемент *þinurr* обозначает ‘хвойное дерево’ [Cleasby, Vigfusson, 1874] (ср. современное исландское *þinur* ‘пихта’). Слово *þinurr* перечислено среди хейти деревьев в «Дополнительных тулах» наряду с названиями деревьев различных других пород [Finnur Jónsson, 1912-1915]. При толковании композита *moldþinur* как ‘земного дерева’ асы встречаются на поле Идавёлль после нового рождения мира, чтобы обсудить мировое дерево, а не мирового змея. Подобное обозначение *ясеня* Иггдрасиля названием дерева из другого семейства – не единичное явление в «Прорицании вэльвы». Так, в строфе 20 Иггдрасиль заменен другим хейти, названном в «Тулах», – *þollr* ‘хвойное дерево (особенно о молодой пихте)’.

Существительное *aurr* также является первым компонентом имени персонажа другой эддической песни, «Речей Вафтруднира». Аургельмиром (*Aurgelmir*) зовут великана, предположительно отождествляемого с Имиром. Имя *Aurgelmir* упоминается в песни дважды, в строфах 29 и 30. Я. де Фрис возводит второй компонент композита к древнеисландскому существительному мужского рода *galmr* [Vries, 1977: 20]. Согласно словарю Р. Клисби и Г. Вигфуссона, оно используется только как компонент составных топонимов, например, в названии побережья *Galmarströnd*, предположительно названного так из-за характерного шума бушующих волн [Cleasby, Vigfusson, 1874]. Компонент *gelmir*, таким образом, может быть интерпретирован как существительное мужского рода, образованное при помощи суффикса *-ia* от *galmr* и означающее ‘рычащий; тот, кто рычит’.

В строфах 29 и 35 «Речей Вафтруднира» упоминается также великан *Bergelmir*, внук Аургельмира, единственный, не считая его жены, вышивший после убийства Имира инеистый великан, от которого произошли все другие ётуны [Lind, 2007: 27]. Имя *Bergelmir*, согласно одной из версий, имеет в качестве первого компонента слово *berg* ‘скала’, ‘каменистая возвышенность’, ‘валун’ в форме чистой основы и означает ‘тот, кто рычит в скалах’. Эта версия представляется очень убедительной, поскольку великаны, согласно мифологическим представлениям, живут в том числе в горных местностях

[Holtmark, 1970: 75]. Существительное *berg* выступает в роли первого компонента названия одного из видов этих существ – *bergrisar* ‘горные великаны’. Я. де Фрис проводит словораздел иначе, выделяя в качестве первой основы корень *ber-*, то есть исконный корень существительного мужского рода *björn* ‘медведь’ без распространившегося на всю парадигму суффиксального *-n*, и предлагает интерпретацию имени ‘рычащий как медведь’ [Vries, 1977: 33].

В строфе 18 «Речей Гримнира» упоминается существо, называемое *Sæhrímnir*. Его варит в Эльдхримнире (*Eldhrímnir*) некто по имени Андхримнир (*Andhrímnir*). Снорри Стурлусон в «Видении Гюльви» пишет, что *Sæhrímnir* – это вепрь, которого каждый день варит эйнхериям повар Андхримнир в котле Эльдхримнир, а к вечеру этот вепрь «снова цел» [Стеблин-Каменский, 1970: 58]. Все три вышеупомянутых композита имеют общий второй элемент, восходящий к существительному среднего рода *hrím* ‘сажа’. Однако, если имя повара и название котла трактуются исследователями весьма однозначно (‘некто с сажей на лице’ и ‘закоптившийся от огня’ соответственно), то имя зверя не получило однозначного объяснения. Первым элементом этого композита предположительно является существительное мужского рода *sær* ‘море’, что, однако, плохо сочетается с образом вепря. Орчард толкует имя как ‘испачканный сажей морской зверь’ [Orchard, 1997: 136]. Дж. Линдоу предполагает, что композит может означать ‘морское, выпачканное сажей [существо]’, а также упоминает о попытках исследователей связать первый элемент с кипячением, которому подвергалось животное [Lindow, 2002: 264]. Р. Зимек выдвигает предположение, что первый элемент имени *Sæhrímnir* восходит не к слову *sær*, а к существительному мужского рода *seyðir* ‘очаг для приготовления пищи’ [Simek, 1984: 336]. Слово *seyðir* упоминается среди хейти огня в «Дополнительных тулах» [Finnur Jónsson, 1912-1915].

В строфе 35 «Поездки Скирнира» используется слово *viðarrætr*, обладающее ясной внутренней формой и означающее ‘корни дерева’. Первый компонент – существительное мужского рода *viðr* ‘дерево’, ‘лес’, ‘древесина’ – присоединяется в форме родительного падежа к существительному женского рода корневого склонения *rót* ‘корень’.

В «Песни о Хюмире» выделяются пять композитов, первым компонентом которых является единица ЛГС «пейзаж»: *bergbúi*, *lögvellir*, *lögfákr*, *brimsvín* и *holtrið*.

Композит *bergbúi* ‘житель скал’, которым в песни назван великан Эгир, состоит из существительного среднего рода *berg* ‘скала’, ‘каменистая возвышенность’, ‘валун’ в форме чистой основы и существительного мужского рода *búi* ‘житель’, ‘сосед’. В первом значении *búi* используется только в композитах.

Сразу два композита в «Песни о Хюмире» имеют в качестве первого компонента существительное мужского рода *lögr* ‘море’, ‘вода’, ‘жидкость’, которое в обоих случаях входит в состав сложного слова в форме чистой основы. В композите *lögvellir* в строфе 6 на первый план выступает значение *lögr* ‘вода’, ‘жидкость’. Слово *lögvellir*, вторым компонентом которого является существительное мужского рода *vellir* ‘котел’, означает ‘котел для воды / жидкости’, что в переводе А. И. Корсуна мастерски передано словом ‘влаговаритель’ [Корсун, 1975: 224].

В композите *lögfákr* в строфе 27 компонент *lögr* имеет значение ‘море’. Вторым элементом этого сложного слова является существительное мужского рода *fákr* ‘лошадь, кляча’, которое упоминается в «Дополнительных тулах» среди хейти коня [Finnur Jónsson, 1912-1915]. Таким образом, *lögfákr* буквально означает ‘морская лошадь’, ‘морской конь’. Словарь Р. Клисби и Г. Вигфуссона фиксирует употребление этого композита только в «Песни о Хюмире» [Cleasby, Vigfusson, 1874], но обозначение корабля как коня – популярный образ в древнеисландской поэзии, ср., например, кеннинги корабля из «Младшей Эдды» *báru fákr* ‘конь волны’, *Geitis marr* ‘жеребец Гейти (морского конунга)’ [Guðni Jónsson, 1935] или *seglmarr* ‘парусный жеребец’ в «Речах Сигдривы» [Guðni Jónsson, 1949].

Интересно, что в отличие от других выбранных для анализа композитов, *lögvellir* и *lögfákr* не вступают в аллитерацию: первый компонент обоих существительных является вторым несущим метрическое ударение слогом четной строки, который никогда не аллитерирует [Стеблин-Каменский, 2003].

В строфе 27 использован еще один композит, первым элементом которого является слово, связанное с морем – *brimsvín*. Согласно словарю Г. Т. Зойга, это сложное слово тоже служит поэтическим обозначением корабля. Первым компонентом композита *brimsvín* является существительное среднего рода *brim* ‘прибой’, ‘море (поэтизм)’. В качестве его второго компонента выступает существительное среднего рода *svín* ‘свинья’. М. И. Стеблин-Каменский, в «Эддической поэзии» называющий *brimsvín* кеннингом корабля [Стеблин-Каменский, 2003], в примечаниях к «Песни о Хюмире» пишет, что данный композит обозначает в этой строфе китов [Стеблин-Каменский, 1975: 679]. Э. Петтит толкует это слово двояко: как поэтический синоним лодки или кита [Pettit, 2023: 280].

В строфе 27 используется еще один композит, первый компонент которого относится к ЛСГ «пейзаж» – это слово *holtrið*, которое в словарях Р. Клисби и Г. Вигфуссона и Г. Т. Зойга переводится как ‘лесистый хребет’ [Cleasby, Vigfusson, 1874; Zoëga, 1910]. В качестве первого компонента этого композита выступает существительное среднего рода *holt* ‘лес’, ‘неровный каменистый холм или гребень’. Вторым компонентом

является существительное среднего рода *rið* ‘лестница, ведущая наверх’, ‘отрезок дороги’. Этот композит употребляется в сочетании с существительным мужского рода *hverr* ‘котел’, ‘гейзер’, с которым они вступают в аллитерацию. То есть Тор потащил свою ношу ‘через котел лесистого хребта’. Г. Т. Зойга указывает, что словосочетание *holtriða hver* обозначает пещеру [Zoëga, 1910]. Э. Петтит считает этот фрагмент игрой слов, поскольку мотив котла проходит через всю «Песнь о Хюмире» [Pettit, 2023: 280].

3. Выводы. В данной статье были проанализированы двенадцать композитов с первым компонентом – единицей ЛСГ «пейзаж», найденные в пяти разных песнях о богах «Старшей Эдды».

Все эти композиты представляют собой двучленные образования из двух существительных, в подавляющем большинстве случаев первый компонент входит в состав сложного слова в форме чистой основы. Все рассмотренные композиты, за исключением имени *Aurvangr*, относятся к типу определительных.

В статье также был дан подробный обзор основных этимологий этих сложных слов по различным источникам, сопровождающийся кратким морфологическим комментарием. Среди рассмотренных композитов с точки зрения их функции можно выделить две группы: личные имена и кеннинги. Почти половина, а именно пять из этих двенадцати сложных слов, представляют собой имена собственные, которые носят мифические персонажи «Эдды». Это имена карликов *Aurvangr* и *Haugspori*, великанов *Aurgelmir* и *Bergelmir*, вепря или же какого-то другого съедобного живого существа *Sæhrímnir*. Три композита – *moldþinur*, *lögfákr* и *brimsvín* – являются кеннингами, при этом лишь в случае с *lögfákr* существует полный консенсус относительно того, кеннингом чего это сложное слово является.

Внутренняя форма некоторых композитов спорна. Таковы слова *moldþinur*, *Bergelmir* и *Sæhrímnir*. Написание имени карлика *Aurvangr* (или *Aurvargr*) также вызывает у исследователей споры. В то же время среди выделенных композитов есть и слова с прозрачной мотивировкой: *viðarrætr*, *bergbúi*, *lögvellir*, *lögfákr* и *holtrið*, хотя интерпретация аллитерирующего словосочетания *holtriða hver* вызывает у исследователей разногласия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гухман М. М. Сравнительная грамматика германских языков. Москва: Издательство академии наук СССР, 1963. Т. 3. 456 с.
2. Стеблин-Каменский М. И. Древнескандинавская литература // Труды по филологии. Санкт-Петербург: Филологический факультет СПбГУ, 2003. Доступ: <https://norroen.info/articles/steblink/literature>. (дата обращения: 18.05.2025).

3. Стеблин-Каменский М. И. Старшая Эдда (примечания) // Беовульф. Старшая Эдда. Песнь о Нибелунгах. Библиотека всемирной литературы. Москва: Художественная литература, 1975. Т. 9. 769 с.

4. Топорова Т. В. Архаизмы и инновации в древнеисландском эпосе: повторы в «Старшей Эдде» // Германские языки: текст, корпус, перевод. Москва: Институт языкознания РАН, 2020. С. 45-63.

5. Топорова Т. В. Опыт анализа эпического слова: др.-исл. *hel* 'загробный мир; владелица загробного мира' в «Старшей Эдде» // Скандинавская филология. 2022. Т. 20. Вып. 1. С. 79-97. DOI: <https://doi.org/10.21638/11701/spbu21.2022.106>.

6. Gould C. N. Dwarf-Names: A Study in Old Icelandic Religion // Publications of the Modern Language Association of America. Dec., 1929. Vol. 44. No. 4. P. 939-967.

7. Haraldur Bernharðsson. Icelandic: A Historical Linguistic Companion. Reykjavík, 2016. 488 p.

8. Holtsmark A. *Norrøn mytologi: tro og myter i vikingtiden*. Oslo: Det Norske Samlaget, 1970. 193 s.

9. Lind I. *Norrøn mytologi fra A til E*. Oslo: Det Norske Samlaget, 2007. 264 s.

10. Lindow J. *Norse Mythology: A Guide to the Gods, Heroes, Rituals, and Beliefs*. New York: Oxford University Press, 2002. 365 p.

11. Orchard A. *Dictionary of Norse Myth and Legend*. London: Cassell, 1997. 223 p.

12. Pettit E. *The Poetic Edda: A Dual-Language Edition*. Cambridge: Open Book Publishers, 2023. 873 p.

13. Scheuer J. C. *Dvergatal, Shorthand for a Universe: The Dwarfs of Völuspá*. Department of Linguistics and Scandinavian Studies (ILN), University of Oslo, 2017. 80 s.

14. Simek R. *Lexikon der germanischen Mythologie*. Stuttgart: Kröner, 1984. 525 S.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ

1. Берков В. П. *Исландско-русский словарь*. Москва: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1962. 1032 с.

2. Cambridge Dictionary. Доступ: <https://dictionary.cambridge.org>. (дата обращения: 18.05.2025).

3. Cleasby R., Vigfusson G. *Old Norse dictionary*. 1874. Доступ: <https://cleasby-vigfusson-dictionary.vercel.app>. (дата обращения: 18.05.2025).

4. Collins Dictionary. Доступ: <https://www.collinsdictionary.com>. (дата обращения: 18.05.2025).

5. Den Danske Ordbog. Доступ: <https://ordnet.dk/ddo>. (дата обращения: 18.05.2025).

6. Duden. Доступ: <https://www.duden.de/>. (дата обращения: 18.05.2025).

7. Ordbog over det norrøne prosasprog. Доступ: <https://onp.ku.dk/onp/onp.php?>. (дата обращения: 18.05.2025).

8. Vries J. de. *Altnordisches etymologisches Wörterbuch: zweite verbesserte Auflage*. Leiden: E. J. Brill, 1977. 689 S.

9. Zoëga G. T. *A Concise Dictionary of Old Icelandic*. 1910. Доступ: <https://old-icelandic.vercel.app/>. (дата обращения: 18.05.2025).

СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Старшая Эдда // Беовульф. Старшая Эдда. Песнь о Нибелунгах. Библиотека всемирной литературы / перевод: А. И. Корсун. Москва: Художественная литература, 1975. Т. 9. 769 с.

2. Стеблин-Каменский М. И. *Младшая Эдда // Литературные памятники / перевод: О. А. Смирницкая*. Ленинград: Наука, 1970. 256 с.

3. Finnur Jónsson (udgiver). Den norsk-islandske skjaldedigtning. København, Kristiania: Gyldendal, Nordisk forlag, 1912-1915. B. 1. Доступ: https://heimskringla.no/wiki/B1_Rettet_Tekst. (дата обращения: 18.05.2025).

4. Finnur Jónsson, Eiríkur Jónsson (udgivere). Hauksbók: Udgiven efter de Arnamagnæanske håndskrifter No. 371, 544 og 675, 4o samt forskellige papirhåndskrifter af Det kongelige nordiske oldskrift-selskab. København: Thieles bogtrykkeri, 1892-1896. Доступ: <https://heimskringla.no/wiki/Hauksb%C3%B3k>. (дата обращения: 18.05.2025).

5. Guðni Jónsson (útgefandi). Edda Snorra Sturlusonar. 1935. Доступ: https://heimskringla.no/wiki/Edda_Snorra_Sturlusonar. (дата обращения: 18.05.2025).

6. Guðni Jónsson (útgefandi). Eddukvæði: Sæmundar-Edda. 1949. Доступ: <https://heimskringla.no/wiki/Eddukv%C3%A6%C3%B0i>. (дата обращения: 18.05.2025).

REFERENCES

1. Gukhman, M. M. (1963). *Sravnitel'naya grammatika germanskikh yazykov* [A Comparative Grammar of the Germanic Languages]. Moskva: Izdatelstvo akademii nauk SSSR. Vol. 3. (In Russ.).

2. Steblin-Kamenskiy, M. I. (2003). Drevneskandinavskaya literatura [Old Norse literature]. In *Trudy po filologii*. Sankt-Peterburg: Filologicheskiy fakultet SpbGU. Available at: <https://norroen.info/articles/steblink/literature>. (accessed: 18.05.2025). (In Russ.).

3. Steblin-Kamenskiy, M. I. (1975) Starshaya Edda (primechaniya) [The Poetic Edda (notes)]. In *Beovulf. Starshaya Edda. Pesn o Nibelungakh. Biblioteka vseмирnoi literatury*. Moskva: Khudozhestvennaya literatura. Vol. 2. (In Russ.).

4. Toporova, T. V. (2020). Arkhaizmy i innovatsii v drevneislandskom epose: povtory v «Starshey Edde» [Archaic and Innovative Features in the Old Icelandic Epic: Repetitions in the «Elder Edda»]. In *Germanskie yazyki: tekst, korpus, perevod*. Moskva: Institut yazykoznaniya RAN. Pp. 45-63. (In Russ.).

5. Toporova, T. V. (2022). Opyt analiza epicheskogo slova: dr.-isl. *hel* ‘zagrobnii mir; vladelitsa zagrobnogo mira’ v «Starshei Edde» [Studies in the analysis of the epic word: O.-Icel. *hel* ‘world of the dead; the dead-goddess Hel’ in the Elder Edda]. In *Skandinavskaya filologiya*. Vol. 20. Iss. 1. Pp. 79-97. DOI: <https://doi.org/10.21638/11701/spbu21.2022.106>. (In Russ.).

6. Gould, C. N. (1929). Dwarf-Names: A Study in Old Icelandic Religion. In *Publications of the Modern Language Assotiation of America*. Vol. 44. No. 4. Pp. 939-967.

7. Haraldur, Bernharðsson (2016). *Icelandic: A Historical Linguistic Companion*. Reykjavík.

8. Holtsmark, A. (1970). *Norrøn mytologi: tro og myter i vikingtiden*. Oslo: Det Norske Samlaget.

9. Lind, I. (2007). *Norrøn mytologi fra A til Å*. Oslo: Det Norske Samlaget.

10. Lindow, J. (2002). *Norse Mythology: A Guide to the Gods, Heroes, Rituals, and Beliefs*. New York: Oxford University Press.

11. Orchard, A. (1997). *Dictionary of Norse Myth and Legend*. London: Cassell.

12. Pettit, E. (2023). *The Poetic Edda: A Dual-Language Edition*. Cambridge: Open Book Publishers.

13. Scheuer, J. C. (2017). *Dvergatal, Shorthand for a Universe: The Dwarfs of Völuspá*. Department of Linguistics and Scandinavian Studies (ILN), University of Oslo.

14. Simek, R. (1984). *Lexikon der germanischen Mythologie*. Stuttgart: Kröner.

LEXICOGRAPHIC SOURCES

1. Berkov, V. P. (1962). *Islandsko-russkiy slovar* [An Icelandic-Russian Dictionary]. Moskva: Gosudarstvennoe izdatelstvo inostrannykh i natsionalnykh slovarei.

2. *Cambridge Dictionary*. Available at: <https://dictionary.cambridge.org>. (accessed: 18.05.2025).

3. Cleasby, R., Vigfusson, G. (1874). *Old Norse dictionary*. Available at: <https://cleasby-vigfusson-dictionary.vercel.app>. (accessed: 18.05.2025).
4. *Collins Dictionary*. Available at: <https://www.collinsdictionary.com>. (accessed: 18.05.2025).
5. *Den Danske Ordbog*. Available at: <https://ordnet.dk/ddo>. (accessed: 18.05.2025).
6. *Duden*. Available at: <https://www.duden.de>. (accessed: 18.05.2025).
7. *Ordbog over det norrune prosasprog*. Available at: <https://onp.ku.dk/onp/onp.php?>. (accessed: 18.05.2025).
8. Vries, J. de. (1977). *Altnordisches etymologisches Wörterbuch: zweite verbesserte Auflage*. Leiden: E. J. Brill.
9. Zoëga, G.T. (1910). *A Concise Dictionary of Old Icelandic*. Available at: <https://old-icelandic.vercel.app>. (accessed: 18.05.2025).

SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL

1. Starshaya Edda. [The Poetic Edda]. In Korsun, A. I. (translator). *Beovulf. Starshaya Edda. Pesn o Nibelungakh. Biblioteka vsemirnoi literatury*. Moskva: Khudozhestvennaya literature, 1975. Vol. 9. (In Russ.).
2. Steblin-Kamenskii, M. I. (1970). Mladshaya Edda [The Prose Edda]. In Smirnitskaya, O. A. (translator). *Literaturnye pamyatniki*. Leningrad: Nauka. (In Russ.).
3. Finnur Jónsson (udgiver). *Den norsk-islandske skjaldedigtning*. København, Kristiania: Gyldendal, Nordisk forlag, 1912-1915. B. 1. Available at: https://heimskringla.no/wiki/B1_Rettet_Tekst. (accessed: 18.05.2025).
4. Finnur Jónsson, Eiríkur Jónsson (udgivere). *Hauksbók: Udgiven efter de Arnamagnæanske håndskrifter No. 371, 544 og 675, 4o samt forskellige papirhåndskrifter af Det kongelige nordiske oldskrift-selskab*. København: Thieles bogtrykkeri, 1892-1896. Available at: <https://heimskringla.no/wiki/Hauksb%C3%B3k>. (accessed: 18.05.2025).
5. Guðni Jónsson (útgefandi). *Edda Snorra Sturlusonar*. 1935. Available at: https://heimskringla.no/wiki/Edda_Snorra_Sturlusonar. (accessed: 18.05.2025).
6. Guðni Jónsson (útgefandi). *Eddukvæði: Sæmundar-Edda*. 1949. Available at: <https://heimskringla.no/wiki/Eddukv%C3%A6%C3%B0i>. (accessed: 18.05.2025).

Казачкова Анна Дмитриевна – преподаватель кафедры скандинавских, нидерландского и финского языков (e-mail: anna.kazachkova99@gmail.com), Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный лингвистический университет» 119034, Москва, ул. Остоженка, 38, стр. 1

Аспирант кафедры германской и кельтской филологии, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова» 119991, Москва, Ленинские горы, 1

Kazachkova Anna D. – Lecturer of the Department of Scandinavian, Dutch and Finnish Languages (e-mail: anna.kazachkova99@gmail.com), Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Moscow State Linguistic University» 38, b. 1 Ostozhenka, Moscow, 119034

Postgraduate Student of the Department of Germanic and Celtic Philology Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Lomonosov Moscow State University» GSP-1 Leninskie Gory, Moscow, 119991

Поступила в редакцию 22 мая 2025 г.

СЕМАНТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА СУГГЕСТИВНЫХ КОММЕРЧЕСКИХ НАЗВАНИЙ

Автор статьи описывает семантическую структуру коммерческих названий с точки зрения их коннотативного потенциала. Автор приходит к выводу, что семантическая структура суггестивных коммерческих названий соотносится с референтом, а ассоциации, которые возникают у потребителя, напрямую связаны с отношением его к продукту или услуге. Данные ассоциации отражены в коннотативном аспекте семантики суггестивных коммерческих названий.

Ключевые слова: коммерческое название, название компании, название продукта, бренд, коннотация, семантика, суггестивные коммерческие названия.

© 2025 O. V. Kisel

SEMANTIC STRUCTURE OF SUGGESTIVE BRAND NAMES

The author of the article describes the semantic structure of commercial names in terms of their connotative potential. The author comes to the conclusion that the semantic structure of suggestive commercial names correlates with the referent, and the associations that arise in the consumer are directly related to his attitude to the product or service. These associations are reflected in the connotative aspect of the suggestive commercial names' semantics.

Key words: brand name, company name, product name, brand, connotation, semantics, suggestive brand names.

Введение

Имена собственные всегда были объектом пристального внимания учёных различных научных дисциплин. Их изучение имеет междисциплинарный характер и охватывает широкий спектр областей знаний, включая лингвистику, культурологию, психологию и экономику. Даже в библейском повествовании о сотворении мира имена играют ключевую роль, символизируя не только идентификацию, но и глубинную связь между человеком и его сущностью. В германской мифологии факт присвоения имени человеку означал, что это имя наделяло его душой и индивидуальностью, что свидетельствует о фундаментальной значимости имён в формировании идентичности и самосознания [Бутова, 2024].

В контексте экономики имена собственные также играют важную роль, выступая в качестве когнитивных ориентиров, которые помогают потребителям ориентироваться в многообразии товаров и услуг. Согласно коммуникативно-психологическому пониманию значения имени, бренд представляет собой сложный когнитивный конструкт, связанный с определённым набором характеристик и ассоциаций. Правильно подобранное

название продукта или торговой марки является критически важным фактором, способствующим успешному позиционированию на рынке и формированию устойчивого конкурентного преимущества.

К. Платен, один из ведущих специалистов в области брендинга, подчёркивает стратегическую значимость выбора названия. Он утверждает, что название продукта служит не только идентификатором, но и мощным инструментом формирования восприятия бренда в сознании потребителей. В условиях высокой конкуренции на современном рынке, где потребители сталкиваются с огромным количеством предложений, правильно подобранное имя может стать ключевым фактором, определяющим успех или неудачу продукта, или компании [Platten, 1997].

В ономастике до сих пор существует спорный вопрос о наличии или отсутствии значения у онима. Так, выдающийся теоретик – ономаст Дж. Милл полагал, что значение имени содержится в его коннотации [Mill, 1865]. Данной точки зрения придерживаются и такие исследователи, как: Е. Курилович, Э. Пулгман, С. Ульман [Курилович, 1962; Pulgman, 1954; Ullmann, 1951]. Исследователи [Соломоник, 1995; Cook, 2004; Jespersen, 1958], которые придерживаются мнения о том, что собственное имя имеет значение, утверждают, что любой оним несет в себе информационный потенциал, основанный на этимологии его нарицательной основы. Прагматический же потенциал имени основан на его коннотации, а именно на экстралингвистических характеристиках.

В нашем исследовании мы придерживаемся мнения, что коммерческие названия относятся к ономастическим знакам, а их семантический потенциал осложнен коннотативными характеристиками. Исходя из данного предположения, коммерческие названия, будут функционировать по семантическим, орфографическим и грамматическим ономастическим законам. С. А. Сасина и М. М. Бричева придерживаются мнения о том, что «семантика бренда формируется в сознании человека, обеспечивая эмоциональную связь между лингвистическим восприятием бренда и его смысловой функциональностью. Лингвистическая специфика бренда заключается в том, что он представляет собой набор реальных и виртуальных значений, которые выражаются в определенном продукте, а имя бренда несет в себе смысловую нагрузку, привлекая покупателей» [Сасина, Бричева, 2017: 117].

Результаты и обсуждения

Понимание названия формируется на основе семантических и семиотических аспектов, а успешность названия оценивается в зависимости от того, насколько смысл сообщения в сознании потребителя соответствует замыслу создателя или владельца

бренда. А. В. Бутова придерживается мнения, что «бренды отражают определённые социальные и экономические условия и являются новыми семиотическими и ономастическими знаками. В то время как имена людей, названия мест и водоёмов часто опираются на многовековые этимологии, коммерческие названия рассматриваются как синхронические артефакты, созданные вне диахронической эволюции» [Бутова, 2024: 13].

Восприятие имени бренда субъективно для каждого потребителя, но лингвомаркетинговые методы позволяют определить общие критерии удовлетворённости потребителя и воздействия на него названия товарного знака, компании, объекта культурного значения и т. д. [Изотова, 2018].

В ономастике коммерческие названия функционируют только в референциальных отношениях. Однако немаловажно, каков контекст выражения, то есть каково значение названия продукта, относящегося, например, к определенному напитку. Его значение сохраняется не только в именовании, но и постоянно присутствует при использовании названия. Потребитель с большей вероятностью обратит внимание на бутылку пива с названием «*Старый мельник*», чем на бутылку с названием «*Палти*» или «*Духовница*». Датчане и туристы, не владеющие русским языком, предпочитают датское пиво *Gaivø*. Отечественные любители данного напитка, вряд ли выберут его с таким «звучным» названием.

Так, по мнению Е. Ф. Ботовой, «Название торговой марки должно отвечать определенным требованиям, в связи с чем можно утверждать, что коммерческая номинация выполняет следующие функции:

- ассоциативная – название торговой марки должно транслировать ее существенные признаки, вызывая у потребителей ассоциации с брендом и его продукцией;
- номинативная – торговая марка должна обладать уникальным именем;
- эстетическая – название торговой марки должно удовлетворять эстетические потребности потребителей, вызывать положительные эмоции;
- дифференцирующая – через наименование бренда должны транслироваться его отличительные признаки, то, что будет отличать его от конкурентов на рынке;
- воздействующая – название торговой марки должно формировать в сознании потребителя правильное понимание предоставляемых ею товаров и услуг;
- рекомендательная – через название бренда производители пытаются направить внимание потребителей к предоставляемым товарам и услугам;
- аттрактивная – коммерческая номинация отвечает за формирование в сознании потребителя положительного семантического поля вокруг торговой марки» [Ботова, 2021: 52].

Часто семантику коммерческих названий следует рассматривать формально, разделяя слова в названиях на различные группы. Так, Кристоф Платен разделил коммерческие названия на следующие группы:

1. Языковые единицы, слова, активного вокабуляра (нарицательные и собственные имена):

- аппеллятивы *Golf, Camel, Elle*,
- онимы *Wasa, Brigitte*;

2. Искусственно созданные знаки:

- фонетические или орфографические *Xtra*,
- производные слова *Yougurette, Nutella*,
- составные конструкции *Dentagard, Ultra Pampers*,
- фразы *Nimm Zwei, After Eight*;

3. Квазислова, такие как:

- аббревиатуры *Haribo = Hans Riegel Bonn*,
- произвольные образования *Elmex* [Platten, 1997].

К. Платен подчеркивает, что, информативная составляющая онима является в большей или меньшей степени стилистическим элементом. Автор также уточняет, что существует экспрессивный компонент, цель которого вызывать положительные ассоциации и эмоции, передаваемые через фонетическую форму [Platten, 1997].

В газете «Черновик» приведены примеры фонетической имитации брендов. Так, на рынке можно встретить такие названия как: вместо *Nivea – Livea*, вместо *Nike – Hike*, вместо *Adidas – Adibas*. В данных случаях копируется название с изменением одной или двух букв. Со стороны потребителя это «знакомые» названия, а значит коннотативный потенциал «подделки» полностью совпадает с оригиналом, а покупатель, в свою очередь, не обращает внимание на эти мелочи, так как эмоционально расположен к данному бренду [Поляков, 2009].

С когнитивной точки зрения семантическое содержание коммерческого названия можно исследовать, рассматривая смысловые отношения между языковыми знаками в названии и референтом самого названия. Элементы названий выражают:

- информацию о референте (прямые смысловые отношения), например, передавать, в какой сфере деятельности или кто является владельцем бизнеса, как в названии *Construction Company William Smith*;

- продукт и производителя *Mattilan leipomon Ruisleipäset*;
- информацию о референте через косвенные ассоциации (косвенные смысловые

отношения), которые могут быть метонимическими (марка автомобиля, «*Volvo*» в переводе с латыни «я качусь», или метафорическими (название бренда белорусской одежды «*Murtur*» в переводе «*ропот*»).

Многие коммерческие названия содержат выражения, которые не являются словами какого-либо языка. Однако эти элементы могут включать в себя узнаваемые части некоторых слов или имен, и тогда смысловые ассоциации могут быть сжаты в один элемент названия (сжатое смысловое отношение), например, в названии *Medilab*, которое связано со словами *medical* и *laboratory*. Довольно много коммерческих названий образовано таким образом, что они никак семантически не связаны со своим референтом, как, например, название финской компании *Luhtha*. В этом случае смысловые отношения разрываются [Cook, 2004].

Для нашего исследования интересной группой представляются названия, созданные на основе метафоры или аналогии – суггестивные названия. Это имена, которые связывают потребителя с намеком на определенный образ жизни [Баженов, 2022; Бутова, 2024; Изотова, 2018; Эскиев, 2022]. С ономастической точки зрения данные языковые единицы имеют ярко выраженные психолингвистические характеристики. Так, например, название автомобиля «*Acura*» на денотативном уровне имя явно ассоциируется со словом «*accuracy*» в переводе «*точность*». Структура данной языковой единицы связана со словами из итальянского, испанского или же японского языка, так как существительные женского рода в итальянском языке оканчиваются на *-a*, а некоторые японские слова оканчиваются на суффикс *-ура* (темпура). Итак, наименование бренда объединяет в себе, в широком смысле, черты обеих культур: артистизм, присущий итальянцам, и научную точность, характерную для японцев. Автопроизводители часто использовали эту стратегию: *Maxima*, *Altima*, *Sentra* (модели *Nissan*), *Corsica*, *Lumina* (модели *Chevrolet*), *Elantra* (модель *Hyundai*), и так далее.

В суггестивных названиях используются определенные морфемы (такие как суффиксы), которые могут передать научную обоснованность [Ботова, 2021]. Так, названия продуктов *Androgel* и *Viramax* являются двумя примерами продукта виагра. В обоих именах первая часть (*Andro-* и *Vir-*) относятся к таким гендерным качествам как мужественность, а суффиксы определяют научные коннотации. Различные торговые марки создаются аналогичным образом, связывая их с общим научным лексиконом: *Panasonic* (телевизоры и стереосистемы), *Proof Positive* (крем для глаз), *Technics* (стереосистема), *Timex* (часы) и так далее.

Некоторые названия связаны с характеристиками природы, которые в

лингвистическом плане относятся к категории модальности, например, *Aqua Velva* (лосьон после бритья), *Cascade* (моющее средство), *Irish Spring* (мыльный продукт), *Mountain Dew* (безалкогольные напитки), *Surf* (хозяйственное мыло), *Tide* (средство для стирки) и т. д.

Суггестивные названия могут вызывать коннотации и ассоциации определенного образа жизни потребителя. Например, названия моделей автомобилей намекают на побег из сельской местности, жизнь на Диком Западе, возвращение к природе: *Dodge Durango*, *Ford Escape* (побег), *Ford Explorer* (исследователь), *Jeep Grand Cherokee* (слово *Cherokee* имеет несколько вариантов перевода, одно из которых «люди из пещер»), *Jeep Renegade* (отступник), *Jeep Wrangler* (ковбой), *Mercury Mountaineer* (альпинист).

Интересной представляется группа названий, которые построены в виде гипербол, и подразумевают превосходство, совершенство, дальновидность: *Future Now*, *MaxiLight*, *Power Ade*, *Super Fresh* и т. д. Морфологически данные названия являются соединением нарицательных слов или же их частей. Вивьен Кук в своем исследовании приводит примеры окончаний, характерных для группы гиперболических названий:

- *tastic* (как в слове *fantastic*): *Snack-Tastic* название закуски;
 - *tacular* (как в слове *spectacular*): *Pet-tacular* (средство для ухода за домашними животными);
 - *licious* (как в слове *delicious*): *Soyalicious* (замороженный десерт);
 - *rama* (как в слове *panorama*): *Beef-a-rama* (место дегустации еды в Висконсине)
- [Jespersen, 1958].

Значительная часть лингвистических исследований, связанных с брендами, уходит своими корнями в область семиотики и базируется на концепции, предложенной Чарльзом Пирсом. Парадигма Ч. Пирса представляет собой трёхкомпонентную модель, включающую в себя «знак» (или сигнал, например, слово), «интерпретант» (например, реакцию или интерпретацию наблюдателя) и «объект», к которому относится знак. Согласно Ч. Пирсу, знаки являются средствами передачи значения, которое интерпретируется через что-то вне разума. Отношения между этими тремя компонентами играют ключевую роль в определении трёх основных разделов семиотики бренда.

Семиотическая эффективность суггестивных названий не вызывает никакого сомнения, поскольку они всегда эмотивно связаны с различными гранями жизни людей. Так, например:

- автомобили, названные в честь животных *Mustang*, *Jaguar*, *Cougar* ассоциируются с качествами животных: *Jaguar* напоминает о большом и сильном существе, *Cougar* – о быстром и экзотическом животном, модель автомобиля *Buick* под названием *Park*

Avenue предполагает высокий класс, *Chevrolet Cavalier* ассоциируется с высоким социальным статусом, а *Hyundai Sonata* – с классической музыкой;

– название видеоигр соответствуют представлениям игроков: стремление к приключениям *Final fantasy X*, высокому качеству самой игры *PlayStation*, к азарту *Grand Theft Auto*;

Когда потребители покупают косметику таких брендов как: *Moondrops*, *Natural Wonder*, *Rainflower*, *Sunsilk* или *Skin Dew*, то ассоциируют свое приобретение с природой, с ее силой, энергией, жизнью. Такие марки как: *Eterna*, *Clinique*, *Endocil* или *Equalia* ассоциируются у покупателя с наукой, ее точностью и уверенностью в качестве.

Выводы

Итак, коммерческие названия – это группа языковых единиц, которая входит в корпус ономастики. Терминологически данный класс разделяется на товарные марки, бренды, названия компаний, названия продуктов. С лингвистической точки зрения коммерческие названия имеют семантическую структуру, осложненную коннотативным аспектом, который, в свою очередь, складывается из ассоциаций потребителя, связанных с различными сферами жизни.

Названия предприятий и продуктов важны, прежде всего, для маркетологов и законодателей, чтобы правильно установить статус предприятия и продукта. Исследователям, специализирующимся на изучении антропонимики, необходимо принимать во внимание юридические и экономические вопросы при рассмотрении терминологии коммерческой номинации.

Группа суггестивных коммерческих названий побуждает потребителей к покупке товара или услуги посредством их высокого коннотативного, а не информативного потенциала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баженов Н. Ю. Языковые средства метафорического представления товара в рекламе // Состояние и перспективы лингвистической и методической мысли в современном образовательном пространстве. Самара. 2022. С. 99-108.

2. Ботова Е. Ф. Лингвистические механизмы коммерческой номинации (на материале англоязычных торговых марок) // Актуальные проблемы английской лингвистики и лингводидактики. Москва: Московский педагогический государственный университет, 2021. С. 50-56.

3. Бутова А. В. Термин «бренд»: определение и классификация // Гуманитарные исследования. 2024. № 3 (91). С. 10-16.

4. Поляков А. Брендсовет // Газета «Черновик» 2009. № 41. Доступ: <https://chernovik.net>. (дата обращения: 23.05.2025)

5. Изотова Е. И. Лингвомаркетинговые тенденции развития нейминга // Вестник

Тверского государственного технического университета. Серия: Науки об обществе и гуманитарные науки. 2018. № 3. С. 71-75.

6. Курилович Е. Очерки по лингвистике. Москва: Изд. иностранной литературы, 1962. 456 с.

7. Сасина С. А., Бричева М. М. Лингвистические аспекты нейминга (на материале англоязычных брендов) // Вестник АГУ. Майкоп, 2017. Вып. 2 (197). С. 113-118.

8. Соломоник А. Семиотика и лингвистика. Москва: Мол. гвардия, 1995. 176 с.

9. Эскиев М. А. Определение понятий «брендинг», «бренд», «брендменеджмент» // Евразийское пространство: экономика, право, общество. 2022. № 3. С. 58-59.

10. Язык виртуального пространства: тенденции и перспективы исследования / Л. И. Антропова, А.В. Бутова, Е. А. Гасаненко [и др.]. Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова. 2022. 163 с.

11. Cook V. Why Can't Anybody Spell? New York: Touchstone, 2004. 341 p.

12. Jespersen O. Essentials of English Grammar. Leningrad, 1958. 231 p.

13. Mill John S. A system of logic inductive being a connected view of the principals of evidence, and the methods of scientific investigation V. I. Ed. 6., London, 1865. 453 с.

14. Platten Ch. «Циконимие». Zur Produktnamen-Linguistik im Europäischen Binnenmarkt. Tübingen: Max Niemeyer Verlag. 1997. 243 S.

15. Pulgman E. Theory of names. Berkeley: American Name Society. 1954. 342 с.

16. Ullmann S. The principles of semantics. Glasgow: Jackson. 1951. 314 p.

REFERENCES

1. Bazhenov, N. Yu. (2022). Yazykovye sredstva metaforicheskogo predstavleniya tovara v reklame [Linguistic means of metaphorical representation of goods in advertising]. In *Sostoyanie i perspektivy lingvisticheskoy i metodicheskoy mysli v sovremennom obrazovatelnom prostranstve*. Samara. Pp. 99-108. (In Russ.).

2. Botova, E. F. (2021). Lingvisticheskie mekhanizmy kommercheskoy nominatsii (na materiale angloyazychnykh tovgovykh marok) [Linguistic mechanisms of commercial nomination (based on the material of English-language trademarks)]. In *Aktualnye problemy angliyskoy lingvistiki i lingvodidaktiki*. Moskva: Moskovskiy pedagogicheskiy gosudarstvennyy universitet. (In Russ.).

3. Butova, A. V. (2024). Termin «brend»: opredelenie i klassifikatsiya [The term «brend»: definition and classification]. In *Gumanitarnye issledovaniya*. No 3(91). Pp.10-16. (In Russ.).

4. Polyakov, A. (2009). Brendsovet. In *Gazeta «Chernovik»*. No 41. Available at: <https://chernovik.net>. (accessed: 23.05.2025). (In Russ.).

5. Izotova, E. I. (2018). Lingvomarketingovye tendentsii razvitiya neyminga [Linguomarketing trends in naming development]. In *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Nauki ob obshchestve i humanitarnye nauk*. No 3. Pp. 71-75. (In Russ.).

6. Kurilovich, E. (1962). *Ocherki po lingvistike* [Linguistic Essays]. Moskva: Izd. Inostrannoy literatury. (In Russ.).

7. Sasina, S. A., Bricheva M. M. (2017). Lingvisticheskie aspekty neyminga (na materiale angloyazychnykh brendov) [Linguistic aspects of naming (based on the material of English-speaking brands)]. In *Vestnik AGU*. No 2 (197). Pp. 113-118. (In Russ.).

8. Solomonik, A. (1995). *Semiotika i lingvistika* [Semiotics and Linguistics]. Moskva: Mol. gvardiya. (In Russ.).

9. Eskiev, M. A. (2022). Opredelenie ponyatiy «brending», «brend», «brendmenedzhment» [Definition of the concepts «branding», «brand», «brand management»]. In *Evraziyskoe prostranstvo: ekonomika, pravo, obshchestvo*. No 3. Pp. 58-59. (In Russ.).

10. *Yazyk virtualnogo prostranstva: tendentsii i perspektivy issledovaniy* [Virtual Space Language: Tendencies and Investigation Prospects] / L. I. Antropova, A. V. Butova, E. A. Gasanenko [i dr.]. Magnitogorsk: Magnitogorskiy gosudarstvennyy tekhnicheskiy universitet im. G. I. Nosova, 2022. (In Russ.).
11. Cook, V. (2004). *Why Can't Anybody Spell?* New York: Touchstone.
12. Jespersen, O. (1958). *Essentials of English Grammar*. Lenigrad.
13. Mill, John S. (1865). *A system of logic inductive being a connected view of the principals of evidence, and the methersds of scientific investigation*. V. I. Ed. 6. London.
14. Platten, Ch. (1997). «*Ökonymie*». *Zur Produktnamen-Linguistik im Europäischen Binnenmarkt*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
15. Pulgman, E. (1954). *Theory of names*. Berkeley: American Name Society.
16. Ullmann, S. (1951). *The principles of semantics*. Glasgow: Jackson.

Кисель Олеся Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков по техническим направлениям
(e-mail: olesja-kisel@rambler.ru),
Федеральное бюджетное государственное образовательное учреждение высшего образования «Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова»
455000, Магнитогорск, пр. Ленина, 38

Kisel Olesya V. – Candidate of Philology, Associate Professor of the Foreign Languages in Engineering Department
(e-mail: olesja-kisel@rambler.ru),
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Nosov Magnitogorsk State Technical University»
38, Lenin Street, Magnitogorsk, 455000

Поступила в редакцию 29 апреля 2025 г.

ЭФФЕКТ ОБМАНУТОГО ОЖИДАНИЯ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ АНЕКДОТАХ КАК СПОСОБ СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

В статье рассматривается эффект обманутого ожидания как один из эффективных приёмов создания комического. На материале немецкоязычных анекдотов описываются механизмы реализации эффекта обманутого ожидания на различных языковых уровнях. Проведённый лингвокультурологический анализ немецкоязычных анекдотов позволил выявить особенности проявления эффекта обманутого ожидания в немецкоязычном культурном контексте.

Ключевые слова: комический дискурс, анекдот, эффект обманутого ожидания.

© 2025 E. I. Petrova

EFFECT OF SUSPENSE IN GERMAN JOKES AS A WAY OF CREATING A COMIC EFFECT: A LINGUOCULTURAL ANALYSIS

The article considers the effect of suspense as one of the effective language device for creating a comic effect. The material of German jokes describes the mechanisms for implementing the effect of suspense at various language levels. The conducted linguistic and cultural analysis of German-speaking jokes made it possible to identify the features of the manifestation of the effect of suspense in the German-speaking cultural context.

Key words: comic discourse, anecdote, deceived expectation effect.

Смех, юмор и комическое являются неотъемлемыми составляющими человеческой жизни, обнаруживая себя в общении, культуре, искусстве. Исследование данных аспектов с позиции лингвокультурологии и межкультурной коммуникации на примере анекдотов представляет собой актуальную проблему в современной лингвистике. Анекдот, как жанр устного народного творчества, является частью языковой и культурной среды, отражает национальные особенности, менталитет, обычаи и стереотипы общества. Одним из распространённых приёмов создания комического в анекдотах выступает эффект обманутого ожидания, который заключается в намеренном введении читателя в заблуждение и последующем разрушении его ожиданий путём неожиданного изменения хода повествования.

Цель настоящей статьи заключается в выявлении и описании специфики реализации эффекта обманутого ожидания в немецкоязычных анекдотах.

Актуальность исследования определяется, во-первых, важностью анализа немецкоязычных анекдотов с точки зрения отражения в них национального менталитета; во-вторых, интересом к немецкому юмору, как материалу для изучения приёмов

комического, в частности, эффекта обманутого ожидания; в-третьих, практической значимостью понимания механизмов эффекта обманутого ожидания в различных сферах, таких как комедийное письмо, маркетинг и реклама.

В современной лингвистике принято различать комический и юмористический дискурсы, которые служат различным целям, но играют важную роль в общении и восприятии мира, представляя разнообразие стилей, приёмов и жанров. Хотя комическое и юмористическое пересекаются в общей сфере вызова смеха, юмор имеет более широкий функциональный спектр.

Комический дискурс является особым видом коммуникации, направленной на создание комического эффекта, возникающего при столкновении несообразностей, при нарушении привычных связей и отношений между предметами и явлениями [Степанова, 2009]. Комический дискурс имеет своей целью вызвать смех, веселить или развлекать аудиторию [Kablitz, 2000: 289, Zipfel, 2017: 50-51], используя для этого различные языковые и композиционные приёмы, такие как игра слов, ирония, каламбур, гипербола, карикатура [Кравченко, 2001: 249]. Юмористический дискурс, напротив, преследует более широкий спектр целей, включая развлечение, шутки, высмеивание недостатков и выражение авторского мировоззрения [Гайназарова, Фаткуллина, 2016; Карасик, 2002].

Основное отличие между комическим и юмористическим дискурсами заключается в текстовой реализации: в комических жанрах доминирует комизм, основанный на несоответствиях, в то время как юмористические жанры отличаются большей содержательной и стилистической неоднородностью [Середа, 2019], наличием иных модально-оценочных элементов (лирика, пафос, рефлексия и пр.) [Плотникова, 2011: 8].

Юмористический дискурс значительно шире комического и включает его в качестве составной части. При этом комическое выступает обязательным элементом, без которого юмор теряет свою специфику.

В рамках настоящего исследования мы остановимся на комическом дискурсе, его реализации на примере анекдотов и функциях.

Комический дискурс характеризуется использованием стилистических приёмов, основанных на контрасте и противоречиях [Степанова, 2009]. В качестве основных специфичных дискурсивных видов комического можно назвать юмор, сатиру, иронию [Волкова, 2005]. В функциональном плане для комического дискурса характерны эстетическая, социализирующая, коммуникативная, катарсическая, саморегуляционная, эвристическая, творческая [Кулинич, 1999], развлекательная, компенсаторная, критическая и фактическая функции [Пропп, 1999]. Развлекательная функция лежит в

самой природе комического дискурса, являясь его главным предназначением и смыслом.

Одним из ярких проявлений комического дискурса выступает анекдот. Согласно большому энциклопедическому словарю, анекдот (от греч. *ane'kdotos* – «неизданный») определяется как 1) «короткий рассказ об истинном лице, происшествии; 2) жанр городского фольклора, злободневный комический рассказ-миниатюра с неожиданной концовкой, своеобразная юмористическая притча» [Большой энциклопедический словарь, 1993: 56]. В то же время, шутка – это «1) то, что говорят, делают с целью вызвать смех; забавная весёлая проделка, выходка или острота; 2) то, что говорят, делают не всерьёз, ради игры, забавы, развлечения; 3) небольшая комическая пьеса» [Большой толковый словарь, 2000: 1508]. Однако, стоит отметить, что шутка не относится к человеку или событию, то есть к чему-то конкретному и реальному.

В немецком языке анекдот (*die Anekdote*) – это короткая, обычно остроумная история, метко характеризующая личность, социальный класс, эпоху и т. д., тогда как шутка (*der Witz*) обозначает 1. короткую историю с неожиданным поворотом, неожиданным эффектом, кульминационной «пуантой» в конце, которая заставляет смеяться; 2. а) способность остроумно выразиться, шутить; б) сообразительность; находчивость [Duden].

В немецком языке то, что мы понимаем как анекдот, называют «*der Witz*» (шутка). «*Witz*» восходит к древневерхненемецкому языку и первоначально означал «знание» и «понимание». Позже, в XVII веке, под влиянием французского и английского языков, значение слова расширилось, включив в себя компоненты «остроумие», «изобретательность». В начале XIX века «*Witz*» стало обозначать «умную, остроумную мысль», а к концу XIX века приобрело современное значение «шутка», «анекдот» [DWDS].

В данном исследовании мы будем использовать понятия «анекдот» и «шутка» как синонимы, поскольку в отечественной и немецкоязычной традиции они направлены на создание «смеховой ситуации» для развлечения аудитории и основываются на неожиданном кульминационном повороте сюжета.

Немецкоязычный анекдот – это жанр фольклора, обладающий значительной популярностью и отражающий национальные особенности, менталитет и стереотипы общества [Романова, 2014]. Анекдот обладает эстетическими, лингвистическими и психологическими признаками, способствующими достижению комического эффекта [Хрущева, 2009]. Анекдоты не только служат для создания юмора, но и являются частью языковой и культурной среды, содержащей информацию о ценностях различных социальных групп. Анекдоты могут существовать в устной и письменной формах, подразделяясь на различные категории: ситуативные (описывается нелепость какой-либо

ситуации) и языковые (комизм анекдота строится на языковой игре) [Тюкина, 2021]. Также анекдоты могут быть классифицированы по тематическому признаку, сфере человеческой деятельности и национальному признаку [Москалева 2015; Тюкина, 2021]. Внутри этих категорий можно выделить подвиды, отражающие разнообразие форм анекдотического повествования.

Анекдот как «короткий забавный рассказ» о смешном происшествии включает широкий арсенал приёмов комического, одним из основных среди которых является эффект обманутого ожидания [Кудряшова, 2020: 69] или несбывшееся предсказание [Якобсон, 1987]. Его суть заключается в том, что автор намеренно вводит читателя в заблуждение, заставляя ожидать логическое развитие событий, а затем резко меняет ход повествования. Такой контраст между ожидаемым и реальным финалом и порождает комичность. Эффект обманутого ожидания нарушает линейность текста, стимулирует читателя/слушателя пересмотреть собственные ожидания и интерпретировать информацию, что может вызвать определённое интеллектуальное удовольствие [Манжелевская, 2017: 135]. Данный художественный приём имеет глубокие фольклорные корни и восходит к народным ритуалам и обычаям, связанным со смеховой культурой.

Эффект обманутого ожидания особенно характерен для небольших юмористических жанров вроде анекдота. Здесь эффект несоответствия читательскому ожиданию усиливается благодаря лаконичности формы: развязка наступает стремительно и неожиданно.

Материалом данного исследования послужила подборка из 30 немецкоязычных анекдотов, отобранных из интернет-источников Spitzenwitze.de, Witze.net, Witziges, Zum Totlachen. При отборе анекдотов учитывались определённые параметры, такие как стереотипы и сюжеты, наличие неожиданной развязки, которая реализуется при помощи разнообразных стилистических приёмов, позволяющих наглядно продемонстрировать принцип обманутого ожидания.

Ein Vampir fährt mit einem Tandem durch die Straßen. Er wird von der Polizei angehalten. «Haben sie was getrunken?». «Ja, zwei Radler» [Witziges] ‘Останавливает полиция вампира, едущего на тандеме. – Вы что-нибудь употребляли? – Да, два «Радлера»’ (здесь и далее перевод автора – Е. П.).

В данном анекдоте эффект обманутого ожидания реализуется за счёт языковой игры, основанной на полисемии существительного «Radler». Первоначально, читатель ожидает, что полиция спрашивает, не употреблял ли вампир алкоголь. Однако, ответ вампира «zwei Radler» можно интерпретировать двояко – двух велосипедистов или популярный немецкий напиток «Radler» (пиво с лимонадом). Эффект обманутого ожидания возникает

из-за неожиданного переключения смысла и абсурдности ситуации. Лингвокультурологически знание о популярности напитка «*Radler*» необходимо для понимания шутки, что указывает на культурную специфику юмора.

Одна из основных целей использования приёма обманутого ожидания – удивить реципиента, вызвать у него эмоциональное потрясение от непредвиденного поворота мысли. Эффект обманутого ожидания основан на разрыве шаблона при помощи языковых приемов и может быть реализован на различных уровнях языка:

- *Фонетический уровень*: неожиданное неправильное ударение и произношение слов может иметь комический эффект, иллюстрируя иноязычную речь.

Ein Ereignis in einer Bäckerei: «Ich hätte gelne ein Blödchen».

Sagt die Bäckerin: «Einen Moment bitte. Meine Kollegin kommt gleich!» [Witze.net]

‘Посетитель в булочной: «Мне бы одну глупышку».

Продавщица: «Минуточку! Сейчас моя коллега подойдет!»’

В данном анекдоте комический эффект реализуется многопланово за счёт смешанного подхода – использование эффекта обманутого ожидания при помощи графона: «*Blödchen*» ‘глупышка’ вместо «*Brötchen*» ‘булочка’ и иронии.

- *Морфологический уровень*: использование аграмматизмов для создания впечатления необразованности или нервозности персонажа.

Alle beschweren sich wegen dem Wetter, außer Germanistik-Studenten. Die beschweren sich wegen des Wetters [Witze.net] ‘Все жалуются из-за погоды, кроме студентов-германистов. Они жалуются на погоду’.

В данном анекдоте эффект обманутого ожидания на морфологическом уровне языка достигается за счёт контраста ошибочного и правильного использования падежа в грамматической конструкции «*sich beschweren wegen*».

- *Синтагматический уровень*: сочетание слов, которые обычно не употребляются вместе, создаёт неожиданный или комический эффект (каламбур, гипербола, литота и др.).

Ein Spaziergänger erblickt einen Angler, bleibt stehen und schaut ihm minutenlang zu. Kopfschüttelnd meint er schließlich: «Also nichts ist ja so langweilig wie Angeln!» – «Doch!» darauf der Angler. «Das Zuschauen!» [Witze.net] ‘Прохожий видит рыбака, останавливается и долго смотрит на него. Качая головой произносит: «Слушайте, ну нет ничего скучнее рыбалки!» Рыбак: «Есть! Наблюдать за ней!»’.

В представленном примере эффект обманутого ожидания реализуется при помощи перифраза: прохожий, говорящий о том, что ничего не может быть скучнее, чем рыбалка, неожиданно для себя становится объектом иронии со стороны рыбака, который указывает,

что скучнее всего просто наблюдать за рыбалкой. В речи рыбака используется перифраз, неожиданно меняя фокус разговора, что требует от зрителя понимания и осмысления шутки.

• *На уровне сверхфразового единства и абзаца:* при помощи алогизмов – отсутствия логических связей между предложениями, комбинациями предложений или абзацев [Кудряшова, 2020], а также введением интертекстуальных выражений.

«*Vergiss Chuck Norris! Spongebob grillt unter Wasser!*» [Spitzenwitze.de] ‘«Забудьте о Чаке Норрисе! Губка Боб устраивает барбекю под водой!»’.

В приведённом анекдоте используется контраст между ожидаемым и реальным, что и создаёт комический эффект. Чак Норрис является известным персонажем и нередким участником анекдотов, в которых он изображается обычно как человек, который обладает невероятными способностями. Однако, в данном анекдоте происходит неожиданный поворот: вместо описания того, как Чак Норрис делает что-то нереальное, упоминается «губка Боб», который жарит на гриле под водой. Этот неожиданный контраст между ожидаемым и реальным ведёт к нарушению шаблона развития фабулы и вызывает смех у читателя / слушателя. Так, в анекдоте используется эффект обманутого ожидания для достижения комического эффекта.

• *Текстовый уровень:* использование неожиданных сюжетных поворотов или временных разрывов в тексте, изменяющих его линейное развитие.

Es streiten sich ein Franzose, ein Engländer und ein Deutscher, wer die komplizierteste Sprache hat.

Der Franzose: «*Mon dieux, natürlich wir Franzosen. Wir schreiben «Monsieur» und wir sagen «Musjö».*»

Der Engländer: «*Well, wir Briten erheben Anspruch auf den Titel, wir schreiben «Elevator» und sagen «Lift».*»

Der Deutsche: «*Das ist einfach, natürlich sind wir Deutschen die Sieger. Wir schreiben «Entschuldigen Sie bitte, ich habe Ihren letzten Satz nicht richtig verstanden, würden Sie so nett sein und den bitte wiederholen?» und wir sagen «Hä?»*» [Zum Totlachen]

‘Спорят француз, англичанин и немец, у кого язык сложнее.

Француз: «Естественно, у нас! Пишем «монсенье», а говорим «Мсьё!»

Англичанин: «Нет, у нас! Пишем «эливейтор», а говорим «лифт!»

Немец: «Это всё ерунда! Мы пишем: «Извините, пожалуйста, я не совсем понял последнее предложение. Будьте так любезны и повторите его», а говорим: «Ха?»’.

В данном примере эффект обманутого ожидания создаётся путём противопоставления официальных и неформальных оборотов речи, а также за счёт создания контраста между длинными и короткими выражениями.

Этот анекдот эксплуатирует национальные стереотипы, чтобы создать комический эффект. Французы представляются как гордые своим произношением, англичане – как приверженцы эвфемизмов, а немцы – как любящие сложные грамматические конструкции и при этом не чуждые простоте и прямоте. Использование слова «Нä?» (что-то вроде русского «Ха?») в конце является неожиданным контрастом с длинным и сложным немецким предложением, описывающим ситуацию переспроса. Этот контраст высмеивает не только сложность немецкого языка, но и немецкую педантичность, доведённую до абсурда. Лингвокультурологически знание этих стереотипов необходимо для полного понимания и оценки юмора в данном анекдоте. Анекдот не просто высмеивает языковые особенности, но и затрагивает тему национальной идентичности и восприятия других культур.

В немецкоязычных анекдотах эффект обманутого ожидания часто реализуется с помощью использования стереотипов, языковой игры, каламбуров [Kotthoff, 1998] и обыгрывания типичных ситуаций из повседневной жизни и межнациональных отношений. Этот эффект отражает национальную специфику немецкоязычной культуры и служит не только источником смеха, но и способом понимания особенностей немецкого общества и его ценностей.

Manche Politiker versprechen nichts, aber das halten sie dann auch [Spitzenwitze.de]
‘Некоторые политики ничего не обещают, но зато всегда держат это обещание’.

В представленном анекдоте эффект обманутого ожидания базируется на игре слов и иронии. Анекдот начинается с кажущегося положительного утверждения о политиках, которые «ничего не обещают». Можно ожидать, что далее последует критика за бездействие, однако концовка («но они это и выполняют») переворачивает ситуацию. Комический эффект возникает из-за того, что «не обещать ничего» само по себе становится обещанием, которое, как ни парадоксально, выполняется. Анекдот отражает распространённый скептицизм в отношении политиков и их обещаний. В немецкой культуре, где ценятся честность и надёжность, невыполненные обещания воспринимаются особенно негативно. Анекдот высмеивает политиков, которые не выполняют своих обещаний, но при этом не обещают ничего, что делает их «честными» в своей бесполезности. Анекдот использует эффект обманутого ожидания для создания комического эффекта, основанного на иронии и скептическом отношении к политике. Он отражает культурные ценности немецкого общества и его отношение к власти.

Sitzt ein Deutscher mit einem Österreicher gemütlich in einem Wiener Kaffeehaus. Der Österreicher nippt genüsslich an seiner Melange, der Deutsche schaut nervös auf die Uhr.

Da sagt der Österreicher lässig: «Reg dich nicht auf, wir sind in Wien. Hier muss nix pünktlich fertig werden».

Antwortet der Deutsche: «Wieso glaubst du, dass ich mich aufrege? Ich warte nur auf die Rechnung, mein Zug nach Berlin fährt in 5 Minuten!» [Witze.net]

‘Сидят немец и австриец в венской кофейне. Австриец неторопливо потягивает свой «меланж», немец нервно поглядывает на часы.

Австриец: «Да не волнуйся ты так! Мы же в Вене! Здесь ничто не делается вовремя».

Немец: «Да я и не волнуюсь! Я жду счёт. Мой поезд в Берлин отправляется через 5 минут!»’.

В данном анекдоте используется стереотипное изображение немцев и австрийцев, отражающее их культурные особенности в отношении пунктуальности и отношения ко времени. Немцы обычно ассоциируются с пунктуальностью и строгостью в соблюдении расписания, в то время как австрийцы часто воспринимаются как более расслабленные и наслаждающиеся моментом, не придающие большого значения точности и строгости. Так, эта шутка демонстрирует классический пример эффекта обманутого ожидания, поскольку ожидания читателя сначала направляются в определённом направлении, но затем неожиданно меняются на противоположные, что приводит к комическому эффекту.

В заключении можно отметить, что проведённое исследование позволило выявить ключевую роль эффекта обманутого ожидания в создании комического эффекта в немецкоязычных анекдотах. Исследование комического эффекта и эффекта обманутого ожидания в немецкоязычных анекдотах представляет значительный интерес с точки зрения анализа культурно-языковых особенностей и специфики немецкой комической традиции. Эффект обманутого ожидания реализуется в немецкоязычных анекдотах с помощью различных языковых и стилистических приёмов, таких как игра слов, ирония, обыгрывание национальных стереотипов. Лингвокультурологический анализ анекдотов позволил более глубоко проникнуть в специфику национального юмора и выявить такие важные культурные ценности, отражённые в немецкоязычных анекдотах, как честность, пунктуальность, любовь к порядку, а также скептическое отношение к политике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Волкова Н. А. Высмеивание и аргументирование: проблема взаимодействия речевых жанров: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Калуга, 2005. 26 с.
2. Гайназарова А. А., Фаткуллина Ф. Г. Понятия «текст» и «дискурс» в современном языкознании // Актуальные проблемы русской и сопоставительной филологии: теория и

практика. Уфа: РИЦ БашГУ, 2016. С. 137-139.

3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.

4. Кудряшова А. Н. Стилистические и прагмалингвистические средства достижения комического эффекта в современных английских анекдотах на семейно-бытовую тематику // Вестник МГЭИ. 2020. № 3. С. 66-77.

5. Кулинич М. А. Лингвокультурология юмора: (На материале английского языка). Самара: Изд-во Самар. гос. пед. унта, 1999. 180 с.

6. Манжелевская Е. В. Прагматическая категория ожиданий в контексте теории фреймов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Изд-во «Грамота». № 9 (75). Ч. 1. 2017. С. 134-136.

7. Москалева С. И. Структура немецкого языкового бытового анекдота // Теория и практика иностранного языка в высшей школе. 2015. № 11. С. 126-132

8. Плотникова С. Н. Онтологический статус комического в коммуникации // Речевое общение. 2011. № 13 (21). С. 6-32.

9. Пропп В. Я. Проблемы комизма и смеха. Москва: Алетейя, 1999. 284 с.

10. Романова Е. В. Немецкий юмор: лингвистический и культурологический аспекты // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 7-1(37). С. 168-172.

11. Середа П. В. Природа комического в языке // Современные тенденции кросс-культурных коммуникаций. Краснодар: Кубанский государственный технологический университет, 2019. С. 98-102.

12. Степанова Н. Ю. Контраст как средство создания комического эффекта (лингвостилистический аспект): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2009. 20 с.

13. Тюкина Л. А. Лингвопрагматические особенности юмористического диалогического дискурса (на материале англоязычного, немецкоязычного и русскоязычного анекдота): автореф. дис... канд. филол. наук. Ярославль, 2021. 24 с.

14. Хрущева Е. А. Национально-культурная основа анекдота: сопоставительный анализ английского, французского и русского языков: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2009. 28 с.

15. Якобсон Р. О. Работы по поэтике: переводы / сост. и общ. ред. М. Л. Гаспарова. Москва: Прогресс, 1987. 464 с.

16. Kablitz A. Komik, Komisch // Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft. Neubearbeitung des Reallexikons der deutschen Literaturgeschichte / Fricke, Harald (Hg.). Band II. Berlin / New York. 2000. S. 289-294.

17. Kotthoff H. Witzige Darbietungen auf eigene Kosten. Über Komplexitäten weiblicher Imagepolitik in der Scherzkommunikation // Zeitschrift für germanistische Linguistik, 1998. S. 253-279.

18. Zipfel F. Komik und Komödie // Tragikomödien. Schriften zur Weltliteratur. Stuttgart, 2017. Vol. 1. S. 51-52.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ

1. Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. Первое издание. Санкт-Петербург: Норинт, 2000. 1534 с.

2. Большой энциклопедический словарь / А. М. Прохоров [и др.]; отв. ред. А. М. Прохоров. Москва: Сов. энцикл., 1993. 1632 с.

3. Кравченко А. И. Культурология: Словарь. Москва: Академическая книга, 2001. 672 с.

4. Duden Online-Wörterbuch. Доступ: <https://www.duden.de>. (дата обращения: 12.03.2025).

5. DWDS – Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. Доступ: <https://www.dwds.de/wb/etymwb/Witz>. (дата обращения: 17.03.2025).

СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Schlechte Witze. Доступ: <https://schlechtewitze.com/kurze-witze>. (дата обращения 24.04.2025).
2. Spitzenwitze. Доступ: <https://www.spitzenwitze.de/witze/unterschiede>. (дата обращения 27.04.2025).
3. Witze.net. Доступ: <https://witzet.net/die-besten-witze>. (дата обращения 11.05.2025).
4. Witziges – Radtreff-Büchenaus Jimdo-Page! Доступ: <https://radtreff-buechenaus.jimdofree.com/radlerwitze>. (дата обращения 29.04.2025).
5. Zum Totlachen. Доступ: <https://witzet-ueber-witze.de/kategorie/bayern-witze>. (дата обращения 17.05.2025).

REFERENCES

1. Volkova, N. A. (2005). *Vysmeivanie i argumentirovanie: problema vzaimodeystviya rechevykh zhanrov* [Ridicule and argumentation: the problem of the interaction of speech genres]: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Kaluga. (In Russ.).
2. Gaynazarova, A. A., Fatkullina, F. G. (2016). Ponyatiya «tekst» i «diskurs» v sovremennom yazykoznanii [Concepts of «text» and «discourse» in modern linguistics]. In *Aktualnye problemy russkoy i sopostavitelnoy filologii: teoriya i praktika*. Ufa: RITS BashGU. Pp. 137-139. (In Russ.).
3. Karasik, V. I. (2002). *Yazykovoy krug: lichnost, kontsepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd: Peremena. (In Russ.).
4. Kudryashova, A. N. (2020). Stilisticheskie i pragmalingvisticheskie sredstva dostizheniya komicheskogo effekta v sovremennykh angliyskikh anekdotakh na semeyno-bytovuyu tematiku [Stylistic and pragmalinguistic means of achieving a comic effect in modern English anecdotes on family and everyday topics]. In *Vestnik MGEI*. No 3. Pp. 66-77. (In Russ.).
5. Kulinich, M. A. (1999). *Lingvokulturologiya yumora: (Na materiale angliyskogo yazyka)* [Linguoculturology of humor: (On the material of the English language)]. Samara: Izd-vo Samar. gos. ped. unta. (In Russ.).
6. Manzhelevskaya, E. V. (2017). Pragmaticheskaya kategoriya ozhidaniy v kontekste teorii freymov [Pragmatic category of expectations in the context of frame theory]. In *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. Tambov: Izd-vo «Gramota». No 9 (75). Ch. 1. Pp. 134-136. (In Russ.).
7. Moskaleva, S. I. (2015). Struktura nemetskogo yazykovogo bytovogo anekdota [Structure of a German language everyday joke]. In *Teoriya i praktika inostrannogo yazyka v vysshey shkole*. No 11. Pp. 126-132. (In Russ.).
8. Plotnikova, S. N. (2011). Ontologicheskii status komicheskogo v kommunikatsii [Ontological status of comic in communication]. In *Rechevoe obshchenie*. No 13 (21). Pp. 6-32. (In Russ.).
9. Propp, V. Ya. (1999). *Problemy komizma i smekha* [Problems of Comism and Laughter]. Moskva: Aleteyya. (In Russ.).
10. Romanova, E. V. (2014). Nemetskiy yumor: lingvisticheskiy i kulturologicheskii aspekty [German humor: linguistic and cultural aspects]. In *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. No 7-1(37). Pp. 168-172. (In Russ.).
11. Sereda, P. V. (2019). Priroda komicheskogo v yazyke [The nature of the comic in the language]. In *Sovremennye tendentsii kross-kulturnykh kommunikatsiy*. Krasnodar: Kubanskiy gosudarstvennyy tekhnologicheskii universitet. Pp. 98-102. (In Russ.).
12. Stepanova, N. Yu. (2009). *Kontrast kak sredstvo sozdaniya komicheskogo effekta (lingvostilisticheskiy aspekt)* [Contrast as a Means of Creating a Comic Effect (Linguostylistic Aspect)]: avtoref. dis. ... kandid. filol. nauk. Moskva. (In Russ.).
13. Tyukina, L. A. (2021). *Lingvopragmaticheskie osobennosti yumoristicheskogo*

dialogicheskogo diskursa (na materiale angloyazychnogo, nemetskoyazychnogo i russkoyazychnogo anekdota) [Linguopragmatic features of humorous dialogical discourse (based on the material of the English-language, German-language and Russian-language anecdote)]: avtoref. dis... kandid. filol. nauk. Yaroslavl. (In Russ.).

14. Khruscheva, E. A. (2009). *Natsionalno-kuturnaya osnova anekdota: sopostavitelnyy analiz angliyskogo, frantsuzskogo i russkogo yazykov* [National-cultural basis of the anecdote: a comparative analysis of English, French and Russian]: avtoref. dis. ... kandid. filol. nauk. Moskva. (In Russ.).

15. Yakobson, R. O (1987). *Raboty po poetike: perevody* [Works in poetics: Translations]. Sost. i obshch. red. M. L. Gasparova. Moskva: Progress. (In Russ.).

16. Kablitz, A. (2000). Komik, Komisch. In Fricke, Harald (Hg.). *Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft. Neubearbeitung des Reallexikons der deutschen Literaturgeschichte*. Band II. Berlin / New York. S. 289-294.

17. Kotthoff, H. (1998). Witzige Darbietungen auf eigene Kosten. Über Komplexitäten weiblicher Imagepolitik in der Scherzkommunikation. In *Zeitschrift für germanistische Linguistik*. S. 253-279.

18. Zipfel, F. (2017). Komik und Komödie. In *Tragikomödien. Schriften zur Weltliteratur*. Stuttgart. Vol 1. S. 51-52.

LEXICOGRAPHIC SOURCES

1. *Bolshoy tolkovyy slovar russkogo yazyka* [Large explanatory dictionary of the Russian language]. Gl. red. S. A. Kuznetsov. Pervoe izdanie. Sankt-Peterburg: Norint, 2000. (In Russ.)

2. *Bolshoy entsiklopedicheskiy slovar* [Large encyclopedic dictionary]. A. M. Prokhorov [I dr.]; otv. red. A. M. Prokhorov. Moskva: Sov. encikl, 1993. (In Russ.)

3. Kravchenko, A. I. (2001). *Kulturologiya: Slovar* [Cultural studies: Dictionary]. Moskva: Akademicheskaya kniga, 2001. (In Russ.)

4. *Duden Online-Wörterbuch*. Available at: <https://www.duden.de>. (accessed: 12.03.2025).

5. DWDS – *Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache*. Available at: <https://www.dwds.de/wb/etymwb/Witz>. (accessed: 17.03.2025).

SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL

1. *Schlechte Witze*. Available at: <https://zweitschlechteste.com/kurze-witze>. (accessed: 24.04.2025).

2. *Spitzenwitze*. Available at: <https://www.spitzenwitze.de/witze/unterschiede>. (accessed: 27.04.2025).

3. *Witze.net*. Available at: <https://witze.net/die-besten-witze>. (accessed: 11.05.2025).

4. *Witziges – Radtreff-Büchenaus Jimdo-Page!* Available at: <https://radtreff-buechenau.jimdofree.com/radlerwitze>. (accessed: 29.04.2025).

5. *Zum Totlachen*. Available at: <https://witze-ueber-witze.de/kategorie/bayern-witze>. (accessed: 17.05.2025).

Петрова Екатерина Игоревна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры немецкой филологии (e-mail: eipetrova@sfedu.ru), Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет» 344006 Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42

Petrova Ekaterina I. – Candidate of Philology, Associate Professor of the German Philology Department (e-mail: eipetrova@sfedu.ru), Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education «Southern Federal University» Bolshaya Sadovaya St., 105/42, Rostov on Don, 344006

Поступила в редакцию 04 августа 2025 г.

УДК 811.111

© 2025 А. В. Туарменский

МЕТАФОРИЧЕСКИЙ СПОСОБ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ДИПЛОМАТИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В статье рассматривается потенциал концептуальных метафор в репрезентации дипломатических отношений. Выявлены три типа метафор в зависимости от области-источника: ДИПЛОМАТИЯ – ЧЕЛОВЕК, ДИПЛОМАТИЯ – ЖИВАЯ ПРИРОДА, ДИПЛОМАТИЯ – ПРИРОДНОЕ ЯВЛЕНИЕ. Установленные типы концептуальной метафоры позволяют раскрыть формирование оценочного знания о дипломатических отношениях. Исследование показало, что концептуальная метафора является эффективным средством в оценочной репрезентации дипломатических отношений в английском языке.

Ключевые слова: дипломатические отношения, репрезентация, концептуальная метафора, концептуальная область, оценка.

© 2025 A. V. Tuarmenskiy

METAPHORICAL WAY OF REPRESENTING DIPLOMATIC RELATIONS IN ENGLISH

The article examines the potential of conceptual metaphors in the representation of diplomatic relations. The three types of metaphors have been identified, depending on the source area: DIPLOMACY – HUMAN BEING, DIPLOMACY – WILDLIFE, DIPLOMACY – NATURAL PHENOMENON. The established types of conceptual metaphors make it possible to reveal the formation of evaluative knowledge about diplomatic relations. The study shows that the conceptual metaphor is an effective tool in the evaluative representation of diplomatic relations in English.

Key words: diplomatic relations, representation, conceptual metaphor, conceptual domain, evaluation.

Введение

Особое внимание в современном языкознании уделяется вопросам изучения когнитивной основы оценочного знания. В когнитивной лингвистике это явление рассматривается в различных аспектах, в том числе относительно межличностных [Фурс, Худаян, 2016] и профессиональных отношений [Бородулина, Макеева, 2022]. Исследование образной природы оценочного знания, репрезентируемого разноуровневыми единицами языка, такими как производные слова [Бабина, 2022; Бессонова, Трофимова, 2022], лексические категории [Панасенко, 2022; Сысоева, 2021], фразеологизмы [Долгова, 2022; Дроздов, 2025], синтаксические конструкции [Фурс, 2022], дискурс [Дубровская, 2022], подчеркивает большой потенциал такого способа формирования оценки различных явлений окружающей действительности. Формирование оценочного

знания, в свою очередь, отражает антропоцентрическую сущность языка [Болдырев, 2015, 2016]. По мнению Е. С. Кубряковой, фактор антропоцентризма является ведущим в познавательной деятельности человека, который «становится точкой отсчета в анализе тех или иных явлений» [Кубрякова, 1995: 212]. Этот факт, а также возросший интерес к лингвистическому описанию дипломатических отношений на основе концептуальной метафоры определяет актуальность проведенного исследования. Новизна исследования заключается в установлении типов концептуальной метафоры, раскрывающих формирование оценочного знания о дипломатических отношениях, а также в определении концептуальных областей, в контексте которых это знание формируется.

Целью данной работы является рассмотрение метафорического способа репрезентации дипломатических отношений в английском языке. Поставленная цель достигается на основе решения следующих задач:

1. Изучить метафорические средства репрезентации дипломатических отношений на материале современного английского языка.
2. Выявить типы концептуальных метафор.
3. Установить концептуальные области, в контексте которых формируется оценочное знание о дипломатических отношениях.

Последовательное решение данных задач позволит сделать вывод об образном потенциале концептуальных метафор как средств оценочной репрезентации дипломатических отношений.

Методология и материал исследования

Основными методами данного исследования являются когнитивное моделирование, реализуемое за счет выделения метафорических моделей, и контекстуальный анализ, позволяющий выявить оценочное знание.

Проанализированный материал включает 217 единиц, представляющих ситуативный контекст оценочной репрезентации способов дипломатических отношений. Источниками материала послужили современные периодические издания на английском языке, такие как Bloomberg [BG], ReVista: Harvard Review of Latin America [ReVista] и др., а также документы международных организаций (ЕС [DGAP], ООН [Agenda for Peace] и др.). В задачи исследования не входила статистическая обработка фактического материала. Фокус внимания направлен на описание оценочного знания о дипломатических отношениях, формируемого на метафорической основе.

Исследовательские результаты и их интерпретация

Как показал фактический материал, способы реализации дипломатических

отношений являются объектом оценки наблюдателя в контексте различных концептуальных областей, выступающих источником для метафорического переноса. При этом конструируемая концептуальная метафора является мыслительным механизмом структурирования познавательного опыта [Лакофф, Джонсон, 2004].

Как указывают Дж. Лакофф и М. Джонсон, следует выделять три основных вида концептуальных метафор:

- 1) структурная – представляющая один концепт в терминах другого;
- 2) ориентационная – организующая систему концептов относительно пространственной локализации [там же: 35];
- 3) онтологическая – означающая переосмысление дипломатии в терминах бытия человека [там же: 49].

Когнитивный контекст структуры знания, относительно которого осмысляется языковое явление называется концептуальной областью [Лакофф, Джонсон, 2004]. Материал концептуальных областей служит основой для авторской интерпретации [Фурс, Ноблок, 2007]. Были выявлены три концептуальные области, репрезентирующие знания о дипломатических отношениях в английском языке – ЧЕЛОВЕК, ЖИВАЯ ПРИРОДА, ПРИРОДНОЕ ЯВЛЕНИЕ.

Обратимся к анализу примеров, демонстрирующих метафорический способ репрезентации дипломатических отношений в контексте концептуальной области ЧЕЛОВЕК:

Preventive diplomacy seeks to avoid the breakdown of peaceful conditions [Agenda for Peace] ‘Превентивная дипломатия пытается избежать нарушения мирных условий’.

City diplomacy seeks to leverage these ties to build international strategies [Grandi, 2020] ‘Городская дипломатия стремится использовать эти связи для разработки международных стратегий’.

Дипломатические отношения в этих примерах представлены как одушевленная сущность, на что указывает дефиниция глагола *to seek* (to try to find or get something, especially something that is not a physical object; to ask for advice, help, approval, permission; to try or attempt [CD]). Все перечисленные действия характерны для человека, что свидетельствует об активизации метафорической модели ДИПЛОМАТИЯ-ЧЕЛОВЕК.

If the world is to become safer from nuclear war, it must embrace gift basket diplomacy [Policy Forum] ‘Если мир хочет обезопасить себя от ядерной войны, он должен прибегнуть к дипломатии подарочной корзины’.

*Diplomats have strongly **embraced wolf warrior diplomacy** and made it the dominant way that they interact with the outside world and with foreign audiences [NBR] ‘Дипломаты активно используют дипломатию воинов-волков и сделали ее доминирующим способом взаимодействия с внешним миром и зарубежной аудиторией’.*

В данных примерах областью-источником для метафорического переноса является знание о том, как человек держит объект, плотно охватывая руками (*to embrace – to hold someone tightly with both arms to express love, liking, or sympathy, or when greeting or leaving someone [CD]*). Это знание переносится на способ дипломатических отношений – вручение корзин с подарками в первом случае и агрессивность, характерная для волчьей стаи, – во втором. В результате подчеркивается одобрение выбранного способа дипломатических отношений.

*On the surface, then, this appears to be a case of **successful nuclear diplomacy** [Policy Forum] ‘Таким образом, на первый взгляд это выглядит как пример успешной ядерной дипломатии’.*

*As described by many newspapers around the world, the Cuban policy is **successful medical diplomacy that helps the state budget** [ReVista] ‘Как пишут многие газеты по всему миру, кубинская политика – это успешная медицинская дипломатия, которая помогает государственному бюджету’.*

Эти предложения репрезентируют результативность действий дипломатов в рамках ядерного сдерживания, а также положительные результаты дипломатических усилий Кубы по выгодной продаже медицинской продукции другим странам (*successful – having achieved a lot, become popular, and/or made a lot of money [CD]*). Оценочное знание также формируется в контексте концептуальной области ЧЕЛОВЕК, так как акцент ставится на успешном достижении целей, что характерно для действий человека.

***Science diplomacy can spur innovation, attract investment, and promote economic development at regional levels** [EUTOPIA] ‘Научная дипломатия может стимулировать инновации, привлекать инвестиции и способствовать экономическому развитию на региональном уровне’.*

***Rugby diplomacy spurs economic benefits for Papua New Guinea** [ABC] ‘Дипломатия регби приносит Папуа – Новой Гвинее экономические выгоды’.*

Здесь областью-источником для метафорического переноса является знание о том, как человек может пришпорить лошадь, чтобы побудить ее к более быстрому движению (*to spur – to push spurs into the side of a horse to make it go faster [CD]*). В результате

создается ассоциация «научная дипломатия и дипломатия по организации соревнований по регби являются стимулами экономического роста страны».

Следует отметить, что область знания об обращении человека с лошадьми является продуктивной для формирования оценочного знания о дипломатических отношениях. При этом в фокусе оценки находятся их различные аспекты:

To properly harness city diplomacy, the EU must face up to current weaknesses at both its top and bottom [DGAP] ‘Чтобы должным образом использовать городскую дипломатию, ЕС должен справиться с текущими слабостями как на самом верху, так и на самом низу’.

В этом случае тщательность выстраивания дипломатических отношений сравнивается с процессом запрягания лошадей, осуществляемом человеком и предполагающим несколько этапов действий в зависимости от характера оборудования, что подчеркивается семантикой глагола *to harness* (to put a piece of equipment with straps and belts on a horse [CD]).

Другой областью-источником для метафорической репрезентации дипломатических отношений является область ЖИВАЯ ПРИРОДА. Проанализируем пример, который указывает на сравнение дипломатических отношений с таким представителем животного мира, как птица:

And so it goes ... spreading happiness on the wings of bluebird diplomacy [NBS] ‘И так далее ... распространяя счастье на крыльях дипломатии сиалий’.

В приведенном примере способ дипломатических отношений *bluebird diplomacy* соотносится с деятельностью, которую ведёт волонтер общества по охране лазурных птиц, или сиалий, представляющих род воробьиных птиц из семейства дроздовых. Предложное словосочетание *on the wings* передает метафорический смысл, указывая на легкость в преодолении любых препятствий в этой области.

Необходимо указать также на случаи использования растительных метафор. Так, знание о растении как живом существе, растущем в земле, воде или на других объектах, имеющем стебель, листья, корни, соцветия и производящем семена (*plant* – a living thing that grows in earth, in water, or on other plants, usually has a stem, leaves, roots, and flowers, and produces seeds [CD]), также выступает областью-источником для метафорического переноса:

If science diplomacy is to flourish, all relevant agencies involved must view it as a major tool [Gluckman, Turekian, 2017] ‘Если мы хотим, чтобы научная дипломатия процветала, все соответствующие вовлеченные учреждения должны рассматривать ее как важный инструмент’.

В приведенном примере знание о способности растения цвести переносится на дипломатические отношения, что позволяет создать ассоциацию о такой стадии развития объекта, которая радуется, как красивый цветок.

Проведенный анализ показывает, что метафоры ДИПЛОМАТИЯ – ЖИВАЯ ПРИРОДА имеют высокий образный потенциал при оценке результативности дипломатических отношений. Например:

*We've seen **the fruit of diplomacy** in the agreements we've reached on climate change in Paris and on Iran's nuclear program in Switzerland* [Foreign policy remarks] ‘Мы увидели плоды дипломатии в соглашениях, достигнутых нами по изменению климата в Париже и по ядерной программе Ирана в Швейцарии’.

В данном случае область-источник представлена знанием о такой стадии развития растения, когда оно приносит плоды (*fruit* – the usually edible reproductive body of a seed plant; a product of plant growth [MWD]). Это знание проецируется на область дипломатических отношений. В результате подчеркивается результативность дипломатических усилий. В ситуативном контексте указывается на характер достигнутых результатов – подписание соглашений по таким важным международным вопросам, как изменение климата и ядерное вооружение Ирана.

*The evolution of China's diplomacy from a more peaceful and low-profile approach to **the assertive wolf warrior style** is a significant development in the realm of international relations, echoing the Power Transition Theory* [Yuan, 2023] ‘Эволюция китайской дипломатии от более мирного и сдержанного подхода к напористому стилю воина-волка является значительным событием в сфере международных отношений, перекликающимся с теорией перехода власти’.

Примечательно, что в этом примере оценка дипломатической деятельности представлена дважды: описательно за счет прилагательного *assertive* и с помощью концептуальной метафоры, посредством которой дипломатия сравнивается со стилем воина-волка. В результате подчеркивается напористость дипломатов и их готовность проявлять решительность в отстаивании собственных интересов.

В завершение рассмотрим пример метафоры ДИПЛОМАТИЯ – ПРИРОДНОЕ ЯВЛЕНИЕ:

*With Western leaders in a **whirl of shuttle diplomacy**, a push to revive peace accords is gathering some momentum* [BG] ‘В условиях, когда западные лидеры находятся в водовороте челночной дипломатии, стремление возродить мирные соглашения набирает обороты’.

Дефиниция лексемы *whirl* (the action of turning around in circles or something that turns

around in circles [CD]) указывает на природное явление в виде вихревых порывов ветра. Характер этого явления заключается в отсутствии контроля за его проявлением, а также в хаотичности движения, что и переносится на область-цель – челночную дипломатию.

Таким образом, проанализированные концептуальные метафоры, реализующие оценочное знание о дипломатических отношениях, моделируются на основе концептуальных областей ЧЕЛОВЕК, ЖИВАЯ ПРИРОДА, ПРИРОДНОЕ ЯВЛЕНИЕ и демонстрируют большой образный потенциал в представлении такого сложного явления, как дипломатические отношения.

Выводы

Проведенный анализ подтвердил, что метафорический способ играет существенную роль в репрезентации дипломатических отношений. Выявлены такие типы концептуальных метафор, как ДИПЛОМАТИЯ – ЧЕЛОВЕК, ДИПЛОМАТИЯ – ЖИВАЯ ПРИРОДА, ДИПЛОМАТИЯ – ПРИРОДНОЕ ЯВЛЕНИЕ. Установлены концептуальные области, в контексте которых формируется оценочное знание о дипломатических отношениях: ЧЕЛОВЕК, ЖИВАЯ ПРИРОДА, ПРИРОДНОЕ ЯВЛЕНИЕ. Описаны метафорические средства репрезентации дипломатических отношений на материале современного английского языка. К ним относятся глаголы, указывающие на действия человека (*seek, embrace, spur, harness*) и процессы развития растений (*flourish*), прилагательные, характеризующие человека и его деятельность (*successful, assertive*), а также словосочетания (*wolf warrior style, on the wings of bluebird diplomacy, the fruit of diplomacy, a whirl of shuttle diplomacy*).

Установлено, что объектами оценки выступают такие способы реализации дипломатических отношений, как превентивная дипломатия (*preventive diplomacy*); городская дипломатия (*city diplomacy*); дипломатия подарочных корзин (*gift basket diplomacy*); дипломатия боевых волков (*wolf warrior diplomacy*); ядерная дипломатия (*nuclear diplomacy*); медицинская дипломатия (*medical diplomacy*); научная дипломатия (*science diplomacy*); дипломатия регби (*rugby diplomacy*); дипломатия сиалий (*bluebird diplomacy*); общественная дипломатия (*public diplomacy*); цифровая дипломатия (*digital diplomacy*) и челночная дипломатия (*shuttle diplomacy*).

Перспектива данного исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы в изучении средств репрезентации дипломатических отношений на материале других языков. Перспективным является и применение результатов данного исследования в изучении метафорического способа репрезентации иных явлений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабина Л. В. Интерпретирующий потенциал производных слов в языковой картине мира // Когнитивные исследования языка. 2022. № 1 (48). С. 159-178.
2. Бессонова О. Л., Трофимова Е. В. Оценочные композиты как средство актуализации стереотипов англоязычного лингвокультурного сообщества // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2022. № 4 (167). С. 207-214.
3. Болдырев Н. Н. Антропоцентрическая сущность языка в его функциях, единицах и категориях // Вопросы когнитивной лингвистики. 2015. № 1 (42). С. 5-12.
4. Болдырев Н. Н. Языковая интерпретация и структура сознания // Когнитивные исследования языка. 2016. № 27. С. 25-35.
5. Бородулина Н. Ю. Интерпретирующий потенциал анималистической метафоры при обозначении статуса человека // Когнитивные исследования языка. 2022. № 1 (48). С. 221-237.
6. Долгова Е. В. Фразеологические единицы английского языка как результат вторичной интерпретации знаний об окружающем мире // Когнитивные исследования языка. 2022. № 1 (48). С. 491-509.
7. Дроздов В. А. Репрезентация оценки во фразеологических единицах в карибских креолях на англоязычной основе // *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. 2025. Т. 21. № 1 (67). С. 132-140.
8. Дубровская О. Г. Вторичная интерпретация мира в дискурсе // Когнитивные исследования языка. 2022. № 1 (48). С. 323-341.
9. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца 20 века. Москва: Институт языкознания РАН, 1995. С. 144-238.
10. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. Москва: УРСС, 2004. 256 с.
11. Панасенко Л. А. Вторичная репрезентация знания на лексическом уровне: интерпретирующий аспект // Когнитивные исследования языка. 2022. № 1 (48). С. 202-220.
12. Сысоева Е. С. Специфика функционирования оценочных антропонимов в постмодернистском английском романе (на материале романа Дж. Фаулза «Женщина французского лейтенанта») // *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. 2021. Т. 17. № 4 (54). С. 15-23.
13. Фурс Л. А., Ноблок Н. Л. Когнитивные основы авторских стратегий в англоязычном предвыборном дискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2007. № 1 (10). С. 36-41.
14. Фурс Л. А., Худанян А. Н. Оценка межличностных отношений в английском языке // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 3 (48). С. 154-158.
15. Фурс Л. А. Вторичная репрезентация знаний в английском синтаксисе // Когнитивные исследования языка. 2022. № 1 (48). С. 273-288.
16. Gluckman P. D., Turekian V., Grimes R. W., Kishi T. Science Diplomacy: A Pragmatic Perspective from the Inside // *Science & Diplomacy*. 2017. Vol. 6. No 4. Available at: https://www.sciencediplomacy.org/sites/default/files/pragmatic_perspective_science_advice_dec2017_1.pdf. (accessed: 24.10.2024).
17. Grandi L. K. *City Diplomacy*. London: Palgrave Macmillan, 2020. 185 p. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-60717-3>.
18. Yuan S. Tracing China's diplomatic transition to wolf warrior diplomacy and its implications // *Humanities and Social Sciences Communications*. 2023. N 10 (1). DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02367-6>.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ

1. Cambridge Dictionary. Доступ: <https://dictionary.cambridge.org>. (дата обращения: 24.03.2025). [CD].
2. Merriam Webster Dictionary. Доступ: <https://www.merriam-webster.com/dictionary>. (дата обращения: 24.03.2025). [MWD].

СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Australia-Pacific Business Connections. Доступ: <https://australiapacificbusiness.org.au>. (дата обращения: 24.03.2025). [ABC].
2. City Diplomacy: The EU's Hidden Capacity to Act. Доступ: <https://dgap.org/en/research/publications/city-diplomacy>. (дата обращения: 24.03.2025). [DGAP].
3. Corona, Crisis and Creativity in Cuba: An Incomplete Panorama From the Island in Times of Pandemic. Доступ: <https://revista.drclas.harvard.edu/corona-crisis-and-creativity-in-cuba>. (дата обращения: 24.03.2025). [ReVista].
4. EUTOPIA Organises the Regional Science Diplomacy Seminar. Доступ: <https://eutopia-university.eu/english-version/partner-news/eutopia-organises-the-regional-science-diplomacy-seminar>. (дата обращения: 24.03.2025). [EUTOPIA].
5. Foreign policy remarks – U.S. Embassy in Armenia. Доступ: <https://am.usembassy.gov>. (дата обращения: 24.03.2025). [Foreign policy remarks].
6. Gift basket Diplomacy in Nuclear South Asia. Доступ: <https://www.policyforum.net/gift-basket-diplomacy-in-nuclear-south-asia>. (дата обращения: 24.03.2025). [Policy Forum].
7. On the Wings of Bluebird Diplomacy. Доступ: <https://www.nabluebirdsociety.org/PDF/Sialia%20Bluebird%20Journals/Bluebird%20v38%20no3%20web.pdf>. (дата обращения: 24.03.2025). [NBS].
8. Troubled Ukraine Peace Accords Get Fresh Push in Russia Tension. Доступ: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-02-10/troubled-ukraine-peace-accords-get-fresh-push-in-russia-tension>. (дата обращения: 24.03.2025). [BG].
9. UN Secretary General Report «Agenda for Peace». Доступ: <http://www.un-documents.net/a47-277.htm> (дата обращения: 24.03.2025). [Agenda for Peace].
10. Understanding Chinese «Wolf Warrior Diplomacy». Доступ: <https://www.nbr.org/publication/understanding-chinese-wolf-warrior-diplomacy>. (дата обращения: 24.03.2025). [NBR].

REFERENCES

1. Babina, L. V. (2022). Interpretiruyuschiy potentsial proizvodnykh slov v yazykovoy kartine mira [The interpretive potential of derived words in the linguistic worldview]. In *Kognitivnye issledovaniya yazyka*. No 1 (48). Pp. 159-178. (In Russ.).
2. Bessonova, O. L., Trofimova, E. V. (2022). Otsenochnye kompozity kak sredstvo aktualizatsii stereotipov angloyazychnogo lingvokulturnogo soobshchestva [Evaluative composites as a means of updating stereotypes of the English-speaking linguistic and cultural community]. In *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. No 4 (167). Pp. 207-214. (In Russ.).
3. Boldyrev, N. N. (2015). Antropotsentricheskaya suschnost yazyka v ego funktsiyakh, edinitsakh i kategoriakh [The anthropocentric essence of language in its functions, units and categories]. In *Voprosy kognitivnoy lingvistiki*. No 1 (42). Pp. 5-12. (In Russ.).
4. Boldyrev, N. N. (2016). Yazykovaya interpretatsiya i struktura soznaniya [Linguistic interpretation and the structure of consciousness]. In *Kognitivnye issledovaniya yazyka*. No 27. Pp. 25-35. (In Russ.).
5. Borodulina, N. Yu. (2022). Interpretiruyuschiy potentsial animalisticheskoy metafory pri oboznachenii statusa cheloveka [The interpretive potential of an animalistic metaphor in

denoting human status]. In *Kognitivnye issledovaniya yazyka*. No 1 (48). Pp. 221-237. (In Russ.).

6. Dolgova, E. V. (2022). Frazеologicheskie edinitsy angliyskogo yazyka kak rezultat vtorichnoy interpretatsii znaniy ob okruzhayushchem mire [Phraseological units of the English language as a result of secondary interpretation of knowledge about the surrounding world]. In *Kognitivnye issledovaniya yazyka*. No 1 (48). Pp. 491-509. (In Russ.).

7. Drozdov, V. A. (2025). Reprezentatsiya otsenki vo frazeologicheskikh edinitsakh v karibskikh kreolyakh na angloyazychnoy osnove [Representation of evaluation in phraseological units in Caribbean Creoles on an English-speaking basis]. In *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. Vol. 21. No 1 (67). Pp. 132-140. (In Russ.).

8. Dubrovskaya, O. G. (2022). Vtorichnaya interpretatsiya mira v diskurse [Secondary interpretation of the world in discourse]. In *Kognitivnye issledovaniya yazyka*. No 1 (48). Pp. 323-341. (In Russ.).

9. Kubryakova, E. S. (1995). Evolyutsiya lingvisticheskikh idei vo vtoroy polovine XX veka (opyt paradigmalnogo analiza) [The evolution of linguistic ideas in the second half of the 20th century (the experience of paradigmatic analysis)]. In *Yazyk i nauka kontsa 20 veka*. Moskva: Institut yazykoznaniiya RAN. Pp. 144-238. (In Russ.).

10. Lakoff, Dzh., Dzhonson, M. (2004). Metafory, kotorymi my zhivem [Metaphors we live by]. Moskva: URSS. (In Russ.).

11. Panasenko, L. A. (2022). Vtorichnaya reprezentatsiya znaniya na leksicheskom urovne: interpretiruyushchiy aspekt [Secondary representation of knowledge at the lexical level: the interpretive aspect]. In *Kognitivnye issledovaniya yazyka*. No 1 (48). Pp. 202-220. (In Russ.).

12. Sysoeva, E. S. (2021). Spetsifika funktsionirovaniya otsenochnykh antroponimov v postmodernistskom angliyskom romane (na materiale romana Dzh. Faulza «Zhenshchina frantsuzskogo leitenanta») [The specifics of the functioning of evaluative anthroponyms in the Postmodern English novel (based on the novel by J. Fowles «The French Lieutenant's Woman»)]. In *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. Vol. 17. No 4 (54). Pp. 15-23. (In Russ.).

13. Furs, L. A., Noblok, N. L. (2007). Kognitivnye osnovy avtorskikh strategiy v angloyazychnom predvybornom diskurse [Cognitive foundations of author's strategies in English-language electoral discourse]. In *Voprosy kognitivnoy lingvistiki*. No 1 (10). Pp. 36-41. (In Russ.).

14. Furs, L. A., Khudanyan, A. N. (2016). Otsenka mezhlichnostnykh otnosheniy v angliyskom yazyke [Assessment of interpersonal relationships in English]. In *Voprosy kognitivnoy lingvistiki*. No 3 (48). Pp. 154-158. (In Russ.).

15. Furs, L. A. (2022). Vtorichnaya reprezentatsiya znaniy v angliyskom sintaksise [Secondary representation of knowledge in English syntax]. In *Kognitivnye issledovaniya yazyka*. No 1 (48). Pp. 273-288. (In Russ.).

16. Gluckman, P. D., Turekian, V., Grimes, R. W., Kishi, T. (2017). Science Diplomacy: A Pragmatic Perspective from the Inside. In *Science & Diplomacy*. Vol. 6. No 4. Available at: https://www.sciencediplomacy.org/sites/default/files/pragmatic_perspective_science_advice_dec_2017_1.pdf. (accessed: 24.10.2024).

17. Grandi, L. K. (2020). *City Diplomacy*. London: Palgrave Macmillan. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-60717-3>.

18. Yuan, S. (2023). Tracing China's diplomatic transition to wolf warrior diplomacy and its implications. In *Humanities and Social Sciences Communications*. No 10 (1). DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02367-6>.

LEXICOGRAPHIC SOURCES

1. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*. Available at: <https://dictionary.cambridge.org>. (accessed: 24.03.2025).

2. *Merriam Webster Dictionary*. Available at: <https://www.merriam-webster.com/dictionary>. (accessed: 24.03.2025).

SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL

1. *Australia-Pacific Business Connections*. Available at: <https://australiapacificbusiness.org.au>. (accessed: 24.03.2025).

2. *City Diplomacy: The EU's Hidden Capacity to Act*. Available at: <https://dgap.org/en/research/publications/city-diplomacy>. (accessed: 24.03.2025).

3. *Corona, Crisis and Creativity in Cuba: An Incomplete Panorama from the Island in Times of Pandemic*. Available at: <https://revista.drclas.harvard.edu/corona-crisis-and-creativity-in-cuba>. (accessed: 24.03.2025).

4. *EUTOPIA Organises the Regional Science Diplomacy Seminar*. Available at: <https://eutopia-university.eu/english-version/partner-news/eutopia-organises-the-regional-science-diplomacy-seminar> (accessed: 24.03.2025).

5. *Foreign policy remarks – U.S. Embassy in Armenia*. Available at: <https://am.usembassy.gov>. (accessed: 24.03.2025).

6. *Gift basket Diplomacy in Nuclear South Asia*. Available at: <https://www.policyforum.net/gift-basket-diplomacy-in-nuclear-south-asia>. (accessed: 24.03.2025).

7. *On the Wings of Bluebird Diplomacy*. Available at: <https://www.nabluebirdsociety.org/PDF/Sialia%20Bluebird%20Journals/Bluebird%20v38%20no3%20web.pdf> (accessed: 24.03.2025).

8. *Troubled Ukraine Peace Accords Get Fresh Push in Russia Tension*. Available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-02-10/troubled-ukraine-peace-accords-get-fresh-push-in-russia-tension>. (accessed: 24.03.2025).

9. *UN Secretary General Report «Agenda for Peace»*. Available at: <http://www.un-documents.net/a47-277.htm>. (accessed: 24.03.2025).

10. *Understanding Chinese «Wolf Warrior Diplomacy»*. Available at: <https://www.nbr.org/publication/understanding-chinese-wolf-warrior-diplomacy>. (accessed: 24.03.2025).

Туарменский Алексей Владимирович – преподаватель кафедры иностранных языков с курсом русского языка (e-mail: tuarmenskiiialeksei@gmail.com), Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Рязанский государственный медицинский университет имени академика И. П. Павлова» Министерства здравоохранения Российской Федерации 390026 Рязань, ул. Высоковольтная, 9

Tuarmenskiy Aleksey V. – Lecturer at the Department of Foreign Languages with the Course of the Russian Language (e-mail: tuarmenskiiialeksei@gmail.com), Ryazan State Medical University 9, Vysokovol'tnaya, Ryazan, 390026

Поступила в редакцию 25 мая 2025 г.

РОМАНСКИЕ ЯЗЫКИ

УДК 811.133.1

© 2025 С. Ю. Глазко

ОСОБЕННОСТИ ОПИСАНИЯ ТЕРРИТОРИЙ РОССИИ В LEGENDA ФРАНЦУЗСКИХ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ КАРТ XVII ВЕКА

В статье рассматриваются особенности описания современных и исторических территорий России на материале legenda французских географических карт XVII века. Определены специфические лингвистические и культурные особенности картографических текстов того времени, отражающие мировоззрение франкоязычных картографов XVII в. Выявлены непоследовательность в употреблении терминов и некоторых топонимов, сосуществование латыни и французского языка, авторские комментарии и иллюстрации. Автор приходит к выводу, что текстовые и визуальные элементы карт XVII в. передают не только объективную географическую информацию, но и субъективные оценочные представления о «чужих» территориях.

Ключевые слова: легенда карты, XVII в., французские географические карты, топонимы, термины, двуязычие, креолизованный текст, диахрония.

© 2025 S. Yu. Glazko

THE DESCRIPTION CHARACTERISTICS OF THE RUSSIAN TERRITORIES IN THE 17TH CENTURY FRENCH GEOGRAPHICAL MAPS LEGENDA

The paper examines the peculiar description of modern and historical territories of Russia based on the 17th century French geographical maps of legenda. The specific linguistic and cultural features of cartographic texts of that time have been identified, reflecting the worldview of French-speaking cartographers of the 17th century. Some inconsistencies in the use of terms and toponyms, the coexistence of Latin and French, the author's comments and illustrations have been revealed. The author concludes that the textual and visual elements of 17th century maps convey not only objective geographical information, but also subjective evaluative ideas about «foreign» territories.

Key words: map legend, 17th century, French geographical maps, toponyms, terms, bilingualism, creolized text, diachrony.

Введение

Статья посвящена исследованию особенностей legenda франкоязычных географических карт XVII века. Географические карты являются особыми важными историческими источниками, которые не только документируют географические знания того времени, но и отражают культурные, социальные и политические реалии эпохи. XVII век, насыщенный научными открытиями и политическими переменами, представляет собой интересный объект исследования, особенно в контексте изучения языковых и текстовых элементов географической карты, отраженной в её legenda. Так, А. Я. Гуревич отмечает, что помимо изучения художественной литературы, мифологии,

ценно «изучить исторические сочинения, хроники, жития святых, деловые документы, письма, трактаты <...>, авторы которых не всегда заботились о художественных средствах и более непосредственно выражали свои мысли» [Гуревич, 1984: 43]. Также С. М. Горшенина утверждает, что «... присвоение объекту имени имеет решающее значение. Оно позволяет на уровне слов характеризовать и категоризовать объекты, т. е. легко манипулировать ими с помощью дискурса» [Горшенина, 2019: 1-2], что является одним из центральных теоретических положений данного исследования. Французский антрополог М. де Серто пишет, что «область» – «это пространство, созданное взаимодействием. Из этого следует, что в одном и том же месте существует столько же «областей», сколько существует взаимодействий» [Серто, 2013: 230]. Таким образом, каждая географическая карта отражает взаимодействие различных культур в пространстве в определенный исторический период, следовательно, языковые и структурные особенности этих карт как особого комплексного текста могут помочь в анализе и интерпретации миропонимания человека данной исторической эпохи. Ж. Ле Гофф отмечал: «Un phénomène historique existe sur deux plans. Le premier est celui des réalités. L'autre celui des representations ou l'imaginaire» [цит. по: Linder, Reich, 2015: 2].

Актуальность работы заключается в недостаточной проработанности вопросов лингвистического анализа дискурса географических карт XVII века. На сегодняшний день существует значительное количество исследований, посвященных картографии и географическим открытиям данного периода, но немногие из них сосредоточены на детальном анализе текстовых элементов *legenda* и их культурного значения. Изучение *legenda* французских карт XVII века, в особенности тех, что изображают современные или исторические территории России, позволит глубже понять восприятие мира европейскими картографами того времени и выявить культурные стереотипы и мифологемы, которые отражались в их трудах.

Цель исследования состоит в выявлении специфики языка и оценочного содержания *legenda* на французских географических картах XVII века и анализе их отражения культурных и исторических представлений того времени.

Для достижения поставленной цели в статье решаются следующие **задачи**:

– определение и уточнение понятия *legenda* в контексте французских географических карт XVII века;

– анализ языкового содержания *legenda* карт как специализированных текстов и выявление их специфических черт, отражающих культурные, социальные и языковые контексты времени их создания.

Научная новизна работы заключается в применении комплексного подхода к анализу текстовых элементов на географических картах, впервые привлекаемых как материал лингвистического анализа. Данный анализ позволяет учитывать не только функциональные аспекты, но и культурные и исторические реалии времени.

Практическая ценность работы состоит в расширении представлений о влиянии картографического дискурса на формирование культурных и исторических представлений о территориях, а также в разработке методологии для дальнейших исследований в области изучения географических карт как объекта лингвокультурологического анализа.

Теоретическую базу исследования составляют труды А. Я. Гуревича и Ж. Ле Гоффа по категориям средневековой культуры, С. М. Горшениной – в области описания лингвокультурного концепта «Тартария» и влиянию географических терминов на восприятие окружающей реальности, И. И. Чельшевой – по многоязычию в исторических произведениях и документах, Л. Фуле – по романской филологии.

Материал и методы исследования. Материалом исследования служат французские географические карты XVII века, созданные известными франкофонными картографами (Пьером Дювалем, Николя и Гийомом Сансонами, Николаасем Витсенем), которые отображают современные либо исторические территории России. Эти карты являются уникальными источниками, предоставляющими ценные данные о восприятии территорий и культурных представлениях эпохи. **Методы** исследования включают метод наблюдения, метод описания языковых единиц с учетом культурно-исторических условий, а также контекстуальный анализ.

Для анализа карт XVII века в рамках исследования применяется комплексный подход, который позволяет рассмотреть карту не только как географический документ, но и как культурно-исторический текст. Анализируются следующие элементы географической карты:

1. **Метаданные карты:** сведения о картографе (авторе), годе и цели создания карты. Эти данные предоставляют важную информацию о контексте создания карты, мотивах её составления и аудитории, на которую она была рассчитана.

2. Структурные элементы карты: **шапка карты** – заголовок, подзаголовки, легенда, сопровождающий текст и комментарии автора на полях **карты**.

3. Содержание карты: **термины и топонимы; авторские комментарии; визуальные элементы.**

В данной статье демонстрируются примеры из пяти наиболее репрезентативных географических карт, созданных французскими картографами XVII века, которые

изображают современные или исторические территории России. Выбор этого периода обусловлен несколькими историческими и лингвокультурологическими причинами:

- XVII век был периодом активного политического и экономического интереса к территории России со стороны европейских стран. Особенно важно, что эти карты нередко содержат редкие и архаичные топонимы и термины, которые могут предложить уникальный лингвистический материал для анализа.

- Лингвистические: карты XVII века отражают этапы развития французского языка – от ранненовофранцузского к новофранцузскому. В европейской периодизации это время становления классического французского языка (*le français classique*). Изучение топонимов и терминов на картах этого периода позволяет изучить картографическую практику и отражение новых лингвистических тенденций.

- Карты России, созданные французскими картографами, являются свидетельством того, как европейские страны воспринимали Россию и её роль в международных делах. В картах этого периода можно увидеть, как культурные представления, международные отношения и геополитические интересы отражались в текстовых элементах и визуальных изображениях.

Основная часть

Этимологически слово *легенда* восходит к латинскому *legenda* (от лат. *legere* ‘читать’) и буквально означает ‘то, что должно быть прочитано’. Понятие легенды в картографии традиционно трактуется в узком смысле, как «свод условных знаков и пояснений к карте, раскрывающих их содержание» [ГОСТ 21667-76]. Однако в нашем исследовании карт XVII века, особенно изображающих территории, малоизвестные западноевропейским картографам, подход оказывается недостаточным. Сужение понимания *легенды* только до условных знаков ограничивает исследование лексических и культурных элементов карты.

В контексте нашего исследования мы используем латинское написание термина *legenda* и расширяем его понятие, включая в него не только условные знаки и ключи, но и всю текстовую информацию, содержащуюся на карте. Иными словами, под *legenda* мы понимаем совокупность любых текстовых элементов карты, таких как названия географических объектов, комментарии автора, описания территорий, а также визуальные элементы, выполняющие не только информативную, но и оценочную функцию. Система ценностей прошлого, отраженная «в конкретных языковых формах, дает ключ к

пониманию специфики формирования оценки человека исторически отдаленной эпохи» [Манухина, 2015: 455].

О разграничении терминов *fleuve* и *rivière*. Одной из ключевых лингвистических особенностей французских карт XVII века является непоследовательное использование лексем *fleuve* и *rivière* для обозначения водных объектов. Известно, что эти два термина, обозначающие реки, имеют тонкие различия в современном французском языке: *fleuve* (от лат. *fluvius*, от *fluere* ‘течь’) обычно относится к большой реке, впадающей в океан, море или иной крупный водоём, тогда как *rivière* (от лат. *riparia* ‘находящаяся на берегу’) – это река, впадающая в другой водоём, чаще всего – в другую реку. Однако на картах XVII века, в частности на тех, что отображают территории России, этот принцип часто нарушается.

В первом издании словаря Французской Академии *fleuve* определяется как «grande riviere» (рус. ‘большая река’), а *riviere* – как «Fleuve, Assemblage d’eaux qui coulent toujours dans un lit, dans un canal d’une largeur & et d’une estendue considerable» [Le Dictionnaire de l’Académie Française dédié au Roy, 1694: 465] (рус. ‘река, совокупность вод, всегда протекающих в русле, в канале значительной ширины и протяженности’). Французский романист и медиевист Л. Фуле в своей статье «Fleuve et rivière» в журнале «Romance Philology» пишет, что до XVIII в. лексемы *fleuve* и *rivière* употреблялись в текстах несистематично. В XVII-XVIII вв. эти лексемы только начинают приобретать определенные дифференциальные признаки: «On peut conclure que de là ‘rivière’ est le seul mot employé dans la langue de tous les jours pour designer un cours d’eau quel qu’il soit, et que le ‘fleuve’, qui a le même sens, est un terme plutôt recherché et appartenant à la langue la plus littéraire» [Foulet, 1948/49: 288]. Таким образом, можно заключить, что в данный исторический период эти слова являются скорее стилистическими синонимами и как географические реалии не имеют различий.

Анализ карт известных французских картографов XVII в. подтверждает данную тенденцию. На картах этих ученых один и тот же водный объект может обозначаться как *Fl.*, так и *R.*, что указывает на отсутствие чёткого разграничения между этими терминами. Например, река Волга на одной карте может быть помечена как *Fleuve (Fl.)*, а на другой – как *Riviere (R.)*. Аналогичная ситуация наблюдается с другими большими реками, такими как Дон или Обь.

Например, на карте П. Дюваля под названием «Moscovie dite autrement grande et blanche Russie» все три реки отмечены сокращением *R.* (рис. 1) [Du Val].

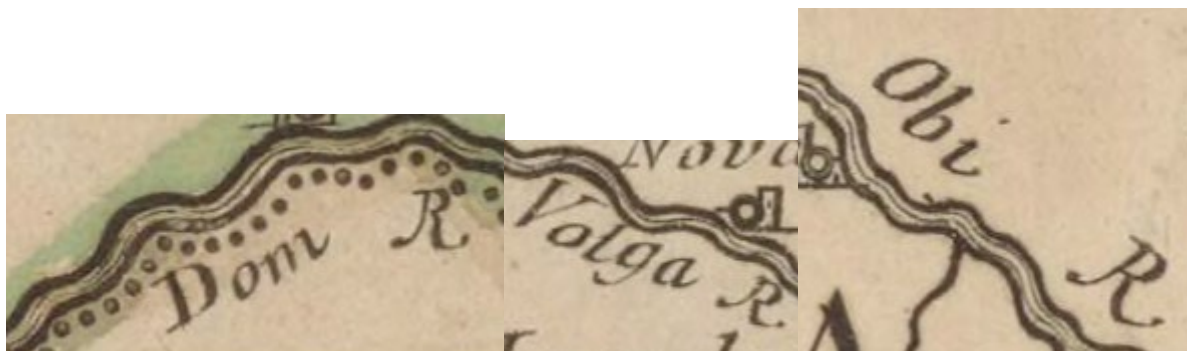


Рис. 1. Обозначение рек *R.* на географических картах

В этот же период на карте королевского географа Николя Сансона «*Estats du czar ou grand duc de la Russie blanche ou Moscovie*» те же реки отмечены сокращением *fl.* (рис. 2) [Sanson].

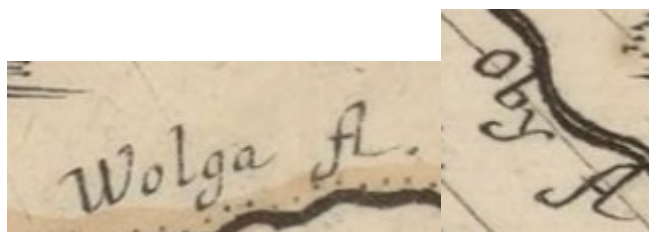


Рис. 2. Обозначение рек *fl.* на географических картах

Кроме того, сравнивая гидроним *Волга* в двух представленных документах, мы видим два разных варианта его написания на французском языке: *Volga* и *Wolga* соответственно. Исследуя документы французов, посещавших Россию, В. Е. Смирнова предполагает, что «причина возникновения фонетического дублета – обращение автора <...> к орфографии Вольтера. Таким образом, наблюдается влияние уже имеющейся информации об объекте, и можно говорить о наличии у француза фоновых знаний о реке, в том числе изложенных у Вольтера» [Смирнова, 2019: 142-143]. Однако, поскольку данные карты датируются более ранним по сравнению с деятельностью Вольтера периодом, можно предположить, что орфография была заимствована из другого источника и не являлась на тот момент устоявшейся нормой.

Таким образом, подобная вариативность в употреблении видовых терминов и в орфографии гидронимов может быть связана с несколькими факторами:

1. **Отсутствие унифицированных стандартов** картографической практики во Франции XVII века. В отличие от современности, когда есть строгие стандарты картографических обозначений, в XVII веке картографы использовали свои собственные системы, часто основанные на субъективных представлениях или на заимствованных обозначениях из других источников, пользующихся авторитетом в данный период времени.

2. **Эволюция французского языка** в XVII веке. Такие лексические категории, как топонимы и термины, обозначающие природные объекты, еще не имели однозначно и научно сформулированных определений, что также могло способствовать отсутствию чёткого разграничения между *fleuve* и *rivière*.

Таким образом, данные исторические документы подтверждают рассуждения Фуле о семантической эволюции лексем *fleuve* и *rivière*. Во французской картографической традиции XVII века ещё нельзя говорить о терминологизации данных лексем.

Взаимосвязь французского языка и латыни на географических картах XVII в. Другой особенностью *legenda* французских географических карт XVII в. является использование в одном и том же документе как французского, так и латинского языков. По аналогии с тем, как в средневековой поэзии «дихотомия латынь / романские языки во многом воспринималась не как оппозиция разных языков, а как противопоставление стилистических регистров» [Чельшева, 2015: 184], в Новом Времени французский язык и латынь также могли использоваться для выполнения разных функций.

Так, на карте П. Дюваля 1659 г. под названием «Le cours de la rivière de Wolga anciennement appellee Rha» мы встречаем обозначение *Wetzebrod. Gué des Cosaques* на французском языке и *Hic Cosacorum latebrae* на латыни (рис. 3) [Du Val, 1659].



Рис. 3. Французские и латинские обозначения на одной географической карте

Отдельный интерес вызывает элемент антикизации в названии данного документа. В нём автор ссылается на предположительно древнее античное название реки Волга – *Ra* (фр. *Rha*). Так Волга называлась, например, в работах античного учёного и астронома Клавдия Птолемея. Данное название реки восходит к языкам народов Мордовии – мокшанскому и эрзянскому [Бронштэн, 1988: 144].

На другой карте 1669 г. того же автора встречается «*PONT EVXIN que les Moscovites appellent ZORNO MORE*» на французском языке (рус. ‘Понт Эвксинский, который Московиты называют ЧЕРНЫМ МОРЕМ’) и «*Tanais nunc Don fl. Terminus inter Europam et Asiam*» (рус. ‘Танаис, ныне река Дон, граница между Европой и Азией’) на латыни.

Исходя из рассмотренных документов, сосуществование латыни и французского языка на картах XVII века обусловлено несколькими факторами:

- **Латинизация и антикизация.** В XVII в. латинский язык оставался важным символом научной преемственности и высокого статуса картографа. Использование латыни придавало картам авторитет и воспринималось как признак научной точности. Также многие карты того периода были компиляциями более ранних трудов, где большинство текстовой информации было представлено на латыни. Кроме того, в картах данного периода имеет место «антикизация», т. е. придание документу некоторых черт античного произведения [Епишкин, 2010], в частности, путём использования античных топонимов, таких как *Rha*.

- **Французский как язык государственной власти.** С другой стороны, в этот период Франция активно развивалась как политическая и культурная держава, и французский язык постепенно вытеснял латынь как язык науки и международного общения. Поэтому французские картографы всё чаще включают элементы на родном языке, отражая растущую значимость французского языка на международной арене, во внутренней политике и науке.

- **Выбор языка как демаркация территорий.** Исходя из проанализированных карт и утверждения И. И. Чельшевой о том, что латинский и французский языки могли противопоставляться как стилистические регистры, можно предположить, что латынь использовалась авторами карт, чтобы подчеркнуть отдалённость или малоизученность изображаемых территорий.

Таким образом, сосуществование французского и латинского языков в рассмотренных нами географических картах подтверждает, что XVII в. является переходным периодом от латинского языка к французскому как национальному языку науки и картографии, которая сохраняет при этом некоторые следы средневекового и античного взгляда французских учёных-картографов на мир.

Описательные комментарии авторов географических карт. Наиболее интересной особенностью *legenda* карт XVII в. представляются авторские комментарии, которые проявляются в виде пояснений к топонимам, описательным характеристикам обозначаемых на карте мест, и т. д. Например, на карте П. Дюваля рядом с обозначением города Астрахань присутствует следующий текст на латыни (рис. 4): «*Nic piscatura omnium optima et Tabernae in quibus salo Condiuntur pisces*» (рус. ‘Здесь лучшая из всех рыбная ловля и таверны, в которых рыбы приправляются солью’). На карте 1674 г. «*La Russie noire ou polonoise qui comprend les provinces de la Russie noire de Volhynie et de*

Podolie ... vulgairement connues sous le nom d'Ukraine ou pays des Cosaques» известных французских картографов Николя и Гийома Сансонов [Sanson N., Sanson G., 1674] можно увидеть такие комментарии, как *Chemin que prènent les Tartares pour entrer en Pologne* (рус. 'Путь, которым идут «тартары», чтобы попасть в Польшу') и *Isles ou est caché le Thresor des Cosaques* (рус. 'Острова, где спрятано Сокровище Казаков'). Данные комментарии имеют, предположительно, стратегическое значение.

Множество комментариев мы можем видеть на карте под названием «Carte nouvelle de la Grande Tartarie» голландского политика и картографа Николааса Витсена. Важно отметить, что данная карта не является оригинальным документом Н. Витсена, но составлена им по работам другого картографа Н. Сансона [Witsen]. Его комментарии касаются отдалённых территорий современного Дальнего Востока и Китая. В основном они описывают особенности поселений или быт народов, проживающих на данных землях (рис. 4). Известно, что Н. Витсен посещал Россию в составе голландского посольства к царю Алексею Михайловичу, и это отразилось в его сочинениях [Мальгин, 2018: 34]. В частности, в 1665 г. он описал это путешествие в «Путешествии в Московию», а также позднее лично общался с царём Петром Алексеевичем во время его Великого Посольства в Европу. Именно личные интерес и вовлечённость автора позволяют нам ощутить непосредственно восприятие описываемой территории человеком данной эпохи. На этой карте мы можем увидеть, что авторские комментарии касаются в основном отдалённых и малоизученных территорий, что, предположительно, побуждает автора более подробно и описательно передать обозначенные места и культурные реалии (рис. 4).

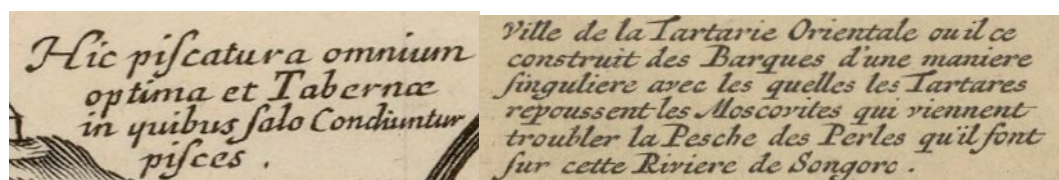


Рис. 4. Авторские комментарии изображенных географических объектов

Таким образом, описательные комментарии на географических картах данного периода могут служить следующим целям:

- передать оценочную характеристику описываемому месту или явлению;
- передать теоретически важную стратегическую информацию об интересующих территориях;
- описать малоизвестные или новые территории, культурные реалии и быт населяющих их народов.

Так или иначе, данные комментарии являются особым проявлением авторского «Я», которое может манифестироваться не только в художественных произведениях,

но и в исторических документах, отражая непосредственное восприятие автором описываемых явлений.

Изображения как способ передачи инокультурной действительности. Другой чертой французских географических карт XVII в. являются визуальные элементы, рисунки, создающие в совокупности с текстовой *legenda* карты цельный креолизованный текст, т. е. текст, «фактура которого состоит из двух неомогенных частей» [Сорокин, Тарасов, 1990: 180]. Например, на уже представленной нами карте П. Дюваля «*Le cours de la rivière de Wolga...*» в левом верхнем и правом нижнем углах присутствуют изображения, предположительно отражающие быт населяющих изображённые места народов. Мы видим, что изображение слева отражает более привычный европейскому человеку крестьянский быт, тогда как изображение справа – более экзотические азиатские реалии (рис. 5).



Рис. 5. Авторские изображения на географических картах

Таким образом, автор демонстрирует переход от одной культуры к другой по течению Волги, что сочетается, случайно или намеренно, с переходом на комментарии на латинском языке и создаёт цельное восприятие карты как полимодального текста и может подчеркивать пространственную удалённость автора от описываемых территорий, а также его субъективную имплицитную оценку.

Заключение

В ходе исследования были проанализированы лингвистические и культурные особенности французских географических карт XVII века на примере Пьера Дюваля, Николя и Гийома Сансонов, Гийома Делиля, Николааса Витсена. Эти карты представляют собой не только географические документы, но и культурные артефакты, отражающие восприятие территорий своего времени.

Непоследовательное использование терминов *fleuve* и *riviere*, а также соседство латыни и французского языка свидетельствуют о переходном характере картографической традиции и формировании национальной языковой системы. Авторские комментарии

передавали не только факты, но и субъективные суждения, а взаимодействие текста и визуальных элементов усиливало культурную значимость карт.

Проанализированные карты демонстрируют, что при отражении отдалённых, малоизвестных территорий авторы умышленно либо вынужденно прибегают к различным лингвистическим и паралингвистическим средствам передачи информации и создания образа территории. Таким образом, нами выдвинута гипотеза, что происходит имплицитное разграничение территорий, известных и неизвестных исследователям. В. Н. Калущков в своей статье «*Grattez le Russe et vous trouverez le Tartare...*» традиционно проводит противопоставление пространственных зон *terra cognita* / *terra incognita*, где первая «выстраивается преимущественно на основе географического знания» [Калущков, 2018: 88], тогда как в основе второй «лежит ... географическое воображение. <...> Тем не менее в современной географической картине мира любого народа зона *terra incognita* присутствует по-прежнему, охватывая наиболее удаленные страны и народы» [Калущков, 2018: 89]. На основе этого мы предполагаем, что описанными выше средствами авторы имплицитно определяют границы между зоной известного и неизвестного на географической карте XVII века.

Таким образом, карты XVII в. демонстрируют языковую картину мира человека данного периода, являются «зеркалом эпохи» и ценным источником для дальнейшего лингвокультурологического анализа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бронштэн В. А. Клавдий Птолемей: II век н. э. Москва: Наука, 1988. 240 с.
2. Горшенина С. М. Изобретение концепта Средней / Центральной Азии: между наукой и геополитикой. Вашингтон: Программа изучения Центральной Азии, Университет Джорджа Вашингтона, 2019. 119 с.
3. Гуревич А. Я. Категории средневековой культуры. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Искусство, 1984. 350 с.
4. Калущков В. Н. *Grattez le Russe et vous trouverez le Tartare*, или О судьбе одной мифологической страны // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2018. № 1. С. 87-99.
5. Малыгин П. Д. Западноевропейские авторы XV-XVII вв. о России: материалы к библиографическому словарю. Москва: ИА РАН, 2018. 192 с.
6. Манухина А. О. Отражение «Кодекса чести рыцаря» в средневековом дискурсе эпохи Крестовых походов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2015. Вып. 20 (731). С. 454-462.
7. Серто М. де. Изобретение повседневности. 1. Искусство делать. Санкт-Петербург: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. 330 с. (Серия «Прагматический поворот»; Вып. 5).
8. Смирнова В. Е. Семантика названий географических объектов России в дискурсе французов XVII и XVIII вв. // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2019. № 4. С. 140-146.

9. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. Москва: Высшая школа, 1990. С. 180-186.
10. Челышева И. И. О некоторых аспектах многоязычия в романской средневековой поэзии // Критика и семиотика. 2015. № 1. С. 182-190.
11. Foulet L. «Fleuve» et «rivière» // Romance Philology. 1948/49. Vol. 2. P. 285-297.
12. Linder D., Reich G. Revivre l'Histoire: l'archéologie expérimentale, la reconstitution et l'évocation historiques. Magma, 2015. 4 с.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ

1. ГОСТ 21667-76. Картография. Термины и определения. Доступ: <https://docs.cntd.ru/document/1200006865>. (дата обращения: 09.05.2025).
2. Епишкин Н. И. Исторический словарь галлицизмов русского языка. Москва: ЭТС, 2010. 5140 с.
3. Le Dictionnaire de l'Académie françoise dédié au Roy (1re édition). Paris, 1694. Доступ: <https://www.dictionnaire-academie.fr>. (дата обращения: 09.05.2025).

СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Du Val P. Le cours de la rivière de Wolga anciennement appelée Rha. 1659. Доступ: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b53039342x?rk=236052;4>. (дата обращения: 09.05.2025).
2. Du Val P. Moscovie dite autrement grande et blanche Russie. Доступ: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b530118037?rk=128756;0>. (дата обращения: 09.05.2025).
3. Sanson N. Estats du czar ou grand duc de la Russie blanche ou Moscovie. Доступ: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b53040266c?rk=171674;4>. (дата обращения: 09.05.2025).
4. Sanson N., Sanson G. La Russie noire ou polonoise qui comprend les provinces de la Russie noire de Volhynie et de Podolie ... vulgairement connues sous le nom d'Ukraine ou pays des Cosaques. 1674. Доступ: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b52510845k?rk=772536;0>. (дата обращения: 09.05.2025).
5. Witsen N. Carte nouvelle de la Grande Tartarie / par monsieur N. Witsen, Bougmaistre, etc. a Amsterdam; Dressée sur les Degrés du Sr N. Sanson. Доступ: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b53233038j?rk=944210;4>. (дата обращения: 09.05.2025).

REFERENCES

1. Bronshten, V. A. (1988). *Klavdiy Ptolemej: II vek n. e.* [Claudius Ptolemy: 2nd century BC]. Moskva: Nauka. (In Russ.).
2. Gorshenina, S. M. (2019). *Izobretenie kontsepta Sredney / Tsentralnoy Azii: mezhdru naukoj i geopolitikoj* [Inventing the Concept of Central Asia: Between Science and Geopolitics]. Washington: Programma izucheniya Tsentralnoy Azii, Universitet Dzhordzha Vashingtona. (In Russ.).
3. Gurevich, A. Ya. (1984). *Kategorii srednevekovoy kultury* [Categories of Medieval culture]. 2-e izd., isp. i dop. Moskva: Iskusstvo. (In Russ.).
4. Kalutskov, V. N. (2018). Grattez le Russe et vous trouverez le Tartare, ili O sudbe odnoy mifologicheskoy strany [Grattez le Russe et vous trouverez le Tartare or the fate of one mythological country]. In *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19: Lingvistika i mezhkulturnaya kommunikatsiya*. No 1. Pp. 87-99. (In Russ.).
5. Malygin, P. D. (2018). *Zapadnoevropeyskie avtory XV-XVII vv. o Rossii: materialy k biobibliograficheskomu slovarju* [Western European authors of the 15th-17th centuries on Russia. Materials to the biobibliographical dictionary]. Moskva: IA RAN. (In Russ.).
6. Manukhina, A. O. (2015). Otrazhenie «Kodeksa chesti rytsarya» v srednevekovom diskurse epokhi Krestovyx pokhodov [Reflection of the «Knight's Code of Honor» in medieval discourse of the Crusade era]. In *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. Iss. 20 (731). Pp. 454-462. (In Russ.).

7. Serto M. de. (2013). *Izobretenie povsednevnosti. 1. Iskusstvo delat* [Invention of everyday life: the art of making]. Sankt-Peterburg: Izdatelstvo Evropeyskogo universiteta v Sankt-Peterburge. (Seriya «Pragmaticheskiy povorot»; Iss. 5). (In Russ.).

8. Smirnova, E.V. (2019). Semantika nazvaniy geograficheskikh obektov Rossii v diskurse frantsuzov XVII i XVIII vv. [The semantics of the names of geographical objects of Russia in the discourse of the French XVII and XVIII centuries]. In *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19. Lingvistika i mezhkulturnaya kommunikatsiya*. No 4. Pp. 140-146. (In Russ.).

9. Sorokin, Yu. A., Tarasov, E. F. (1990). Kreolizovannye teksty i ikh kommunikativnaya funktsiya [Creolized texts and their communicative function]. In *Optimizatsiya rechevogo vozdeistviya*. Moskva: Vysshaya shkola. Pp. 180-186. (In Russ.).

10. Chelysheva, I. I. (2015). O nekotorykh aspektakh mnogoyazychiya v romanskoj srednevekovoy poezii [Multilingualism in Romance poetry of the Middle Ages]. In *Kritika i semiotika*. No 1. Pp. 182-190. (In Russ.).

11. Foulet, L. (1948/49). «Fleuve» et «rivière». In *Romance Philology*. Vol. 2. Pp. 285-297.

12. Linder, D., Reich, G. (2015). *Revivre l'Histoire: l'archéologie expérimentale, la reconstitution et l'évocation historiques*. Magmouth.

LEXICOGRAPHIC SOURCES

1. *GOST 21667-76. Kartografiya. Terminy i opredeleniya* [Cartography. Terms and definitions]. Available at: <https://docs.cntd.ru/document/1200006865>. (accessed: 09.05.2025). (In Russ.).

2. Epishkin, N. I. (2010). *Istoricheskiy slovar gallitsizmov russkogo yazyka* [Historic dictionary of Russian Gallicisms]. Moskva: ETS. (In Russ.).

3. *Le Dictionnaire de l'Académie française dédié au Roy* (1re édition). Paris, 1694. Available at: <https://www.dictionnaire-academie.fr>. (accessed: 09.05.2025).

SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL

1. Du Val, P. *Le cours de la rivière de Wolga anciennement appelée Rha*. 1659. Available at: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b53039342x?rk=236052;4>. (accessed: 09.05.2025).

2. Du Val, P. *Moscovie dite autrement grande et blanche Russie*. Available at: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b530118037?rk=128756;0>. (accessed: 09.05.2025).

3. Sanson, N. *Estats du czar ou grand duc de la Russie blanche ou Moscovie*. Available at: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b53040266c?rk=171674;4>. (accessed: 09.05.2025).

4. Sanson, N., Sanson, G. *La Russie noire ou polonoise qui comprend les provinces de la Russie noire de Volhynie et de Podolie ... vulgairement connues sous le nom d'Ukraine ou pays des Cosaques*. 1674. Available at: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b52510845k?rk=772536;0>. (accessed: 09.05.2025).

5. Witsen, N. *Carte nouvelle de la Grande Tartarie / par monsieur N. Witsen, Bougmaistre, etc. a Amsterdam; Dressée sur les Degrés du Sr N. Sanson*. Available at: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b53233038j?rk=944210;4>. (accessed: 09.05.2025).

Глазко Семен Юрьевич – аспирант кафедры фонетики и грамматики французского языка, преподаватель кафедры лексикологии и стилистики французского языка (e-mail: glazkos@yandex.ru), Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный лингвистический университет» 119034, Москва, Остоженка, 38

Glazko Semen Yu. – Postgraduate Student at Department of Phonetics and Grammar of the French Language, Lecturer at Department of Lexicology and Stylistics of the French Language (e-mail: glazkos@yandex.ru), Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Moscow State Linguistic University» 38, Ostozhenka, Moscow, 119034

Поступила в редакцию 24 июня 2025 г.

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ КРЕАТИВНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТНЫХ СИТУАЦИЙ ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА (ДИАХРОНИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Статья посвящена исследованию лингвистической креативности (ЛК) как проявлению механизма организации языковых средств объективации деятельностных ситуаций в деловом прескриптивном дискурсе старофранцузского периода. Исследование лингвокреативности как движущей силы воплощения языковой системы в дискурсе базируется на выявлении продуктивных словообразовательных единиц, реализующих системные отношения, в частности, функционально нагруженных словообразовательных моделей, многозвенных словообразовательных рядов (парадигм), деривационных серий, которые в корреляциях с семантически родственными лексемами составляют парадигматические и синтагматические проекции деятельностной ситуации.

Ключевые слова: лингвокреативность, старофранцузский период, деятельностная ситуация, многозвенный словообразовательный ряд, деловой прескриптивный дискурс.

© 2025 S. E. Kremzikova

LINGUISTIC CREATIVITY IN THE CONTEXT OF ACTIVITY-BASED SITUATIONS OF BUSINESS PRESCRIPTIVE DISCOURSE (DIACHRONIC ASPECT)

The article deals with the study of linguistic creativity as a manifestation of the mechanism of organizing linguistic means of objectifying activity situations in the business (prescriptive) discourse of the Old French period. This article explores the mechanism of linguistic creativity as a manifestation of the systemic organization of linguistic means for objectifying activity-related situations in the business prescriptive discourse of the Old French period. The study of creativity as the driving force behind the embodiment of the linguistic system in discourse is based on the identification of productive word-formation units that implement systemic relationships, in particular, functionally loaded word-formation types, multi-link word-formation series (paradigms), and derivational series, which, in correlations with semantically related lexemes, constitute paradigmatic and syntagmatic projections of the activity-related situation.

Key words: linguistic creativity, Old French period, activity situation, multi-link word-formation series, business prescriptive discourse.

Введение

Интерпретация языка как деятельности позволяет рассматривать лингвистическую креативность в единстве системных и речевых координат, а глубинные причины порождения нового слова в языке в связи с особенностями мыслительной деятельности человека. В рамках данной концепции нашло дальнейшее развитие понимание лингвокреативности как деятельности человека в языке, в результате которого формируется языковая картина мира. Языковое творчество понимается как процесс

появления новых когнитивных образований и концептуальных структур, а также их объективация в языке, то есть обозначение осмысляемого мира и формирование картин мира на языке. Как указывают исследователи, языковые механизмы реализации ЛК охватывают все уровни языковой системы и включают самые разнообразные языковые средства от фонологических и морфологических до текстовых [Беляевская, 2023; Зыкова, 2021; Фещенко, 2021]. Феномен лингвистической креативности исследуется в современных работах в различных аспектах: социокоммуникативной ценности [Карасик, 2002]; ценности лингвокультурологической [Зыкова, 2023; Горбань, 2012]; идентификации дискурсивной вариативности с опорой на показатели интрадискурсивной лингвокреативности [Киосе, 2023]; диахроническом аспекте [Колокольникова, 2010].

Актуальность исследования особенностей вербализации деятельностных ситуаций в контексте делового дискурса в старофранцузский период вызвана необходимостью установления механизма креативности единиц, свойственных конкретному типу дискурса. Основное внимание ориентировано, прежде всего, на исследование функционального аспекта языка, в ходе которого происходят креативные процессы. Проблемы функционирования языка рассматриваются в области языковой деятельности, которая обеспечивает движение системы, модифицирует ее, что неразрывно связано с проблемами деривации как науки о создании динамических моделей языка на уровне слова, выражения, дискурса. Деривационный аспект является основным в исследовании, но не единственным. Исходным положением нашей научной попытки стало осмысление механизма творческого феномена реализации лингвокогнитивной модели измерения дискурса – деятельностной ситуации, уяснение особенностей ее структурной организации, определение основных принципов ее развертывания в разновидностях делового дискурса старофранцузского периода. Исследование контекстной креативности деятельностных ситуаций в историческом контексте ориентировано на анализ дискурсов и их разновидностей с целью адекватного описания динамических процессов определенного периода в их речевой репрезентации.

Различные типы деятельности человека фиксируют и применяют разные подсистемы знаний, а в языке отражаются результаты восприятия мира и познавательной деятельности людей. Исходной формой деятельности является развернутое ее исполнение человеком во внешнем (социальном) плане. Деятельность, как отмечает Л. С. Выготский, направлена на изменение социального статуса человека, выступает основой его психического развития [Выготский, 1982]. Последователи Л. С. Выготского разработали понятие интериоризации деятельности, которая по своей природе является общественной и развивается только в

условиях кооперации и общения людей. В процессе исторического развития деятельности, направленной на внешний мир, возникают внутренние процессы (анализ, сопоставление), приобретающие относительную самостоятельность. Переход внешних процессов во внутренние сопровождается определенными трансформациями – обобщением, вербализацией, сокращением, к тому же они приобретают способность к дальнейшему развитию [Давыдов, 2005: 39-45; 83]. Необходимыми условиями деятельности являются такие свойства предметной ситуации, ориентация на которые закономерно приводит к цели, желаемому результату. По таким признакам деятельность прежде всего соотносится с действиями людей. Подчеркивается, что деятельности присуща целеустремленность, «... благодаря которой субъект действия вторгается в мир, чтобы реализовать посредством выбора и применения надлежащих средств поставленные цели» [Габермас, 1999: 287]. Сущность деятельности усматривается в творении мира вещей человеком. В процессе описания деятельностных ситуаций изучаются разные типы представления информации с помощью языковых знаков в зависимости от социальной среды и контекста деятельности. Принципом, как сочетания, так и разграничения фрагментов деятельностной ситуации является ее конструктивная сущность (ее в свернутом виде олицетворяет ядерная пропозиция), что отражает тип отношений между составляющими структуры [Кремзикова, 2010; 2019].

При обращении к когнитивной проблематике основное внимание уделено тому, как отражается концептуальное сознание общества в системе производных слов, а также, какую роль играет когнитивная структура в процессе лингвокреативности. Как известно, проблема определения деривационного потенциала единиц, составляющих концептуальное поле дискурса, связана со структурированием знания. В качестве понятийной основы в работах лингвистов предлагается рассматривать языковые единицы, объединенные в лексико-тематические группы, представленные фреймовыми структурами, элементы которых отражают онтологические знания об объектах реального мира, их свойствах и отношениях [Балакин, 2019: 12]. Функционально-коммуникативный подход к изучению словообразовательных единиц как проявления лингвистической креативности отличается от традиционного тем, что его задачей является не классификация форм и моделей, а определение их взаимодействия в процессе передачи коммуникативной установки в языковой деятельности, а также возможных потенциальных реализаций в дискурсе. Исследуемый период характеризуется эпохой фундаментальных изменений, духовных трансформаций, разнообразием дискурсов, в

частности, появлением в XIII столетии делового дискурса. Имеют место трансформация мировоззрения, появляется новая картина социального устройства общества. Задачей исследования лингвистической креативности данного этапа становится поиск и нахождение определенных корреляций между когнитивными и языковыми структурами, поэтому важно определить, какая информация передается через семантические связи исходного слова и производного имени деятеля, какие значения актуализируются словообразовательными компонентами производного слова. В исследовании представлена концепция реализации языковых потенций в дискурсе как последовательно развертывающемся полифункциональном пространстве, которое имеет течение во времени, осуществляется под контролем сознания участников, то есть имеет признаки деятельности. Деятельностные ситуации, входящие в такое пространство, рассматриваются как универсальные модели, охватывающие лексическую семантику и словообразование, означающую и предметную лексику, пропозицию. Ядерное содержание универсальной модели деятельностной ситуации на уровне высказывания демонстрирует глагол и его актанты. В нашем истолковании деятельностная ситуация – это лингвокогнитивная модель измерения дискурса, которая, с одной стороны, как вербализованная денотативная ситуация может выражаться разными средствами: деривационными, синтаксическими, семантико-лексическими, а с другой стороны, как полипропозициональная структура, отражает культурно-языковые компетенции носителей языка, знания об объектах материального мира, их свойствах и отношениях [Кремзикова, 2010; 2021].

Деятельностные ситуации, которые имеют место в определенной социально-культурной сфере, вербализуются в соответствующем дискурсе путем актуализации ключевых аспектов – концептуального ядра значения, выраженного внутренней формой слова – имени концепта, ассоциативных связей, деривационных связей, парадигматических связей, стереотипов как регулярно повторяющихся характеристик объектов, действий, событий, процессов. Концептуальная структура слов, как известно, меняется быстрее формальной, поскольку связана с появлением новых значений в словах, которые служат мотивирующими признаками производных, а также с возможностью отображения в сочетаемости элементов новых отношений [Кремзикова, 2019: 31].

Основная часть

В трактовке современных лингвистов деловой дискурс выступает как универсальный метадискурс, социопрагматическими чертами которого являются целенаправленность и результативность, подтверждением которого является

функционирование конкретных типов дискурса, существующих в любых социальных и профессиональных сферах и разных языковых культурах [Стеблецова, 2015: 535]. В исследовании на материале старофранцузского делового дискурса, его разновидностей, рассматривается реализация словообразовательных категорий имен действия и деятеля, организованных по принципу прототипических образований, включающих ядерные и периферийные члены, в их взаимодействии с другими словообразовательными категориями в рамках многозвенного словообразовательного ряда.

Словообразовательная категория трактуется в работе как совокупность структурно разных словообразовательных типов, объединенных общим словообразовательным значением [Русская грамматика, 1980]. Многозвенный словообразовательный ряд рассматривается как разновидность лингвистической модели – структурное формирование, звенья которого семантически (реализацией одного ЛСВ), формально (соотнесенностью с одной образующей основой и постоянным набором аффиксов) и словообразовательно (определенным инвентарем словообразовательных значений) связаны, потенциально включают в себя всю структуру ряда, способны воспроизводиться на другом лексическом материале [Катагощина, 2010]. Как любая лингвистическая модель многозвенный словообразовательный ряд характеризуется регулярностью и продуктивностью, а также функциональностью. Между этими комплексными словообразовательными единицами существуют оси пересечения: 1) многозвенный словообразовательный ряд / словообразовательная парадигма объединяет, как правило, единицы, образованные по продуктивным и регулярным моделям [Катагощина, 2010; Bauer, 2019; Fradin, 2021; Guilbert, 1975: 179; Štekauer, 2005; Sanacore, Hathout, Namer, 2020]; 2) ядро внутренней структуры словообразовательной категории, как, впрочем, любой категории, составляют центральные, более типичные элементы – прототипы, вокруг которых группируются менее типичные элементы [Лакофф, 1988; Болдырев, 2001]; 3) непрототипические (переходные между категориями) элементы обнаруживают ряд признаков, присущих другим категориям. В рамках многозвенного словообразовательного ряда, мотивированного глаголом, категория деятеля коррелирует с категорией деятельности, выраженной именем действия. Изучая категорию деятеля во взаимодействии с одноосновными структурными формированиями других категорий, исследователь как бы оказывается в позиции наблюдателя, перед которым разворачиваются отдельные сцены человеческой деятельности, представленные в свернутом виде в номинациях производными словами. В старофранцузских документах

предписательного характера, как, например, «*Le Livre des mestiers*», «*La draperie medievale*», отмечено функционирование словообразовательных рядов веерного типа, мотивируемых глаголом, *V-er,-ir, re ---NAc./-NRes -ement,-age,-erie; ---N-Ag-eor, -Adj-able* в которых имена деятеля коррелируют с именами действия / результата действия в ситуации деятельности, представленной активным влиянием субъекта на объект с целью его изменения. Например, продуктивная модель многозвенного ряда веерного типа ряда, реализующая ситуацию ремесленного производства:

<i>V-er lister</i>	<i>-NAc/-age</i>	<i>-N¹ listage</i> (action de faire des bordures)
(faire des bordures)	<i>-NAg/-eor</i>	<i>-N² listeor</i> (ouvrier qui fait la lisière des draps)
	<i>-Adj/-able</i>	<i>-Adj listable</i> (soumis à l'action de listage)
<i>V-re orbatre</i>	<i>-NAc-erie</i>	<i>-N¹ orbaterie</i> (métier de battre l'or)
(battre l'or)	<i>-N-eor</i>	<i>-N² orbateor</i> (batteur d'or, orfèvre)
	<i>-Adj/-able</i>	<i>-Adj orbatable</i> (soumis à l'action de battre l'or)

При изучении категорий в процессе их пересечения как элементов разных структур в парадигматическом и синтагматическом измерении, реализующих деятельностьную ситуацию в дискурсе, проявляется неотделимость событий от людей, участвующих в них и создающих их, а также людей от их деятельности. Таким образом, человеческая деятельность получает свое представление в языке не только в номинациях глаголом, но и именами действия и деятеля, прилагательными признака действия. Отглагольные словообразовательные ряды, вербализующие ситуации ремесленно-торговой деятельности, демонстрируют регулярность производных в реализации категориальных позиций и мотивационных отношений серий соответствующих языковых единиц.

<i>V-er</i>	<i>---NAc/-age</i>	<i>---N¹ apareillage</i> (action de préparer)
<i>apareiller</i>	<i>---N²Rés/-ement</i>	<i>---N² apareillement</i> (ornement)
(préparer)	<i>---NAg/-eor</i>	<i>---N³ apareilleor</i> (chargé de l'apareillage)
<i>V-re-</i>	<i>---N Ac/-ement</i>	<i>---N tendement</i> (action de tendre les draps)
<i>tendre</i>	<i>---N Rés./-erie</i>	<i>---N tenderie</i> (métier de tendeur de draps)
(étendre)	<i>---N Ag/-eor</i>	<i>---N tendeor</i> (ouvrier chargé de tendre les draps)
	<i>---Adj.-able</i>	<i>---Adj. tendable</i> (qu'on peut tendre)
<i>V-ir</i>	<i>---NAc/-ement</i>	<i>---N¹ couvrement</i> (action de couvrir)
<i>couvrir</i>	<i>---NRés/-age</i>	<i>---N² couvrage/couvrison</i> (ce qui sert à couvrir)
(recouvrir)	<i>---Nag/-eor</i>	<i>---N³ couvreur/couvreuse</i> (celui, celle qui couvre) [TL, 1915].

Анализ документов XIII ст. («*Les Péages des foires de Chalon-sur-Saône*», «*Reglement sur les arts et métiers de Paris a XIII-e siècle (avant 1268)*», «*Le livre de la la taille de Paris. L'an 1296*») свидетельствует, что участниками ситуаций ремесленного производства, обмена и торговли являются лица, деятельность которых в толковании передается

глаголами *faire* 'делать', *vendre* 'продавать', *paier* 'платить'. Таким образом, информация, которую несет та или иная языковая единица, предполагает не только совокупность знаний об означаемом предмете или явлении, но и сведения о его связях с другими предметами или явлениями действительности, что позволяет моделирование определенной деятельностной ситуации создания / изготовления продукта с участием изготовителя; процесса его купли / продажи с участием продавца / покупателя. Вторичные существительные, называемые «ремесло» или «ремесленничество», образуются путем присоединения суффикса *-ie / -erie* к исходному основанию имени деятеля, формируя ряды с усложняющейся основой по модели $N^1 \text{ --- } N^2 \text{ Ag-ier} + \text{Suf. -ie --- } N^3$. Образованные производные существительные вербализуют многочисленные ситуации ремесленного производственного действия или ситуации социальных отношений.

Так, составной частью структуры деятельностной ситуации производственного характера кроме деятеля являются компоненты «изделие», «ремесленничество как вид деятельности», «место деятельности». Последнее звено вербализируется в деловом дискурсе, актуализируя потенциальные семы «место производства» / «место продажи изделия». Деловой дискурс старофранцузского периода характеризуется деятельностными ситуациями прескриптивного плана, участниками которых является профессиональный деятель, его деятельность, руководство, предписание, которое он должен выполнить. Таким образом, прескриптивные ситуации включают толкование функции деятеля через действие, которое он выполняет, соответствующее пропозиции, членами которой является имя деятеля (нередко мотивированное объектом действия), восстановленный предикат, толкующий специальное действие, (чаще всего – это глагол широкой семантики *faire* 'делать', *vendre* 'продавать' в формах инфинитива или коюнктива, объект, на который действие направлено. Прескриптивный дискурс реализует попытку побуждения заставить сделать что-либо; это команда, приказ, требование, просьба, призыв, совет, способствующие достижению каких-либо целей, которые чаще всего основаны на явной / неявной апелляции к нормам (приказы, команды, требования и предписания) [Карасик, 2002; Ширинкина, 2019]. Так, в деловом дискурсе нередко в одном предписании реализуется ситуация, регламентирующая процедуру вырабатывающего и обрабатывающего действия, которую актуализируют члены многозвенного словообразовательного ряда, например:

(1) «*Quiconques a enpetre le conjie de mesurer, il convient qu'il jure seur sains avant que il puisse mesurer, que il le mesurage fera bien et loiaument a son pooir*» [E. Boil. Régl., 21]

‘Тот, кто выполняет обязанности **мерщика**, должен поклясться, прежде чем он сможет **мерить**, что он сделает **измерение** хорошо и добросовестно, насколько это в его силах’.

(2) «*Dou, 1250: li eswardeur de Compaigne et li listeur de Douay ont eswarde par commun asens des marchans et des listeurs pour le grand damage que li marchant ont eu et ont encore pour endroit de listage, que nous listeres ne puist drap lister k'il n'i ait 2 tilles noeves outre en outre le drap a l'endroit et a l'enviers*» [Gdf. La drapperie medievale] ‘Ду, 1250: инспектор торговой Компании и окантовщики Дуэ по общему соглашению купцов и окантовщиков постановили, что за большой ущерб, который купцы понесли и до сих пор несут из-за (плохой) окантовки ткани, мы, листовщики, не можем выкладывать ткань, если на ней нет двух новых листов с обеих сторон’.

Регулярны и словообразовательные ряды, включающие производные имена деятеля и процесса или результата действия, отражающие словообразовательную корреляцию профессиональный исполнитель действия – ремесло, например:

(3) «*Quiconques est jaujeur a Paris, il doit jurer pardevant le prevost devant dit que le mestier de jaujerie fera bien et loiaument a son pooir ...*» [Livre des mestiers. Part. I. p. 27] ‘Каждый, кто является измерителем в Париже, должен поклясться перед вышеупомянутым прево, что он будет выполнять свое ремесло измерителя хорошо и законно, по мере своих сил’.

(4) «*Nus jaujeur ne puet ne ne doit prendre de un tonnel jaujier quelque li tonniax soit petit ou grans, que I j deniers*» [Livre des mestiers. Part. I. p. 27] ‘Ни один измеритель не может и не должен брать с бочки, которую он измеряет, малой или большой, более чем 1 денье’.

В случае, когда имя деятеля мотивируется производным глаголом, в деятельностных ситуациях предписательного дискурса возможна корреляция субъект действия – действие – предмет / инструмент действия (мотиватор):

(5) «*Nus mesureor ne puet mesurer nule maniere de grain a nule mesure qui ne soit seignee ou seing le Roi*» [Voil., Régl.] ‘Ни один **мерщик** не может **мерить** никакой вид зерна какой-либо **мерой**, которая не отмечена печатью короля’.

Поскольку в таких номинациях на первый план выдвигается связь с действием, называемым глаголом, в семантике производных имен реализуется концепт активного начала. Человек воспринимается одновременно как «предметная» и как «действующая» сущность. В таком аспекте представляется логичной точка зрения И. А. Семиной, которая считает, что во французском языке большинство антропонимных имен имеют производную основу, образованную от глагола и прилагательного, и являются, таким образом, также событийными, поскольку, так называемая скрытая событийность,

обусловлена ситуацией представленной в словарных дефинициях этих слов [Семина, 2016: 236]. На наш взгляд, семантика категории имени деятеля определяется концептом «активное начало», которое может быть представлено толкованием «лицо или предмет, совершающий какое-либо действие». Приближенность имени деятеля к центру категории или ее периферии определяется по характеру концепта «активное начало».

На протяжении Средневековья любой аспект социальной деятельности человека был связан с многочисленными налогами, таксами, рентами и другими платежными обязанностями [Chédeville, 2000]. Потенциальные семы «повинность», «оброк», «пошлина», «платежная обязанность», «налог на изделие, продукт, или деятельность» актуализируются отсубстантивными и отглагольными существительными с суффиксом *-age*, который неслучайно получил название «индикатор фискальных терминов» [De Gorog, 1971: 59]. По данным Р. де Горог производных существительных на *-age* с фискальным значением – 275 против 26 с суффиксом *-erie*; наша выборка из словаря старофранцузского языка А. Тоблер, А. Ломач показала, что из 662 существительных с суффиксом *-age* более половины имеют семы фискального значения и, соответственно, функционируют в разновидностях делового дискурса [TL, 1915].

Концепт налога на землю, отражающий одну из ключевых (системных) реалий Средневековья, определяется в дискурсе следующим толкованием: «*L'obligation de payer ce droit d'arage, qu'en certaines coutumes on nomme terrage, était une condition ordinaire de concession de terres arables que les seigneurs faisaient à leurs vassaux*» [Gdf. I] ‘Обязанность выплачивать этот оброк за обработку земли, который в некоторых обычаях называется ‘terrage’, была обычным условием уступки пахотных земель, которую сеньоры предоставляли своим вассалам’. Такой концепт является составной частью сети концептов, составляющих концептуальное поле ситуации феодальных отношений, вербализируемой в деловом дискурсе реализацией словообразовательных моделей и рядов, составляющих парадигматические и синтагматические проекции [Greimas, Courtés, 1976].

Отмечен регулярный в старофранцузском деловом дискурсе отыменный словообразовательный ряд, образованный по модели $N^1 \text{ --- } N^2\text{age} \text{ --- } \text{Adj.} / N^3\text{-ier} \text{ --- } N^*\text{-erie}$, который реализует следующие позиции: налог на продукт (изделие); признак предмета / лица, характеризующего своим отношением к налогу; лицо, имеющее профессиональное отношение к налогу (собирает налоги), территория, подлежащая уплате налога. Парадигматические проекции, составляющие основу ситуации налоговых отношений, реализуются рядами с усложняющейся основой: $N^1 \text{ terre}$ ‘земля’ $\text{---} N^2 \text{ terrage}$ ‘налог на

землю / оброк за обработку земли' ---Adj. / N^3 terrager 'сборщик налогов' --- N^* terragerie 'территория, подлежащая уплате налога'; N^1 vin 'вино' --- N^2 vinage 'налог на торговлю вином' ---Adj. / N^3 vinagier 'сборщик налогов' --- N^* vinagerie и функционируют в деловом дискурсе, представленном хартиями, архивными документами.

(6) «An terre arrable doit om de .XII. gerbes .I. de terrage as seignors» [1231, Charte Gdf. VII] 'С обрабатываемой земли положено платить 12 снопов оброка сеньору'.

(7) «Et se il avenoit que li serjanz terragieres et les dismierres ne soient au deschargier les jarbes, on croire le deschargeor par son sairement» [Mars 1241, Arch. J197, Gdf. VIII] 'А если случалось, что приставы по сбору налогов и десятинщики не были на месте при разгрузке снопов, то разгрузчику верили по его клятве'.

(8) «La terragerie de Montpalais» [Arch. Vienne, Gdf. VII] 'Земли, подлежащие оброку в Монпале'.

(9) «Et ne pourront lesdits terragiers vendre ou autrement aliener lesdites terres terragieres sans la licence du seigneur» [Cout. De Berry, Gdf. VII] 'И указанные арендаторы не могут продавать или иным образом отчуждать арендуемые земли без лицензии лорда'.

(10) «Se aucuns des wienengeurs estoient negligent ou defaillant de demander le winage...» [Cart.de Guise Richel, Gdf. VIII] 'Если кто-то из сборщиков налогов на вино проявил халатность или небрежность и не потребовал налог...'.

Реализация парадигматических проекций через ряды словообразовательно мотивированных единиц, а также тематически организованные ряды слов, ряды синонимов происходит с опорой на восстановленные в ситуации потенциальные предикаты, отражающие отношения между двумя предметными сущностями – субъектами налогового процесса – в синтагматической проекции: *commencier le mestier* 'начинать (вступать в) ремесло', *avoir le mestier* 'владеть ремеслом', *ouvrer* 'работать', *vendre* 'продавать', *aliener* 'отчуждать', *demander* 'просить', *payer* 'платить', *devoir* 'долженствовать', *savoir* 'уметь, знать'. Продуктивность словообразовательной модели ряда с усложняющейся основой N^1 ---Adj. / $-N^2$ -ier; --- N^2 age ---Adj. / N^3 -ier --- N^* -erie, подтверждается фактом регулярности ее реализации в деловом дискурсе, в том числе и на базе производных производящих основ. Связь сигнификативного значения слова с его словообразовательной креативностью состоит в том, что понятие, составляющее концептуальное ядро значения, может предполагать наличие других понятий-признаков, связанных с главным, которые косвенно вовлекаются в содержание понятия и составляют его информационный потенциал.

Для делового дискурса этого периода характерна реализация и другого типа продуктивного словообразовательного ряда N^1 --- N^2 -age --- V -er/-ier, где производное на -age со значением налога, долга, коррелируя с глагольным суффиксом -er/-ier, актуализирует потенциальную сему «действие» и позволяет появление нового глагола. Мотивированный глагол служит исходным для новой серии слов, то есть соответствующего отглагольного словообразовательного ряда. Таким образом, реализуется ряд смешанного типа: N^1 --- N^2 -age--- V -er / -ier --- N Ac.-ement; --- N Ag.-eor; --- Adj.-able. Например: N^1 vin ‘вино’ --- N^2 -age vinage ‘налог на урожай вина’ --- V -er / -ier vinagier ‘собирать налоги на урожай вина’ --- N^3 -ement vinagement ‘сбор налогов’; --- N -eor vinageor ‘сборщик налогов’.

В деятельностных ситуациях, отражающих экономические феодальные отношения, вокруг концепта «налог на деятельность, действие» производное существительное с названием налога на деятельность, мотивируемое глаголом, в свою очередь выступает основой для имени деятеля, имеющего отношение к налогу (платит его, или собирает):

V pasnier ‘пасти’ --- N^1 pasnage ‘налог сеньора на выпас свиней в лесу’ --- N^2 pasnagier / pasnageor ‘тот, кто имеет право на выпас = платит налог’.

V passer ‘проходить’ --- N^1 passage ‘такса за проход’ --- N^2 passagier / passageor ‘тот, кто получает право на проход’ = ‘платит таксу’.

V loer ‘сдавать / брать в аренду’ --- N^1 loage ‘найм, плата за найм’ --- N^2 loagier ‘тот, кто берет в аренду’; --- N^3 loagement ‘процесс найма’.

Функционирование синонимических словообразовательных форм имен деятеля *pasnagier / pasnageor*; *passagier / passageor* в дискурсах старофранцузского периода, мотивированных производным существительным на -age, объясняется не только неустойчивостью нормы системного словообразования, но и гибридным характером семантической структуры слова-мотиватора, которое унаследовало в некоторой степени свойства исходного глагола и приобрело новые категории. С другой стороны, сам суффикс -age, исторически связанный с категориальной характеристикой прилагательного и существительного (субстанциональности и признака), проявляет способность к полифункциональным взаимоотношениям в процессе словообразования. Отметим, что дублетные формы имен деятеля на -age + -ier / -eor нередко функционировали в эпизодах одной и той же деятельностной ситуации как в деловом, так и художественном типах дискурса. Исследование процесса реализации таких производных показало, что формирование и функционирование словообразовательных моделей с усложняющейся основой является свидетельством жизненной силы (т. е. продуктивности) аккумуляруемых суффиксов. Аффиксы, потерявшие продуктивность, не могут выполнять

функцию оператора в процессе порождения новых единиц за неимением достаточных потенциальных сем [Guilbert, 1975: 185]. Следовательно, суффикс имени действия *-age* и суффиксы *-eor*, *-ier* как элементы словообразовательной категории имени деятеля, демонстрируют в старофранцузский период свою высокую активность, сочетаясь с семантически разными основами, и тем самым обеспечивают продуктивность соответствующих словообразовательных моделей. Продуктивность этих моделей образования слов, а также регулярность их корреляций отмечается учеными и в исследованиях на материале современного французского языка [Катагощина, 2010; Huyghe, Wauquier, 2021].

Важную роль в процессе формирования нового значения производного играет наследование значений, характерных для исходного слова, как процедура передачи определенной концептуальной информации от одной единицы к другой.

Так, мотивированные глаголами имена действия с суффиксами *-age*, *-ance*, *-ement*, которые называют определенный процесс, деятельность или ее результат, актуализируют потенциальную сему «субъект действия» с помощью суффикса *-ier* в рядах с усложняющейся основой: $V \text{ ---} N^1\text{-ement ---} N^2\text{-ement-ier}$; $V \text{ ---} N^1\text{-age ---} N^2\text{-ag(e)-ier}$; $V \text{ ---} N^1\text{-ance ---} N^2\text{-ance-ier}$. Реализацию таких рядов наблюдаем в разновидностях делового дискурса. В ряде предписаний в одном контексте функционируют производные имена деятеля и их толкование «тот, кто... продает, производит... должен», что подчеркивает регулярность словообразовательного акта и продуктивность словообразовательной модели, а также указывает на весомость другого компонента ситуации – налогового обязательства: «*Devront et paieront lesdiz habitans audit seigneur autant d'araige comme de denre, de toutes labours de charrues qu'il feront ...*» [Ord. Gdf.VI] ‘Вышеупомянутые жители должны платить вышеупомянутому господину столько же налога, сколько и товаров, за всю пахоту, которую они производят ...’.

(11) «*Peagiers est a petit pont pour qu'il doit demander son peage as marchans*» [Livre des mestiers, p. 280] ‘Сборщик налогов (пристав) находится у малого моста, чтобы требовать уплату пошлины с торговцев’.

Развертывание деятельностной ситуации определенного типа деловых (социальных) отношений делает возможным появление новых ее участников. Документы делового характера фиксируют модель многозвенного словообразовательного ряда веерного типа с мотиватором глаголом: $V\text{---}N\text{-Ac.}$, $\text{-}N\text{-Ag.}$, $\text{-}Adj.$, реализуемый в дискурсе следующими корреляциями словообразовательных типов: $V\text{-er---}N\text{-age}$, $\text{-}N\text{-eor}$, $\text{-}Adj\text{-able}$; $V\text{-er ---}N\text{-ement}$, $\text{-}N\text{-eor}$, $\text{-}Adj\text{-able}$; $V\text{-er---}N\text{-erie}$, $\text{-}N\text{-eor}$, $\text{-}Adj\text{-able}$.

Типовые словообразовательные модели свидетельствуют о регулярности

словообразовательных отношений, благодаря которым в языковых формах закрепляются связи и ассоциации, существующие у говорящих об объектах, явлениях, свойствах окружающей действительности, которые они называют. Они дают возможность исследователю выявить, «...какие признаки выступали как познавательные в том временном отрезке, когда они образовывались, какая система знаний об обозначаемом была у называющих на том этапе развития общества» [Харитончик, 2001: 35]. В производственных ситуациях конкретный исполнитель действия определяется через глагол *faire* ‘делать’ или *fabriquer* ‘изготавливать’. Контекстуальным синонимом производных названий лиц в деятельностных ситуациях, связанных с уплатой налогов на ярмарках, является отглагольное существительное *vendeur* ‘продавец’, мотивированный глаголом *vendre* ‘продавать’, который, вместе с глаголом *paier* ‘платить’, является одним из основных предикатов толкования ситуаций в деловом дискурсе, например:

(12) «*Ly panetier et li fruitier, par tout le pre, paient chascun .III. sous ou .V. ou plus ou moins segon la quantite de la place*» [Réages: B, 98] ‘Пекарь и продавец фруктов по всему лугу платят каждый по 4 или 5 су или больше или меньше в зависимости от площади участка’.

(13) «*Ly ferreton qui vandent en la place ou quarrefor devers chatelet, ly estaulz ou li place ou ly arche, chascun paye .VI. sous ou .VII. ou moins; et de chascune maison environ .XII. denier, quant on trove que il met son feret ou ses danrees fors des soles de la maison*» [Réages: B, 95] ‘Жестянщики, торгующие на площади или во дворе около замка, на прилавках, на площади или у арки, платят каждый по 6 су или по 7 су или меньше; а с каждого дома – примерно по 12 денье, если обнаружится, что они выносят свои изделия из железа или товары за пределы территории дома.’

(14) «*Les tavernes dou pre, chescune .X. sous. Et si le tavernier fait cuisine, se c'est por vendre, il en doit paier avenant, et por son mangier riens*» [Archives Côte d' Or; Man. B, 91]. ‘Таверны на лугу, каждая (должна платить) по X су. И если хозяин таверны готовит еду на продажу, он должен платить соответственно, а за еду для себя – ничего’.

Факультативным компонентом в вербализованной ситуации фискальных отношений на ярмарках есть обстоятельство действия. Предписания регламентируют не только размеры *peaige* (налоги большие или малые), уплачиваемые торговцами на ярмарке, но и место торговли и время:

Модель конкретной деятельностной ситуации предписания включает следующие компоненты: опредмеченное действие, его конкретный результат / изделие, товар; исполнителя действия / профессионального деятеля, торговца; сферы деятельности /

производства, условия деятельности. Речевая реализация модели ситуации происходит через актуализацию потенциальных сем исходного глагола и мотивированных им единиц.

Творческий характер речевой деятельности проявляется в разной степени, на разных ее этапах. Считается, что в речевой системе существуют узлы повышенного напряжения, наиболее четко проявляющие лингвокреативный потенциал. В качестве такого узла напряжения рассматривается акт словообразования, в котором сохраняются формы перехода от действительности к мышлению и от мышления к языку, отражающий особый способ организации речевой картины мира. Узлы напряжения возникают, прежде всего, там, где происходит пересечение разных подсистем речи. Речь идет не только о системе речи, но и ее представлении дискурсом, в организации которого, в частности, в актах номинации, происходит согласование факторов разного порядка – семантических, морфологических, когнитивных, прагматических и дискурсивных. Такими лексическими единицами, на наш взгляд, являются отглагольные номинализации, которые, находясь в зоне действия разных языковых категорий, реализуют лингвокреативный потенциал по моделям системы словообразования, но и соответственно коммуникативной установки. Слово, в частности, производное выполняет двойную функцию: с одной стороны, оно говорит о структуре, с другой – оно свидетельствует об акте и событии. Можно констатировать, что деловой тип дискурса характеризуется повышенным вниманием к продуктивным видам деятельности людей с учетом всех участников ее реализации.

Заключение

Рассматриваемые деятельные ситуации представляют собой гетерогенные, динамические, системные образования. Они отражают связь между структурой и событием благодаря таким динамическим понятиям, как «структурирующая деятельность» (в отличие от «структурированной инвентаризации»). Изучение особенностей реализации словообразовательных моделей в дискурсах старофранцузского периода позволило выявить разного типа корреляции, которые формируются с участием производных данных моделей и отражают отношения между участниками вербализованной онтологической ситуации. Так, формальные и семантические корреляции производного слова с исходным словом отражают корреляции референтов (объектов материальной действительности) производного и слова-мотиватора через реализуемый концепт делового дискурса. Каждая культурно-историческая парадигма вырабатывает свои представления о том, что необходимо, реально и действительно, а что случайно, выдуманно и иллюзорно. Следует отметить, что деятельностные ситуации, характерные для текстов предписательного дискурса, отражают действия производственные и обрабатывающие, а также характеризующиеся как действия

ритуальные / культовые, например, правила торговли на ярмарках, уплата пошлины. Активными участниками таких ситуаций является действующее лицо и скрытый субъект, прогнозирующий это действие предписанием. Старофранцузский деловой прескриптивный дискурс характеризуется наличием элементов метадискурса – производные имена сопровождаются дефинициями, которые более присущи толковым словарям; нередко встречается комментарий, выражающий отношение и являющийся элементом дидактического дискурса. Формируя парадигматические проекции деятельностных ситуаций, словообразовательные ряды от глаголов производственного действия перекрещиваются с рядами глаголов социальных отношений и модальными глаголами и образуют лексико-семантические сети, отражающие и основные концепты, присущие прескриптивному типу дискурса, такие как концепты «необходимость», «волеизъявление», «возможность», «долженствование».

Проведенное исследование подтверждает тезис о том, что лингвокреативность соответствует уровню лингвистического сознания, которое формируется в определенных исторических условиях, ее действие определяется коммуникативными целеполаганиями различного рода. В процессе лингвистической креативности происходит становление продуктивных языковых моделей, формирующих многозвенные словообразовательные ряды концептуально организованных лексических блоков, вербализующих онтологические ситуации социальных и деловых отношений в средневековой Франции. Постановка вопроса о деятельностной ситуации как функциональной модели денотативной ситуации, имеющей особый статус в языке, ее специфическое устройство и функционирование в различных типах дискурсов требует дальнейшего совершенствования. В частности, путем разработки типологии деятельностных ситуаций, характеризующихся разными типами семантического способа существования: продолжительностью, фазовостью, завершенностью, сегментированностью и т. д. Внимание исследования может быть направлено и на поиск формы выражения мнения, которое в определенной ситуации применил бы носитель языка определенного исторического периода.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Балакин С. В. Деривационный и номинативный потенциал лексической системы языка (на материале русского, французского и португальского языков). 2-е изд. испр. и доп. Екатеринбург: УрГУПС, 2019. 311с.
2. Беляевская Е. Г. Дискурсивная реализация концептуальных оппозиций как мера креативности дискурса // Дискурс и язык в эпоху «больших данных»: Вариативность, креативность, эксперимент. Москва: Р. Валент, 2023. С. 29-41.

3. Болдырев Н. Н. Перекатегоризация глагола как способ формирования смысла высказывания // Известия АН. Серия литературы и языка. 2001. Т. 60. № 2. С. 40-55.
4. Выготский Л. С. Собрание сочинений: в 6-ти т. Москва: Педагогика, 1982. Т. 2. Проблемы общей психологии 504 с.
5. Габермас Ю. Дії, мовленнєві акти, мовленнєві інтеракції та життєвий світ // Комуникативна практична філософія. Київ: Лібра, 1999. С. 287-324.
6. Горбань В. В. Лингвокреативность на службе коммуникативной интенции // Лингвистика креатива-2. 2-е изд. Екатеринбург: ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2012. С. 73-82.
7. Давыдов В. В. Деятельностная теория мышления. Москва, 2005. 239 с.
8. Дискурс и язык в эпоху «больших данных»: Вариативность, креативность, эксперимент / отв. ред. И. В. Зыкова. Москва: Р. Валент, 2023. 368 с.
9. Зыкова И. В. Язык и дискурсы: на новых рубежах теории лингвокреативности // Лингвокреативность в дискурсах разных типов: Пределы и возможности. Москва: Р. Валент. 2021. С. 11-20.
10. Карасик В. И. Язык социального статуса. Москва: ИТДГК «Гнозис», 2002. 333 с.
11. Катагощина Н. А. Как образуются слова во французском языке. 3-е изд. Москва: КомКнига, 2010. 112 с.
12. Киосе М. И. Интрадискурсивная лингвокреативность: алгоритм измерения // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2023. Т. 20. № 4. С. 803-823. DOI: <https://doi.org/10.21638/spbu09.2023.408>.
13. Колокольникова М. Ю. Дискурс-анализ в диахроническом исследовании лексики. Саратов: Наука, 2010. 166 с.
14. Кремзикова С. Е. Когнитивный аспект осмысления деятельностной ситуации в дискурсе (на материале разноструктурных языков) // Мир. Человек. Язык. Владимир: Изд-во ВлГУ, 2019. С. 183-194.
15. Кремзикова С. Ю. Словотвір та дискурс: діяльнісні ситуації у старофранцузькій мові. Київ: Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2010. 512 с.
16. Кремзикова С. Е. Моделирование комплексных единиц словообразования с учетом структурно-семантических и концептуальных связей их элементов в историческом контексте // Studia Germanica, Romanica et Comparatistica. Донецк: ДонНУ, 2021. Т. 17. Вып. 4 (54). С. 37-53.
17. Лакофф Дж. Мышление в зеркале классификаторов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.23. Когнитивные аспекты языка. Москва, 1988. С. 32-47.
18. Русская грамматика: в 2-х т. / гл. ред. Н. Ю. Шведова и др. Москва: Наука, 1980. Т. I «Фонетика. Фонология. Ударение. Интонация. Введение в морфемику. Словообразование. Морфология». 789 с.
19. Семина И. А. Событие в аспекте широкозначности (на материале антропонимов современного французского языка) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2016. Вып. 7 (746). С. 233-240.
20. Стеблецова А. О. Деловой дискурс и его типы: алгоритм дискурсивного анализа // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2015. Вып. 6 (717). С. 532-543.
21. Фещенко В. В. Лингвокреативность в художественном и научном дискурсах // Лингвокреативность в дискурсах разных типов: пределы и возможности. Москва: Р. Валент, 2021. С. 190-257.
22. Харитончик З. А. О когнитивной значимости словообразовательных явлений // Материалы Международной конференции, посвященной научному наследию профессора Марии Дмитриевны Степановой и его дальнейшему развитию. Москва: МГЛУ, 2001. С. 34-38.
23. Ширинкина М. А. Жанры письменного дискурса исполнительной власти // Жанры речи. 2019. № 2 (22). С. 110-118.

24. Bauer L. Notions of paradigm and their value in word-formation // *Word Structure*. 2019. Vol. 12. Iss. 2. P. 153-175. DOI: <https://doi.org/10.3366/word.2019.0144>.
25. Chédeville A. *La France au Moyen Age*. 11-е édition. Paris: PUF, 2000. 127 p.
26. De Gorog R. Les noms des impôts médiévaux en France: synonymie et formation // *French Review*. New York – Baltimore, 1971. Vol. XLV. No 3. P. 59-76.
27. Fradin B. Caractériser les paradigmes dérivationnels // *Verbum* XLIII. 2021. No 1. P. 149-178.
28. Greimas A. J., Courtés J. *Les acquis et les projets* // Préface. Introduction à la sémiotique narrative et discursive. Paris: Hachette, 1976. P. 5-25.
29. Guilbert L. *La créativité lexicale*. Paris: Larousse, 1975. 286 p.
30. Huyghe R., Wauquier M. Une étude distributionnelle des noms d'agent en -ant, -eur, -ien, -ier et -iste // *Verbum* XLIII. 2021. No 1. P. 13-40.
31. Sanacore D., Hathout N., Namer F. Représentation sémantique des familles dérivationnelles au moyen de frames morphosémantiques // *Traitement Automatique des Langues Naturelles (TALN, 27e édition)*. Nancy, France, 2020. Vol. 2. P. 342-350
32. Štekauer P. *Handbook of Word Formation*. Dordrecht: Springer, 2005. 470 p.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ

1. Godefroy F. *Le Dictionnaire de l'ancienne langue française et de tous ses dialectes du IX-e au XV-e siècle*. Paris: Vieweg, 1881-1902. T. I–X. [Gdf].
2. Tobler A., Lommatzsch E. *Altfranzösisches Wörterbuch*. Berlin-Wiesbaden. Verlag. 1915. Vol. 1-10. [TL].

СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Adolf Sven. *Les péages des foires de Chalon-sur-Saone*. Göteborg, 1971. 113 p. (*Romanica Gothoburgensia*; T. XI). [Péages].
2. Boileau E. *Réglement sur les arts et métiers de Paris au XIII-e siècle (avant 1268)*. Paris: Depping, 1837. 474 p. [E. Boil., Régl.].
3. De Poerck G. *La draperie médiévale en Flandre et en Artois. Technique et Terminologie (avant 1400)*. Tempelhof: BRUGGE, 1951. T. I. 341p.; T. II. 234 p. [Draperie].
4. *Le livre de la taille de Paris. L'an 1296. / Publié avec une introduction et des notes par Karl Michaëlsson*. Göteborg: Université de Göteborg; Almqvist & Wiksell, 1958. 309 p. (*Romanica Gothoburgensia*; No 7).
5. Lespinasse R. de (René), Bonnardot F. (François). *Les métiers et corporations de la ville de Paris: XIIIe siècle. Le livre des métiers d'Étienne Boileau*. Paris: Imprimerie Nationale, 1879.

REFERENCES

1. Balakin, S. V. (2019). *Derivatsionnyy i nominativnyy potentsial leksicheskoy sistemy yazyka (na materiale russkogo, frantsuzskogo i portugalskogo yazykov)* [Derivational and nominative potential of the lexical system of language (based on the Russian, French and Portuguese languages)]. 2-e izd. ispr. i dop. Ekaterinburg:URGUPS. (In Russ.).
2. Belyaevskaya, E. G. (2023). Diskursivnaya realizatsiya kontseptualnykh oppozitsiy kak mera kreativnosti diskursa [Discursive implementation of conceptual oppositions as a measure of discourse creativity]. In *Diskurs i yazyk v epokhu «bolshikh dannykh»: Variativnost, kreativnost, eksperiment*. Moskva: R. Valent. Pp. 29-41. (In Russ.).
3. Boldyrev, N. N. (2001). Perekategorizatsiya glagola kak sposob formirovaniya smysla vyskazyvaniya [Recategorizing a verb as a way of forming the meaning of an expression]. In *Izvestiya AN. Seriya literatury i yazyka*. Vol. 60. No 2. Pp. 40-55. (In Russ.).
4. Vygotskiy, L. S. (1982). *Sobranie sochineniy* [Collected works]: v 6-ti t. Moskva: Pedagogika, Vol. 2. Problemy obschey psikhologii. (In Russ.).
5. Gabermas, Yu. (1999). Diyi, movlennyevi akty, movlennyevi interaktsiyi ta zhittyevy svit [Actions, speech acts, speech interactions and the world of life]. In *Komunikatyvna*

praktychna filosofiya. Kiyiv: Libra. Pp. 287-324. (In Ukr.).

6. Gorban, V. V. (2012). Lingvokreativnost na sluzhbe kommunikativnoy intentsii [Linguocreativity in the Service of Communicative Intention]. In *Lingvistika kreativa-2*. 2-e izd. Ekaterinburg: FGBOU VPO «Ural. gos. ped. un-t». Pp. 73-82. (In Russ.).

7. Davydov, V. V. (2005). *Deyatel'nostnaya teoriya myshleniya* [Activity theory of thinking]. Moskva. (In Russ.).

8. *Diskurs i yazyk v epokhu «bolshikh dannyykh»: Variativnost, kreativnost, eksperiment* [Discourse and Language in the Era of Big Data: Variability, Creativity, Experiment: Collection of Scientific Articles] / otv. red. I. V. Zykova. Moskva: R. Valent, 2023. (In Russ.).

9. Zykova, I. V. (2021). Yazyk i diskursy: na novykh rubezhakh teorii lingvokreativnosti [Language and discourses: on new frontiers of the theory of lingua-creativity]. In *Lingvokreativnost v diskursakh raznykh tipov: Predely i vozmozhnosti*. Moskva: R. Valent. Pp. 11-20. (In Russ.).

10. Karasik, V. I. (2002). *Yazyk sotsial'nogo statusa* [The language of social status]. Moskva: ITDGK «Gnozis». (In Russ.).

11. Katagoschina, N. A. (2010). *Kak obrazuyutsya slova vo frantsuzskom yazyke* [How words are formed in French]. 3-e izd. Moskva: KomKniga. (In Russ.).

12. Kiose, M. I. (2023). Intradiskursivnaya lingvokreativnost: algoritm izmereniya [Intradiscursive linguocreativity: a measurement algorithm]. In *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Yazyk i literatura*. Vol. 20. No 4. Pp. 803-823. DOI: <https://doi.org/10.21638/spbu09.2023.408>. (In Russ.).

13. Kolokolnikova, M. Yu. (2010). *Diskurs-analiz v diakhronicheskom issledovanii leksiki* [Discourse analysis in the diachronic study of vocabulary]. Saratov: Nauka. (In Russ.).

14. Kremzikova, S. E. (2019). Kognitivnyy aspekt osmysleniya deyatelnostnoy situatsii v diskurse (na materiale raznostrukturnykh yazykov) [Cognitive aspect of understanding the activity situation in discourse (based on languages with different structures)]. In *Mir. Chelovek. Yazyk*. Vladimir: Izd-vo VLGU. Pp. 183-194. (In Russ.).

15. Kremzikova, S. Yu. (2010). *Slovotvir ta dyskurs: diyalnisni sytuatsiyi u starofrantsuzkiy movi* [Slovotvir and discourse: current situations in Old French language]. Kiyiv: Vydavnychyy Dim Dmytra Burago. (In Ukr.).

16. Kremzikova, S. E. (2021). Modelirovanie kompleksnykh edinit slovoobrazovaniya s uchetom strukturno-semanticheskikh i kontseptualnykh svyazey ikh elementov v istoricheskom kontekste [Modeling complex units of word formation taking into account the structural-semantic and conceptual connections of their elements in the historical context]. In *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. Donetsk: DoNNU. Vol. 17. Iss. 4 (54). Pp. 37-53. (In Russ.).

17. Lakoff, Dzh. (1988). Myshlenie v zerkale klassifikatorov [Thinking in the mirror of classifiers]. In *Novoe v zarubezhnoy lingvistike*. Iss. 23. Kognitivnye aspekty yazyka. Moskva. Pp. 32-47. (In Russ.).

18. *Russkaya grammatika* [Russian grammar]: v 2-kh t. / gl. red. N. Yu. Shvedova i dr. Moskva: Nauka, 1980. Vol. I «Fonetika. Fonologiya. Udarenie. Intonatsiya. Vvedenie v morfemiku. Slovoobrazovanie. Morfologiya». (In Russ.).

19. Semina, I. A. (2016). Sobytie v aspekte shirokoznachnosti (na materiale antropimov sovremennogo frantsuzskogo yazyka) [Event in the aspect of broad meaning (based on anthroponyms of the modern French language)]. In *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. Iss. 7 (746). Pp. 233-240. (In Russ.).

20. Stebletsova, A. O. (2015). Delovoy diskurs i ego tipy: algoritm diskursivnogo analiza [Business discourse and its types: algorithm of discourse analysis]. In *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. Iss. 6 (717). Pp. 532-543. (In Russ.).

21. Feschenko, V. V. (2021). Lingvokreativnost v khudozhestvennom i nauchnom diskursakh [Linguistic creativity in artistic and scientific discourse]. In *Lingvokreativnost v diskursakh raznykh tipov: predely i vozmozhnosti*. Moskva: R. Valent. Pp. 190-257. (In Russ.).

22. Kharitonchik, Z. A. (2001). O kognitivnoy znachimosti slovoobrazovatelnykh

yavleniy [On the cognitive significance of word-formation phenomena]. In *Materialy Mezhdunarodnoy konferentsii, posvyaschennoy nauchnomu naslediyu professora Marii Dmitrievny Stepanovoy i ego dalneyshemu razvitiyu*. Moskva: MGLU. Pp. 34-38. (In Russ.).

23. Shirinkina, M. A. (2019). Zhanry pismennogo diskursa ispolnitelnoy vlasti [Genres of written discourse of the executive branch]. In *Zhanry rechi*. No 2 (22). Pp. 110-118. (In Russ.).

24. Bauer, L. (2019). Notions of paradigm and their value in word-formation. In *Word Structure*. Vol. 12. Iss. 2. R. 153-175. DOI: <https://doi.org/10.3366/word.2019.0144>.

25. Chédeville, A. (2000). *La France au Moyen Age*. 11-e édition. Paris: PUF.

26. De Gorog, R. (1971). Les noms des impôts médiévaux en France: synonymie et formation. In *French Review*. New York – Baltimore, Vol. XLV. No 3. Pp. 59-76.

27. Fradin, B. (2021). Caractériser les paradigmes dérivationnels. In *Verbum XLIII*. No 1. Pp. 149-178.

28. Greimas, A. J., Courtés, J. (1976). Les acquis et les projets. In *Préface. Introduction à la sémiotique narrative et discursive*. Paris: Hachette. Pp. 5-25.

29. Guilbert, L. (1975). *La créativité lexicale*. Paris: Larousse.

30. Huyghe, R., Wauquier, M. (2021). Une étude distributionnelle des noms d'agent en -ant, -eur, -ien, -ier et -iste. In *Verbum XLIII*. No 1. Pp. 13-40.

31. Sanacore, D., Hathout, N., Namer, F. (2020). Représentation sémantique des familles dérivationnelles au moyen de frames morphosémantiques. In *Traitement Automatique des Langues Naturelles (TALN, 27e édition)*. Nancy, France. Vol. 2. Pp. 342-350

32. Štekauer, P. (2005). *Handbook of Word Formation*. Dordrecht: Springer.

LEXICOGRAPHIC SOURCES

1. Godefroy, F. (1881-1902). *Le Dictionnaire de l'ancienne langue française et de tous ses dialectes du IX-e au XV-e siècle*. Paris: Vieweg. Vol. I–X.

2. Tobler, A., Lommatzsch, E. (1915). *Altfranzösisches Wörterbuch*. Berlin-Wiesbaden. Verlag. Vol. 1-10.

SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL

1. Adolf, Sven. (1971). *Les péages des foires de Chalon-sur-Saone*. Göteborg. (Romanica Gothoburgensia; T. XI.).

2. Boileau, E. (1837). *Règlement sur les arts et métiers de Paris au XIII-e siècle (avant 1268)*. Paris: Depping.

3. De Poerck, G. (1951). *La draperie médiévale en Flandre et en Artois. Technique et Terminologie (avant 1400)*. Tempelhof: BRUGGE. Vol. I-II.

4. *Le livre de la taille de Paris. L'an 1296.* / Publié avec une introduction et des notes par Karl Michaëlsson. Göteborg: Université de Göteborg; Almqvist & Wiksell, 1958. (Romanica Gothoburgensia; No 7).

5. Lespinasse, R. de (René), Bonnardot, F. (François). (1879). *Les métiers et corporations de la ville de Paris: XIIIe siècle. Le livre des métiers d'Étienne Boileau*. Paris: Imprimerie Nationale.

Кремзикова Светлана Ефимовна – доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой романской филологии (e-mail: svetlana-kremzikova@rambler.ru), Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет»
283001, Донецк, Университетская, 24

Kremzikova Svetlana Ye. – Doctor of Philology, Associate Professor, Head of Romanic Philology Department (e-mail: svetlana-kremzikova@rambler.ru), Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Donetsk State University»
24, Universitetskaya, Donetsk, 283001

Поступила в редакцию 24 августа 2025 г.

ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ И СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 81'22

© 2025 Т. А. Корнейчук

ПРИНЦИПЫ НОМИНАЦИИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ РОССИЙСКОЙ И ЛАТИНОАМЕРИКАНСКОЙ МАССОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В статье проводится сопоставительный ономазиологический анализ названий российских и латиноамериканских произведений массовой литературы. Выделяются семантико-мотивировочные группы, в обобщенном виде представляющие признаки, отраженные в названии произведения (основная идея, главный герой, время, место, событие). Выявляются национально-культурные различия в стратегии именования произведений массовой литературы в России и Латинской Америке.

Ключевые слова: *массовая литература, библионим, принцип номинации, ономазиологический анализ, семантико-мотивировочная группа.*

© 2025 Т. А. Korneychuk

NOMINATION PRINCIPLES IN WORKS OF RUSSIAN AND LATIN AMERICAN MASS LITERATURE: COMPARATIVE ASPECT

The article deals with the comparative onomasiological analysis of the titles of Russian and Latin American works of mass literature. The semantic and motivational groups have been distinguished, which generalize the features reflected in the title of the literary works (the main idea, the main character, time, place, event). The national and cultural differences in the naming strategy of mass literature works in Russia and Latin America have been revealed.

Key words: *mass literature, biblionym, the principle of nomination, onomasiological analysis, semantic and motivational group.*

Введение. Массовая литература представляет собой особый пласт литературных произведений, ориентированных на широкую аудиторию и обладающих рядом специфических лингвистических и стилистических характеристик. Понятие «массовая литература» вошло в научный оборот в XX веке и разрабатывалось в Р. Бартом, У. Эко, П. Бурдьё, Ю. М. Лотманом и др. На сегодняшний день в литературоведении существует ряд синонимичных терминов, которые обозначают массовую литературу: популярная, тривиальная, бульварная и паралитература. Как отмечает Н. В. Ковтун, главная цель таких произведений – быстрое и лёгкое восприятие, что обуславливает их языковые особенности [Ковтун, 2014].

Массовая литература часто строится на использовании стандартных языковых конструкций, шаблонных фраз и устойчивых выражений, что делает её доступной для широкой аудитории. На это указывал Ю. М. Лотман, выделяя ключевые черты массовой

литературы: двусоставность, т. к. с одной стороны, она широко распространена и востребована, с другой – нередко воспринимается культурной элитой как второсортная и малозначимая; неоднородность, связанная с сосуществованием как произведений дилетантов, так и текстов профессиональных авторов; устойчивость к изменениям – она дольше сохраняет прежние формы и литературные модели, нередко представляет собой многослойную структуру, в которой сочетаются элементы разных эпох и стилей; ориентация на читательский запрос, что выражается, в частности, в частом использовании счастливого финала (хэппи энда) – важного элемента, соответствующего ожиданиям массовой аудитории и обеспечивающего удовлетворение от прочтения [Лотман, 1997].

Массовая литература представляет собой «зонтичный термин», т. е. под определение массовой литературы попадают произведения самых разных жанров, таких как «детективные произведения, в том числе ретродетектив, иронический детектив и пр., любовные романы (разного качества), женскую литературу (отчасти, но не полностью совпадающую с любовными романами), а также произведения, затрагивающие злободневные социальные вопросы и так или иначе адресованные значительной части современного общества» [Раренко, 2022].

Особый интерес представляют названия литературных произведений, на значимость которых обращали внимание многие исследователи. Например, по мнению Н. А. Сребрянской, заголовки – это зеркало произведения [Сребрянская, 2005], а А. В. Ламзина отмечает, что заглавие – это первый знак текста, дающий читателю целый комплекс представлений о книге. Именно оно более всего формирует у читателя предпонимание текста, становится первым шагом к его интерпретации [Ламзина, 1997]. Они выполняют важные когнитивные и прагматические функции: привлекают внимание читателя и формируют его ожидания относительно содержания текста.

Однако названия произведений массовой литературы анализировались ранее без учета специфики имени собственного, их рассматривали как заголовки и заглавия [Сребрянская, 2005; Ламзина, 1997; Тутатина, 2021]. Между тем они обладают специфическими ономастическими характеристиками и в связи с этим представляют особый интерес для проведения сопоставительного ономастического исследования.

В ономастике существует специальный термин «библионим», обозначающий «название, заглавие любого письменного произведения художественного, религиозного, научного, политического и т. д.» [Подольская, 1988]. Несмотря на существование ряда работ, посвящённых анализу библионимов как класса имен собственных [Устинова, 2022;

Маркова, 2024; Климкова, 2020 и др.], сопоставительных исследований названий российских и латиноамериканских произведений массовой литературы еще не проводились. Это определяет цель статьи, которая заключается в выявлении общей и национально-культурной специфики, отраженной в принципах номинации названий российских и латиноамериканских произведений массовой литературы. Под принципом номинации понимается номинативная модель, формирующаяся на основе обобщения признаков и участвующая в образовании новых наименований [Блинова, 1972: 99].

Материалом исследования послужили названия 500 произведений массовой литературы (250 российских и 250 латиноамериканских). В выборку библионимов для анализа намеренно включались названия произведений разных жанров (детектив, триллер, любовный роман, комическое произведение, фэнтези), созданных в период с 1990 г. по настоящее время. В выборку латиноамериканских библионимов мы включили названия произведений массовой литературы, созданные в испаноговорящих странах Латинской Америки (Мексика, Аргентина, Уругвай, Перу, Чили, Боливия, Колумбия, Венесуэла, Куба, Эквадор, Никарагуа, Коста-Рика, Пуэрто-Рико, Доминиканская Республика). Латиноамериканские названия мы рассматриваем в совокупности, поскольку латиноамериканская литература характеризуется наличием общего субстрата, представляя собой систему взаимосвязанных и взаимозависимых элементов в системе базовых мифологем [Писанова, 2018; Кофман, 1997]. Так, художественный образ латиноамериканского пространства притягивает к себе такие значения, как «инаковость», «сверхнормативность», «хаотичность», «первозданность», «девственность», «амбивалентность», «таинственность», «темпоральность», «фрагментарность» [Кофман, 1997], что, в частности, нашло отражение в названиях произведений массовой литературы.

Результаты. В результате ономаσιологического анализа российских и латиноамериканских библионимов были выделены следующие семантико-мотивировочные группы, основанные на триаде «человек-время-пространство». По мнению В. А. Кухаренко, эти три текстовые категории художественного мира произведения обязательны для каждого произведения [Кухаренко, 1988].

Первая группа, наиболее многочисленная (59% российских и 42% латиноамериканских от общего количества названий) в обеих лингвокультурах, представляет библионимы, прямо или метафорически связанные с основной идеей произведения: *«Большое зло и мелкие пакости»*, *«На одном дыхании»*, *«Лабиринт отражений»*, *«Риф»*, *«Закрытая книга»*, *«Тайный город»*, *«Тайна пропавшего посла»*. В российской выборке идея произведения чаще выражена через философские или

психологические концепты, такие как вина, страх, внутренний конфликт или поиск смысла, что проявляется, например, в названиях «Грех», «Центр тяжести», «Изгнание беса», «Третье дыхание», «Испуг». Среди латиноамериканских названий особое место занимают библионимы, включающие слова из семантической группы «тайна» (тайна, секрет, загадка), которые служат мощным средством создания интриги, побуждая читателя к поиску скрытого смысла и обещая раскрытие неизвестного: «*Ceniza en la boca*» 'Пепел во рту', «*El secreto de sus ojos*» 'Секрет их глаз', «*El laberinto de la soledad*» 'Лабиринт одиночества', «*El secreto de la infidelidad*» 'Секрет измены', «*Amaro y el enigma de la montaña*» 'Амаро и загадка горы'¹. Кроме того, названия этой группы акцентируют внимание читателя на конкретном объекте или явлении, который играет ключевую роль в развитии сюжета. Например, «*Кормчая книга*», «*Крепость*», «*Los rieles*» 'Рельсы', «*El desbarrancadero*» 'Обрыв', «*La frontera*» 'Граница'.

Внутри этой группы, объединяющей названия, метафорически связанные с основной идеей произведения, в латиноамериканской массовой литературе отмечены две подгруппы библионимов, практически не представленные в русском материале. Во-первых, это названия, метафорически связанные с природными объектами: «*Un soplo en el río*» 'Дуновение в реке', «*El viento distante*» 'Далекий ветер', «*Canción de viento*» 'Песнь ветра', «*Las voces del pantano*» 'Голоса болота', «*Perfumes de la selva*» 'Ароматы джунглей'. Во-вторых, многочисленные названия, основанные на образах животных: «*El murmullo de las abejas*» 'Шепот пчел', «*Cien cuyes*» 'Сто морских свинок', «*El tiempo de las moscas*» 'Время мух', «*Las cenizas del cóndor*» 'Прах кондора', «*En el tiempo de las mariposas*» 'Во времена бабочек', «*El búfalo de la noche*» 'Ночной буйвол', «*La venganza de la vaca*» 'Месть коровы', «*Leopardo al sol*» 'Леопард под солнцем', «*La danza de la araña*» 'Танец паука', «*El matrimonio de los peces rojos*» 'Брак красных рыбок', «*Cara de liebre*» 'Заячье лицо', «*La fiesta del oso*» 'Праздник медведя', «*La casa de los conejos*» 'Дом кроликов', «*Jaguar de las manchas verdes*» 'Ягуар с зелеными пятнами'. Такие зоонимические названия привлекают внимание читателя своей образностью, а также отсылают к культурным архетипам. Многие из этих животных (ягуар, кондор, колибри) являются важными символами в мифологической и культурной традиции Латинской Америки, что придаёт названиям дополнительный семантический слой. Так, ягуар символизирует силу, власть, тьму и магическое знание в доколумбовых культурах (майя, ацтеки, инки); колибри ассоциируется с жизненной энергией, красотой и тонкостью восприятия; кондор – с вознесением, духом

¹ Здесь и далее перевод латиноамериканских названий наш.

предков и горным пространством [Kusch, 1999].

Эти названия отличаются высокой степенью образности и символической нагруженности, выступая своеобразными кодами культуры, которые передают ключевую идею произведения через поэтический образ.

Ко второй группе, насчитывающей меньшее количество названий, относятся библионимы, указывающие на главного героя или группу героев литературного произведения. В российской выборке названия, указывающие на героя, составляют 14%, тогда как в латиноамериканской – 19%, при этом в обоих случаях преобладают описательные библионимы (русские названия короткие и лаконичные, латиноамериканские – развернутые), передающие характерные черты персонажа, а не называющие его по имени. А. В. Ламзина в своей классификации заглавий именует эту группу «персонажные названия» [Ламзина, 1997]. В качестве библионима в этой группе часто выступают антропонимы, которые передают читателю разнообразную информацию о главном герое. Так, книга может быть названа по имени или фамилии главного героя: «*Вера*», «*Симон*», «*Костя + Ника*», «*Елтышевы*», «*Juan G*» ‘Хуан Х’, «*Nata Soy*» ‘Ната я’, «*Juan y Antonio*» ‘Хуан и Антонио’. При этом выбор формы антропонима может определять социальный статус персонажа: «*Любка*», «*Санька*», «*Манюня*».

Наиболее информативны библионимы, содержащие имя личности, хорошо известной читателю. Например, «*Чапаяев и пустота*», «*Две сестры и Кандинский*», «*El último tango de Salvador Allende*» ‘Последнее танго Сальвадора Альенде’. Сюда же относятся библионимы, включающие прозвище героя: «*Господин Гексоген*», «*КГБТ+*», «*Затворник и Шестипалый*».

Нередко названия указывают на одну из характерных черт главных персонажей, дают им психологическую или физическую оценку: «*Крутые наследники*», «*Свободные*», «*Живущий*», «*Патриот*», «*Русская красавица*», «*Старая девочка*», «*Верный муж*», «*Persona normal*» ‘Обычный человек’, «*La hija única*» ‘Единственная дочь’, «*El hombre que amaba los perros*» ‘Человек, который любил собак’, «*Los divinos*» ‘Божественные’, «*Extrañas*» ‘Странные’, «*Mujeres de ojos grandes*» ‘Женщины с большими глазами’, «*La mujer que tenía los pies feos*» ‘Женщины с уродливыми ногами’, «*La joven de los cabellos de oro y otras historias*» ‘Девушка с золотыми волосами и другие истории’.

Кроме того, названия могут сообщать о роде деятельности или социальном положении персонажа: «*Хирург*», «*Библиотекарь*», «*Смотритель*», «*Статский советник*», «*Авиатор*», «*Даниэль Штайн, переводчик*», «*Доктор Гарин*», «*Маньяк Гуревич*», «*Китаист*», «*Крысолов*», «*Секретный дьяк*», «*El vendedor de naranjas*»

‘Продавец апельсинов’, «*El vendedor de escobas*» ‘Продавец швабр’, «*El mensajero*» ‘Посланник’, «*Los detectives salvajes*» ‘Дикие сыщики’; а также национальность: «*Перс*», «*La uruguaya*» ‘Уругвайка’, «*El amante japonés*» ‘Японский любовник’, «*El peruano imperfecto*» ‘Неидеальный перуанец’.

Имя или характеристика персонажа в названии выполняет не только номинативную, но и коммуникативную функцию, акцентируют внимание читателя на фигуре героя. Такие библионимы становятся важным инструментом авторской стратегии и усиливают художественное воздействие текста.

Третья группа библионимов содержит указание на место происходящих событий: «*Брисбен*», «*Тобол*», «*Отдел*», «*Сад*», «*В тихом городке у моря*», «*Зона затопления*», «*Манарага*», «*Хуррамабад*», «*Алхан-Юрт*», «*Там, где цветет полынь*», «*El lugar donde crece la hierba*» ‘Место, где растет трава’, «*El jardín de bronce*» ‘Бронзовый сад’, «*Morirás lejos*» ‘Ты умрешь далеко’, «*Miramar*» ‘Мирамар’, «*Poso Wells*» ‘Посо Уэльс’, «*Guacalillo*» ‘Туакачилио’. Названия, указывающие на место действия, составляют 7% в российском корпусе и 8% – в латиноамериканском. В качестве названий используются преимущественно топонимы: как реально существующие (Тобол – река в Казахстане и России; Манарага – вершина на Приполярном Урале), так и вымышленные (Хуррамабад – город счастья из персидских и тюркских сказок; Poso Wells – вымышленный город в Эквадоре), которые, в отличие от заглавий, отражающих идею или героя произведения, сразу задают пространственные координаты повествования и дают читателю возможность определить, где будет разворачиваться действие. Топонимические библионимы представлены в обеих выборках, однако в латиноамериканской литературе реже используются конкретные, легко узнаваемые географические объекты – они уступают место символически маркированным пространствам. В таких названиях функция топонима выходит за рамки указания географической локации: он становится маркером культурного, исторического и эмоционального контекста, формируя определённые ожидания относительно тематики произведения.

В четвертую группу мы включили библионимы, указывающие на время происходящих событий (5% составляют российские названия и 4% латиноамериканские). Они могут обозначать временные координаты, как прямо («*2017*», «*Июнь*», «*Бабье лето*», «*Abril rojo*» ‘Красный апрель’, «*En espera de Abril*» ‘В ожидании апреля’), так и опосредованно («*До и вовремя*», «*После*», «*Девять девяностых*», «*Каменный век*», «*Время золотое*», «*Время женщин*», «*Temporada de huracanes*» ‘Сезон ураганов’, «*Nuestra parte*

de noche» ‘Наша часть ночи’, «*La suma de los días*» ‘Сумма дней’, «*El año del dragón*» ‘Год дракона’). Некоторые из таких названий позволяют читателю сразу определить временной срез повествования и предположить его историко-культурный контекст, активируя определенные ассоциации. Например, в названии «*Abril rojo*» ‘Красный апрель’ «апрель» указывает на кровавые события в Перу, которые происходили в апреле 2000 года. Опосредованные номинации, например, «*До и вовремя*», «*После*», акцентируют внимание не на фактической дате, а на переживании времени, его течении или переломности момента. Библионимы этой группы могут выражать оценочное отношение автора к изображаемой эпохе («*Время золотое*» – ностальгия, идеализация; «*Девять девяностых*» – конкретный исторический период с характерной социокультурной окраской). Более того, опосредованные библионимы побуждают читателя задаться вопросами – что именно произошло «после», о каком «времени женщин» идет речь, в чем специфика «девяностых». Итак, российские названия, указывающие на время, чаще выражены прямыми хрононимами, позволяющими соотнести сюжет с определённой эпохой или конкретными событиями. В латиноамериканской традиции, напротив, преобладают опосредованные и метафорические формы, передающие переживание времени и его эмоционально-культурную окраску.

В пятую группу мы включили библионимы, которые указывают на само событие, ставшее центральным элементом повествования. Эта группа является самой малочисленной для обоих регионов: 2% российских и 3% латиноамериканских библионимов. Например, «*День опричника*», «*Холод*», «*День денег*», «*Пикник на льду*», «*Казнь*», «*Репетиции*», «*Встать, суд идет!*», «*El complot mongol*» ‘Монгольский заговор’, «*Crímenes imperceptibles*» ‘Незаметные преступления’, «*La cena*» ‘Ужин’, «*Festival*» ‘Фестиваль’. В таких названиях акцент переносится с персонажа, места или времени на ключевое действие, они стимулируют читательский поиск ответов на вопросы «что произошло?» или «что происходит в этот день/момент, в этом пространстве?». Таким образом, хотя библионимы событийного типа составляют наименьшую долю в обеих выборках, они играют важную роль в привлечении внимания читателя за счёт номинации действия как центрального смыслового ядра текста.

Особый интерес представляют комплексные названия, включающие одновременно семантические компоненты рассмотренных пяти групп:

– место и время: «*Метро 2033*», «*Москва 2042*», «*На будущий год в Москве*»;

– событие и место: «*Дождь в Париже*», «*Эшелон на Самарканд*», «*Великий поход за освобождение Индии*», «*Возвращение в Египет*»;

– событие и герой: «*Приключения майора Звягина*», «*El asesinato de Laura Olivo*» ‘Убийство Лауры Оливо’, «*El regreso de Ulises*» ‘Возвращение Улиссеса’;

– событие и время: «*48 минут. Осколки*»;

– место и герой: «*Катя едет в Сочи*», «*Одиссей покидает Итаку*», «*La Virgen de la Tosquera*» ‘Дева из Тоскеры’, «*La Virgen de la Tosquera*» ‘Дева из Тоскеры’, «*El jardín de Clara*» ‘Сад Клары’, «*El fantasma de San Telmo*» ‘Призрак Сан Тельмо’, «*Perdido en Buenos aires*» ‘Потерянный в Буэнос Айресе’;

– время и герой: «*Юные годы медбрата Паровозова*», «*Лето, бабушка и я*», «*El invencible verano de Liliana*» ‘Непобедимое лето Лилианы’, «*El niño que buscaba a ayer*» ‘Мальчик, который искал вчерашний день’, «*Las viudas de los jueves*» ‘Вдовы по четвергам’, «*El viajero del siglo*» ‘Путешественник века’;

– идея и герой: «*Петровы в группе и вокруг него*», «*Los sueños de Juan Prendas*» ‘Сны Хуана Прендаса’, «*El misterio de Belicena Villca*» ‘Тайны Белисены Вильки’, «*El beso de la mujer araña*» ‘Поцелуй женщины паука’, «*El secreto de Romelia*» ‘Секрет Ромелии’, «*El rastro de tu padre*» ‘След твоего отца’, «*El cuaderno de Maya*» ‘Блокнот Майи’, «*El libro perdido de Heinrich B.*» ‘Потерянная книга Генриха Б.’, «*El silencio de Mariana*» ‘Молчание Марианы’.

Комплексные библионимы, включающие несколько семантических компонентов, составляют 13% в русской выборке и 24% – в латиноамериканской. Они отличаются особенно высокой информативностью и способностью задавать многоплановую картину произведения уже на уровне названия. Среди российских библионимов преобладают названия, объединяющие время и место, а также время и событие, тогда как в латиноамериканской выборке чаще встречается указание на героя и место, героя и время, а также героя и идеи. При этом количество названий, одновременно указывающих на героя и событие, в обеих выборках оказалось примерно равным. Эти различия позволяют предположить, что для российской модели номинации более значима временная категория как элемент художественного мира, в то время как латиноамериканская традиция акцентирует внимание на человеке, раскрывая образ центрального персонажа в его связи с пространством, эпохой или идеей.

Выводы. Сопоставительный анализ библионимов российских и латиноамериканских произведений массовой литературы позволил выявить как общие тенденции, так и характерные национально-культурные различия в принципах номинации. В названиях, отражающих основную идею произведения, в латиноамериканской традиции наблюдается преобладание абстрактных понятий и

метафорических образов, в том числе с активным использованием зоонимических номинаций, что придаёт библионимам поэтическую и культурно-кодovou глубину. В российских названиях идея чаще выражена через философские и психологические концепты, а в латиноамериканских чаще содержится концепт «тайна».

В группе персонажных библионимов российские имядатели чаще называют произведения именем героя, его прозвищем или указывают на его род деятельности, тогда как в латиноамериканской выборке преобладают развёрнутые описательные названия, включающие имя и характеристику, нередко в метафорической форме.

Топонимические библионимы представлены в обеих выборках, однако в латиноамериканской литературе реже используются названия конкретных, легко узнаваемых географических объектов, они уступают место названиям, которые символически маркируют пространство.

Названия, указывающие на время действия, в российской выборке чаще выражены прямыми хрононимами, позволяющими соотнести сюжет с определённой эпохой или историческим контекстом. В то время как в латиноамериканской традиции преобладают опосредованные и метафорические формы, передающие переживание времени и его эмоционально-культурную окраску.

В библионимах, указывающих на событие, наблюдается стремление к конкретности, однако в российских названиях акцент чаще переносится в сторону метафоричности и инносказательности, тогда как латиноамериканские имядатели отдают предпочтение более прямым и содержательно насыщенным обозначениям событий.

В группе комплексных названий для российских имядателей более значима категория времени, тогда как в латиноамериканской – акцент делается на человеческой фигуре и её связи с местом, событием или идеей.

Таким образом, принципы номинации в массовой литературе отражают не только жанровую специфику, но и культурные установки, присущие каждой лингвокультуре. Уже на уровне названия проявляется различие в том, как российская и латиноамериканская номинативные традиции структурируют художественную реальность и коммуницируют с читателем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Блинова О. И. Лексическая мотивированность и некоторые проблемы региональной лексикологии // Вопросы изучения лексики русских народных говоров. Ленинград: Наука, 1972. С. 92-104.
2. Климкова Л. А. Библионимы в лирике С. А. Есенина // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2020. № 3. С. 17-27.

3. Ковтун Н. В. Массовая литература // Эффективное речевое общение (базовые компетенции). Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. С. 299-300.
4. Кофман А. Ф. Латиноамериканский художественный образ мира. Москва: Наследие, 1997. 318 с.
5. Кухаренко В. А. Интерпретация текста. Москва: Просвещение, 1988. 192 с.
6. Ламзина А. В. Заглавие литературного произведения // Русская словесность. 1997. № 3. С. 75-80.
7. Лотман Ю. М. Массовая литература как историко-культурная проблема. Санкт-Петербург: Искусство-СПБ, 1997. 842 с.
8. Маркова М. А. Место библионимов в ономастическом пространстве // Этническая культура. 2024. Т. 6. № 2. С. 44-48.
9. Писанова Т. В. Латиноамериканская литература в новой цивилизационной версии: особенности идейно-художественного содержания и традиции перевода // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. № 16 (811). С. 91-106.
10. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. Москва: Наука, 1988. 188 с.
11. Раренко М. Б. Массовая литература как социальный феномен // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2022. № 6 (861). С. 151-155.
12. Сребрянская Н. А. Дейксис и его проекции в художественном тексте. Воронеж, 2005. 270 с.
13. Тутатина Е. А. Заглавия книг в современных издательских практиках: генезис, эволюция, поэтика и прагматика: дис. ...канд. филол. наук: 05.25.03. Москва, 2021. 197 с.
14. Устинова Н. Н. Аспекты изучения библионимов // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2022. № 4 (47). С. 60-63
15. Cusch R. *América profunda*. Buenos Aires: Editorial Biblos, 1999. 263 p.

REFERENCES

1. Blinova, O. I. (1972). *Leksicheskaya motivirovannost i nekotorye problemy regionalnoy leksiologii* [Lexical motivation and some problems of regional lexicology]. In *Voprosy izucheniya leksiki russkikh narodnykh govorov*. Leningrad: Nauka. Pp. 92-104. (In Russ.).
2. Klimkova, L. A. (2020). *Bibliionimy v lirike S. A. Esenina* [Biblionyms in S. A. Yesenin's lyrics]. In *Aktualnye voprosy sovremennoy filologii i zhurnalistiki*. No 3. Pp. 17-27. (In Russ.).
3. Kovtun, N. V. (2014). *Massovaya literatura* [Mass literature]. In *Effektivnoe rechevoe obschenie (bazovye kompetentsii)*. Krasnoyarsk: Sibirskiy federalnyy universitet. Pp. 299-300. (In Russ.).
4. Kofman, A. F. (1997). *Latinoamerikanskiy khudozhestvennyy obraz mira* [Latin American artistic image of the world]. Moskva: Nasledie. (In Russ.).
5. Kukharenko, V. A. (1988). *Interpretatsiya teksta* [Interpretation of the text]. Moskva: Prosvetshenie. (In Russ.).
6. Lamzina, A. V. (1997). *Zaglavie literaturnogo proizvedeniya* [The title of a literary work]. In *Russkaya slovesnost*. No 3. Pp. 75-80. (In Russ.).
7. Lotman, Yu. M. (1997). *Massovaya literatura kak istoriko-kulturnaya problema* [Mass literature as a historical and cultural problem]. Sankt-Peterburg: Iskusstvo-SPB. (In Russ.).
8. Markova, M. A. (2024). *Mesto bibliionimov v onomasticheskom prostranstve* [The place of biblionyms in the onomastic space]. In *Etnicheskaya kultura*. Vol. 6. No 2. Pp. 44-48. (In Russ.).

9. Pisanova, T. V. (2018). Latinoamerikanskaya literatura v novoy tsivilizatsionnoy versii: osobennosti ideyno-khudozhestvennogo sodержaniya i traditsii perevoda [Latin American literature in a new civilizational version: features of the ideological and artistic content and traditions of translation]. In *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. No 16 (811). Pp. 91-106. (In Russ.).

10. Podolskaya, N. V. (1988). *Slovar russkoy onomasticheskoy terminologii* [Dictionary of Russian onomastic terminology]. Moskva: Nauka. (In Russ.).

11. Rarenko, M. B. (2022). Massovaya literatura kak sotsialnyy fenomen [Mass literature as a social phenomenon]. In *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. No 6 (861). Pp. 151-155. (In Russ.).

12. Srebryanskaya, N. A. (2005). *Deyksis i ego proektsii v khudozhestvennom tekste* [Deixis and its projections in a literary text]. Voronezh: VGPU. (In Russ.).

13. Tutatina, E. A. (2021). *Zaglavniya knig v sovremennykh izdatelskikh praktikakh: genezis, evolyutsiya, poetika i pragmatika* [Book titles in modern publishing practices: genesis, evolution, poetics and pragmatics]: dis. ...kand. filol. nauk: 05.25.03. Moskva. (In Russ.).

14. Ustinova, N. N. (2022). *Aspekty izucheniya bibliionimov* [Aspects of studying biblionyms]. In *Aktualnye voprosy sovremennoy filologii i zhurnalistiki*. No 4 (47). Pp. 60-63. (In Russ.).

15. Cusch, R. (1999). *América profunda*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Корнейчук Татьяна Анатольевна – аспирант
кафедры языкознания
(e-mail: tatianass1@yandex.ru),
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
образования «Волгоградский государственный
социально-педагогический университет»
400005, Волгоград, пр. им. В. И. Ленина, 27

Korneychuk Tatiana A. – Postgraduate Student
of Department of Linguistics
(e-mail: tatianass1@yandex.ru),
Federal State Budgetary Educational
Institution of Higher Education
«Volgograd State Pedagogical University»
27, Lenin Avenue, Volgograd, 400005

Поступила в редакцию 22 апреля 2025 г.

КРЕАТИВНАЯ МЕТАФОРА КАК ТОЧКА ХАОТИЗАЦИИ ТРЕХ КОНТЕКСТОВ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИЙНЫХ ТЕКСТОВ)

Данная статья посвящена рассмотрению креативной метафоры с позиции точки гармонизации или хаотизации смысла. Актуальность данного исследования обусловлена недостаточной изученностью данной темы, которая в значительной степени может расширить существующие сегодня подходы к изучению метафоры. Исследование представляет собой попытку анализа процесса синтеза реального, виртуального и культурного контекста с точки зрения раскрытия имплицитных смыслов.

Ключевые слова: культурный контекст, реальная ситуация описания, креативная метафора, образ, хаотизация, гармонизация.

© 2025 V. Yu. Kuznetsova

METAPHOR AS A POINT OF CHAOTIZATION OF THREE CONTEXTS (BASED ON MODERN MEDIA TEXTS)

This article considers creative metaphor from the point of view of meaning harmonization or chaotization. The relevance of this study is due to the insufficient investigation of this topic, which will significantly expand the existing approaches to the study of metaphor. The study is an attempt to analyze the success of synthesis of real, virtual and cultural contexts from the point of view of revealing implicit meanings.

Key words: cultural context, real situation of description, creative metaphor, image, chaotization, harmonization.

Не секрет, что метафора, будучи риторической фигурой, за счет перенесения значений с одного объекта на другой позволяет создать новые ассоциации и образы. Она играет важную роль как в устных выступлениях политических деятелей, так и в языке современных СМИ, функционируя как средство выразительности, помогающее передать сложные идеи и эмоции, углубить понимание сложности той или иной ситуации. Метафоры помогают читателю или слушателю увидеть знакомые вещи в новом свете, связывают абстрактные понятия и человеческий опыт. Важную роль в понимании метафоры играют контексты. Действительно, взаимодействие различных контекстов – языкового, культурного и социального – при столкновении с метафорой создает потенциал как для *хаотизации (отторжения / непонимания)*, так и для *гармонизации (обновления)* смысла, восприятия и понимания. Например, одна и та же метафора может быть истолкована совершенно по-разному в зависимости от культурного или социального фона, что, в свою очередь, может приводить к недопониманию (если реципиент не обладает достаточными знаниями) или

выведению читателя на новый имплицитный смысловой уровень. Таким образом, проблемы могут возникнуть как на уровне синтеза контекстов, так и на когнитивном уровне. Особенно это очевидно в случае использования автором креативной развернутой метафоры, которая способна влиять на контекст и блокировать каналы восприятия из-за своей сложной смысловой и ассоциативной структуры. В каком-то смысле креативная метафора может быть «токсична» для контекста.

Цель данной статьи – исследовать как креативная метафора (вербальная и визуальная), будучи инородным, «чуждым» контексту объектом, может служить точкой хаотизации или гармонизации контекстов.

Теоретическую основу статьи составили исследования как отечественных, так и зарубежных исследователей: Н. В. Иванов (теория языковых контекстов) [Иванов, 2009], О. И. Калинин (теория креативной метафоры) [Калинин, 2022], Е. Б. Рябых (концепция функционирования индивидуально-авторской метафоры) [Рябых, 2021], V. Bardzokas (проблемные аспекты интерпретации креативной метафоры) [Bardzokas 2024]. В. Birdsell, N. Tatsuta (лингвокогнитивные основы визуальной метафоры) [Birdsell, Tatsuta, 2022], N. Kravchenko, M. Prokopchuk (анализ визуальных метафор с использованием инструментов теории релевантности) [Kravchenko, Prokopchuk, Muntian, Zvereva, Kozachuk, 2024].

Представленный анализ направлен на расширение понимания значения креативной вербальной и визуальной метафоры не только как стилистического приема, но и как сложного механизма, оказывающего влияние на контекст и восприятие имплицитных смыслов.

В античной философии метафора рассматривалась как важный элемент языка и мышления. Платон в своих диалогах упоминал метафору как способ приближения к истине, используя образы для объяснения философских идей. В «Федре» он делает акцент на том, что метафоры помогают людям понять абстрактные концепции благодаря их связи с конкретными образами [Платон, 1989].

Аристотель в своей работе «Поэтика», более системно анализируя метафору, описывал ее как средство выражения и увлечения аудитории. Он рассматривал метафору как «перенос» значения и подчеркивал ее роль в создании образных представлений, способствующих более глубокому пониманию. Аристотель также классифицировал метафоры, указывая на их важность для поэтической и риторической традиции [Аристотель, 1998]. Важно отметить, что Аристотель именовал метафорой всю область знаковой символизации, что показывает глубину восприятия данной категории и ее неограниченный потенциал.

Современные философские исследования метафоры получили новое направление с работами Жака Дерриды [Деррида, 2007] и Мишеля Фуко [Фуко, 1999]. Ж. Деррида, основатель деконструктивизма, обратил внимание на многообразие значений и интерпретаций метафоры, утверждая, что она проникает в структуру языка и мысли. Его подход подчеркивает, что метафора может размывать границы между различными понятиями и текстами, создавая новые смыслы и вмешиваясь в традиционные представления [Деррида, 2007].

Мишель Фуко, в свою очередь, оценивал метафору с точки зрения власти и знания. Он подчеркивал, что метафоры могут не только выразить идеи, но и создать определенные дискурсы, формируя наше восприятие действительности [Фуко, 1999].

Таким образом, от античных философов до современных теоретиков, подходы к метафоре развивались, отражая и дополняя друг друга. Метафора как понятие в языке и мышлении продолжает оставаться значимым объектом исследования, способствующим глубокому анализу взаимодействия между языком, культурой и концептуальным восприятием мира.

Интересен и подход Н. В. Иванова, который, говоря о метафоре, выделяет три элемента: «(А) реальный обозначаемый объект (он же – сущность, источник содержания тропа/символа); (Б), виртуальный обозначающий объект (выражающая сторона тропа/символа); (В) смысл, общий двум первым элементам, объектам, основа их символической связи (так называемый «*tertium comparationis*»)… элементы (А) и (Б) – реальный обозначаемый объект и виртуальный обозначающий объект – трактуются нами как крайние термины, а именно: (А) – как меньший термин и (Б) – как больший. Элемент (В) – «*tertium comparationis*» – трактуется нами как средний термин, т. е. как тот, который стоит между двумя крайними, опосредуя их связь» [Иванов, 2009: 11].

Все вышесказанное показывает всю сложность структуры и внутренний динамический потенциал метафоры.

В рамках представленного исследования будет рассмотрена креативная развернутая метафора, которая подразумевает работу с множественными уровнями значений [Калинин, 2022]. Такая метафора создает новые значения и синергии, позволяя читателю по-новому взглянуть на некоторые вещи. Обращение авторов статей к подобным метафорам иллюстрируют сложность и богатство метафорического языка.

Важно отметить, что понимание глубины подобных образов раскрывается за счет контекстов, но, с другой стороны, и осложняется ими.

Контекст в лингвистике играет ключевую роль в понимании значений слов и выражений, включая метафоры [Калинин, Гурулева, 2019]. Существует несколько аспектов контекста, каждый из которых влияет на интерпретацию языка.

Лексический контекст относится к окружению слов в предложении и их семантическому значению. Лексический контекст может изменить оттенок действия или состояния, создаваемого метафорой.

Культурный контекст включает в себя исторические, культурные и традиционные элементы, которые могут обогащать или ограничивать значение метафор. Разные культуры могут иметь свои собственные метафоры и символы, порой труднопознаваемые для представителей других культур.

Контекст значительно влияет на то, как метафоры воспринимаются и интерпретируются. Одной и той же метафоре может придаваться различный смысл в зависимости от ее использования и окружения.

Глубина понимания метафорических образов может быть усугублена или облегчена в зависимости от наличия знаний о контекстах. Знание культурного, лексического (реального) и образного (виртуального) аспектов может привести к более точному и глубокому восприятию метафорического смысла. В противном случае, отсутствие знаний об одном из аспектов может вызвать недопонимание и затруднения в интерпретации.

Таким образом, контекст в лингвистике не просто подчеркивает значения слов, но также обогащает и усложняет процесс коммуникации, особенно в случае метафор, которые зависят от множества взаимосвязанных факторов.

В контексте языка, хаотизация может быть определена как состояние *неоднозначности, неопределенности или конфликтов* в значениях. Она возникает, когда различия в контексте, интерпретации и восприятии приводят к путанице и непониманию. Хаотизация может быть вызвана множественными значениями слов и метафор, различиями в культурном опыте, а также изменчивостью языка. Подтверждение данной мысли можно найти в статье Ф. Г. Фаткуллиной и Ван Сюецзяо «Метафорическая концептуализация фразеологизмов о красивых / здоровых женщинах в китайском языке и особенности их перевода на русский язык». Авторы пишут, что «метафорическая концептуализация тесно связана с субъективным опытом и культурным фоном субъекта познания, а сам язык в процессе отражения мира наделяется богатыми метафорическими и культурными коннотациями» [Фаткуллина, Сюецзяо, 2022: 513].

Анализ современных СМИ показывает, что авторы зачастую прибегают к креативной метафоре (в вербальной и визуальной форме) для создания своего неповторимого авторского

стиля и создания имплицитных смыслов. В рамках исследования для отражения полной картины будут рассмотрены креативные вербальные и креативные визуальные метафоры, представленные в статьях, и проанализировано их влияние на восприятие и формирование дополнительных имплицитных смыслов. В качестве материала исследования были взяты статьи из электронного издания Sputnik News.

Таблица 1. Креативная вербальная и креативная визуальная метафора в новостной статье «Москва мешает нам обоим: Трамп перетягивает Китай на свою сторону»

Креативная визуальная метафора	Креативная вербальная метафора
	«Медвежья болезнь, поразившая европейских союзников США по НАТО после совершенно немыслимой для них победы Трампа, через перелетных польских бобров перекинулась на азиатских подопечных».

[Sputnik news, 26.01.2025]

В данном примере автор формирует сложный саркастически-метафорический образ, понимание которого может вызвать некоторые сложности. В данном случае мы видим попытку синтеза реального, виртуального и культурного контекстов.

Прежде всего, отметим, что под «медвежьей болезнью» принято понимать расстройство кишечника, которое возникает на фоне эмоциональных переживаний, страха, волнения или стресса. Таким образом, автор статьи пытается показать, что страны коллективного Запада напуганы тем, что приход Д. Трампа в значительной степени повлияет на военную политику США. Обращаясь к образу «польских бобров», автор делает отсылку к борьбе польских властей с бобрами, популяция которых якобы возросла в 2024 году и привела к наводнениям на юге страны. В данном случае автор намекает на абсурдность ситуации в Европе и политики Польши, которая является активным участником в НАТО.

Под «азиатскими подопечными» автор имеет ввиду азиатских партнеров и союзников США, с которыми страна сотрудничает в рамках Индо-Тихоокеанской стратегии.

Как мы видим, автор статьи попытался создать сложный образ с имплицитными смыслами. Попытка наложить реальный, виртуальный и культурный контексты привела к хаотизации. Более того, креативная визуальная метафора создает неправильные

ассоциации (медвежья болезнь не связана с образом панды, противостояние Китая и США (визуальная метафора) не связано с текстом статьи).

Таблица 2. Креативная вербальная и креативная визуальная метафора в новостной статье «Я же непредсказуемый»: Трамп отказывается от заключения мира по Украине»

Креативная визуальная метафора	Креативная вербальная метафора
	<p>«Таким образом, сделка с «партией войны» для Трампа невероятно выгодна: финансирование боевых действий полностью берут на себя европейцы; эти деньги все равно осядут в американских карманах; слабеющая от непосильных расходов Европа все больше впадает в экономическую и политическую зависимость от США и навсегда перестает быть их конкурентом — bellissimo! Зачем прекращать праздник в Вилларибо и Виллабаджо, когда он в полном разгаре?»</p>

[Sputnik news, 26.01.2025]

Данный пример является достаточно интересным с точки зрения синтеза разных контекстов: автор вводит один образ («партия войны»), который не вызывает особых сложностей в понимании (речь идет о весомых силах за рубежом, которые стремятся втянуть страны в конфликт с Россией). Больше сложностей возникает с пониманием второй части фразы «**bellissimo!** Зачем прекращать праздник в Вилларибо и Виллабаджо, когда он в полном разгаре?» Слово «**bellissimo!**» используется для выражения восхищения. Фраза «праздник в Вилларибо и Виллабаджо» является отсылкой к рекламе мощного средства Fairy, в которой упоминаются вымышленные деревни Вилларибо и Виллабаджо. Согласно сюжету, две деревни соревнуются за лучшую паэлью на своих фестивалях. Жители Вилларибо, которые используют средство для мытья посуды Fairy, быстро заканчивают мыть большую форму для паэльки и уходят праздновать, а жители Виллабаджо, использующие другое средство, не могут пойти праздновать, потому что продолжают мыть форму. В данном случае автор намекает на то, что Европа, хоть и переживает некоторый раскол внутри союза, тем не менее использует разные методы и механизмы воздействия, радуясь результатам своего политического курса.

Интересно, что визуальная метафора не отражает проблематику текста. Более того, она ведет к формированию искаженного представления о сообщении.

В представленном примере креативный метафорический образ привел к хаотизации смысла.

Таблица 3. Креативная вербальная и креативная визуальная метафора в новостной статье «Эвакуация началась: Запад планирует перенести столицу Украины во Львов»

Креативная визуальная метафора	Креативная вербальная метафора
	«Что тут может быть не так? Волшебная палочка Гарри Поттера в виде 61-миллиардного пакета американской военной помощи Украине (из которого большая часть останется в карманах ВПК США) была отправлена Зеленскому белой совой , и уже совсем скоро могучие западные колесницы начнут крушить легионы заскорузлых орков небесным огнем ».

[Sputnik news, 29.01.2025]

В третьем примере мы видим попытку синтеза реального, виртуального и культурного контекстов, тем не менее, автору не удалось добиться гармонизации, что привело к смысловой блокировке. В данной фразе идет отсылка к произведению Дж. Ролинг «Гарри Поттер». Данная книга была популярна 10 лет назад, и сейчас обращение к образам из книги может вызвать некоторые трудности в понимании. Например, образ белой совы Букли будет понятен только тем, кто читал все книги о Поттере. Совы в волшебном мире выполняют работу почтальонов. Они всегда находят адресата, где бы он ни был, даже, если получатель находится в пути. В данном контексте речь идет о том, что пакет американской помощи был направлен именно для помощи киевскому режиму. Фраза «колесницы начнут крушить легионы заскорузлых орков небесным огнем» взята из фильма «Властелин Колец: Две крепости», потом советник президента США по национальной безопасности Джейк Салливан использовал эту фразу в контексте того, что западной помощи будет достаточно для украинского режима в 2024 году, а в 2025-м планируется организация контрнаступления. Как мы видим, за этой фразой стоит определенная история, которая будет понятна, если читатель следит за выступлениями разных политических деятелей.

Отметим, что визуальный метафорический образ, представленный в начале статьи, не связан с содержанием текста и может запутать читателя.

Подводя итоги, стоит еще раз подчеркнуть, что креативная метафора (вербальная и визуальная) является той точкой, которая позволяет гармонизировать или хаотизировать разные контексты. Успешный синтез контекстов ведет читателя к более глубокому пониманию текста. Если же синтез контекстов не происходит, то читатель столкнется с проблемой смысловой блокировки. Соответственно, поставленная автором задача – донесение смысла и формирование определенного вектора оценки – не будет выполнена.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аристотель. Поэтика // Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. Минск: Литература, 1998. С. 1064-1112.
2. Деррида Ж. Позитии. Москва: Акад. Проект, 2007. 160 с.
3. Иванов Н. В. Об одном способе анализа символической структуры метафоры средствами логики // Пространства и метасферы языка: структура, дискурс, метатекст. Москва, 2009. С. 10-22.
4. Калинин О. И. Креативные метафоры и речевое воздействие в дискурсе // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2022. № 2. С. 469-482.
5. Калинин О. И., Гурулева Т. Л. Метафора: риторический, прагматический, когнитивный и дискурсивный подходы // Вестник Пятигорского государственного университета. 2019. № 3. С. 128-134
6. Платон. Федр. Москва: Прогресс, 1989. 130 с.
7. Рябых Е. Б. Порождение, понимание и распознавание индивидуально-авторской метафоры в рамках художественного дискурса // Вопросы когнитивной лингвистики. 2021. № 4. С. 90-98.
8. Фаткуллина Ф. Г., Ван Сюецзяо. Метафорическая концептуализация фразеологизмов о красивых / здоровых женщинах в китайском языке и особенности их перевода на русский язык // Казанский лингвистический журнал. 2022. Т. 5. № (4). С. 512-522. DOI: <https://doi.org/10.26907/2658-3321.2022.5.4.512-522>.
9. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. Москва: Ad Marginem, 1999. 480 с.
10. Bardzokas V. Creative metaphors and non-propositional effects: An experiment // Pragmatics Quarterly Publication of the International Pragmatics Association (IPrA). 2024. Vol. 34. Iss. 4. P. 473-500. DOI: <https://doi.org/10.1075/prag.22034.bar>.
11. Birdsell J, Tatsuta N. Effects of Visual Metaphors on Enhancing the Power of Advertisements // IAFOR Journal of Psychology & the Behavioral Sciences. 2022. Vol. 8. Iss. 1. P. 5-22. DOI:10.22492/ijpbs.8.1.01.
12. Kravchenko N., Prokopchuk M., Muntian O., Zvereva M., & Kozachuk A. Visual metaphor analysis: a relevance theory approach // Amazonia Investiga. 2024. Vol. 13. Iss. 80. P. 233-241. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2024.80.08.19>.

СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Sputnik news. 26.01.2025. Доступ: <https://uz.sputniknews.ru/20250126/moskva-meshaet-nam-oboim-tramp-peretyagivaet-kitay-na-svoyu-storonu-47694166.html>. (дата обращения: 20.03.2025).
2. Sputnik news. 29.01.2025. Доступ: <https://uz.sputniknews.ru/20240512/evakuatsiya-nachalas-zapad-planiruet-perenesti-stolitsu-ukrainy-vo-lvov-kolumnist-43847290.html>. (дата обращения: 20.03.2025).

REFERENCES

1. Aristotel. (1998). Poetika [Poetics]. In *Etika. Politika. Ritorika. Poetika. Kategorii*. Minsk: Literatura. Pp. 1064-1112. (In Russ.).
2. Derrida, Zh. (2007). *Pozitsii* [Positions]. Moskva: Akad. Proekt. (In Russ.).
3. Ivanov, N. V. (2009). Ob odnom sposobe analiza simvolicheskoy struktury metafory sredstvami logiki [On One Method of Analyzing the Symbolic Structure of Metaphor by Means of Logic]. In *Prostranstva i metasfery yazyka: struktura, diskurs, metatekst*. Moskva. Pp. 10-22. (In Russ.).

4. Kalinin, O. I. (2022). Kreativnye metafory i rechevoe vozdeystvie v diskurse [Creative Metaphors and Speech Impact in Discourse]. In *Uralskiy filologicheskiy vestnik. Seriya: Yazyk. Sistema. Lichnost: Lingvistika kreativa*. No 2. Pp. 469-482. (In Russ.).
5. Kalinin, O. I., Guruleva, T. L. (2019). Metafora: ritoricheskiy, pragmaticheskiy, kognitivnyy i diskursivnyy podkhody [Metaphor: Rhetorical, Pragmatic, Cognitive and Discursive Approaches.]. In *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo universiteta*. No 3. Pp. 128-134 (In Russ.).
6. Platon. (1989). *Fedr* [Phaedrus]. Moskva: Progress. (In Russ.).
7. Ryabykh, E. B. (2021). Porozhdenie, ponimanie i raspoznavanie individualno-avtorskoy metafory v ramkakh khudozhestvennogo diskursa [Generation, Understanding and Recognition of an Individual Author's Metaphor in the Framework of Artistic Discourse]. In *Voprosy kognitivnyy lingvistiki*. No 4. Pp. 90-98. (In Russ.).
8. Fatkullina, F. G., Van, Syuetszyao. (2022). Metaforicheskaya kontseptualizatsiya frazeologizmov o krasivyykh / zdorovykh zhenschinakh v kitayskom yazyke i osobennosti ikh perevoda na russkiy yazyk [Metaphorical conceptualization of phraseological units about beautiful/healthy women in Chinese and features of their translation into Russian.]. In *Kazanskiy lingvisticheskiy zhurnal*. Vol. 5. No (4). Pp. 512-522. DOI: <https://doi.org/10.26907/2658-3321.2022.5.4.512-522>. (In Russ.).
9. Fuko, M. (1999). *Nadzirat i nakazyvat. Rozhdenie tyurmy* [Supervise and Punish. The Birth of Prison]. Moskva: Ad Marginem. (In Russ.).
10. Bardzokas, V. (2024). Creative metaphors and non-propositional effects: An experiment. In *Pragmatics Quarterly Publication of the International Pragmatics Association (IPrA)*. Vol. 34. Iss. 4. Pp. 473-500. DOI: <https://doi.org/10.1075/prag.22034.bar>.
11. Birdsell, J, Tatsuta, N. (2022). Effects of Visual Metaphors on Enhancing the Power of Advertisements. *IAFOR Journal of Psychology & the Behavioral Sciences*. Vol. 8. Iss. 1. Pp. 5-22. DOI:10.22492/ijpbs.8.1.01.
12. Kravchenko, N., Prokopchuk, M., Muntian, O., Zvereva, M., & Kozachuk, A. (2024). Visual metaphor analysis: a relevance theory approach. *Amazonia Investiga*. Vol. 13. Iss. 80. Pp. 233-241. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2024.80.08.19>.

SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL

1. *Sputnik news*. 26.01.2025. Available at: <https://uz.sputniknews.ru/20250126/moskva-meshaet-nam-oboim-tramp-peretyagivaet-kitay-na-svoyu-storonu-47694166.html>. (accessed: 20.03.2025).
2. *Sputnik news*. 29.01.2025. Available at: <https://uz.sputniknews.ru/20240512/evakuatsiya-nachalas-zapad-planiruet-perenesti-stolitsu-ukrainy-vo-lvov-kolumnist-43847290.html>. (accessed: 20.03.2025).

Кузнецова Вера Юрьевна – кандидат филологических наук, доцент, доцент 33 кафедры (e-mail: vera087@mail.ru), Федеральное государственное казенное военное образовательное учреждение высшего образования «Военный университет имени князя Александра Невского» Министерства обороны Российской Федерации 125047, Москва, Большая Садовая, 14

Kuznetsova Vera Yu. – Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department 33 (e-mail: vera087@mail.ru), Federal State Public Military Educational Institution of Higher Education «Prince Alexander Nevsky Military University» of the Ministry of Defense of the Russian Federation (Military university) 14, Bolshaya Sadovaya, Moskva, 125047

Поступила в редакцию 19 мая 2025 г.

ГЛАВНЫЕ СЕМЕЙНЫЕ РОЛИ И ИХ РЕЧЕВОЕ ВЫРАЖЕНИЕ В ОБЩЕСТВЕННО-БЫТОВОМ ОБЩЕНИИ*

Статья посвящена анализу речевого выражения главных семейных ролей в общественно-бытовом общении на материале английского, немецкого, русского и украинского языков. На аутентичном материале было установлено, что они находят свое отражение в эмоционально-оценочных номинациях, образованных посредством различных метафорических и метонимических переносов. Данные лексические единицы содержат аксиологическую оценку и обладают яркой образностью.

Ключевые слова: семейная роль, метафора, метонимия, оценка, общественно-бытовое общение.

MAIN FAMILY ROLES AND THEIR SPEECH EXPRESSION IN SOCIAL AND EVERYDAY COMMUNICATION

The article addresses the analysis of the speech expression of the main family roles in social and everyday communication in English, German, Russian and Ukrainian. The analysis is based on the authentic material. The research shows that the main family roles find their manifestation in emotional and evaluative nominations formed by various metaphorical and metonymic transference. These lexical units contain axiological evaluation and have vivid imagery.

Key words: family role, metaphor, metonymy, assessment, social and everyday communication.

Система наименований родственных и семейных отношений является одним из самых древних пластов лексики. Она отражает наиболее значимые социальные и исторические процессы общества, является маркером семейных ценностей и норм, принятых в той или иной культуре. Именно в семье человек начинает примерять свои первые социальные роли (сына, дочери, брата, сестры). Заключая брак, люди приобретают новые семейные роли – мужа и жены, отца и матери. Изучением проблематики наименования родственников и коммуникативной лингвистики занимались многие лингвисты, в частности Ш. Р. Басыров [Басыров, 2019], А. Н. Байкулова [Байкулова, 2015], В. Д. Девкин [Девкин, 1965], В. Г. Дзибель [Дзибель, 2001], В. Д. Калиущенко [Kaliuščenko, 2013], В. П. Коровушкин [Коровушкин, 2007], Л. П. Крысин [Крысин, 2003], Л. Б. Николаева [Nikolayeva, 2014], Е. И. Петрищева [Петрищева, 2018], Г. В. Файзиева, Н. В. Громова [Файзиева, Громова,

* Исследование проводилось по теме государственного задания «Декодирование и интерпретация аксиологической семантики в славянских, германских, романских и кавказских лингвокультурах» (номер госрегистрации 124012400351-9).

2017], J. Green [Green, 2015], С. С. Harris [Harris, 1990].

Объектом исследования являются эмоционально-оценочные наименования родственников, а **предметом** – речевое выражение главных семейных ролей в общественно-бытовом общении в английском, немецком, русском и украинском языках.

Цель данного исследования – проанализировать речевое выражение главных семейных ролей в общественно-бытовом общении на материале английского, немецкого, русского и украинского языков.

Материалом исследования послужили 1722 эмоционально-оценочных наименования (англ. – 498 ед.; нем. – 434 ед.; русск. – 424 ед.; укр. – 366 ед.), полученные из толковых и переводных словарей различного типа (разговорных, сленговых, арготических, жаргонных), из Интернет-ресурсов и национальных корпусов; а также 1782 контекста их употребления, представленные в названных словарях и национальных корпусах сопоставляемых языков.

Семейная коммуникация – это общение, которое возникает между членами семьи, носит интимно-личностный, бытовой, вынужденный характер. Именно умение исполнять различные семейные роли в зависимости от коммуникативной ситуации влияет на выбор тех или иных языковых средств, а также на качество общения. Рассмотрим главные семейные роли и их речевое выражение.

Муж-жена / жена-муж

Статусы мужа и жены приобретённые, человек их получает в результате заключения законного брака. Семейные отношения складываются постепенно, формируются общие семейные ценности, стиль общения, распределяются роли и обязанности, закладываются семейные речевые традиции, появляется специфика речевого мира семьи, так называемый «семейный код».

В исследуемых языках закреплены гендерные стереотипы, специфика взглядов на статус и роли людей в семье, которые находят свое отражение обычно через оценочную коннотацию (ирон., шутл., презр. и др.) как прямо (непосредственно в речи супругов), так и косвенно (в общении супругов с другими членами семьи, родственниками, друзьями и знакомыми).

В рамках семейных отношений сохраняется устойчивое представление о роли мужа и жены: муж-лидер, жена-последователь. Муж – глава семейства, защитник, добытчик (англ. – 45 ед.; русск. – 49; нем. – 68 ед.; укр. – 71 ед.). Основная его цель – продолжение рода, содержание и защита своей семьи. Жена – хранительница домашнего очага, хозяйка

дома (англ. – 126 ед.; русск. – 89; нем. – 70 ед.; укр. – 57 ед.). Основные ее функции – репродуктивная, воспитательная, защитная, хозяйственно-экономическая, ср. закрепленные в немецкой и английской лингвокультуре сленговые и коллоквиальные номинации жены, часто с пейоративной оценкой: англ. сленг. *hausfrau* (букв. ‘домохозяйка’) ‘жена, чьи основные интересы – дом, воспитание детей, как правило используется с легким презрением и указывает на отсутствие шика’, *apron* (букв. ‘фартук’) ‘жена’; нем. разг. *Hausbesen* (букв. ‘домашний веник’) ‘жена’, разг. *Dienstfrau* (букв. ‘служанка’) ‘жена, которая занимается исключительно домашним хозяйством и кухней и не имеет времени для своей семьи’, например:

(1) англ. сленг. *That hausfrau is a great cook. That's about it* ‘Эта домохозяйка – отличный повар. Вот и все, нечего больше и обсуждать’ [Urbandict.].

(2) Обращение мужа к жене: англ. сленг. *Hey apron! Bring me a shot of scotch and a cold beer chaser. I had a hard day at work today!!!* ‘Эй, фартук! Принеси мне виски и бокал холодного пива. У меня на работе был сегодня тяжелый день!!!’ [Urbandict.].

(3) нем. разг. [Обращение мужа к жене]: *Komm her, geliebter Hausbesen* ‘Иди сюда, любимый домашний веник’ [Sprachnudel.de].

К функциям жены также относится удовлетворение потребностей мужа, в том числе и сексуальных. Среди эмоционально-оценочных номинаций (далее ЭОН) жены как сексуального объекта доминируют глуттонимный тип метафор, который подчеркивает «потребительское» отношение мужа к жене, ср.: англ. сленг. *sweetie pie* (букв. ‘сладкий пирог’); нем. разг. *Süße* (букв. ‘сладенькая’); русск. разг. *конфетка*; укр. разг. *іриска*, например:

(4) англ. сленг. *Molly, you are such a sweetie pie! Can you give me some beer?* ‘Молли, ты такая лапочка! Не принесешь мне пива?’ [Urbandict.].

(5) нем. разг. *Meine Süße muß sich die Zeit nehmen, die sie bei mir kriegen kann, meint er.* ‘Моя милая не должна торопиться, я ей сам могу отпустить время’, – заметил он’ [Mundmische.de].

В немецкой лингвокультуре жена рассматривается как игрушка, развлечение, ср.: нем. *Spielwiese* (букв. ‘лужайка для игр’). В русском и английском языках зафиксированы ЭОН жен, которые ассоциируются с идеями «тепла», «мягкости», «уютности» и выражены артефактной метафорой, ср.: англ. сленг. *pillow-mate* (букв. ‘подушка’), *lawful blanket* (букв. ‘законное шерстяное одеяло’); русск. арг. *одеяло*, арг. *грелка*, например:

(6) русск. арг. *Одеяло* (т. е. ‘жена’) *для меня*, — *лишняя палка перед сном* [ТСРРРЗ].

В общении жена должна быть ласковой, чуткой, внимательной и мудрой. Поэтому

речь женщин более эмоциональна, они чаще используют в своей речи уменьшительно-ласкательные обращения и прозвища:

(7) Обращение жены к мужу: англ. разг. ласк. *My hubbie, love you* ‘Мой муженек, люблю тебя’ [Urbandict.].

(8) Обращение жены к мужу: нем. разг. ласк. *Ja, Mein Schatzchen, ich komme bald* ‘Да, мое сокровище, я скоро буду’ [Glosbe.com].

(9) Обращение жены к мужу: русск. разг. ласк. **Котик**, – ласково заулыбалась я Кеше, – может, сам свозишь на «Пежо» [НКРЯ].

(10) укр. разг. ласк. *Вона: Милый, коханий, прекрасний, – навік Я тобі – жінка, а ти – чоловік! Тим, що ти брав, – дарував!.. Кедри нам – затишок, крони їх – дах, Стін – кипариси – гудуть в небесах, Ложе нам – розкоші трав!.. Пісня II (1-17) Він: Раз, мені шепнула чарівниця, Ніби я – нарцис!.. (Таке – наснитися!..) Вона: Любий, вже без тебе – жить несила!.. ‘Она: Милый, любимый, прекрасный, – навеки тебе – жена, а ты – муж! Тем, что ты брал, – дарил! .. Кедры нам – уют, кроны их – крыша, стены – кипарисы – гудят в небесах, ложе нам – роскоши трав! .. Песня II (1-17) Он: Раз, мне шепнула волшебница, будто я – нарцисс! .. (Такое – приснится! ..) Она: Дорогой, уже без тебя – жить не вмоготу!’ [НКУЯ].*

Как в западной, так и славянской культуре гендерные стереотипы сохраняют свои позиции и находят свое отражение в речи: считается неприемлемым, если мужчина занимается «немужским» делом (выполняет работу по дому), слишком явно или охотно подчиняется жене или у него чрезмерно мягкий характер. Так, в большинстве сопоставляемых языков выявлены схожие эмоционально-оценочные наименования безвольного мужа, находящегося в подчинении у жены, имеющие сходный метафорический образ и аналогичную мотивирующую базу, ср.: нем. разг. *Pantoffelheld* (букв. ‘башмачный герой’) ‘безвольный муж, муж-подкаблучник’. Данный номен восходит к фразеологизмам: *unter dem Pantoffel stehen* разг. ‘быть у жены под каблуком’; *j-n unter dem Pantoffel haben* разг. ‘держат кого-л. под башмаком’, *den Pantoffel schwingen/führen* разг. ‘верховодить (командовать) в семье / в доме (о жене или экономке)’; аналогично: русск. разг. фам. *каблук* <разг. тот, кто находится в подчинении, под каблуком у своей жены> (← *быть под каблуком* ‘быть в подчинении’) и укр. разг. шутол. *підкаблучник* <про чоловіка, що знаходиться в повній підлеглості у дружини> (← *тримати під каблуком* разг. ‘безоговорочно подчинять своей воле, делать полностью зависимым от себя (преим. мужа от жены)’):

(10) нем. разг. *Oft kennt ein **Pantoffelheld** nicht seine Probleme, bis er mit einem glücklichen Junggesellen gesprochen hat* ‘Подкаблучник часто не осознаёт своих проблем, пока не поговорит со счастливым холостяком’ [Glosbe.com].

(11) русск. разг. *А может быть, и была ею. Грустный, потерянный человек, **подкаблучник** у **стервы**, как я понимаю, жены, непьющий, малорослый, трудоголик и бесребреник. Иногда его, конечно, заносило, но кто без греха* [НКРЯ].

(12) укр. разг. *На жаль, за вдачею Флавіан типовий **підкаблучник**, і через те йому потрібна жінка без владних амбіцій, бажано взагалі без амбіцій, тиха, сумирна, покірлива* ‘К сожалению, по натуре Флавиан типичный подкаблучник, и поэтому ему нужна женщина без властных амбиций, желательно вообще без амбиций, тихая, смиренная, кроткая’ [НКУЯ].

Стремление жены взять на себя роль лидера в отношениях, постоянно контролировать каждый шаг своего мужа, ограничить его свободу с одной стороны, их сварливый, злой, неуживчивый, инстеричный нрав с другой, также находит свое отражение в шуточных номинациях жен, образованных при помощи социальных, артефактных, сказочно-мифических метафор, а также арибутивных метонимий:

(13) англ. сленг. *Joe: Hey dude, you gonna come out drinking tonight? Mike: Yeah right, the **War Department** would blast me with both barrels if I did something without her* ‘Джо: Эй, чувак, ты собираешься выпить сегодня вечером? Майк: Да, конечно, военное министерство (перен. разг. ‘сварливая, властная жена’) пристрелит меня с двухстволки, если я сделаю что-то без нее’ [Urbandict.].

(14) нем. разг. *Meine **Beisszange** ist zu ihrer Mutter gefahren* ‘Моя фурия (букв. ‘щипцы’) поехала к своей матери’ [Mundmische.].

(15) русск. разг. *Веселый мужик, все время на мотоцикле разъезжал с геологической сумкой. А жена была **мегера** (перен. разг. ‘злая, сварливая жена’), ей, видно, на Кубе не нравилось, и по ночам у них слышались крики и звон разбиваемых тарелок – полы там каменные. Я днем частенько опаздывал на наш автобус, так уставал, что хоть минут пятнадцать надо было подремать, и голову не оторвешь. Она меня подвозила на машине – большой черный драндулет* [НКРЯ].

(16) укр. разг. *Щастя, в кого жінка Настя, а в кого **Горпина**, то лиха година.* ‘Счастье тому, у кого жена Настя, а у кого Горпина (перен. разг. ‘злая, сварливая жена’) – тому выпал злой рок’ *Примечание:* Горпина – вымышленный персонаж романа «Огнём и мечом» Генриха Сенкевича. Она – ведьма, живущая в Вальнском ущелье Дьявола [НКУЯ].

Отец-мать / мать-отец

В семье ребёнок получает воспитание, знакомится с семейными традициями и получает жизненный опыт. Для ребёнка главные люди в жизни – родители, подарившие ему жизнь, воспитавшие его. Они играют чрезвычайно важную роль в формировании личности ребёнка, обеспечивают его материально-бытовыми благами, передают ему свои знания, умения, принципы, учат правилам поведения в обществе.

Неслучайно, что рассматриваемые эмоционально-оценочные наименования родителей являются одними из самых продуктивных в исследуемых германских и славянских языках (нем. – 140 ед.; русск. – 126 ед.; англ. – 97 ед.; укр. – 65 ед.). Они распадаются на три подгруппы: 1) «Родители»; 2) «Отец»; 3) «Мать».

Мать – это эмоциональный центр семьи, связующее звено между ребенком и внешним миром. Она – крепость, оберегающая от жизненных трудностей и невзгод (защитная и регулятивно-воспитательная функции). Зачастую, именно на плечах матери лежит ответственность за финансовое благополучие семьи, она – «министр финансов», умело управляющий бюджетом и домашним хозяйством (экономическая функция). Так, в английском и немецком языках отмечены номинатемы, в основу которых положена артефактная метафора – перенос с транспортного средства на человека, ср.: англ. сленг. *helicopter mom* / нем. разг. *Helikopter-Mutter/Helikoptermutter* (букв. ‘мать-вертолет’). Например:

(17) англ. сленг. *Joey moved across the country to escape his helicopter mom, but she still calls him six times a day* ‘Джои переехал на другой конец страны, спасаясь от своей «мамы-вертолета» (т. е. чрезмерно контролирующей матери), но она все еще звонит ему шесть раз в день’ [Urbandict.].

(18) нем. разг. *Ich habe festgestellt, dass es für mich nicht praktikabel ist, eine Helikoptermutter zu sein. Ich bin dahingehend entspannt pragmatisch, weil ich nun einmal nebenbei arbeite. Ich versuche pädagogisch sinnvoll zu agieren, aber nicht überzubemuttern* ‘Я обнаружила, что быть «мамой-вертолетом» для меня непрактично. Я расслаблена и прагматична, потому что теперь я работаю рядом. Я стараюсь действовать педагогически разумно, но не переусердствовать’ [DWDS].

Отец – глава семьи, воспитатель, защитник, добытчик, пример для подражания, все члены семьи обязаны ему подчиняться, на него возложена контролирующая, предупредительная и карательная функции. Он также оценивает, устанавливает границы, по которым детям предстоит жить в этом мире, выдвигает требования, осуществляет санкции и

наказания. Это обуславливает появление в языке социальных метафор. Отец ассоциируется в сопоставляемых языках с руководителем, начальником, ср.: нем. разг. *Hauptling* ('главарь / предводитель'), разг. *Familienminister* (букв. 'министр семьи'); англ. разг. *tama's boss* (букв. 'мамин начальник'), сленг. *governor* (букв. 'правитель / начальник'). Отметим, что в русском и украинском языках обнаружены схожие метафорические образы, ср.: русск. арг. *патрон* (← исп. *Patrón* 'хозяин, начальник, босс'), жарг. *пахан* (← *пахан* крим. жарг. 'главарь преступной группы; преступник, имеющий власть, авторитет'), аналогично: укр. сленг. *пахан*, сленг. *бос*. Например:

(19) нем. разг. *Ich muß mich jetzt verabschieden. Mein Chef ist nämlich mit den Kindern allein zu Hause* 'Мне пора прощаться. Мой босс (т. е. 'отец') дома один с детьми' [DWDS].

(20) русск. жарг. «*Садись со мной, мне пахан* (т. е. 'отец') *тачку отдал, с пацанами пять на пять выскочим, потом по Ленина вверх-вниз прокатимся...*» [ТСРРР2].

(21) укр. сленг. *Він щось побренькує й питає: – А що, пахан, не упознал? Я твій синаша! Тому моє завдання – полегшити ваші страждання і безкорисливо допомогти вам* 'Он что-то побренькивает и спрашивает: – А что, пахан, не узнал? Я твой сынаша! Поэтому моя задача – облегчить ваши страдания и бескорыстно помочь вам' [НКУЯ].

Что касается общения между родителями и детьми, то оно меняется на протяжении всей жизни.

Как показывает материал исследования, в ходе общения родителей с маленькими детьми чаще используются эмоционально-оценочные номинации, образованные при помощи уменьшительно-ласкательных суффиксов, различных метафорических и метонимических переносов, часто в сочетаниях с притяжательными местоимениями, ср:

(22) Обращение матери к ребенку: англ. сленг. *Come here, my favorite little kiddy* 'Иди сюда, мой любимый маленький ребеночек' [Urbandict.].

(23) Обращение отца к дочери: *Wo ist Papas Prinzessin?* 'Где папина принцесса?' [Mundmische.de].

(24) Обращение матери к ребенку: русск. разг. *Умница! Мамина радость! Хороший мальчик!*» [ТСРРР3].

(25) Обращение матери к ребенку: укр. разг. *А хто в нас тут лежить такий гарнющій? Мамине щастя? Мамине диво?* 'А кто у нас тут лежит такой красивенький? Мамино счастье? Мамино чудо?' [НКУЯ].

В общении с детьми старшего возраста родители все чаще позволяют себе употреблять более грубые, ироничные высказывания, с одной стороны, не заботясь о чувствах своих детей, с другой стороны – пытаюсь сохранить свою доминирующую

позицию, заботясь и защищая их от внешнего мира:

(26) Обращение матери к ребенку: англ. сленг. *Look at the state of your clothes, you tucky pup! You've been rolling around in the dirt with Billy again, haven't you?* ‘Посмотри, в каком состоянии твоя одежда, ты грязный щенок! Ты снова катался в грязи с Билли, не так ли?’ [Context.reverso.net].

(27) нем. разг. *Was machen diese verdammten Scheißhacken schon wieder für einen Lärm?!* ‘Почему эти чертовы засранцы снова шумят?’ [Sprachnudel.de].

(28) русск. разг. *Паразит, дармоед, сидишь на нашей шее со своей оравой, бездельник, ничего, кроме детей, не умеешь делать, подбаишмачник!* [ТСРРРЗ].

(29) укр. разг. – *Шльондра!* – *нарешті сказала мати. Михайлик спробував був заперечити, та матінка йому з губи вихопила будь-яку змогу заговорити і додала з тим же гірким презирством, таким жалючим в устах ньєнки: – Тягайло! – Але ж, мамо... – Бахур! – Ви не зрозуміли, матінко... – Розпусник! – Я кохаю іншу. – А цілуєш цю? Ледащо! – Нєню! Та послухайте ж... – Я й сама бачу, який ти є волоцюга й зальотник! – Дайте ж мені сказати! – Джигун! Баболоб! – Мамо!* ‘Шлюха! – наконец сказала мать. Миша попытался возразить, но матушка ему с языка снимала любую возможность заговорить и добавила с тем же горьким презрением, таким жалящим в устах матери: – Тягайло! – Но, мама ... – Выблядок! – Вы не поняли, матушка ... – Распутник! – Я люблю другую. – А целуешь эту? Лєнтяй! – мамочка! Ну послушайте же ... – Я и сама вижу, какой ты есть бродяга и залетчик! – Дайте мне сказать! – Джигун! Бабник! – Мама’ [НКУЯ].

Дети – родители

В семейной иерархии положение детей ниже, чем положение родителей. Первыми социальными ролями, которые осваивает личность, являются роли сына или дочери и формируются они в процессе семейного общения. Дети должны слушаться родителей, придерживаться их ценностей и моральных принципов.

Так для выражения уважения, заботы, участия дети для номинации родителей чаще используют эмоционально-оценочные наименования, образованные при помощи уменьшительно-ласкательных суффиксов, особенно это можно наблюдать в речи маленьких детей:

(30) нем. разг. *«Ich weiß es nicht, Mutti», sagt Ronny Wichmann* ‘«Я не знаю, мамочка», – сказал Ронни Вичманн’ [НКНЯ].

(31) англ. разг. *Are you cold, tumsie?* ‘Тебе холодно, мамочка?’ [BNC].

(32) русск. разг. *Мамусик! Мамуль / ну пожалуйста // Возьми меня с собой / ма!* [ТСРРР2].

(33) укр. разг. *Чого тобі невістачає, синку, – питає, – скажи – усе подам! – Сядьте, матусю, біля мене. Всього досить!* ‘Чего тебе не хватает, сынок, – спрашивает, – скажи – все подам! – Сядьте, мамочка, возле меня. Всего хватает!’ [НКУЯ].

Со временем взросления детей их роль в семье может меняться. Повзрослев, они больше не нуждаются в опеке родителей, что приводит к ослаблению семейных иерархических связей, существовавших между ними и родителями ранее. В речи детей можно наблюдать раскрепощённость речевого поведения. Все чаще начинают использоваться аугментативные суффиксы, усеченные наименования родственников и шуточные номинации, которые являются признаком фамильярности. Так, вместо *mother / Mutter / мама / мати* от детей можно услышать: англ. *ma, mam, mum, mums, mom*; нем. *Mum, Mamandant*; русск. *мамка, маманя, мам, ма, маман, мамик*; укр. *ма, стара* и т. п.; вместо *father / Vater / nana / батько* – англ. *dads / dad, pa, pops*; нем. *Alter, Dad*; русск. *папка, папаня, пап, па, папик*; укр. *бать, па, пахан, старий* и т. п.:

(34) англ. разг. *Mam, will ya make me a cuppa tea?* ‘Мам, сделаешь мне чашечку чая?’ [Urbandict.].

(35) нем. разг. «*Was soll ich tun, Mamandant?*» ‘Что я должен делать, моя госпожа’ [Sprachnudel.de].

(36) русск. разг. Мы можем поехать, *маман?* [Context.reverso.net].

(37) укр. разг. *Ма, досить! Не хочу я більше! Краще дай води* ‘Ма! Я больше не хочу! Лучше дай воды’ [НКУЯ].

Выводы

Материал исследования позволил сделать следующие выводы:

1. Исполнение той или иной роли требует использования ожидаемых языковых средств и умения переключаться с одной роли на другую.

2. Семейное и дружеское общение не лишено креативности. Ключевые роли в семье находят свое отражение в эмоционально-оценочных номинациях, образованных посредством различных метафорических и метонимических переносов, сокращений, диминутивных и аугментативных суффиксов.

3. В английском, немецком и русском языках женская линия представлена бóльшим количеством лексем (англ. – 170 ед.; нем. – 115 ед.; русск. – 134 ед.; укр. – 85 ед.), чем мужская (англ. – 76 ед.; нем. – 97 ед.; русск. – 112 ед.; укр. – 83 ед.). Данный факт объясняется, в частности, ведущей ролью женщины в семье. Она, как мать и жена, выполняет больше функций, чем мужчина – отец и муж.

4. Сходные черты в семантике эмоционально-оценочных наименований родственников сопоставляемых языков вызываются одинаковым семейным укладом и универсальностью человеческого мышления, что находит свое отражение, в частности, в сходных процессах вторичной номинации (метафоризация и метонимизация).

5. Творческий подход играет важную роль в семейной коммуникации, он гармонизирует ее, способствует разрешению и профилактики семейных конфликтов, гармонизирует семейное общение, создает благоприятную атмосферу в семье.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Басыров Ш. Р. Метафоры и метонимии в разноструктурных языках. Донецк: ДонНУ, 2019. 287 с.
2. Байкулова А.Н. Устное неофициальное общение и его разновидности: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 Саратов, 2015. 580 с.
3. Девкин В. Д. Особенности немецкой разговорной речи. Москва: Международные отношения, 1965. 308 с.
4. Дзибель Г. В. Феномен родства. Санкт-Петербург: МАЭ РАН, 2001. Вып. 6. 469 с. (Серия: Алгебра родства).
5. Коровушкин В. П. Подъязык, социолект, субстандарт и смежные явления в социально-коммуникативной системе экзистенциальных форм языка (термины и определения понятий) // Языки профессиональной коммуникации. Челябинск: Энциклопедия, 2007. Т. 1. С. 51-59.
6. Крысин Л. П. Проблема социальной и функциональной дифференциации языка в современной лингвистике // Современный русский язык. Социальная и функциональная дифференциация. Москва: Языки славянской культуры, 2003. С. 11-29.
7. Петрищева Е. И. Вторичные наименования родителей и детей в английском, немецком, русском и украинском субстандартных языках // *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. Донецк: ДонНУ, 2018. Т. 14. Вып. 2-3 (40-41). С. 139-153.
8. Петрищева Е. И. Наименования мужа и жены в субстандартной лексике: сопоставительный аспект // *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. Донецк: ДонНУ, 2018. Т. 14. Вып. 1 (39). С. 70-83.
9. Файзиева Г. В., Громова Н. В. Функциональные особенности терминов родства в субстандартном лексическом фонде английского, немецкого и русского языков // Гуманитарные науки и образование. 2017. № 4 (32). С. 163-167.
10. Green J. *The Vulgar Tongue: Green's History of Slang*. Oxford University Press, 2015. 419 p.
11. Harris C. C. *Kinship (Concepts in the Social Sciences)*. Bristol: Open University Press, 1990. 100 p.
12. Kaliuščenko V. D. *Die Nominationstypologie eines Begriffs // Semantik und Pragmatik im Spannungsfeld der germanistischen und kontrastiven Linguistik*. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang, 2013. S. 13-18 (Doneszk Studien zur Germanistik, kontrastiven und diachronen Linguistik. Bd. 1).
13. Nikolayeva L. *Typology of Kinship Terms*. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang, 2014. 227 p.

СПИСОК ИЛЛЮСТРИРОВАННОГО МАТЕРИАЛА

1. Британский национальный корпус. Доступ: <https://www.english-corpora.org/bnc/>. (дата обращения: 18.01.2023). [BNC].
2. Национальный корпус немецкого языка. Доступ: <https://www.dwds.de/>. (дата обращения: 15.02.2023). [DWDS].

3. Национальный корпус русского языка. Доступ: <https://ruscorpora.ru/new/index.html>. (дата обращения: 17.01.2023). [НКРЯ].
4. Национальный корпус украинского языка. Доступ: <http://korpus.org.ua/search>. (дата обращения: 07.02.2023). [НКУМ].
5. Онлайн-словарь слов и фраз англоязычного сленга UrbanDictionary Доступ: <https://www.urbandictionary.com>. (дата обращения: 10.09.2018). [Urband.].
6. Онлайн-словарь повседневного немецкого языка и сленга Mundmische.de. Доступ: <https://www.mundmische.de>. (дата обращения: 16.09.2018). [Mundmische.].
7. Онлайн-словарь повседневного немецкого языка и сленга Sprachnudel.de Доступ: <https://www.sprachnudel.de/>. (дата обращения: 18.07.2018). [Sprachnudel].
8. Современный словарь на базе ИИ Reverso Context. Доступ: <https://context.reverso.net>. (дата обращения: 03.02.2020). [Context.reverso.net].
9. Толковый словарь русской разговорной речи / отв. ред. Л. П. Крысин. Москва: Издательский Дом ЯСК, 2017. Вып. 2. К–О 864 с. [ТСРРР2].
10. Толковый словарь русской разговорной речи / отв. ред. Л. П. Крысин. Москва: Издательский Дом ЯСК, 2019. Вып. 3. П–Р 824 с. [ТСРРР3].

REFERENCES

1. Basyrov, Sh. R. (2019). *Metafory i metonimii v raznostrukturnykh yazykakh* [Metaphors and metonymies in languages of different structures]. Donetsk: DonNU. (In Russ.).
2. Baykulova, A. N. (2015). *Ustnoe neofitsialnoe obshchenie i ego raznovidnosti* [Oral informal communication and its varieties]: dis. ... d-ra filol. nauk: 10.02.01. Saratov. (In Russ.).
3. Devkin, V. D. (1965). *Osobennosti nemetskoj razgovornoj rechi* [Features of German colloquial speech]. Moskva: International Relations. (In Russ.).
4. Dzibel, G. V. (2001). *Fenomen rodstva* [Phenomenon of kinship]. Sankt-Peterburg: MAE RAN. Iss. 6. (Seriya: Algebra rodstva). (In Russ.).
5. Korovushkin, V. P. (2007). Podyazyk, sotsiolekt, substandart i smezhnye yavleniya v sotsialno-kommunikativnoy sisteme ekzistentsialnykh form yazyka (terminy i opredeleniya ponyatiy) [Sublanguage, sociolect, substandard and related phenomena in the socio-communicative system of existential forms of language (terms and definitions of concepts)]. In *Yazyki professionalnoy kommunikatsii*. Chelyabinsk: Ehntsiklopediya, 2007. Vol. 1. Pp. 51-59. (In Russ.).
6. Krysin, L. P. (2003). Problema sotsialnoy i funktsionalnoy differentsiatsii yazyka v sovremennoy lingvistike [The Problem of Social and Functional Differentiation of Language in Modern Linguistics]. In *Sovremennyy russkiy yazyk. Sotsialnaya i funktsionalnaya differentsiatsiya*. Moskva: Yazyki slavyanskoj kultury. Pp. 11-29. (In Russ.).
7. Petrisheva, E. I. (2018). Vtorichnye naimenovaniya roditeley i detey v angliyskom, nemetskom, russkom i ukrainskom substandartnykh yazykakh [Secondary names of parents and children in English, German, Russian and Ukrainian substandard languages]. In *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. Donetsk: DoNNU. Vol. 14. Iss. 2-3 (40-41). Pp. 139-153. (In Russ.).
8. Petrisheva, E. I. (2018). Naimenovaniya muzha i zheny v substandartnoy leksike: sopostavitelnyy aspekt [Names of husband and wife in substandard lexis: comparative aspect]. In *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. Donetsk: DoNNU. Vol. 14. Iss. 1 (39). Pp. 70-83. (In Russ.).
9. Fayzieva, G. V., Gromova. N. V. (2017). Funktsionalnye osobennosti terminov rodstva v substandartnom leksicheskom fonde angliyskogo, nemetskogo i russkogo yazykov [Functional features of kinship terms in the substandard lexical fund of English, German and Russian languages aspect]. In *Gumanitarnye nauki i obrazovanie*. No 4 (32). Pp. 163-167. (In Russ.).
10. Green, J. (2015). *The Vulgar Tongue: Green's History of Slang*. Oxford University Press.
11. Harris, C. C. (1990). *Kinship (Concepts in the Social Sciences)*. Bristol: Open University Press.

12. Kaliuščenko, V. D. (2013). Die Nominationstypologie eines Begriffs. In *Semantik und Pragmatik im Spannungsfeld der germanistischen und kontrastiven Linguistik*. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang, S. 13-18 (Donezk Studien zur Germanistik, kontrastiven und diachronen Linguistik. Bd. 1).

13. Nikolayeva, L. (2014). *Typology of Kinship Terms*. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang.

SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL

1. *Britanskiy natsionalnyy korpus* [British National Corpus]. Available at: <https://www.english-corpora.org/bnc>. (accessed: 18.01.2023).

2. *Natsionalnyy korpus nemetskogo yazyka* [National Corpus of the German Language]. Available at: <https://www.dwds.de>. (accessed: 15.02.2023).

3. *Natsionalnyy korpus russkogo yazyka* [National Corpus of the Russian Language]. Available at: <https://ruscorpora.ru/new/index.html>. (accessed: 17.01.2023).

4. *Natsionalnyy korpus ukrainskogo yazyka* [National Corpus of the Ukrainian Language]. Available at: <http://korpus.org.ua/search>. (accessed: 07.02.2023).

5. *Onlayn-slovar slov i fraz angloyazychnogo slenga Urbandictionary* [Online dictionary of English slang words and phrases Urbandictionary]. Available at: <https://www.urbandictionary.com>. (accessed: 10.09.2018).

6. *Onlayn-slovar povsednevnogo nemetskogo yazyka i slenga Mundmische.de* [Online dictionary of everyday German language and slang Mundmische.de]. Available at: <https://www.mundmische.de>. (accessed: 16.09.2018).

7. *Onlayn-slovar povsednevnogo nemetskogo yazyka i slenga Sprachnudel.de* [Online dictionary of everyday German language and slang Sprachnudel.de] Available at: <https://www.sprachnudel.de>. (accessed: 18.07.2018).

8. *Sovremennyy slovar na baze II Reverso Context* [Modern AI-based dictionary Reverso Context]. Available at: <https://context.reverso.net>. (accessed: 03.02.2020).

9. *Tolkovyy slovar russkoy razgovornoy rechi* [Explanatory dictionary of Russian colloquial speech] / otv. red. L. P. Krysin. Moskva: Izdatelskiy Dom YaSK, 2017. Iss. 2. K–O (In Russ.).

10. *Tolkovyy slovar russkoy razgovornoy rechi* [Explanatory dictionary of Russian colloquial speech] / otv. red. L. P. Krysin. Moskva: Izdatelskiy Dom YaSK, 2019. Iss. 3 P–R (In Russ.).

Петрищева Елена Игоревна – кандидат филологических наук, доцент кафедры германской филологии (e-mail: petrischewa-elen@mail.ru), Федеральное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет» 283001, Донецк, ул. Университетская, 24

Petrishcheva Elena I. – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of German Philology (e-mail: petrischewa-elen@mail.ru), Federal State Educational Institution of Higher Education «Donetsk State University» 24, Universitetskaya, Donetsk, 283001

Поступила в редакцию 23 июня 2025 г.

УДК 811.112.2.161.1'367

© 2025 Е. К. Растарасова

СЕМАНТИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ РЕФЛЕКСИВНЫХ ГЛАГОЛОВ В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ*

Статья посвящена изучению рефлексивных глаголов в немецком и русском языках и различных подходов к их исследованию. Рассматривается семантическая классификация рефлексивных глаголов в обоих языках. Освещаются грамматический, лексико-грамматический, деривационный подходы.

Ключевые слова: рефлексивный глагол, возвратное местоимение, субъектные рефлексивные глаголы, объектные рефлексивные глаголы.

© 2025 Ye. K. Rastarasova

SEMANTIC CLASSIFICATION OF REFLECTIVE VERBS IN GERMAN AND RUSSIAN

The article concerns itself with the study of reflexive verbs in German and Russian and various approaches to their analysis. The semantic classification of reflexive verbs in both languages has been considered. The grammatical, lexical-grammatical, and derivational approaches have been covered.

Key words: reflexive verb, reflexive pronoun, subject reflexive verbs, object reflexive verbs.

Вводные замечания

Рефлексивные глаголы (РГ) активно исследуются отечественными и зарубежными учёными (Э. Ш. Генюшене, В. С. Храковский, И. А. Мельчук, А. А. Шахматов, С. А. Добричев, С. В. Князев, И. Е. Иванова, Ш. Р. Басыров, J. Daunoriené, L. Götze).

Материалом исследования послужили рефлексивные глаголы и рефлексивные конструкции и их нерефлексивные глаголы и нерефлексивные конструкции, отобранные из словарей Duden Universalwörterbuch, DWDS (Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache), а также Национального корпуса русского языка (всего: в немецком языке 744 глагола, из них 372 нерефлексивных глагола (НГ) и 372 рефлексивных глагола (РГ) и в русском языке 734 глагола, из них 367 НГ и 367 РГ).

Цель работы заключается в семантической классификации рефлексивных глаголов в немецком и русском языках.

1. Теоретические основы изучения рефлексивного глагола в немецком и русском языках

РГ – это глагол, который использует возвратное местоимение *sich* в качестве обязательного или факультативного дополнения в немецком языке и постфикс *-ся / -сь* в

* Исследование проводилось по теме государственного задания «Декодирование и интерпретация аксиологической семантики в славянских, германских, романских и кавказских лингвокультурах» (номер госрегистрации 124012400351-9).

русском языке, например:

(11) нем. *Ich schäme mich* [Götze, 1999: 19].

По мнению L. Götze, рефлексивные глаголы – это те глаголы, в которых лицо, выраженное дополнением идентично лицу в роли подлежащего [Götze, 1999: 19].

Есть две группы рефлексивных глаголов в немецком языке: «истинные» (*echte*) и «неистинные» (*unechte*). У истинных рефлексивных глаголов обязательным является возвратное местоимение, которое поэтому не может быть заменено существительным или местоимением [Götze, 1999: 20], например:

(2) нем. *Ich weigere mich* ‘Я отказываюсь’. **Ich weigere Hans* ‘Я отказываю Гансу’. **Ich weigere ihn* ‘Я отказываю ему’. У неистинных рефлексивных глаголов возвратное местоимение является не частью предиката, а дополнением, т.к. оно может быть заменено существительным или местоимением в *Akkusativ* или *Dativ* [Храковский, 1974: 25], например:

(3) нем. а. *Ich wasche mich* ‘Я моюсь’. ↔ б. *Ich wasche meine Schwester* ‘Я мою сестру’. ↔ в. *Ich wasche sie* ‘Я мою её’.

Возвратное местоимение *sich* имеет статус самостоятельного члена предложения, соответственно дополнения, требуемое валентностью глагола. В некоторых случаях оно может быть опущено [Ильинская, 2006: 14], например.:

(4) нем. а. *Sie wäscht sich* ‘Она моется’. – б. *Sie wäscht* ‘Она моет’ [Götze, 1999: 20].

По словам Е. И. Шендельс возвратное местоимение *sich* первоначально являлось формой *Akkusativ* личного местоимения, но переняло на себя функции двух падежей, *Akkusativ* и *Dativ*. Оно используется в 3 лице единственного и множественного числа одинаково для всех родов [Шендельс, 1982: 205].

2. Семантическая классификация рефлексивов

Данная классификация рефлексивных глаголов принадлежит В. П. Недялкову и Э. Ш. Генюшене. Они делят РГ на две группы, а именно, субъектные и объектные с большим количеством подгрупп.

Н. А. Янко-Триницкая утверждает, что к субъектным РГ относятся РГ, у которых «субъектом действия возвратного глагола остается субъект действия глагола невозвратного, например *причесывает (волосы) – причесывается*. К объектным РГ она относит РГ, у которых «субъектом действия возвратного глагола становится объект действия глагола невозвратного, например *читает книгу – книга читается* [Янко-Триницкая, 1962: 164].

2.1. Субъектные РГ – рефлексивные глаголы, в структуре которых есть рефлексивный элемент, который указывает, что действие направлено на субъекта.

2.1.1. Собственно рефлексивные РГ. В этом классе исчезает прямое дополнение, а вместе с ним и второй референт ситуации, в следствии этой элиминации возникает значение однореферентности субъекта и объекта действия. Образование собственно рефлексивных РГ характерно для особой лексико-семантической группы глаголов, которая обозначает действие над телом, личностью, внешностью человека. Типичной для них является валентность на дополнение инструмента, средства действия. Для литовского и латышского языков характерным является также декаузативное инхоативное значение, в зависимости от наличия смысла намеренности-ненамеренности. Собственно рефлексивные РГ обозначают сознательные действия, их субъектом должен быть человек или животное [Добричев, 2005: 3]. У этих РГ одушевлённый субъект чаще всего выполняет действие над самим собой, например:

рус. *мыть – мыться, причесывать – причесываться*, нем. *waschen – sich waschen, kämmen – sich kämmen*. В южно- и западнославянских языках, напротив, данные РГ не имеют лексических ограничений на образование [Девкин, Прокопова, Хельбиг 1990: 68-69].

2.1.2. Посессивно-рефлексивные РГ или, как их еще называют, рефлексивно-посессивные РГ. У этих РГ все компоненты значения НГ сохраняются в РГ. Образование этих РГ также ограничено особой ЛСГ, обозначающей действие над некоторой частью тела или надетой одеждой, волевые усилия над своими чувствами или их проявлениями, движения частью тела. Здесь субъект метонимически отождествляется с его «неотчуждаемой или отчуждаемой принадлежностью: частью тела, одеждой, другими личными вещами, проявлениями психики, с жильём, имуществом, средствами передвижения или с продуктами творчества [Иванова, 2016: 11].

Отличительной чертой этих РГ считается посессивное отношение между объектом и субъектом действия. Рефлексивно-посессивные РГ есть во всех славянских языках. Эти РГ могут выражать бенефактива – лицо, для которого предназначается объект (результат) действия [Шахматов, 2001: 476], например:

(5) рус. а. *Мы строим себе дом.* – б. *Мы строимся* [НКРЯ].

2.1.3. Абсолютивные РГ, по словам Виноградова, обозначают «действие субъекта, фактически переходящее на какой-нибудь предмет, направленное на других, но мыслимое в отвлечении от объекта как характеристическая, отличительная черта самого субъекта» [Виноградов, 1972: 181]. Они сходны с посессивно-рефлексивными, так как в них также элиминируется прямое дополнение, которое «кодирует запрет на выражение объекта при

сохранении в толковании обоих референтов и приписываемых им ролей, т. е. все компоненты НГ сохраняются в РГ. Тем не менее, референт-объект абсолютных РГ обозначает лицо или животное, то есть «имплицитно лишь наличие обобщенного или конкретного смысла». РГ образуется от ЛСГ, обозначающей «взаимоотношения», например *собака кусается, крапива жжется*. Очень часто прямой объект в силу своей несущественности опускается, например:

(6) рус. а. *Он читает книгу.* – б. *Он читает.* В связи с понижением статуса участника ситуации, выраженного подлежащим, абсолютный РГ *Givón* и Тестелец называют также антипассивом [Недялков, 1975: 30].

У абсолютных РГ, согласно Э. Ш. Генюшене, присутствует также модально-потенциальное значение, так как они представляют действие как постоянную характеристику субъекта. Семантика данных РГ в славянских языках обозначена глаголами, действие которых выражает ущерб [Geniušienė, 1987: 157], например:

(7) рус. а. *Собака кусает людей.* – б. *Собака кусается.*

2.1.4. Автокаузативные (рефлексивно-моторные) РГ. У данных РГ элиминация дополнения кодирует элиминацию второго референта (обычно неодушевленного) и его роли объекта, остается лишь субъект действия (всегда одушевленный). НГ обозначают действие над объектом, приводящее к изменению его положения, перемещению, а РГ называют перемещение субъекта или изменение положения его тела благодаря собственным усилиям, в основном это глаголы перемещения, движения. По своему значению автокаузативные РГ близки агентивным синтаксически непереходным глаголам движения [Виноградов, 1955: 276], например: рус. *класть – ложиться, он положил вещи на стол – он лег спать*, нем. *etw. legen – sich legen, sitzen – sich setzen*.

2.1.5. Реципрокные РГ. Подлежащее РК называет два референта, каждый из которых является субъектом и объектом по отношению к другому, их роли удвоены, отсюда вытекает значение перекрестной однореферентности. По лексическому значению это глаголы общения, взаимоотношений, а также агрессивно-отрицательной речи (*ругаться*), физического действия, связанного с проявлением дружеских или любовных чувств (рус. *обниматься*, нем. *umarmen, sich streiten, sich küssen*). В западно- и южнославянских языках нет ограничений в лексике на образование взаимных РК [Князев, 1985: 25].

3. Объектные РГ с элиминируемым исходным подлежащим. У этих РГ выделяют следующие группы:

3.1. Декаузативные / антикаузативные РГ. В РК элиминируется исходный субъект-подлежащее, а объект переходит в подлежащее, это изменение значит вычитание каузативного смысла из значения НГ. По значению декаузативные РГ являются инхоативами, стативами или глаголами действия. Эти РГ образуются от различных ЛСГ чаще всего с одушевленным субъектом, например: (8) рус. а. *Отец сломал трость.* – б. *Трость сломалась.* При характеристике декаузативов всегда отмечается, что они описывают ситуации, которые возникают спонтанно [Басыров, 2014: 244]. Не каждый глагол, однако, допускает декаузативизацию. Декаузативы обычно образуются от глаголов со значением действия, каузирующего процесс, который при наличии необходимого ресурса и условий может происходить и самостоятельно [Князев, 2007: 284]. Часто декаузативами обозначаются природные явления, например: (9) рус. *Ветер усилился.* РГ являются основным морфологическим средством выражения декаузативного значения в языках мира. Связующим звеном между собственно рефлексивным и декаузативными значениями является семантический компонент «самого себя», «самостоятельно» [Храковский, 1978: 51].

(10) нем. а. *Der Wind erhob den Sturm* ‘Ветер поднял бурю’. – б. *Der Sturm erhob sich (durch den Wind)* ‘Буря поднялась из-за ветра’ [DWDS].

3.2. Объектные автокаузативные РГ. Здесь элиминируется субъект-подлежащее, второй референт из объекты становится субъектом и выполняет действие. Объектные автокаузативные РГ симметричны субъективным автокаузативам, например:

(11) рус. а. *Учительница построила* (т. е. приказала им построиться) *детей на спортивной площадке.* → б. *Дети построились на спортивной площадке.*

3.3. Квазипассивные РГ. Эти РГ в силу своего лексического значения имплицитно агенса-лицо, без которого называемое им действие не может произойти, но он не может быть выражен в РК. По изменениям на синтаксическом уровне сходны с безагенсным пассивом [Фортунатов, 1899: 13].

3.4. Конверсивные РГ. У этих РГ смысл перестановки заключается в изменении перспективы описания одной и той же ситуации, т. е. главным считается референт, с позиции которого описывается ситуация, тот, который находится в позиции подлежащего.

Участники конверсивных РГ, используемые в двухактантных ситуациях, «не имеют естественной ролевой дифференциации» [Халипов, 1978: 19], например:

(12) рус. а. *Колонны держат крышу.* – б. *Крыша держится на колоннах.*

По мнению Ю. Д. Апресяна для конверсивов необязателен тот факт, что актанты глаголов выражаются определёнными падежами, а также то, что они соответствуют объекту и

субъекту [Апресян, 1974: 276]. Конверсивные РГ есть и в языках, где нет рефлексивного пассива, что свидетельствует об их независимом от пассива развитии [Адмони, 1966: 181].

3.5. Дативные транзитивные РГ образуются от НГ с дативным дополнением, которое в РК элиминируется, что кодирует сохранение обозначаемой им роли и ее однореферентность с субъектом. РП здесь имеет рефлексивное значение «себе».

Среди дативных транзитивных РГ выделяют следующие подтипы:

- 1) реципиентные РГ;
- 2) посессивно-объектные РГ;
- 3) бенефактивные РГ [Geniušienė, 1987: 9-15].

Сочетание многообразия семантических и синтаксических разновидностей является особенностью рефлексивов [Daunorienė, 2007: 260].

С точки зрения средств выражения рефлексивности, русский и другие славянские языки обладают двумя РП (рефлексивными показателями). Эти две разновидности РП, по Дж. Хейману, называются «тяжелой» и «легкой». В русском языке в роли «тяжелого» РП выступает синтаксически самостоятельное склоняемое местоимение *себя*, а в роли «легкого» – постфикс *-ся / -сь*. Аккузативные РГ – РГ, где РП в собственно рефлексивном значении соответствуют прямому дополнению.

Признаком агентивности считается воля как способность приводить в исполнение свои желания. Тем не менее, референт может утрачивать данные признаки агентивности [Мельчук, 1999: 83], например:

(13) рус. *Эта собака кусается* или *Он подстригся у лучшего парикмахера*

В конструкции (13) субъектом цели остается референт подлежащего, а непосредственные усилия прилагает субъект каузируемого действия, выраженный косвенным дополнением [Апресян, 1967: 105]. В собственно рефлексивном значении эти референты подлежащего соответствуют прямому дополнению исходной конструкции, например:

(14) рус. а. *Мать одела ребёнка.* – б. *Мать оделась* [Бондарко, 1971: 56].

Привлечение референта подлежащего всегда влечет за собой изменение диатезы. Нужно определить диатезу РГ и ее соотношение с диатезой НГ. Решающим фактором, влияющим на выбор между объектной и субъектной интерпретациями РГ, является одушевлённость / неодушевлённость, а именно степень потенциальной агентивности референта подлежащего РК.

Выводы

1. Рефлексивный глагол – это глагол, который использует возвратное местоимение *sich* в немецком языке и постфикс *-ся / -сь* в русском языке.
2. Рефлексивность – выражение однореферентности двух актантов действия, а именно субъекта и объекта.
3. Среди рефлексивных глаголов выделяются следующие смысловые классы: *субъектные* РГ, которые, в свою очередь, подразделяются на собственно рефлексивные РГ, посессивно-рефлексивные РГ, абсолютные РГ, автокаузативные (рефлексивно-моторные) РГ, реципрокные РГ; *объектные* РГ, к которым относятся декаузативные / антикаузативные РГ, автокаузативные РГ, квазипассивные РГ, конверсивные РГ.
4. Количественный анализ разных типов РГ и рефлексивных конструкций с ними в двух языках показывает, что в немецком языке наиболее частотный тип – это конверсивные РГ, собственно рефлексивные РГ и посессивно-рефлексивные РГ.
5. В русском языке наибольшее развитие получили объектные декаузативные и пассивные РГ, общим для которых является повышение синтаксической роли объекта, подлежащее соответствует объекту-дополнению соотносительной НК. В русском языке мало субъектных собственно рефлексивных и реципрокальных рефлексивных конструкций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Адмони В. Г. Строй современного немецкого языка. 2-е изд. Москва: Просвещение; Ленинград, 1966. 284 с.
2. Апресян Ю. Д. Лексическая семантика. Синонимические средства языка. Москва: Наука, 1974. 367 с.
3. Апресян Ю. Д. Экспериментальное исследование семантики русского глагола. Москва: Наука, 1967. 251 с.
4. Басыров Ш. Р. Словообразование глаголов с рефлексивным комплексом в типологическом освещении. Донецк: Ноулидж, 2014. 562 с.
5. Бондарко А. В. Грамматическая категория и контекст. Ленинград: Наука, 1971. 112 с.
6. Виноградов В. В. Вопросы грамматического строя. Москва: Издательство Академии наук СССР, 1955. 482 с.
7. Виноградов В. В. Русский язык: (Грамматическое учение о слове). 2-е изд. Москва: Высш. шк., 1972. 614 с.
8. Девкин В. Д., Проколова Л. И., Хельбиг Г. Конфронтативная лингвистика. Киев: Лыбидь, 1990. 144 с.
9. Добричев С. А. Конверсные отношения в современном английском языке: автореф. дисс. ... д-ра филол. наук. Москва, 2005. 42 с.
10. Иванова И. Е. Репрезентация конверсивной лексики в современном русском языке и проблемы её лексикографирования: дисс. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2016. 182 с.
11. Ильинская О. Г. Языковая природа конверсии и типы конверсоров в современном русском и английском языках: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Москва, 2006. 20 с.
12. Князев Ю. П., Недялков В. П. Рефлексивные конструкции в славянских языках // Рефлексивные глаголы в индоевропейских языках. Калинин: КГУ, 1985. С. 20-40.

13. Князев Ю. П. Грамматическая семантика: Русский язык в типологической перспективе. Москва: Языки славянских культур, 2007. 704 с.
14. Мельчук И. А. Опыт теорий лингвистических моделей «Смысл-текст». Москва: Школа «Языки русской культуры», 1999. I-XXII. 346 с.
15. Недялков В. П. Типология рецессивных конструкций: Рефлексивные конструкции // Диатезы и залого. Ленинград: Наука, 1975. С. 21-33.
16. Фортунатов Ф. Ф. О залогах русского глагола. Санкт-Петербург: Типография Императ. Академии наук, 1899. 6 с.
17. Халипов С. Г. Возвратные глаголы в шведском и немецком языках // Филология и методика преподавания немецкого языка. Ленинград, 1978. Ч. 1. С. 78-85.
18. Храковский В. С. Залог и рефлексив // Проблемы теории грамматического залога. Ленинград: Наука ЛО, 1978. С. 50-61.
19. Храковский В. С. Пассивные конструкции // Типология пассивных конструкций. Диатезы и залого. Ленинград: Наука ЛО, 1974. С. 5-45.
20. Шахматов А. А. Синтаксис русского языка. 3-е изд. Москва: Эдиториал УРСС, 2001. 624 с.
21. Шендельс Е. И. Практическая грамматика немецкого языка. 2-е изд. Москва: Высш. Школа, 1982. 400 с.
22. Янко-Триницкая Н. А. Возвратные глаголы в современном русском языке. Москва: Изд-во АН СССР, 1962. 247 с.
23. Daunorienė J. Bedeutungswandel bei den reflexiven Verben des Deutschen, 2007. S. 62-70. Available at: <http://www.journals.vu.lt/kalbotyra/article/viewFile/7559/5434>. (accessed: 28.05.2025).
24. Geniušienė E. The Typology of Reflexives. Berlin – New York – Amsterdam: Mouton de Gruyter, 1987. Available at: <https://iling.spb.ru/publications/1629?ysclid=mhj04qacqv835033984>. (accessed: 08.06.2025).
25. Götze L. Das Wort // Grammatik der deutschen Sprache. Gütersloh / München: Bertelsmann Lexikon Verlag GmbH, 1999. S. 19-23.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ

1. Национальный корпус русского языка. Доступ: <http://www.ruscorpora.ru/new>. (дата обращения: 08.06.2025).
2. DWDS: Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. Available at: <https://www.dwds.de>. (accessed: 30.01.2025).
3. Duden Universalwörterbuch. Available at: <https://www.duden.de>. (accessed: 08.06.2025).

REFERENCES

1. Admoni, V. G. (1966). *Stroy sovremennogo nemetskogo yazyka* [The structure of the modern German language.]. Moskva: Prosveshchenie; Leningrad. (In Russ.).
2. Apresyan, Yu. D. (1974). *Leksicheskaya semantika. Sinonimicheskie sredstva yazyka* [Lexical semantics. Synonymous means of language]. Moskva: Nauka. (In Russ.).
3. Apresyan, Yu. D. (1967). *Eksperimentalnoe issledovanie semantiki russkogo glagola* [Experimental study of the semantics of the Russian verb]. Moskva: Nauka. (In Russ.).
4. Basyrov, Sh. R. (2014). *Slovoobrazovanie glagolov s reflektivnym kompleksom v tipologicheskom osveshchenii* [Word formation of verbs with a reflexive complex in typological light]. Donetsk: Noulidzh. (In Russ.).
5. Bondarko, A. V. (1971). *Grammaticheskaya kategoriya i kontekst* [Grammatical category and context]. Leningrad: Nauka. (In Russ.).

6. Vinogradov, V. V. (1955). *Voprosy grammaticheskogo stroya* [Questions of grammatical structure]. Moskva: Izdatelstvo Akademii nauk SSSR. (In Russ.).
7. Vinogradov, V. V. (1972). *Russkii yazyk: (Grammaticheskoe uchenie o slove)* [Russian Language: (Grammar of the Word)]. Moskva: Vyssh. shk. (In Russ.).
8. Devkin, V. D., Prokopova, L. I., Khelbig, G. (1990). *Konfrontativnaya lingvistika* [Confrontational linguistics]. Kiev: Lybid. (In Russ.).
9. Dobrichev, S. A. (2005). *Konversnye otnosheniya v sovremennom angliiskom yazyke* [Converse relations in modern English]: avtoref. diss. ... d-ra nauk. Moskva. (In Russ.).
10. Ivanova, I. E. (2016). *Reprezentatsiya konversivnoi leksiki v sovremennom russskom yazyke i problemy eye leksikografirovaniya* [Representation of Conversion Vocabulary in Modern Russian and Problems of its Lexicography]: diss. ... kand. filol. nauk. Irkutsk. (In Russ.).
11. Ilinskaya, O. G. (2006). *Yazykovaya priroda konversii i tipy konversivov v sovremennom russskom i angliiskom yazykakh* [The linguistic nature of conversion and types of converters in modern Russian and English]: avtoref. diss. ... kand. nauk. Moskva. (In Russ.).
12. Knyazev, Yu. P., Nedyalkov, V. P. (1985). Refleksivnye konstruksii v slavyanskikh yazykakh [Reflexive constructions in Slavic language]. In *Refleksivnye glagoly v indoevropeyskikh yazykakh*. Kalinin: KGU. Pp. 20-40. (In Russ.).
13. Knyazev, Yu. P. (2007). *Grammaticheskaya semantika: Russkiy yazyk v tipologicheskoy perspektive* [Grammatical semantics: Russian language in a typological perspective]. Moskva: Yazyki slavyanskikh kultur. (In Russ.).
14. Melchuk, I. A. (1999). *Opyt teorii lingvisticheskikh modeley «Smysl-tekst»* [Experience in the theories of linguistic models "Meaning-Text"]. Moskva: Shkola «Yazyki russkoy kultury». (In Russ.).
15. Nedyalkov, V. P. (1975). Tipologiya retsessivnykh konstruksii: Refleksivnye konstruksii [Typology of recessive constructions: Reflexive constructions]. In *Diatezy i zalogi*. Leningrad: Nauka. Pp. 21-33. (In Russ.).
16. Fortunatov, F. F. (1899). *O zalogakh russkogo glagola* [About the vowels of the Russian verb]. Sankt-Peterburg: Tipografiya Imperat. Akademii nauk. (In Russ.).
17. Khalipov, S. G. (1978). Vozvratnye glagoly v shvedskom i nemetskom yazykakh [Reflexive verbs in Swedish and German]. In *Filologiya i metodika prepodavaniya nemetskogo yazyka*. Leningrad. Ch. 1. Pp. 78-85. (In Russ.).
18. Khrakovskiy, V. S. (1978). *Zalog i refleksiv* [Voice and reflexivity]. In *Problemy teorii grammaticheskogo zaloga*. Leningrad: Nauka LO. Pp. 50-61. (In Russ.).
19. Khrakovskii, V. S. (1974). Passivnye konstruksii [Passive constructions]. In *Tipologiya passivnykh konstruksii. Diatezy i zalogi*. Leningrad: Nauka LO. Pp. 5-45. (In Russ.).
20. Shakhmatov, A. A. (2001). *Sintaksis russkogo yazyka* [The syntax of the Russian language]. 3-e izd. Moskva: Editorial URSS. (In Russ.).
21. Shendels, E. I. (1982). *Prakticheskaya grammatika nemetskogo yazyka* [Practical grammar of the German language]. 2-t izd. Moskva: Vyssh. Shkola. (In Russ.).
22. Yanko-Trinitskaya, N. A. (1962). *Vozvratnye glagoly v sovremennom russskom yazyke* [Reflexive verbs in modern Russian]. Moskva: Izd-vo AN SSSR. (In Russ.).
23. Daunorienė, J. (2007). *Bedeutungswandel bei den reflexiven Verben des Deutschen*. S. 62-70. Available at: <http://www.journals.vu.lt/kalbotyra/article/viewFile/7559/5434>. (accessed: 28.05.2025).
24. Geniušienė E. *The Typology of Reflexives*. Berlin – New York – Amsterdam: Mouton de Gruyter. Available at: <https://iling.spb.ru/publications/1629?ysclid=mhj04qacqv835033984>. (accessed: 08.06.2025).
25. Götz, L. (1999). Das Wort. In *Grammatik der deutschen Sprache*. Gütersloh / München: Bertelsmann Lexikon Verlag. Pp. 19-23.

LEXICOGRAPHIC SOURCES

1. *Natsionalnyy korpus russkogo yazyka* [Russian National Corpus]. Available at: <http://www.ruscorpora.ru/new>. (accessed: 08.11.2025). (In Russ.).

2. *DWDS: Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache*. Available at: <https://www.dwds.de>. (accessed: 20.11.2025).

3. *Duden Universalwörterbuch*. Available at: <https://www.duden.de>. (accessed: 08.11.2025).

Растарасова Екатерина Константиновна – аспирант кафедры германской филологии (e-mail: krastarasova@mail.ru), Федеральное государственного бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет»
283001, Донецк, Университетская, 24

Rastarasova Yekaterina K. – Postgraduate Student of Germanic Philology Department (e-mail: krastarasova@mail.ru), Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Donetsk State University»
24, Universitetskaya, Donetsk, 283001

Поступила в редакцию 21 августа 2025 г.

ПРАВИЛА ПРЕДСТАВЛЕНИЯ И ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЕЙ, НАПРАВЛЯЕМЫХ В РЕДАКЦИЮ НАУЧНОГО ЖУРНАЛА «STUDIA GERMANICA, ROMANICA ET COMPARATISTICA»

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ СТАТЕЙ

1.1. В журнале публикуются научные статьи по сравнительно-историческому, типологическому и сопоставительному языкознанию, германским, романским языкам и переводоведению.

1.2. Журнал печатает только оригинальные, ранее не опубликованные научные работы.

1.3. Языки издания – русский, английский, немецкий и французский. В предложенной к публикации научной статье автор должен обосновать актуальность темы, четко сформулировать цель и задачи исследования, привести научную аргументацию, обобщения и выводы, которые представляют интерес своей научной новизной, теоретической и практической значимостью. В статье должен быть представлен обзор новейшей научной литературы по рассматриваемой проблеме.

1.4. Рукописи, которые подготовлены без учета требований к их оформлению (см. ниже), не принимаются.

2. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

2.1. Рукописи следует оформлять в формате .doc или .docx.

2.2. Рекомендуемый объем представляемой к публикации статьи – 15000-25000 знаков с пробелами (8–12 страниц).

2.3. Параметры страницы: 210 x 297 мм (формат А4), ориентация книжная. Поля страницы: левое – 30 мм, верхнее – 20 мм, правое – 15 мм, нижнее – 25 мм. Шрифт обычный, Times New Roman. Размер шрифта: 12 пунктов в основном тексте, 10 пунктов в сносках. Междустрочный интервал: полуторный в основном тексте, в сносках – одинарный. Отступ абзаца составляет 10 мм. Следует четко дифференцировать тире (–) и дефис (-).

2.4. Текст рукописи следует подавать в виде единого файла.

3. СТРУКТУРА И ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ (см. пример ниже)

3.1. В левом верхнем углу печатают УДК нежирным прямым шрифтом (размер 12).

3.2. Инициалы и фамилия автора (авторов) печатают перед названием статьи жирным прямым шрифтом (размер 12).

3.3. Название статьи печатают прописными буквами, без абзаца, жирным прямым шрифтом (размер 14), межстрочный интервал одинарный, без автоматической расстановки переносов.

3.4. После названия статьи печатают аннотации (объем до 50 слов) и ключевые слова (не более 10 ключевых слов) на двух языках – русском и английском. Размер шрифта: 12 пунктов, курсив, через 1 интервал.

3.5. Текст статьи.

3.6. Список литературы (размер 12, через 1 интервал) (см. ниже пункт 6).

3.7. References (список литературы) (размер 12, через 1 интервал) (см. ниже пункт 7).

3.8. Сведения об авторе (размер 11, курсив, через 1 интервал).

Пример:

УДК 811.111.8'282/3(292.79)

© 2024 В. А. Дроздов

**ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ СО ЗНАЧЕНИЕМ ОЦЕНКИ
В КАРИБСКИХ КРЕОЛЯХ НА АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ОСНОВЕ**

В статье представлены результаты исследования семантических особенностей репрезентации оценки во фразеологических единицах карибских креолов. Установлена роль компонентов со значением оценки в исследуемых креолях. Оценочное значение фразеологических единиц (далее ФЕ) может формироваться при наличии в составе ФЕ слов с негативной или позитивной коннотацией. Описаны ФЕ с фиксированной положительной и фиксированной отрицательной оценкой в карибских креолях.

***Ключевые слова:** фразеологическая единица, карибские креолы, заимствование, метонимия, фиксированная положительная / отрицательная оценка.*

© 2024 V. A. Drozdov

**PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE MEANING OF EVALUATION
IN THE ENGLISH-BASED CARIBBEAN CREOLES**

The article reveals the investigation results of semantic peculiarities' evaluation representation in phraseological units (PUs) of Caribbean creoles. We have disclosed the role of PUs' evaluation components of the above creoles. PUs' evaluation meaning can be formed, words with negative and positive connotation being present in the PUs. Fixed positive and fixed negative evaluation in Caribbean creoles' phraseological units has been described.

***Key words:** phraseological unit, Caribbean creoles, loan-word, metonymy, evaluation, fixed positive / negative evaluation.*

Текст статьи

.....

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1.
2.
3.

REFERENCES

1.
2.
3.

*Дроздов Владимир Александрович – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры теории и практики перевода (e-mail: v.drozdov@donnu.ru), Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет»
283001, Донецк, Университетская, 24*

*Drozdov Vladimir A. – Doctor in Philology, Associate Professor, Professor of Translation Studies Department (e-mail: v.drozdov@donnu.ru), Federal State Budget Educational Institution of Higher Professional Education «Donetsk State University»
24, Universitetskaya, Donetsk, 283001*

4. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ГРАФИЧЕСКИХ ДАННЫХ

4.1. Рисунки, таблицы, схемы, графики и пр. должны быть обязательно пронумерованы, иметь источники и помещаться в печатном поле страницы (размер шрифта 12 пунктов, межстрочный интервал одинарный).

4.2. Рисунки, таблицы, схемы, графики и пр. в тексте помещают после абзаца, в котором на них ссылаются, или на следующей странице после ссылки.

Пример:

Таблица 1. *Количественная характеристика лексико-семантических групп оценочных абстрактных существительных в английском языке*

Лексико-семантическая группа	Количество единиц	Процентное соотношение	Пример
1. Состояние	355	44	<i>absence</i> ‘отсутствие’ – <i>the state of being away</i> ‘состояние нахождения не здесь’ <i>acrimony</i> ‘язвительность’ – <i>angry and bitter feelings or words</i> ‘злые и горькие чувства или слова’
2. Действие	123	15,2	<i>death</i> ‘смерть’ – <i>an act of dying or being killed</i> ‘акт смерти или убийства’ <i>destruction</i> ‘разрушение’ – <i>the action of destroying sth or of being destroyed</i> ‘действие уничтожения чего-либо или быть уничтоженным’

4.2. Примеры в текстах статей печатают курсивом (без выделения жирным), их перевод – в т. н. марровских кавычках: *coeur* ‘сердце’, *âme* ‘душа’.

4.3. В связи со сложностью издания графических материалов редакционная коллегия оставляет за собой право изъять их из текста.

5. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ВНУТРИТЕКСТОВЫХ ССЫЛОК И ПОДСТРОЧНЫХ СНОСОК

5.1. При оформлении внутритекстовых ссылок в квадратных скобках указывается фамилия автора / авторов (если ссылка идет на сборник статей, то указывается его полное название), год издания и, после двоеточия, номера страниц, если необходимо.

Пример:

«Чем популярнее вид спорта, тем ближе его лексика к общеязыковой (Allgemeinsprache), а между лексикой какого-либо спорта и общеязыковой происходит оживленный взаимообмен (regulärer Austausch)» [Vollmert-Spiesk, 1996: 2].

6. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СПИСКА ЛИТЕРАТУРЫ

6.1. Список нумеруют и группируют по алфавиту, в начале книги на кириллице, потом – на иностранных языках.

6.2. В список литературы включают только научные статьи, монографии и книги (не менее 12 наименований, из них половина – источники последних лет. Наличие иностранных источников обязательно).

6.3. Правила оформления ссылок на источники в списке литературы:

Тип библиографической ссылки	Пример оформления библиографической ссылки
<i>Монография, книга, раздел монографии</i>	<p>Басыров Ш. Р. Словообразование глаголов с рефлексивным комплексом в типологическом освещении. Донецк: Ноулидж, 2014. 562 с.</p> <p>Kaliuščenko V. D. Typologie denominaler Verben. Tübingen: Niemeyer, 2000. 253 S. (Linguistische Arbeiten. Bd. 419).</p> <p>Nedjalkov V. P. (ed.), Geniušienė E. Š., Guentchéva Z. Reciprocal Constructions // Typological Studies in Language. Vol. 71. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2007. Vol. 1-5. 2216 p.</p> <p>Бессонова О. Л. Процедуры анализа концептов при проведении сравнительно-типологических исследований // Лингвоконцептология: перспективные направления / под ред. А. Э. Левицкого, С. И. Потапенко. Луганск: Изд-во ГУ «ЛНУ имени Тараса Шевченко», 2013. С. 87-117.</p>
<i>Отдельный том многотомного издания</i>	<p>Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. Москва: Русский язык, 2002. Т. 1. 622 с.</p> <p>Величковский Б. М. Когнитивная наука: Основы психологии познания: в 2 т. Москва: Смысл: Издат. центр «Академия», 2006. Т. 2. 432 с.</p>
<i>Статья из сборника</i>	<p>Кремзикова С. Е. Коммуникативные ситуации в старофранцузском дискурсе // Древняя и Новая Романия. Лингвистическое наследие Ш. Балли в XXI веке / под ред. М. А. Марусенко. Санкт-Петербург, 2010. С. 40-46.</p> <p>Пименова Н. Б. К истории и типологии грамматикализации германского артикля: прагматические модели употребления протоартикля в готском языке // ACTA LINGUISTICA PETROPOLITANA. Труды Института лингвистических исследований. Санкт-Петербург: Наука, 2014. Т. X. Ч. 1. С. 403-428.</p> <p>Iagupova L. Idiomatisierte Präfixsubstantive mit <i>ge-</i> im Mittelhochdeutschen // Semantik und Pragmatik im Spannungsfeld der germanistischen und kontrastiven Linguistik. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang, 2013. S. 183-193. (Donezk Studien zur Germanistik, kontrastiven und diachronen Linguistik. Bd. 1).</p>
<i>Журнальная статья</i>	<p>Ленец А. В., Алексеев А. В. История исследования лексических сокращений в германских языках // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета имени Н. А. Добролюбова. Нижний Новгород. 2014. № 28. С. 11-22.</p> <p>Петренко А. Д. Социофонетические аспекты языковой вариативности // Известия Южного федерального университета. 2014. № 4. С. 150-161.</p> <p>Atkinson D. Alignment and interaction in a sociocognitive approach in second language acquisition // The Modern Language Journal. 2007. Vol. 91. P. 169-188.</p>
<i>Интернет-ресурсы</i>	<p>Молчанова Г. Г. Коммуникативно-функциональная теория перевода как вид вариативной интерпретации действительности // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 3. С. 9-21. Доступ: http://www.ffl.msu.ru/research/vestnik/. (дата обращения: 22.02.2014).</p> <p>Canagarajah A. S. Multilingual Communication and Language Acquisition: New Research Directions // The Reading Matrix. January 2011. Vol. 11. N 1. 15 p. Available at: ww.readingmatrix.com/.../january_2011/canagarajah_wurr.pdf. (accessed: 26.02.2014).</p>
<i>Материал на CD или DVD</i>	<p>Henry O. Cabbages and Kings // English and American Literature / CD-ROM. P. 3. Digitale Bibliothek Band 59. Berlin, 2003. P. 75.</p>

7. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ РАЗДЕЛА REFERENCES

7.1. Внутренняя структура списка публикаций полностью идентична списку литературы на русском, сначала издания на кириллице, потом – на иностранных языках.

7.2. За основу оформления ссылок взят стандарт Harvard (<http://www.citethisforme.com/harvard-referencing>).

7.3. Правила оформления ссылок на источники в References (для автоматической транслитерации рекомендуется пользоваться сайтом <http://translit.net>, стандарт BSI; настройка стандарта осуществляется в центральном меню, раздел «Варианты...»). Фамилии и имена иностранных авторов и русскоязычных авторов, печатавшихся в зарубежных изданиях, подавать в оригинальном написании (*например: Гринберг Дж. – Greenberg J., Чейф У. – Chafe W.*).

Тип библиографической ссылки	Пример оформления библиографической ссылки
<i>Монография, книга, раздел монографии</i>	<p>Basyrov, Sh. R. (2014). <i>Slovoobrazovanie glagolov s reflektivnym kompleksom v tipologicheskom osveshchenii</i> [Formation of verbs with a reflective complex in typological view]. Donetsk: Noulidzh. (In Russ.).</p> <p>Kaliuščenko, V. D. (2000). <i>Typologie denominaler Verben</i>. Tübingen: Niemeyer. (Linguistische Arbeiten. Bd. 419).</p> <p>Nedjalkov, V. P. (ed.), Geniušienė, E. Š., and Guentchéva, Z. (2007). Reciprocal Constructions. In M. Noonan (ed.) <i>Typological Studies in Language</i>. Vol. 71. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. Vol. 1-5.</p> <p>Bessonova, O. L. (2013). Protседury analiza kotseptov pri provedenii sravnitel'no-tipologicheskikh issledovaniy [Conceptual analysis procedures in comparative and typological studies]. In A. E. Levitsky, S. I. Potapenko (eds.) <i>Lingvokontseptologiya: perspektivnye napravleniya</i>. Lugansk: Izd-vo GU «LNU imeni Tarasa Shevchenko». Pp. 87-117. (In Russ.).</p>
<i>Отдельный том многотомного издания</i>	<p>Chernykh, P. Ya. (2002). <i>Istoriko-etimologicheskii slovar sovremennogo russkogo yazyka</i> [Historical Etymological Dictionary of the Modern Russian Language]. Moskva: Russkiy yazyk. Vol. 1. (In Russ.).</p> <p>Velichkovskiy, B. M. (2006). <i>Kognitivnaya nauka: Osnovy psihologii poznaniya</i> [Cognitive Science: Basics of psychology of cognition]: v 2-kh t. Moskva: Smysl: Izdatelskiy centr Akademiya. Vol. 2. (In Russ.).</p>
<i>Статья из сборника</i>	<p>Kremzikova, S. E. (2010). Kommunikativnye situatsii v starofrantsuzskom diskurse [Communicative situations in old French discourse]. In M. A. Marusenko (ed.) <i>Drevnyaya i Novaya Romaniya. Lingvisticheskoe nasledie Sh. Balli v XXI veke: sb. nauchn. st.</i> Sankt-Peterburg. Pp. 40-46. (In Russ.).</p> <p>Pimenova, N. B. (2014). K istorii i tipologii grammatikalizatsii germanskogo artiklya: pragmaticheskie modeli upotrebleniya protoartiklya v gostkom yazke [Towards the history and typology of the article grammaticalization in Old Germanic languages: pragmatic models of the use of proto-articles in the Gothic language]. In N. N. Kazanskiy (ed.) <i>ACTA LINGUISTICA PETROPOLITANA. Trudy Instituta lingvisticheskikh issledovaniy</i>. Sankt-Peterburg: Nauka. Vol. X. P. 1. Pp. 403-428. (In Russ.).</p> <p>Iagupova, L. (2013). Idiomatisierte Präfixsubstantive mit ge- im Mittelhochdeutschen // <i>Semantik und Pragmatik im Spannungsfeld der germanistischen und kontrastiven Linguistik</i>. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang. S. 183-193. (Donezk Studien zur Germanistik, kontrastiven und diachronen Linguistik. Bd. 1).</p>
<i>Журнальная статья</i>	<p>Lenets, A. V., Alekseev, A. V. (2014). Istoriya issledovaniya leksicheskikh sokrashcheniyi v germanskikh yazykakh [History of the lexical abbreviations research in the Germanic languages]. In <i>Vestnik Nizhegorodskogo</i></p>

	<p><i>gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta imeni N. A. Dobrolyubova</i>. No 28. Pp. 11-22. (In Russ.).</p> <p>Petrenko, A. D. (2014). Sotsiofoneticheskie aspekty yazykovoy variativnosti [Socio-phonetic aspects of language variation]. In N. V. Izotova (ed.) <i>Izvestiya Yuzhnogo federalnogo universiteta</i>. No 4. Pp. 150-161. (In Russ.).</p> <p>Atkinson, D. (2007). Alignment and interaction in a sociocognitive approach in second language acquisition. In H. Byrnes (ed.) <i>The Modern Language Journal</i>. Vol. 91. Pp. 169-188.</p>
<i>Интернет-ресурсы</i>	<p>Molchanova, G. G. (2015). Kommunikativno-funktsionalnaya teoriya perevoda kak vid variativnoy interpretatsii deistvitelnosti [Communicative functional theory of translation as a form of interpretation of reality]. In <i>Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19. Lingvistika i mezhkulturnaya kommunikatsiya</i>. No 3. Pp. 9-21. Available at: http://www.ffl.msu.ru/research/vestnik/. (accessed: 22.02.2014). (In Russ.).</p> <p>Canagarajah, A. S. (2011). Multilingual Communication and Language Acquisition: New Research Directions. In <i>The Reading Matrix</i>. January 2011. Vol. 11. No 1. Available at: www.readingmatrix.com/.../january_2011/canagarajah_wurr.pdf. (accessed: 26.02.2014).</p>
<i>Материал на CD или DVD</i>	<p>Henry, O. (2003). Cabbages and Kings. In <i>English and American Literature / CD-ROM</i>. P. 3. Digitale Bibliothek Band 59. Berlin.</p>

8. СОПРОВОДИТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ

Для публикации статьи в научном журнале «STUDIA GERMANICA, ROMANICA ET COMPARATISTICA» автору необходимо предоставить следующую информацию (e-mail: zhurnal.sgrc@donnu.ru):

1. Статью (в электронном виде – название файла латинскими буквами фамилия автора, напр.: ivanov_statya.doc или ivanov_statya.docx).
2. Анкету (в электронном виде – название файла латинскими буквами фамилия автора, напр.: ivanov_anketa.doc или ivanov_anketa.docx).
3. Скрин отчета об оригинальность статьи. Уникальность статьи не должна быть ниже 85%.

АНКЕТА

	На русском языке	На английском языке
Фамилия, имя, отчество (полностью)		
Ученая степень, учёное звание (если имеются)		
Почетные звания (если имеются)		
Должность и структурное подразделение (полное название должности и структурного подразделения организации в именительном падеже)		
Организация, где работает или учится автор (полное название в именительном падеже, почтовый индекс, адрес – с официального сайта)		
	На русском языке	
Номера контактных телефонов автора и адрес электронной почты (личные или служебные)		
Специальность, которой соответствует содержание статьи		

3. Отзыв научного руководителя для авторов без учёной степени (отзыв заверяется кадровой службой или ученым секретарем по основному месту работы и основной печатью организации).

9. О РЕЦЕНЗИРОВАНИИ

Все научные статьи подлежат обязательному независимому (внутреннему) рецензированию и научному редактированию. Организует независимое (внутреннее) рецензирование главный редактор, привлекая специалиста (доктора или кандидата наук), имеющего наиболее близкую к теме научную специализацию. Рецензент одновременно является научным редактором статьи.

Рецензирование проводится конфиденциально.

Рецензент несет ответственность за содержание и качество рецензии. Рецензент может дать одну из трех итоговых рекомендаций:

1) **статья может быть рекомендована к печати** без исправлений или с незначительными исправлениями;

2) **статья требует повторного рецензирования**, поскольку содержит существенные недочеты, которые должны быть устранены автором;

3) **статья не рекомендуется к публикации**, поскольку не отвечает критериям, предъявляемым к научным статьям.

Статья, не рекомендованная рецензентом к публикации и отклоненная редколлегией, к повторному рассмотрению в прежнем виде не принимается. Она может быть вновь рассмотрена лишь в случае ее существенной переработки автором.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

***STUDIA GERMANICA, ROMANICA
ET COMPARATISTICA***

Том 21 Выпуск 4 (70) 2025

Язык издания: русский, английский, немецкий и др.

Компьютерная верстка: О. А. Гринева.

Электронная версия научного журнала
размещена на официальном сайте <https://dongu-sgrc.ru>.

Формат 60×84/8.
Усл.-печ. л. 17,2.

Донецкий государственный университет
283001, г. Донецк, ул. Университетская, 24.