

Федеральное агентство по образованию
государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Уральский государственный педагогический университет»



ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ

Научное издание

3'2009

Екатеринбург – 2009

УДК 400
ББК Ш 100.3
Л 59

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

доктор филол. наук, профессор А. П. ЧУДИНОВ

Редакционная коллегия:

доктор филол. наук, профессор Н. Б. РУЖЕНЦЕВА,
кандидат филол. наук, доцент М.Б. ВОРОШИЛОВА,
кандидат филол. наук, доцент С.А. ЕРЕМИНА

Л 59 Лингвокультурология. Выпуск 3 / Урал. гос. пед. ун-т;
Главный ред. Чудинов А. П. – Екатеринбург, 2009. – 208 с.

Общие задачи издания: обмен новейшей информацией в области лингвокультурологии, в сфере взаимоотношений языка, культуры и общества. Сборник предназначен для ученых-языковедов всех специальностей, он может представлять интерес для преподавателей, аспирантов и всех тех, кто интересуется проблемами языка и культуры.

УДК 400
ББК Ш 100.3

Благодарим РГНФ за материальную поддержку проекта (грант 07-04-02002а)

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ ВЫПУСК 3

Подписано в печать _____. Формат 60x84/16.
Бумага для множительных аппаратов. Печать на ризографе.
Усл. печ. л. – _____. Тираж 100 экз. Заказ _____
Оригинал макет отпечатан в отделе множительной техники
Уральского государственного педагогического университета
620017 Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26
E-mail: uspu@uspu.ru

P.S. Статьи выходят в авторском варианте, редакция не несет ответственности за их содержание и оформление.

ISBN 5-7186-0287-5

© Лингвокультурология, 2009

СОДЕРЖАНИЕ

Абрамова И. А. Екатеринбург, Россия	Формирование концепта «язык» в сознании учащихся: анализ школьных учебников	5
Антонова Ю.А. Екатеринбург, Россия	Прагмалингвистические основы ребрендинга	10
Белов Е.С. Челябинск, Россия	Метафорика внешнеполитического дискурса как предмет интердисциплинарного исследования	15
Веснина Л.Е. Екатеринбург, Россия	Милитарная метафора, представляющая образ мигранта в отечественных СМИ	27
Ворошилова М.Б. Екатеринбург, Россия	Концепт «небо» в поэтическом творчестве рок-группы «Ночные снайперы»	35
Горина Е.В., Лазарева Э.А. Екатеринбург, Россия	Интернет-издание как текстовой феномен	48
Дзюба Е.В., Тарасенко Е.О. Екатеринбург, Россия	Концепты интеллектуальной сферы в русском, английском и французском языках (на материале пословиц и поговорок)	62
Еремина С.А., Орлова А.П. Екатеринбург, Россия	Стереотип «речевая деятельность» в народном языковом сознании (по данным пословиц, собранных В.И. Далем)	68
Кабаченко Е.Г. Екатеринбург, Россия	Концепт «учитель» и «ученик» в сознании современных педагогов (образный компонент)	83
Каслова А.А., Шебалов Р.Ю. Екатеринбург, Россия	Проектный метод в преподавании русского языка как иностранного в российском педагогическом вузе: к проблеме	92

	формирования открытого образовательного пространства	
Квят А.Г. Омск, Россия	Метафорические модели позиционирования товаров и услуг	96
Креймер Л.А. Тель-Авив, Израиль	Лингвокультурологический аспект пословиц и поговорок на иврите и русском	106
Лалетина А.Ф. Екатеринбург, Россия	Культурообразующее значение мультипликации	142
Малюкова Д.С. Томск, Россия	Применение языковых средств манипулирования при реконструировании психологического образа политика в современном дискурсе	148
Попов Л.Н. Екатеринбург, Россия	Педагогическое взаимоотношение: неравновесие равновесного	156
Стуликова Ю.А. Екатеринбург, Россия	Диалектный театр Тосканы в поисках графического кода	161
Надель-Червиньска М. Катовице, Польша	Структура вселенной (мета-языковые аспекты) и мифологические истоки современной науки	170
Юдина С. А. Екатеринбург, Россия	Коммуникативные аспекты профессиональной деятельности	196

Сведения об авторах

203

Абрамова И. А.
Екатеринбург, Россия

**ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПТА «ЯЗЫК»
В СОЗНАНИИ УЧАЩИХСЯ:
анализ школьных учебников**

***Аннотация.** Знания человека о мире представляют собой систему определенных концептов, а язык – это кодирование языковыми средствами картины мира. Поэтому концептуальный подход способствует формированию наиболее полной картины мира в языковом сознании и становлению индивида как личности. Таким образом, русский язык в системе образования занимает особое место. Анализ концепта «язык» в школьных учебниках выявил как положительные, так и отрицательные моменты.*

***Ключевые слова:** концепт, русский язык, метафора, школьный учебник, язык – культурная ценность, язык – национальный феномен.*

Abramova I.A.
Ekaterinburg, Russia

**DEVELOPMENT OF THE CONCEPT LANGUAGE IN THE
MINDS OF PUPILS: analysis of school textbooks**

***Abstract.** Knowledge of a person about the world make a system of concepts, while language is coding of the language world picture by language means. Conceptual approach stimulates development of a more detailed world picture in the mind of a person. The Russian language takes an important place in the system of education. Analysis of the concept “language” in school textbooks revealed both positive and negative features.*

***Key words:** concept; the Russian language; metaphor; school textbook; language as a cultural value; language as a national phenomenon.*

Современная лингвистика отличается тем, что ее внимание обращено не столько к системе языка, сколько к человеку, овладевающему этой системой и реализующему ее в своей деятельности. Знания людей об объективной действительности организованы в виде концептов, абстрактных ментальных структур, отражающих различные сферы деятельности человека. Человек мыслит концептами.

Язык, как известно, является одним из компонентов культуры продуктом социальной активности человека и одновременно одной из форм созданной человеком культуры. В языке отражается весь познанный и практически освоенный человеком мир, а также сам человек как часть этого объективно существующего мира. В этом смысле языковая личность – это некое звено, соединяющее реально существующий мир и язык, отражающий этот мир.

Завершенная, однозначно воспринимаемая картина мира возможна лишь на основе установления иерархии смыслов и ценностей для отдельной языковой личности. О картине мира в голове человека позволяют судить не столько отдельные слова, сколько принципы группировки и классификации понятий, находящих формальное выражение в системе языка. Картина мира складывается из отдельных ее фрагментов. Поэтому система информации о мире представляет собой концептуальную систему, то есть систему определенных концептов, представлений человека о мире. Данная система конструируется самим человеком как членом когнитивной общности. Соотнесение языка и окружающей действительности, осуществляемое концептуальной системой, – это кодирование языковыми средствами определенных фрагментов картины мира. Выделение концепта как ментального образования – это закономерный шаг в становлении антропоцентрической парадигмы современного образования. Язык является одним из путей формирования концептов в человеческом сознании. Образование концептов возникает благодаря тому, что человек вынужден адекватно отражать факты действительности в своем сознании, без чего невозможна реальная ориентация человека в мире и познание им этого мира. Реализация концептуального подхода обеспечивает формирование наиболее полной картины мира в языковом сознании и становление индивида как личности.

Концепты - это идеальные сущности, которые формируются в сознании человека из непосредственного чувственного опыта (органы чувств); из непосредственных операций человека с предметами (предметная деятельность); из взаимодействия при помощи мыслительной деятельности с другими уже сформированными концептами; из языкового общения [Попова 2001].

В лингвокультурологии делается акцент на ценностном аспекте концептов сознания. В структуре концепта выделяются

три составляющие: понятийная, образная и значимостная [Воркачев 2007: 236].

В системе образования русский язык занимает особое место, что обусловлено его социальной значимостью.

Будучи государственным языком Российской Федерации, русский язык входит в федеральный компонент учебного плана. Он является обязательным учебным предметом всех общеобразовательных школ. Как учебный предмет русский язык выступает средством развития логического мышления, нравственной, эстетической и коммуникативной культуры учащихся, влияя на качество усвоения других школьных предметов. Кроме того, велика роль русского языка в развитии памяти, внимания, наблюдательности и других свойств личности.

С помощью языка человек овладевает культурным наследием и культурой современного общества.

Русский язык в школе выполняет две функции: он является, во-первых, предметом изучения и обучения ему и, во-вторых, средством изучения всех остальных предметов. Кроме того, русский язык – величайшая сокровищница национальной духовной культуры русского народа, хранилище его духовно-нравственных представлений и идеалов.

Мы проанализировали действующие учебные комплексы по русскому языку с целью определения условий формирования концепта «язык» в сознании учащихся 5-6 классов.

Значимостная составляющая концепта определяет место, которое занимает имя концепта в лексико-грамматической системе языка. Ядерной лексемой лексико-семантического поля учебников, соответствующего концепту «язык», является лексема «язык». Ближнюю периферию составляет лексема «речь», к дальней периферии можно отнести лексему «слово», к крайней периферии – лексему «голос».

Понятийная составляющая концепта представлена в учебниках наибольшим числом вербализаций дефиниционного признака «социальная маркированность». В учебных текстах говорится, что «язык – духовное богатство народа. ... Чем глубже человек знает оттенки родного слова, тем больше подготовлен к овладению языками других народов»; что «русский язык – язык русского народа».

Дефиниционный признак – неограниченная семантическая мощь языка – представлен достаточно широко: «Русский язык необыкновенно богат», «Для всего в русском языке есть

великое множество слов»; «Нет ничего такого в жизни и в нашем сознании, что нельзя было бы передать словом. ...Нет таких звуков, образов и мыслей – сложных и простых, – для которых не нашлось бы в нашем языке точного выражения» и т.д.

Признак «манифестация в речи» репрезентирован употреблением имени концепта в сочетании с глаголами, обозначающими речевую деятельность в словосочетаниях типа «говорить на каком-либо языке»: «Есть на свете люди, которые знают много разных языков. И умеют на них говорить. Таких людей не так уж и мало. Это очень здорово – понимать разных людей и уметь с ними разговаривать»; «С огромным трудом удавалось потом научить их говорить по-человечески».

Признак эволютивности в текстах учебников представлен единичными примерами: «...язык беспределен и может, живой, как жизнь, обогащаться ежеминутно».

Образная составляющая концепта «язык» формируется когнитивными метафорами, основной из которых является «перенос имени «язык» с обозначения артикуляционного органа на обозначение знаковой системы» [Полиниченко 2004: 8]. В учебных текстах наиболее частотна пространственная метафора, имеющая источником лексему «язык». Язык представляется как пространство особого рода – хранилище: «Для всего в русском языке есть великое множество хороших слов». Язык как хранилище характеризуется богатством: «Русский язык необыкновенно богат; для всего в русском языке есть великое множество хороших слов». Говорится, что язык – это кладовая, которая хранится в языковом сознании носителей языка: «Представьте себе, что в памяти людей имеется огромная «кладовая». Эта огромная, сложно устроенная «кладовая» и есть язык».

Реиморфная метафора представлена «жидкостным» типом метафоры: «Целое море слов, шумный океан речи подхватывает его там, за широкими дверями»; «...ребенок еще не научился говорить, а его чистый слух уже ловит журчание бабушкиных сказок, материнской колыбельной песенки. Но ведь сказки и прибаутки – это язык».

В учебных комплексах язык представлен как орудие («обращайтесь почтительно с этим орудием»), как инструмент («язык – инструмент, необходимо хорошо знать его, хорошо им владеть»).

К генерализирующей метафоре можно отнести употребление метафоры «язык – собственность»: «Чем глубже человек

познает оттенки родного слова, тем больше подготовлен к овладению языками других народов».

Анализ концепта «язык» в школьных учебниках показал, что все составляющие концепта в учебных книгах представлены. Однако содержание составляющих концепта представлено скупо. Мы полагаем, что для осознания языка как культурной ценности, как концепта, в содержании курса необходимо представить наряду с общими сведениями о языке его характеристику как национального феномена (отражающего характер исторического и духовного развития народа, а также являющегося материальной и духовной ценностью общества); в методике преподавания осуществить принцип воспитывающего обучения через цель воспитания интереса и любви к родному языку посредством разнообразных методических приемов (в том числе «языковую ретроспективу как обращение к отдельным фактам, явлениям, тенденциям языка путем исторического комментария» [Теория и практика обучения русскому языку 2008: 15], обращающих внимание учащихся на национальное своеобразие фразеологизмов паремий; задания, которые помогают сравнить фразеологизмы русского языка и фразеологизмы изучаемого иностранного языка; задания, направленные на рассмотрение истории возникновения фразеологизмов и т. д.). Необходимо создавать условия для творческих работ и активной коммуникации учащихся, для дискуссионного обсуждения ими вопросов родного языка. Кроме того, необходимо привлекать внимание учащихся к языку как ценности, как элементу культуры через обращение к текстам из произведений художественной литературы, к высказываниям выдающихся русских и зарубежных писателей и педагогов о русском языке.

ЛИТЕРАТУРА

Лингвокультурный концепт: типология и области бытования [под общ. ред. проф. С. Г. Воркачева] – Волгоград: ВолГУ, 2007. 400 с.

Полиниченко Д. Ю. Естественный язык как лингвокультурный семиотический концепт: Автореф. дис... канд. филол. наук. – Волгоград, 2004. 22 с.

Попова З. Д. Лексическая система языка [З. Д. Попова, И. А. Стернин] – Воронеж: Наука, 2001. 215 с.

Теория и практика обучения русскому языку [под ред. Р. Б. Сабаткоева] – М., 2008.

© Абрамова И.А., 2009

Антонова Ю.А.
Екатеринбург, Россия

ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕБРЕНДИНГА

***Аннотация.** Прагмалингвистический подход позволяет изучить бренд как слово, учитывая фактор адресата, цели и результаты коммуникации. В некоторых случаях бренд приходится менять, то есть производить ребрендинг. В статье даются примеры ребрендинга и показана неразрывная связь маркетингового процесса с лингвистикой и психолингвистическими процессами.*

***Ключевые слова:** бренд, слоган, ребрендинг, лексическое значение слова, лингвистика.*

Antonova Y.A.
Ekaterinburg, Russia

PARALINGUISTIC BASES OF REBRANDIGN

***Abstract.** Pragmatic and linguistic approach makes it possible to analyze brand as a word, taking into consideration factor of addressee, purpose and result of communication. In some cases it is necessary to change brand, i.e. to rebrand. The article gives examples of rebranding and it is proved that marketing is inseparably connected with linguistics and psycholinguistics.*

***Key words:** brand; slogan; rebranding; lexical meaning of a word; linguistics.*

В последнее время исследователи все чаще обращаются к изучению воздействия слова на сознание адресата: лингвисты, психологи, социологи рассматривают приемы массовой коммуникации, способные повлиять на поведение реципиента. Сегодня феномен бренда – это объект рассмотрения маркетинга, связан с ответственностью и экономики. Лингвистика, на наш взгляд, тоже должна внести свой вклад в формирование теории бренда, так как именно торговое имя, облеченное в слово, иногда способно стать причиной коммуникативного успеха/неудачи. Прагмалингвистический подход позволяет нам изучить бренд

как слово с учетом фактора адресата, целей и результата коммуникации.

Бренд имеет несколько составляющих, но на наш взгляд, коммуникативный компонент (название и слоган) является важнейшим, так как именно слово, эмоционально нагруженное или имеющее логическое основание, способно побудить человека к действию. Производители стремятся к тому, чтобы бренд рождал устойчивые ассоциации: «Баунти» – «райское наслаждение», «Coca-cola» - «Новый год» (хотя мало кто знает, что бело-красный костюм Санта Клаусу придумала именно это компания). Причем, как правило, слово-реакция куда как шире, чем само слово-стимул (если следовать обратной логике, то выходит, что для потребителя райское наслаждение это и есть «Баунти» – навешивание ярлыков позволяет формировать устойчивые цепочки в сознании потребителя). К выбору имени компании, к созданию слогана необходимо подходить с чрезвычайной осторожностью, с учетом многих лингвистических факторов (в том числе и межкультурной коммуникации), так как иногда бренд может стать причиной коммуникативных неудач, а для компании обернуться экономическим крахом. Так, например, название и слоган американского шампуня «Vidal Sassoon.Wash & go» в России послужили поводом для шуток, так как созвучны с русскими словами «сосун» и «вошь», что повлекло отсутствие спроса на данный товар и вывод его с российского рынка бытовой химии.

В основе брендинга лежит коммуникативная стратегия позиционирования товара, услуги или лица. При помощи многочисленных императивных коммуникативных тактик в сознании адресата создается положительный образ товара или человека. Но иногда сам бренд, слоган или логотип нуждаются в изменении, так называемом ребрендинге. Проанализировав языковой материал, мы пришли к выводу, что с лингвистической точки зрения можно обозначить несколько причин ребрендинга (смены имени или слогана). Перечислим и рассмотрим некоторые из них.

1. Действие закона эвфонии. Многие бренды, в попытке завоевать рынок определенной страны, забывают о действии закона благозвучия. Так, например, лапша быстрого приготовления «Доширак» в первую неделю трансляции телевизионного ролика имела другое торговое имя – «Досирак». Безусловно, данное слово не могло не породить у определенной части мас-

совой аудитории устойчивый ассоциативный ряд: «Съел «Досирак» и ...». Проведя маркетинговое исследование, производители решили, что продукт будет продаваться лучше, если в нем заменят «неудобный» звук «с». Так и было сделано, уровень продаж данного товара до сих пор очень высок. Но, к сожалению, немногие производители задумываются над фонетической оболочкой бренда и тем, какие ассоциации она порождает, именно поэтому в России так много компаний, которые могли бы увеличить товарооборот, если бы не имя: маска для волос «Калодерма», автомобиль «Форд Мондео», соус-гарнир «Блян».

2. Несовпадение плана выражения и плана содержания. Многие компании в погоне за «красивостью» названия, часто забывают о лексическом значении слова, которое выбирают в качестве торговой марки, что не может не вызвать усмешки. Рекламное агентство «Горгона» (имя мифологического существа, которое убивало всех, кто попадался на пути). Одеколон «Мустанг» (что буквально можно понять как «запах жеребца»). Шоколадные конфеты «Радий» (адресату предлагают «отведать» элемент периодической таблицы Менделеева). Данные бренды не способны в силу несовпадения плана выражения и плана содержания обеспечить коммуникативный успех.

3. Ошибка в выборе местоимения, порождающее уничижение адресата. Героиня-«звезда» ролика косметической продукции «Лореаль» в начале рекламной кампании, улыбаясь с экрана, говорила: «Ведь Я этого достойна». Лицом компании «Лореаль» являлись топ-модели и актрисы Мила Йовович, Пенелопа Крус и другие красивые женщины, которые безусловно «достойны» дорогой косметики. Но копирайтер, создававший текст, забыл о факторе адресата: ролик будут смотреть обычные женщины: домохозяйки, менеджеры, инженеры – так называемая обезличенная анонимная масса, которая стремится хоть чем-то походить на «звезду» экрана, но осознающая свое истинное место и положение: «она достойна, а мы нет». Продажи были очень низки, и рекламодатель, проведя исследование, понял, что местоимение «Я» является тем маркером, которое четко обозначает границу между покупателем и лицом косметической продукции. Компания пошла на эксперимент, заменив «Я» на «Мы все», но и этот шаг не принес особых результатов. И тогда было принято решение ввести в слоган местоимение «Ты». Именно после этого хода был отмечен рост продаж. Адресат рекламного ролика наконец-то начал верить, что именно

для него, а не для голливудской красавицы создается данная косметическая продукция.

4. Изживание слогана, устаревание графического оформления. Многие компании при создании своего бренда рассматривают его «срок жизни», то есть период, когда ценности, предлагаемые брендом, будут востребованы людьми. Со временем эти ценности меняются, и появляется необходимость в изменении бренда. Это и стало основанием для ребрендинга компании «**Beeline**». Бренд можно рассматривать как совокупность вербального и невербального компонента, то есть как креолизованный текст, поэтому считаем необходимым проанализировать не только слоган, но и логотип, а также общий стиль компании. Старый стиль «Билайна» определялся «философией удобства»: насыщенный, но умиротворяющий синий цвет в логотипе и слоган «С нами удобно!» позволили компании к 2004 году вплотную приблизиться по основным показателям к лидеру рынка МТС, но в 2005 году отношение потребителей к сотовой связи изменилось: убеждать кого-то в том, что сотовая связь – это удобно, было бессмысленно, это и так осознал каждый. Именно это стало основанием для того, чтобы в 2005 году «Билайн» произвел ребрендинг. Четко обозначенная целевая аудитория – молодые семьи – определила новую философию компании: с февраля 2005 года бренд стал «эмоциональным», «позволяющим увидеть необычное в обычном». «Агрессивная» полосатая черно-желтая раскраска логотипа и слоган, призывающий: «Живи на яркой стороне!» - увеличили доходы компании на 46%. Для нас же интересным представляется тот факт, что ребрендинг сотового оператора позволил установить крепкую ассоциативную связь: черно-желтая полосатая раскраска вызывает в сознании жителей России одну реакцию – «Билайн». К сожалению, того же не скажешь о другом операторе сотовой связи МТС, который в качестве логотипа выбрал форму яйца. Ребрендинг данной компании многие специалисты называют неудачным. Причем первопричиной провала можно обозначить изначальное «несочетание» в плане содержания «яйца» и «сотовой связи».

5. Перепозиционирование, то есть ситуация, когда необходимо подчеркнуть новое/другое свойство товара или поменять адресата рекламного сообщения. Компания Coca-Cola, основанная в 1886 году, более 100 раз меняла слоган газированного напитка. Акцент был на основном свойстве – утоление жажды: 1904г.- «Вкусно и освежает», 1922г. – «Жажда не знает времени

года», 1932г. – «Пришла жажда – жажду утоли». В некоторых слоганах компания хотела подчеркнуть свое лидерство на рынке: 1917г. – «Три миллиона в день», 1925г. – «Шесть миллионов в день», 1929г. – «Лучший напиток мира в продаже». Причем, опираясь на приведенные примеры, можно говорить о том, что некоторые слоганы – это сиквелы, то есть продолжение идеи, когда-то уже обозначенной. В годы войны, во времена непростой политической ситуации «Кока-Кола» позиционировала себя как национальный «патриотичный» напиток: 1937г. – «Любимое мгновение Америки», 1906г. – «Великий безалкогольный напиток нации», 1943г. – «Универсальный символ американского образа жизни... "КОКА-КОЛА"», 1975г. – «Погляди, Америка, что у нас есть!». С развитием конкурентной борьбы для владельцев компании было важно отметить уникальность и превосходство продукта над аналогами: 1908г. – «Купите истинный напиток», 1938г. – «Лучший друг от жажды всех времен», 1942г. – «Единственное, что похоже на "КОКА-КОЛУ", – это сама "КОКА-КОЛА"», 1964г. – «"КОКА-КОЛА" издает этот особый звук и освежает лучше всех». Часто «Кока-Кола» сопоставлялась с такими истинными человеческими ценностями, как дружба, она давала возможность приобрести друзей: 1935г. – «"КОКА-КОЛА"... это перерыв, собирающий друзей», 1938г. – «Лучший друг от жажды всех времен», 1947г. – «Качество "КОКА-КОЛЫ" — это качество ваших друзей, которым всегда можно верить». Иногда «Кока-Кола» подчеркивала сезонную потребность в газированном напитке, в некоторых слоганах лето, солнце и «Кока-Кола» становились синонимами: 1932г. – «Свет солнца с прохладой льда», 1953г. – «Чудо посреди лета»; 1955г. – «Сверкающая и всеобъемлющая, как солнечный свет».

Проанализировав некоторые причины ребрендинга, мы пришли к выводу, что данный маркетинговый процесс неразрывно связан с лингвистикой, поэтому необходимо учитывать прагмалингвистические параметры при создании слогана, логотипа, названия компании: выбор номинации и восприятие бренда неразрывно связаны с психолингвистическими процессами, межкультурными особенностями, эвфонией слова и зависят от соотношения плана выражения и плана содержания.

© Антонова Ю.А., 2009

Белов Е.С.
Челябинск, Россия

МЕТАФОРИКА ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА КАК ПРЕДМЕТ ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

***Аннотация.** В статье проанализированы зарубежные и отечественные высказывания по внешнеполитическим вопросам с использованием антропоморфной и концептуальной метафоры. Делается вывод о том, что метафора внешнеполитического дискурса – это способ создания и познания картины мира, сферы международных отношений. Политическая метафора оказывает влияние на образное восприятие государства как члена мирового сообщества и субъекта международных отношений.*

***Ключевые слова:** антропоморфная метафора, концептуальная метафора, политический дискурс, внешнеполитический дискурс.*

Belov E.S.
Chelyabinsk, Russia

METAPHORS OF FOREIGN POLICY DISCOURSE AS A SUBJECT OF INTERDISCIPLINARY RESEARCH

***Abstract.** The article presents analysis of foreign and Russian statements on the problems of foreign policy containing anthropomorphic and conceptual metaphors. Metaphor of the discourse of foreign policy is a means of creation and cognition of the world and the sphere of international relations. Political metaphor influences perception of a state as a member of world community and subject of international relations.*

***Key words:** anthropomorphic metaphor; conceptual metaphor; political discourse; foreign-policy discourse.*

Глобальные процессы, происходящие в обществе, неизбежно приводят к расширению контактов и связей членов мирового сообщества. Одной из наиболее сложных схем взаимодействия в современном мире являются международные отношения.

Такие характеристики политической коммуникации, как институциональность и личностный характер находят отражение в

той части политического дискурса, которая содержит или является контекстом для высказываний, иллюстрирующих представления СМИ или официальных лиц о международных отношениях. Именно этот сегмент политической коммуникации, называемый внешнеполитическим дискурсом, мы помещаем в фокус нашего исследования.

В отличие от внутривнутриполитического дискурса, охватывающего политическую жизнь в рамках государственных границ той или иной страны, не принимающего во внимание коммуникативные процессы, происходящие во внешней политической среде, внешнеполитический дискурс страны представляет совокупность коммуникативных событий, посвященных внешнеполитическим проблемам, отношениям с другими государствами, процессам, привлекающим страны к взаимодействию, сотрудничеству, конкуренции и т.д. ради достижения национальных интересов. Таким образом, под внешнеполитическим дискурсом мы понимаем часть общего политического дискурса страны, которая посвящена области внешней политики.

Данный сегмент политического дискурса привлекает внимание исследователей из различных научных областей: лингвистики, политологии, психолингвистики, когнитологии. При этом учитываются достижения теорий дискурса и метафорического моделирования. Усиление интереса к внешней политике и ее языковым проявлениям в публикациях СМИ и высказываниях различных политических деятелей было продиктовано активизацией текущих глобализационных и интеграционных процессов, усиливших роли государств и важность сотрудничества в современном мире в силу существующей взаимозависимости и необходимости осуществления контактов между государствами.

Важными являются выводы исследователей стереотипного восприятия стран друг другом, а также результаты анализа средств создания образа страны. Так, например, в работе Бойко М.А., посвященной функциональному анализу средств создания образа страны, государство рассматривается как коллективный политический субъект, достигается цель по выявлению и комплексному описанию средств и способов реализации дискурсивных стратегий адресанта при конструировании/поддержании образа страны в современных средствах массовой коммуникации. В результате проведенного анализа исследователь приходит к выводу, что авторы статей о США и России используют технику смещения фокусов внимания аудитории путем «выпячивания»

одних фактов и событий и одновременного замалчивания других. Так, например, в журнале «Spiegel» Россия представлена, прежде всего, с позиции внутренних проблем, в то время как при описании Соединённых Штатов приоритетными являются события внешнеполитической сферы [Бойко, 2006: 13].

Автор указанного исследования выявляет факты реализации дискурсивных стратегий пейоризации/мелиоризации образа государства на страницах немецкого журнала Spiegel, результатом чего является профилирование информации, осуществляемое адресантом (автором публикации и/или редакцией журнала). Несмотря на то что в работе М.А. Бойко не было установлено четкой зависимости использования тех или иных стилистических средств от тематики сообщений, представляемой в статьях, и от стремления адресанта добиться строго определенного эффекта, проведенное исследование позволило заключить, что для повышения стилистической выразительности заголовков, немецкие журналисты чаще всего используют различные риторические средства, самым продуктивным среди которых является метафорический перенос, наиболее активно используемый в рубрике «Ausland».

Многочисленные издания СМИ уделяют особое внимание области внешней политики, публикуют статьи, затрагивающие вопросы взаимоотношений стран друг с другом, анализируют существующий миропорядок и динамику его изменения. При этом язык СМИ проявляет высокую степень метафоричности. Как отмечает Т.Г. Скребцова, даже беглый обзор публикаций выявляет большое разнообразие метафор, используемых для структурирования области внешней политики [Скребцова 2002: 2].

Анализ существующих на сегодняшний день научных публикаций показал, что вопросы о роли метафоры в публикациях СМИ и прочих речевых практиках, посвященных внешней политике и международным отношениям, гораздо активнее разрабатываются зарубежными, нежели отечественными исследователями-лингвистами.

Исследование Т.Г. Скребцовой, посвященное анализу метафор современного российского внешнеполитического дискурса, выявляет доминантность «центральной», повсеместно встречающейся метафоры «Государство как человек», в соответствии с которой государствам приписываются определенные,

присущие людям, черты характера и манеры поведения в отношениях между собой.

Идея антропоморфного характера процесса концептуализации международных отношений подтверждается многочисленными примерами, из которых следует, что отношения между государствами строятся по различным моделям социальных взаимоотношений: друзья, соседи, родственники (братья, сестры, супруги), враги, партнеры и т. д.

Следует отметить, что в вышеуказанном исследовании, в соответствии с принципиальным положением теории концептуальной метафоры, рассмотрению подверглись не только и не столько так называемые «живые» метафоры (т. е. языковые выражения, намеренно и осознанно использованные для создания образного эффекта и воспринимаемые читателем в качестве таковых), сколько неосознаваемые, «стертые» метафоры, так как, по мнению автора исследования, именно эти последние отражают конвенционально закрепленные способы языковой концептуализации мира, в данном случае – области международных отношений [Скребцова 2002: 1].

Важным следствием работы Т.Г. Скребцовой является вывод о внутренней упорядоченности и когерентности перцептивных и пространственных метафор, используемых для концептуализации человеческих отношений. Развивая идею центрального положения антропоморфной метафоры в концептуализации внешнеполитической деятельности, исследователь доказывает тезис о том, что международные отношения концептуализируются через категории пространства и понятия, непосредственно связанные с перцептивным опытом человека. Согласно одному из центральных догматов когнитологии, перцептивный и моторный опыт первичен для человеческого сознания и играет огромную роль в осмыслении человеком мира в целом, осуществляя концептуализацию нематериального в терминах привычного физического взаимодействия. Поэтому неудивительно, что человеческие взаимоотношения традиционно описываются с помощью таких оппозиций, как: *близкий – далекий, теплый – холодный, открытый – закрытый, жесткий / твердый – гибкий / мягкий, резкий – мягкий*, а также понятий *острый (конфликт), тесный (связи), натянутый, напряженный, прозрачный (отношения)* и т. д. Использование данных категорий для представления особенностей человеческих взаимоотношений является не чем

иным, как концептуальной метафорой, так как соответствующие слова в своих первичных значениях обозначают определенные физические свойства предметов и особенности их пространственного расположения (постигаемые органами чувств) [там же: 3].

Таким образом, в своем исследовании Т.Г. Скребцова охватывает системы пространственных и перцептивных метафор, антропоморфную метафору, оставляя за рамками исследования многие другие, использующие в качестве сферы-источника такие области, как *спорт, танец, игра, время года* и др., указывая на то, что в отличие от рассмотренных моделей, они не являются регулярными и, кроме того, обладают яркой образностью, свидетельствующей о намеренности и осознанности авторского выбора.

Следует отметить, что большое внимание к сфере внешней политики уделяется со стороны ученых Северной Америки: США и Канады. Разработав Теорию концептуальной метафоры, Джордж Лакофф обратился к проблеме метафорического моделирования как важного стратегического инструмента, оказывающего влияние на внешнеполитические процессы и изложил свои идеи в работе «Метафора во внешней политике: значение метафорического моделирования» [Lakoff 1999].

Исследование выкристаллизовывает доминантные для американского политического дискурса метафоры, используемые для концептуализации отношений США с другими государствами. На примере публикаций СМИ Лакофф выделяет ведущие сценарии метафоризации и вытекающие из этих сценариев следствия. Среди наиболее распространенных метафор ученый выделяет метафору мирового сообщества (страны – люди - члены сообщества людей; территория государства – дом: *We don't want missiles in our backyards*). Международные отношения приравниваются к межличностным, в результате чего ближайшие страны «живут по соседству, в пригородах, соседних районах». Одни страны являют собой друзей или, по крайней мере, дружелюбно настроенных людей, другие предстают врагами или настроенными враждебно «негодьями» (*rogue states* – «государства-изгои», «экстремистские государства»), не соблюдающими нормы поведения и правила совместного проживания в обществе. Вооруженные силы (например, НАТО) играют роль

правоохранительных органов – «полиции». Международные торговые организации переосмысляются в терминах форм делового сотрудничества, в которых страны выступают в роли «деловых партнеров, торговых компаньонов» и пр.

И снова антропоморфная метафора становится отправной точкой для развития широкой сети сценариев и моделей, описывающих страны и отношения между ними. Из модели «Государство - человек» при помощи сферы-источника «личный интерес» следует метафора «Национального интереса». Здоровье человека проецируется на экономическое здоровье страны, военная мощь государства рассматривается в терминах физического состояния человеческого организма. Уровень промышленного развития государства метафорически соотносится с возрастом, зрелостью личности. С помощью данной метафоры, как пишет Лакофф, в политическом дискурсе США просматривается стремление делегитимировать право отстающих в экономическом развитии стран, называемых странами третьего мира и метафорически представляемых «детьми», вступать в спор с «взрослыми» странами и диктовать свои условия в рамках совещательных органов ООН.

Среди прочих выделенных Дж. Лакоффом метафор присутствуют: метафора Клаузевица, в рамках которой война рассматривается как «политика, проводимая другими средствами»; метафора рационального деятеля, (*rational actor model*), в рамках которой решение принимается единственным и рационально мыслящим лидером на основе присущего ему понимания национального интереса государства; метафора баланса сил, сферой-источником которой является физика, основной категорией – сила; а также метафорические модели «Война – это пожар» и «Путь к демократии».

Анализируя употребление указанных метафор в нарративах, посвященных войне в Персидском заливе и кризисе в Косово, Дж. Лакофф демонстрирует имплицитный характер дискурса СМИ, иллюстрируя высокую степень метафоричности языковых выражений, а также доказывает значимость метафорических систем для понимания внешнеполитических процессов и необходимость динамичного развития метафорических моделей в меняющихся дискурсивных условиях.

Среди представителей североамериканского направления в исследовании политической коммуникации следует отметить канадского политолога Уильяма М. Флэника из университета

Торонто. В своем исследовании «Метафорическое моделирование и внешняя политика» У. Флэник предпринимает попытку синтеза теории концептуальной метафоры с достижениями политологии, в частности с теорией международных отношений, аргументирует идею каузальности метафоры в процессах принятия политических решений и ее определяющей роли в политических преобразованиях. Ученый разбивает политический процесс на четыре стадии, образующие последовательный алгоритм:

- 1) определение повестки дня (agenda-setting)
- 2) метафорическое моделирование (metaphorical framing)
- 3) принятие решения (decision-making)
- 4) политическое преобразование (policy change) [Flanik 2008: 5].

Аргументация выдвинутых положений, касающихся роли метафоры в процессе обсуждения политических вопросов и принятия окончательного решения, осуществляется на примере обсуждений в СМИ проблемы противоракетной обороны (ПРО) США. Учитывая факт наличия большого количества противоречивых мнений по данному вопросу, У. Флэник именно метафоре приписывает высокий потенциал воздействия на картину мира адресата, говоря о способности метафоры высвечивать нужные (позитивные) и скрывать неуместные (негативные) адресату смыслы высказывания.

Базируя свое исследование на теории концептуальной метафоры Лакоффа и Джонсона, Флэник демонстрирует механизм взаимодействия понятий сфер-источников и понятий сфер-мишеней, указывая на то, что в результате метафорической проекции (metaphorical mapping) из сферы-источника в сферу-мишень сформировавшиеся элементы сферы-источника (такие как КОНТЕЙНЕР, БАЛАНС, МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ) структурируют менее понятную концептуальную сферу-мишень (с такими понятиями, как ГОСУДАРСТВО, БЕЗОПАСНОСТЬ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ), что и составляет сущность когнитивного потенциала метафоры.

Большой интерес к внешнеполитическим процессам наблюдается среди российских политологов. Как пишут в своей книге Э.Я. Баталов, В.Ю. Журавлева, К.В. Хазинская, особенно важен международный имидж субъекта, складывающийся в странах, обладающих значительной силой, влиянием и возможностью интернационализации сформировавшегося в них имид-

жа данного субъекта [Баталов, Журавлева, Хазинская 2009: 23]. Это касается всех крупных стран, но в первую очередь, конечно, Соединенных Штатов Америки, которые во многом определяют характер и содержание имиджей других стран, государств, политических деятелей и т.п., получающих распространение на всем Западе, да и не только на Западе. Именно этим аргументируют актуальность и значимость своего исследования политологи Э.Я. Баталов, В.Ю. Журавлева, К.В. Хазинская, предпринявшие попытку *комплексного* анализа имиджа России, формировавшегося и трансформировавшегося в США со времени появления Российской Федерации на политической карте мира, прихода в Кремль Бориса Ельцина и до весны 2008 года, когда завершилось второе президентство Владимира Путина.

В центре внимания авторов – американские образы современного российского политического режима («от ущербной демократии» к «новому сталинизму»), внутренней политики («бессильный парламент», «слабые партии», «формальный федерализм»), экономических отношений и экономической политики государства («олигархический капитализм» на «нефтяной игле»), социальной политики («богатые и бедные в вымирающей стране»), современного россиянина («без Бога в душе», «без любви к свободе»), президента РФ («революционер» и «полковник» в московском Кремле), российской армии («бледная тень советского монстра»), роли России в обеспечении международной безопасности («враг» сдается, «угроза» остается), внешней политики страны («имперские амбиции» «региональной державы»).

Само заглавие работы – «Рычащий медведь» на «диком Востоке» (Образы современной России в работах американских авторов: 1992 – 2007 гг.) основано на яркой анималистической метафоре и прецедентном высказывании «дикий Запад» и одновременно с этим является аллюзией к названиям статей американских политологов, специализирующихся на России: «Почему рычит медведь» Р. Пайпса и «Дикий, дикий Восток» Д. Саттера. Исследование носит интердисциплинарный характер, сочетая черты дискурсивного анализа и учитывая достижения когнитивной лингвистики и лингвокультурологии.

Авторы ставили перед собой четыре основные задачи. *Во-первых, исследовать и описать образы постсоветской России, сформировавшиеся в Америке, но получившие распространение далеко за пределами США. При этом они стреми-*

лись показать, как по мере трансформации российского общества и изменения политического курса руководства страны происходило изменение представлений американцев о России и как одни имиджи сменяли другие. Следует отметить, что термины «имидж» и «образ» используются авторами монографии как тождественные и взаимозаменяемые.

Во-вторых, исследовать механизмы формирования рассматриваемых образов. При этом особое внимание уделяется специфике американского общества, ментальности и политической культуре американцев, а также положению и роли Америки в современном мире.

В-третьих, выявить и объяснить причины, обуславливающие характер образов постсоветской России, складывающихся и сменяющих друг друга в Америке на протяжении последних семнадцати лет.

В-четвертых, рассмотреть возможные перспективы и пути эволюции американских образов современного российского общества [Баталов, Журавлева, Хазинская 2009: 16].

Исследователи отмечают, что на протяжении рассматриваемого исторического периода в публикациях американских авторов формировались и получали распространение разные имиджи России, но «ситуация складывалась всегда таким образом, что какие-то из них становились *периферийными*, а какие-то – *доминирующими* и оказывающими наибольшее влияние не только на общественное мнение, но и на государственных деятелей, представителей бизнеса и других лиц, формирующих политику США на российском направлении». Работа ясно показала, что зачастую американские образы России, с лингвистической точки зрения, носят ярко выраженный метафорический характер [Там же: 48].

Важным, на наш взгляд, является вывод ученых-политологов, перекликающийся с одним из постулатов когнитивной лингвистики, об аналоговом мышлении, что, по мнению авторов монографии, связано и с «леностью сознания, и с постоянно дающей о себе знать ограниченной способностью последнего проникнуть в глубину сложных объектов, и со стремлением представить мир, в том числе политический, как систему типологически однородных объектов, облегчающую построение алгоритма управления этим миром» [там же: 130]. Именно используя принцип аналогии, реципиент не использует каждый раз для понимания новые творческие способы, полагаясь на устойчивые

когнитивные структуры. Таким образом, для объяснения явлений политической жизни можно использовать определенные компоненты концептуальной области сферы-источника и, проецируя их на способ восприятия мира сферы-цели, создать у адресата определенный образ ситуации или явления. В дальнейшем, следуя принципу аналогии, адресат будет воспринимать подобную ситуацию заданным образом. Так создаются мифы и стереотипы, являющиеся полезными в одних ситуациях и вредными тогда, когда они не дают возможности неортодоксального подхода к проблемной ситуации.

По мнению авторов исследования, значительную роль в формировании представлений о постсоветской России сыграл образ «поверженного, если не мертвого льва (то бишь медведя), которого можно пнуть лишний раз, не опасаясь не только тяжелого ответного удара, но даже рыка» [там же: 127].

В оценках американских аналитических материалов зафиксированы три важных момента, свидетельствующих об изменении положения России в мире. Во-первых, она вновь заставила считаться с собой другие страны, включая членов «семерки», которая превратилась в «восьмерку», приняв Россию в свои ряды. Во-вторых, она вновь стала проводить активную и самостоятельную внешнюю политику. В-третьих, Россия пусть и медленнее, но «возвращает себе гордость и уверенность».

Авторы вышеупомянутого исследования не обходят стороной и лингвокультурологическую категорию «свой – чужой». Отмечается, что большую (и пока еще мало исследованную) роль в формировании мировой политики и международных отношений играют представления акторов (государств, организаций и других субъектов, действующих на международной арене) о самих себе и о других акторах. В первом случае авторы вводят термин *Я-концепция*, во втором – *образ* или *имидж Другого*. Тем не менее, ученые приходят к выводу, что сложные и динамичные отношения акторов, выступающих на международной арене, не могут быть втиснуты в узкие рамки бинаома «*Друг - Враг*», фиксирующего «высшую степень» разделения акторов. Подвижность подобных условных границ аргументируется тем, что *Чужой* – не обязательно *Враг*, но он по ту сторону «границы», он исповедует другие ценности, иную философию, у него другая «группа крови». Следует иметь в виду, что эти различия не носят тотального (всеохватывающего) характера: можно по отношению к *Другому* быть в чем-то его *Другом*, в чем-то просто

Своим и т.п. Не исключаются и иные идентификации: *Союзник*, *Соперник*, *Партнер* и т.п., но все они могут быть введены в рамки бинарных оппозиций.

В заключение политологи делают ряд теоретически и практически значимых выводов о том, как современная Россия видится американцам. Авторы пишут, что «нынешняя Россия для Америки – не просто *Другая*, но *Чужая* страна и ее интегральный образ – это образ *Чужака*. Со всеми вытекающими отсюда последствиями – политическими, экономическими, культурными, воздвигающими барьеры между Россией и всем западным миром» [Баталов, Журавлева, Хазинская 2009: 99].

Однако, как отмечают авторы, при всех «частичных попаданиях в цель» американские образы современной России дают о ней в целом неадекватное представление и звучат порой оскорбительно для тех ее граждан, которым небезразлично, что думают об их стране и проживающих в ней людях иностранцы.

В связи с этим исследователи предлагают ряд конкретных мер по улучшению американских образов России. Предлагается реализация «рассчитанной на десятилетия многоаспектной стратегии гуманизации российского общества», направленной на повышение реального статуса и авторитета личности, создание возможностей для раскрытия ее творческого потенциала.

Второй путь исправления сложившегося имиджа авторы видят в «самоимджировании», то есть в сознательном и целенаправленном выстраивании позитивного образа России и россиян. Высказывается точка зрения о том, что давая интервью известному зарубежному СМИ, «скорее всего, Дмитрий Медведев руководствовался соображениями имиджевой целесообразности» [Баталов, Журавлева, Хазинская 2009: 90].

Говоря о необходимости оперативно и систематически информировать американскую общественность о событиях, происходящих в России, о ее достижениях в тех или иных областях, авторы работы указывают на важность не просто рассказывать о происходящем, но объяснять его на понятном американцам языке. Причем имеется в виду не английский язык, а использование конкретных, близких им примеров и образов.

В заключение авторы еще раз делают акцент на чрезвычайной опасности, подстерегающей обе страны, да и весь мир, когда доминирующим образом восприятия России Америкой и Америки Россией становится образ *Врага*. Однако, отмечают

исследователи, не стоит забывать и о важности внутренней дифференцированности мира (социальной, политической, культурной, расово-этнической и пр.), имеющей глубокий позитивный исторический смысл, поскольку залогом жизнеспособности мира является единство в многообразии.

Представленный обзор научных публикаций отечественных и зарубежных ученых не является всеобъемлющим, но отражает общие тенденции в изучении внешнеполитического дискурса в рамках интердисциплинарного подхода, интегрирующего достижения когнитивной лингвистики и политологии. Метафоры внешнеполитического дискурса рассматриваются как способ создания и познания картины мира вообще и сферы международных отношений в частности. Внимание также уделяется прагматике метафорических высказываний, каузальной силе политической метафоры и влиянию метафор на образное восприятие государства как члена мирового сообщества и субъекта международных отношений.

ЛИТЕРАТУРА

Баталов Э.Я. "Рычащий медведь" на "диком Востоке": Образы современной России в работах американских авторов. 1992-2007 / Ин-т США и Канады РАН. – М.: РОССПЭН, 2009. - 384 с.

Бойко М.А. Функциональный анализ средств создания образа страны: автореф. дисс. на соискание степени канд. фил. наук. – Воронеж, 2006. - 23 с.

Скребцова Т.Г. Метафоры современного российского внешнеполитического дискурса // *Respectus philologicus* 1(6). 2002.

Flanik M. W. *Metaphorical Framing and Foreign Policy*. – University of Toronto, 2008.

Lakoff G. *Metaphorical Thought in Foreign Policy. Why Strategic Framing Matters*. – University of California at Berkeley, 1992.

© Белов Е.С., 2009

Веснина Л.Е.,
Екатеринбург, Россия

МИЛИТАРНАЯ МЕТАФОРА, ПРЕДСТАВЛЯЮЩАЯ ОБРАЗ МИГРАНТА В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СМИ

***Аннотация.** Милитарная метафора в СМИ служит мощным оружием формирования восприятия образа мигранта как «внешнего врага», «захватчика-варвара». В статье анализируются милитарные метафоры из разных отечественных СМИ, негативно характеризующие миграционные процессы и вызывающие у россиян боязнь покушения со стороны иностранцев на территорию, экономическую и социальную жизнь России. Тем самым СМИ усиливают конфликт и разжигают неприязнь между мигрантами и коренным населением.*

***Ключевые слова:** милитарная метафора, мигрант, миграция, враг, гастарбайтер, СМИ.*

Vesnina L.E.
Ekaterinburg, Russia

MILITARY METAPHOR CREATING THE IMAGE OF MIGRANTS IN RUSSIAN MASS MEDIA

***Abstract.** Military metaphor in Mass Media is a strong means of creation of the image of migrants as “foreign enemy”, “occupant-barbarian”. The article analyses military metaphors from different Russian Mass Media, which characterize negatively migration processes and arousing fear of attempt on the land, economical and social life of Russia. Mass Media make the conflict even stronger and fuel hostility between migrants and residents.*

***Key words:** military metaphor; migrant; migration; enemy; gastarbeiter; Mass Media.*

В последнее время со стороны ученых социально направленных областей знания наблюдается всевозрастающий интерес к явлению миграции: социологи и психологи изучают такие его стороны, как адаптация мигрантов к проживанию в России, процесс социализации детей мигрантов; политологи и экономисты исследуют вопросы миграции с целью выявления роли мигрантов в современном российском обществе и эконо-

мике страны. Нередко можно встретить и филологические работы, посвященные данной проблеме: методические рекомендации по обучению мигрантов русскому языку, лингвокультурологические характеристики понятия «мигрант» и многих других. На данном этапе необходимо выявить составляющие целостного метафорического образа мигранта и миграции, существующих в национальном сознании россиян. В данной работе рассматривается одна из наиболее продуктивных метафорических моделей формирования образа мигранта и миграции в российских СМИ, основанная на понятийной сфере социальной субсферы, а именно – милитарная метафора «мигрант – это внешний враг, угроза для России».

По определению А.П.Чудинова, «метафорическое моделирование – это отражающее национальное самосознание средство постижения, рубрикации, представления и оценки какого-то фрагмента действительности при помощи относящихся к совершенно иной понятийной области сценариев, фреймов и слотов» [Чудинов 2003: 104]. Можно добавить, что метафорическое моделирование – это еще и мощнейшее оружие формирования восприятия какого-либо объекта действительности, особенно если речь идет о явлениях, широко освещаемых в средствах массовой информации, которые в демократическом обществе являются «четвертой властью» и «зеркалом» общественной жизни. Таким образом, милитарная метафора, использующаяся в СМИ для описания темы миграции в России, представляет и без того сложные взаимоотношения мигрантов и коренных жителей как конфликтные, конфронтационные, а самих мигрантов как «внешних врагов».

В ходе внимательного рассмотрения метафорической модели «Мигрант – это внешний враг, угроза для России» мы выделили следующие фреймы.

1. Фрейм «Образ врага»

Метафорические определения мигранта в данном случае затрагивают не только его описание по этническому признаку, но и по характеру угрозы приезжего для коренных жителей страны. В рамках указанного фрейма можно выделить следующие слоты.

1.1. Слот «Этническое лицо врага»

Как ни описывай китайскую диаспору в Екатеринбурге, а пока она захватила только один микрорайон, расположенный вокруг вещевого рынка (Китайская грамота – Время новостей, Не

14, 29.01.01); В связи с проблемой миграции в обществе начинает отчетливо проявляться «охранительная» тенденция... В отношении мигрантов из южных республик экс-СССР, а также Юго-Восточной Азии позиция однозначно негативная (Говорит и показывает народ – Известия, 28.07.03); Азербайджанцев обвиняют в том, что они захватили «хлебные места» (в основном рынки) и живут лучше и других мигрантов, и иных москвичей (Деньги все решали, а не директор рынка – Известия, 12.03.07); В самом деле, ведь в притеснителях российского населения числится далеко не только внешний враг – злой мигрант или коварный горец (Приговор санинспектора – Газета. ru, 31.03.08); Кем мы будем? Кто будет составлять наше общество через десять лет? «Азеры», «чурки», «косоглазые», «русские свиньи», ненавидящие и одновременно боящиеся друг друга? (В России создается образ мигранта-врага – Время новостей, № 69, 22.04.08).

В первую очередь, метафоры этого ряда касаются китайцев, особенно часто их метафорические определения встречаются в статьях, посвященных миграции на Дальний Восток, так как эта часть страны граничит с Китаем, и по статистике такие мигранты занимают первое место в количественном отношении. Далее следуют выходцы с Кавказа и Центральной Азии или, как их принято называть в СМИ, «лица кавказской национальности»: таджики, азербайджанцы, дагестанцы. Причем, как видно из примеров, метафорические единицы, использующиеся при описании кавказцев, имеют негативный прагматический потенциал не только на уровне лексического окружения (типа «коварный горец»), но и на уровне единичных лексем: «азеры», «чурки», «чебуреки», «хачики», «косоглазые», «узкоплечные». Подобные наименования возникают в силу идентификации «своих» и «чужих» на основе внешней инаковости, непохожести мигрантов на обладателей славянской или европейской внешности.

1.2.Слот «Характер угрозы»

В современных отечественных СМИ моделируется образ мигранта, как несомненного потенциального и реального источника всевозможных конфликтов (социальных, религиозных, этнических). Ср.:

Дети мигрантов – лишь одно из возможных лиц многоликкой угрозы для нас и наших детей (Дети чужаков – Газета. ru, 14.05.09); Ирония истории заключается в том, что главную угро-

зу стабильности глобализованного мира видят сегодня в предприимчивых непоседах и переселенцах, то есть тех, кто на заре времен был застрельщиком глобализации (Национальные страхи и будущее глобализации – Время новостей, № 93, 29.05.08); По мнению Анатолия Дмитриева, руководителя исследовательского проекта «Конфликтогенность миграции», миграцию необходимо жестко регулировать, потому что мигранты являются потенциальным источником конфликтов (Анатолий Дмитриев: «Миграцию нужно умело регулировать» – Известия, 12.09.03); Мы регулярно слышим стоны чиновников о засилье мигрантов, которые нарушают законы, не платят налоги и являются благодатной почвой для роста преступности (Некоторые городские сектора экономики уже захвачены иностранцами – Известия, 22.10.04).

Наиболее частотны здесь метафоры, отражающие восприятие мигрантов как угрозу для российской экономики, и это не случайно, так как, приезжая на территорию РФ, переселенцы или гастарбайтеры занимают определенную нишу в экономической сфере, но, стоит отметить, что чаще всего мигранты устраиваются на работу, которой мало интересуется коренное население.

2. Фрейм «Организация военной службы»

2.1. Слот «Специализация воинов»

Метафоры данного слота представляют собой прецедентные названия: из истории Римской Империи, татаро-монгольского нашествия и проч.: *орда, легионеры, гунны*. Ср.:

Если центральная власть и дальше будет заниматься только полицейским регулированием миграции, закрывая глаза на ее социальные и экономические причины, если не озаботится экономическим развитием других регионов, орды мигрантов и дальше будут накрывать столицу (Гостей в столице ждут, но немного боятся – Известия, 06.06.07); Ясно только, что в Москве незаконных мигрантов от 1 до 2 миллионов, в прочих же российских городах обитает еще около миллиона нелегальных иностранных работников. Граждан СНГ – около половины всех «легионеров» (Патентованный арматурщик – Время новостей, № 54, 31.03.05); Ведут себя приезжие так, как на родине никогда себе не позволили, - ну чистые чингисханы хреновы! (Что нам делать со скинхедами? – Известия, Mojohead, 12.11.04); ...держат себя иностранные рабочие около построек, как гунны в завоеванной стране, и решительно не желают считаться ни с

чьими интересами (Шестиэтажные громады (книга «Москва повседневная») – Газета, ru, 01.11.05).

Все используемые прецедентные наименования отражают восприятие мигрантов как захватчиков-варваров, превращающих завоеванные земли в колонии, ср.:

Еще больше сложности с «родной» среднеазиатской миграцией. Она часто носит «колонизальный» характер (Столица России не знает своего настоящего лица – Известия, 17.06.02).

Используются прецеденты, отражающие всю мощь и безусловную победу захватчиков: римские легионеры, завоевавшие весь мир; варвары-гунны, покорившие Римскую Империю; татарская орда, пленившая Русь.

2.2. Слот «Воинские подразделения»

Слот представлен в описании мигрантов и миграционных процессов использованием самого крупного воинского подразделения – армии, так как все мигранты, пребывающие на территории Российской Федерации, воспринимаются как единая и сражающаяся заодно армия – за «место под солнцем» в России. Ср.:

В результате у нас есть многоязычная армия гастарбайтеров, которые имеют на руках все документы для работы, но чем они занимаются и где находятся – этой информацией мы не располагаем (Тянут за язык – Время новостей, № 107, 19.06.08); Собираются в МВД решить и проблему поступления денег от использования рабочих-иностранцев, которых в России сейчас уже целая армия, не дающая, однако, поступлений в казну (Шесть миллиардов долларов от МВД – Время новостей, №130, 23.07.02); При этом молдавские, украинские, узбекские, таджикские, азербайджанские гастарбайтеры составляют многомиллионную неконтролируемую армию нелегальных работников низкоквалифицированного труда (Нация без народа – Газета. ru, 17.10.05).

Подобные метафорические образования, естественно, имеют негативные коннотации, так как речь идет о захватнической и разрушительной силе, а не об освободительной армии.

3. Фрейм «Военные действия и вооружение»

Слот «Военные действия»

Первую группу метафор слота составляют военные действия, предпринимаемые мигрантами в отношении России и россиян, здесь широко используются такие метафорические оп-

ределения: *окупировать, штурмовать, атаковать, завоевать* и мн.др. Ср.:

Гастарбайтеры штурмуют столицу: сейчас доступ к некоторым должностям для москвичей фактически закрыт благодаря сговорчивости гастарбайтеров по части зарплаты (Гастарбайтеры штурмуют столицу – Известия, 27.02.07); Проблема неконтролируемой миграции стоит очень остро и угрожает экономике Москвы. Некоторые городские экономические сферы уже захвачены (Некоторые городские сектора экономики уже захвачены иностранцами – Известия, 22.10.04); По словам Ирины Рукиной, проблема оккупации мигрантами в Москве есть («Они приезжают, рожают детей и захватывают государство» - Известия, 13.01.05).

Мигранты предстают как захватчики определенных социальных, экономических и других сфер жизни страны.

Вторая группа слота «Военные действия» представлена метафорами, отражающими «освободительные» военные манипуляции коренных жителей России против «засилия» мигрантов, чаще всего это: *зачистка, создание фильтрационных лагерей, партизанских отрядов и охранительных заслонов, формирование так называемой «черносотенной дружины»*. Ср.:

Между тем борьба с гастарбайтерами объявлена в Москве чуть ли не основным приоритетом антикризисной политики города (Негражданам мы скажем: «Извини, дорогой!» - Газета.ru, 29.01.09); А то что получается? Мы, русские, не хозяева в своей стране (Чтобы спасти русских нужно создавать партизанские отряды... – Известия, 18.05.04); Станут они (пограничники) единым заслоном и на пути мигрантов и религиозного экстремизма (Налоговое лицо евразийского происхождения – Известия, 12.09.02); Националисты хотят ввести в Нижнем Новгороде антикризисное патрулирование (Черносотенная дружина – Время новостей, № 16, 19.01.09); С 1 апреля иностранцам в России запрещено работать продавцами в палатках, киосках, на рынках, а также «при прочей розничной торговле вне магазинов» (Российские прилавки «освободили» от иностранцев – Известия, 02.04.07); ... г-н Ткачев учреждает «фильтрационные лагеря» для мигрантов. Молодцеватый губернатор Громов поддерживает идею создания «депортационных лагерей» (Управляемая ксенофобия – Газета. ru, 02.11.04).

Очевидно, что метафоры указанного слота наглядно демонстрируют конфликтный характер отношений между «корен-

ными» и приезжими, точнее – восприятие приезжих как злейшего внешнего врага, против которого необходимо вести священную освободительную войну.

4. Фрейм «Начало войны и ее итоги»

Слот «Начало и завершение военных действий»

«Захват» мигрантами территории России представлен в СМИ как процесс свершившийся и заверченный. Ср.:

«Захват рынка труда мигрантами вызывает недовольство у россиян, влечет протестные акции, создает почву для экстремистских проявлений, а в совокупности с растущей безработицей среди граждан России ведет к росту преступности в целом», - резюмировали прокуроры (Голикову представили к экстремизму – Газета. ru, 18.06.09); Есть захватившие землю русскую таджики-мигранты, ушлые евреи, пытающиеся оседлать любой ценой народную инициативу (Автор ЖЖ-жжот (роман А. Житинского «Государь всея Сети») – Газета. ru, 02.08.07); Пока власти решают, что делать с многочисленными мигрантами, оккупировавшими за последние 15 лет торговую площадку и соседние с нею районы, экономисты анализируют последствие закрытия рынка для всей страны (Легкая зависимость – Время новостей, 28.07.09).

Так как «захват земли русской» преподносится в СМИ как факт свершившийся, то данный слот содержит глагольные метафоры будущего времени, пожалуй, лишь при описании усиления позиций мигрантов на «завоеванной территории» и пополнения рядов «свежими силами»:

В частности, по словам г-на Виноградова, в августе в столицу должны пойти «первые эшелоны» трудовых мигрантов, которых город «заказал» у партнеров в Узбекистане и Армении (Личная квота – Время новостей, № 112, 24.07.08).

5. Фрейм «Военное пространство»

Данный фрейм включает в себя неотъемлемые составляющие любых военных операций либо на этапе их подготовки, либо в процессе непосредственного проведения военных действий: полигон, штаб, гетто, фронт и т.п. Ср.:

Российский дальний Восток действительно похож на полигон, где все миграционные процессы протекают наиболее бурно – во многом из-за протяженной границы с Китаем, на которой давно сложился демографический дисбаланс (Привлечь и удержать – Время новостей, № 141, 07.08.02); Вчера на заседании городского «штаба по миграции» чиновники решили, что

столичная квота на привлечение гастарбайтеров в 2008 году не превысит 300 тысяч человек (Придется поработать за двоих – Время новостей, № 212, 20.11.07); По мнению авторов обращения, «китаизация» этих районов «превратит юго-восток столицы в настоящее гетто с затрудненным выездом и преобладанием граждан иностранных государств с совершенно отличным от российского образом жизни и менталитетом...» (Капотня не Шанхай! – Время новостей, 22.07.09); Чиновники и бизнесмены, которым выгоден приток рабочих-рабов, не хочет ничего менять (Трудовой фронт ждет пополнения – Известия, 15.06.06); Кубанские власти первыми в стране создают депортационные лагеря. Внутри «пансионата», рассчитанного на 50 человек, будут «отдыхать», как выразился начальник РУВД края Кучерук, «всякие абреки, хачики и т.д.» (Режимные пансионаты – Известия, 18.04.03).

Особенно часто при описании «военного пространства», организованного мигрантами, в СМИ фигурирует понятие «гетто»: граждане России боятся, что на территории страны появятся кварталы «инородцев» и «иноверцев».

Таким образом, посредством военной метафоры в отечественных СМИ моделируется однозначно негативный образ мигранта. Хотя, стоит отметить, что данная модель не была бы столь продуктивной при описании миграционных процессов, если бы не благодатная почва национального сознания россиян: негативное восприятие «пришельцев» из других стран обусловлено историей России, находящейся в перманентном состоянии войны. Отсюда боязнь граждан РФ покушения со стороны иностранцев не только на территорию земли русской, но и на экономическую и социальную жизнь страны. В результате, крайне сложно сделать вывод о том, просто ли отражают СМИ процессы, происходящие в обществе в отношении мигрантов, или же формируют и направляют их.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации : моногр. / А. П. Чудинов ; М-во образования РФ, Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург : [б. и.], 2003. – 248 с.

© Веснина Л.Е., 2009

Ворошилова М.Б.,
Екатеринбург, Россия

КОНЦЕПТ «НЕБО» В ПОЭТИЧЕСКОМ ТВОРЧЕСТВЕ РОК-ГРУППЫ «НОЧНЫЕ СНАЙПЕРЫ»

***Аннотация.** В статье с использованием методов лингвистического и ассоциативного анализа исследуется отражение общекультурных представлений о пространстве неба в сознании отдельных носителей русской культуры – рок-группы «Ночные снайперы». Концепт «небо» в текстах группы является символом свободы – как внешней, так и внутренней. Небо – модель идеального мира, недостижимого, лучшего. Так в индивидуально-авторском представлении осмыслены универсальные общекультурные знания, и традиционно для русского рока обозначен главный враг неба – власть.*

***Ключевые слова:** концепт «небо», рок-группа, свобода, русский рок.*

Voroshilova M.B.
Ekaterinburg, Russia

CONCEPT “SKY” IN POETIC WORKS OF THE ROCK GROUP “NOCHNYIE SNAIPERY”

***Abstract.** Using methods of linguistic and associative analyses reflection of cultural perception of the sky in the minds of certain bearers of Russian culture – rock group “Nochnyie Snaipery” is revealed. Concept “sky” in the texts of the group is a symbol of freedom, both internal and external. Sky is a model of perfect world, unapproachable, better world. In individual perception of universal cultural knowledge the main enemy of the sky is authority.*

***Key words:** concept “sky”, rock group, freedom, Russian rock.*

Небо – одна из фундаментальных сущностей материального мира, которая занимает центральное место в человеческом сознании, становясь неотъемлемым компонентом духовной культуры наций. Не случайно концепт «небо» современными исследователями характеризуется как ведущий (в иных трактовках: ключевой, базовый), поскольку а) играет важную роль в рамках религиозной, этической, эмоциональной сфер и в области моральных суждений; б) оказывает влияние на оценочную

деятельность представителей языковых общностей; в) образует центры отдельных областей картин мира, отражающих мировоззрение и обыденные взгляды носителей языков [Кривалева 2008: 7]

Образы неба и небесных светил постоянно рассматриваются в работах религиозно-философской, мифокритической, культурологической, искусствоведческой направленности (Дионисий Ареопагит, Иоанн Дамаскин, А. Кун, М. Мюллер, А.Н. Афанасьев, И.И. Срезневский, Д. Фрззер, П.А. Флоренский, С.Н. Булгаков, А.Ф. Лосев, О.М. Фрейденберг, А.Н. Робинсон, Вяч.Вс. Иванов и В.Н. Топоров, Б.М. Гаспаров, Л.В. Соколова и др.) Отдельные аспекты концептосферы «небо» в русле когнитивной лингвистики были исследованы и описаны М.В. Пименовой, Е.Е. Пименовой, А.Т. Хроленко, О.В. Стафеевой, Г.Е. Гуляевой, О.В. Кривалевой и др.

Цель настоящего исследования – рассмотреть, как отразились общекультурные представления о пространстве неба в сознании отдельных носителей русской культуры, а также сопоставить данные представления для выявления индивидуально-авторского в ментальной сущности данного концепта. В качестве материала исследования мы обратились к поэтическому творчеству рок-группы «Ночные снайперы». Такой подход является вполне оправданным, поскольку, как отмечает Н. В. Уфимцева, «именно в значениях, которые «производятся обществом», но функционируют в деятельности и сознании конкретного индивида, мы можем искать особенности мироощущения и самооценки представителя той или иной культуры» [цит. по: Гуляева 2009: 3-4].

Лингвистический анализ любого концепта начинается с выявления и исследования его слов-репрезентантов. Основной репрезентативной лексемой, несомненно, является *небо*.

Толковый словарь русского языка (С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой) дает следующее определение:

НЕБО – 1) видимая над землей атмосфера – пространство в форме свода, купола (звездное небо); 2) место, пространство, где по религиозным представлениям, обитают Бог, ангелы, святые. 3) Обл. верхняя часть чего-либо, потолок [Ожегов, Шведова 2003: 411].

Лексема *небо* в Большом толковом словаре под редакцией С.А. Кузнецова имеет значения:

НЕБО (в одном знач. с ед.) НЕБЕСА 1) Видимое над Землей воздушное пространство (противоп. земля); 2) По религиозным представлениям: место, пространство, где обитают Бог, ангелы, святые и где находится рай [БТС, 2003].

В БТС есть также междоментное значение выражения мольбы, в словаре С.И. Ожегова (1994) указывается на междоментное значение испуга, удивления.

Таким образом, данные толковых словарей позволяют предположить, что в русской языковой картине мира образ неба складывается из двух составляющих – физической и духовной (религиозной). В первом случае небо представляется расположенным высоко над землей воздушным пространством в форме свода, на котором находятся небесные светила. Во втором значении, небо – это обитель Бога, ангелов, святых и спасшихся душ, рай, небесное царство, а значит, выступая в качестве эвфемизмов, лексема «небо» может употребляться в значении «провидение, судьба, Бог».

Для выявления дополнительных признаков концепта «небо», считаем необходимым обратиться к анализу ассоциативного фона понятия. Русский ассоциативный словарь 2000 года предлагает следующие реакции на интересующее нас словостимул (*небо*).

Небо: голубое 201; синее 36; земля 27; солнце, чистое 14; облака 13; в клеточку, высокое 8; облако, ясное 7; самолет, светлое 6; безоблачное, голубое, и земля, над головой, хмурое 5; в клетку, звездное, звезды, синева 4; белое, в звездах, голубизна, мир, мирное, огромное, синее, темное 3; бездонное, в крапинку, высоко, затянуло, лазурное, мечта, летать, низкое, парашют, пасмурное, потемнело, простор, пространство, свод, тучи 2; алое, Аустерлица, багровое, бегемот, безграничное, без конца, бесконечное, внизу, в ночи, в облаках, вода, воздух, вопрос, высокое и родное, глубокое, голубое, с облаками, голубь, далеко, далекое, душа, жимолость, житель, жуткое, звезда, Зевс, зеленое, интересное, космос, красиво, красота, крест, купол, летнее, луна, любовь, малиновое, море, над нами, наоборот, небожно, небосвод, не поступит, НЛО, ноготь, ночь, огляните, люди, окно, осенью, очистилось, полет, прозрачное, птицы, пустота, путь, пятна, радость, разное, разукрашено голубой пастелью, рыбалка, свет, седьмое, серебристое, серое, синь, с овчинку, созвездие, спутник, становится ближе, тошнота, туман,

туча, упало, Франция, хлеба, хорошая погода, яркое 1; [Русский ассоциативный словарь 2000: 362].

По данным анализа статьи ассоциативного словаря отметим:

– во-первых, слово «небо» в русском языке чаще имеет положительную коннотацию: из 127 реакций – 41 положительная, 9 – отрицательная, остальные – либо нейтральные, либо соотносятся с конкретными понятиями, которые не имеют коннотаций.

– во-вторых, в русской языковой картине мира *небо* является первоосновой ряда явлений, таких как состояние погоды, религиозное мироощущение, а также представляет символ безграничной свободы, бесконечности вообще.

Для описания индивидуально-авторской составляющей концепта «небо» мы считаем необходимым обратиться к контекстуальному анализу и выявить основные его репрезентанты. Итак в ходе исследования нами было определено следующее семантическое окружение анализируемой лексемы: вертолет (самолет), холмы, ветер, птицы, дождь, чердак и др.

Боевой *вертолетик* как *стрекоза*.

Ну что наша жизнь? *Холмы, холмы*

В небо и строго назад.

(«Где-то там», 1991)

Использованное автором сравнение традиционно для русского языкового сознания, ведь на фоне бескрайнего неба вертолет превращается в крошечный объект. Традиционность данного сравнения доказывает и анализ словарных дефиниций.

ВЕРТОЛЕТ – летательный аппарат тяжелее воздуха с вертикальным взлетом и посадкой, с горизонтальным несущим воздушным винтом [Ожегов, Шведова 2003]. По внешнему виду вертолет похож на стрекозу.

СТРЕКОЗА – 1) перепончатокрылое насекомое с длинным тонким телом; 2) (перен.) о живом подвижном ребенке; 3) о вертолете (прост. шутл.) [Ожегов, Шведова 2003].

В русском языковом сознании концепт «небо» обладает таким постоянным признаком, как отдаленность: небо, как правило, недостижимо для обычного человека, но существуют предметы, которые позволяют приблизиться (подняться) или достают до неба, и именно вертолет (самолет) в сознании современного человека является таким предметом. Закреплен-

ность в русском языковом сознании данной семантической связи доказывает и анализ словарной статьи ассоциативного словаря (см. выше). Употребление уменьшительной формы слова в анализируемом контексте еще раз актуализирует признак отдаленности неба.

Отметим также, что введение образа холмов не случайно в данном примере. В сказочных текстах часто говорится о горах, лесах и т.д., которые якобы достают до неба. Через такое соединение неба и земли четко прослеживается древняя (мифологическая) схема мироздания.

Но *холмы*, в свою очередь – это символ подъемов и падений, символ трудностей, встречающихся на жизненном пути, и хотя в сказочной традиции горы (холмы) являются чаще непреодолимым препятствием для героя, наши герои устремлены вверх, в небо, зная, что придется идти назад, вниз.

Решительность лирического героя, его уверенная устремленность вверх, подтверждается и использованием военного образа, ведь вертолетик боевой.

Аналогичный прием автор использует и в следующем примере:

Я люблю *самолеты*, люблю *небо*.
И *плечи свободны*, *изогнуты ветром*.
Ты, ты намечен любовью,
Намечен *крылами*.
Изгибы как стрелы,
Как стрелы, как знамя («SMS», 2003)

Данный контекст подтверждает семантическую взаимосвязь между такими языковыми единицами, как *небо* и *самолет*: эти слова употреблены как однородные в рамках синтаксически параллельных конструкций. Автор вновь обращается и к военным образам, на сей раз – образам стрелы и знамени. Но в контексте данного примера автор акцентирует и развивает иной постоянный признак концепта «небо» – безграничность, а значит свободу, выраженные через такие репрезентанты, как ветер и крылья. Таким образом, все обозначенные образы неба, самолета, ветра, крыла, стрелы, знамени в данном контексте объединяются общим значением: это свобода, это стремление вверх, к лучшему.

Также отметим, что данный контекст порождает стойкие ассоциации со следующими образами: парус на яхте, крылья птицы (*плечи свободны*, *изогнуты ветром*), которые, в свою

очередь, традиционно в русской культуре символизируют свободу, стремление к лучшему, движение вверх. Так, в ходе анализа метафорической модели художественного мира в дискурсе русского рока [см. подр.: Шинкаренкова 2005] нами было отмечено, что метафора «*крылья*» в дискурсе русской рок-поэзии актуализирует «стремление рок-героя оторваться от обыденности, подняться над будничными мелочами, стремление вверх, к небу, к Богу, к истине».

Действительно, в дискурсе русской рок-поэзии, как и в мировой поэтической культуре, традиционно образы птиц символизируют красоту, силу, благородство и свободу. «Основой метафорического переноса становятся семы «свободный», «полет», метафора птицы предстает как символ свободы, олицетворение желания избавиться от земной тяжести и подняться в высшие сферы» [Шинкаренкова, 2005].

В ходе анализа контекстуального окружения концепта *небо* мы отметили, что особого внимания в поэзии рок-группы «Ночные Снайперы» заслуживает образ птиц.

Что вас гонит из города в город,
Кто зовёт вас в *небесную даль*?
Певчие птицы зёрна с ладоней
С детства, увы, не приучены брать.

Вьюга за окнами, дождь – не преграда.
Есть в *крыльях* сила, опять не уснуть.
Вас не влечёт ни хвала, ни награда,
Певчие птицы, что гонит вас в путь?

В чердачной пыли заброшенных замков
Уютней, чем в *золоте клеточных спиц*.
И если *пространства*, то не меньше, чем *небо*.
И если *свободы*, то не на двоих.

Певчие птицы, так радостно-больно
Мне наблюдать ваш *свободный полёт*.
Но этот *полёт* так похож на *скитанье*
От "верю" к "не верю", от "верю" к "не верю",
От "верю" к "не верю" и наоборот.

(«Птицы», 1991)

Центральный образ песни – певчие птицы – которые, в одной стороны, символизируют, самих авторов, с другой стороны, – это традиционный образ свободы (только на свободе птица поет). Данный мотив подтверждается и в ходе контекстуального анализа: певчие птицы не приручены человеком, они не едят с руки. Таким образом, автор вновь подчеркивает такой постоянный признак концепта «небо», как свобода.

Певчие птицы зёрна с ладоней
С детства, увы, не приучены брать.

(«Птицы», 1991)

Развивая мотив свободы, в тексте песни «Птицы» автор использует перифраз, построенный как на основе противопоставления, так и на основе метафоризации: с одной стороны, неволя – *золото клеточных спиц* (ср. с определением Большого энциклопедического словаря: *золотая клетка* – богатство, материальное благополучие, роскошь, полученная в обмен на свободу [Прохоров 1991], с другой – свобода – *чердачная пыль заброшенных замков* – старый пыльный чердак, заброшенный старинный замок – образы романтической юности, символизирующие тягу к приключениям, влекущую тайну. И вновь акцентируется отдаленность неба: чердак (или крыша) лишь средство стать чуть ближе.

Но полет певчих птиц для автора – это не только символ свободы, но и символ трудного поиска, борьбы.

Вьюга за окнами, дождь – не преграда.
Есть в *крыльях* сила, опять не уснуть.
Вас не влечёт ни хвала, ни награда,
Певчие птицы, что гонит вас в путь?

Певчие птицы, так радостно-больно
Мне наблюдать ваш *свободный полёт*.
Но этот *полёт* так похож на *скитанье*
От "верю" к "не верю", от "верю" к "не верю",
От "верю" к "не верю" и наоборот.

(«Птицы», 1991)

В данном контексте, с одной стороны, вновь появляется образ зигзагообразного движения (ср.: в небо и строго назад / от "верю" к "не верю" и наоборот.), лирический герой стремится в небо, но некая сила тянет его назад, к брэнной земле; с другой

стороны, появляются образы метеорологических осадков (вьюга, дождь), само небо создает некие препятствия. Теперь автор акцентирует такой постоянный признак концепта *небо*, как недостижимость. В мифологической традиции небо – это пристанище богов, которые не желают пускать в свой мир всех, этот путь открыт лишь избранным.

Таким образом, свобода для авторов предстает и как трудный поиск себя, свобода важна не только внешне, как возможность летать, но и внутренне, как возможность определить себя, найти свою «веру».

Данный мотив поддерживается и в следующем контексте:

Стоит ли в **небо** смотреть,
Если *сердце в тисках*

(«Если б во мне были слёзы», 1990)

Тиски – 1) приспособление для зажима обрабатываемого предмета, детали (слесарные тиски); 2) (перен.) то, что угнетает, сковывает, лишает возможности действовать (в тисках противоречий) [Ожегов, Шведова 2003: 827]. Небо в поэтическом творчестве «Ночных Снайперов» близко и доступно лишь человеку свободному, свободному не только внешне, но главное внутренне.

Небо в текстах группы «Ночные Снайперы» часто предстает как небо Петербурга. В свою очередь Петербург – это традиционный образ русской поэзии, рок-поэзии в частности. Например, в текстах Ю. Шевчука, как отмечают современные исследователи, «петербургский пейзаж – постоянный фон и герой его песен» [Крылова 1999], многие рок-авторы опирались на петербургскую культурную традицию, еще раз показывая, что «Санкт-Петербург – это не только и не столько просто дома, улицы, каналы, сколько его призрачные жители – тени ушедших героев и писателей, петербургское культурное пространство – явление специфическое и во многом элитарное, связанное с «петербургским мифом» и «петербургским текстом», а также эпохой «серебряного века» [Кормильцев, Сурова 1998].

История группы «Ночные Снайперы» начиналась именно с северной столицы, именно поэтому образ города на Неве проходит красной нитью в творчестве коллектива. Основным настроением «петербургских текстов» как классических, так и современных, в том числе и «Ночных Снайперов» является тоска, грусть. Отсюда романтический взгляд на окружающую действи-

тельность и возможность рассматривать *небо* как модель идеального мира, недостижимого и лучшего, таким образом, вновь акцентируется традиционный для русского языкового сознания признак недостижимости неба.

Я не знаю, что опять со мной!
Зову я – *Небо! Небо!*
Где ты, *чёрно-белый* мой король?
Но глупо ждать ответа.
Ночь, сырая *мгла* и раскалённые *угли*,
Но нет тепла.

(«Черно-белый король», 1991)

Эффект присутствующего настроения достигается лексическим окружением слова «*небо*»: *чёрно-белый, мгла, угли*. Таким образом, мы можем говорить о единстве, о сходстве настроений лирического субъекта и неба. Автор проецирует личностные переживания на окружающий мир.

Мотив недостижимости неба по-новому развивается в песне «Питерская» или «Домой»:

В этом городе живет *небо*,
Небу триста лет, оно устало.
А под *небом* воздух из мороза,
Да к тому же с привкусом металла.
Здесь у птиц парализует крылья,
А *Икару* не к чему стремиться.
Новый год приходит годом старым –
Ничего не может измениться.
В этом *небе голубые звезды*,
В этом *небе голубые реки*,
А под *небом* маршируют сосны,
Топорами машут дровосеки.
В этом *небе облака стальные*
В этом *небе замерзают слезы*
А под *небом* не доходят письма,
А доходят так с пометой поздно
В этом городе живет *небо*
Небу триста лет, оно устало
Пулю в лоб себе пустило небо,
Но дышать, увы, не перестало.
А под *небом* было также грязно

Шли дожди, зима, весна и лето
Ничего не может измениться
Все прекрасно, даже это.

(«Питерская» или «Домой», 1995)

В данном тексте *небо* предстает перед нами как одушевленный объект, как главный герой: *небо устало, небу триста лет, пулю в лоб себе пустило небо, но дышать не перестало*. Неба как некая недостижимая мечта умирает и стремится больше не к чему, хотя справедливости ради отметим, что автор оставляет нам маленькую надежду, ведь дышать оно не перестало.

Используя традиционные для концепта «небо» колористические характеристики (голубое) автор акцентирует индивидуально-авторское восприятие, где голубой цвет, ассоциируется с цветом металла и льда (В этом *небе облака стальные* / В этом *небе замерзают слезы*), символизирующими холод, бессердечие, которым заражено небо (А под *небом* воздух из мороза, / Да к тому же с привкусом металла).

Небо стало не просто недостижаемо для лирического героя, оно умерло, его нет, а потому и стремится больше некуда (*Икару не к чему стремиться*), нет ни желания, ни сил.

У птиц парализует крылья.

(«Питерская» или «Домой», 1995)

Парализовать – 1) привести в состояние паралича; 2) (перен.) лишить способности или возможности действовать [Ожегов, Шведова 2003]. Главный символ свободы парализован, лишен способности и даже возможности существовать, свободы нет в этом мире.

Но важно, что теперь недостижаемость неба обоснована не столько его божественным началом, сколько вновь традиционной для русского языкового сознания некой противопоставленностью земле, с одной стороны, и с другой – неразрывной связью с ней.

А под *небом* маршируют сосны,
Топорами машут дровосеки.

(«Питерская» или «Домой», 1995)

Но опираясь на общекультурные знания, авторы вносят и свое индивидуальное: путь к небу уничтожен некими реальными силами власти на земле, не случайно автор обращается к мили-

тарному образу подчинения. *Маршировать* – шагать по-военному [Ожегов, Шведова 2003].

Образ умирающего неба использовался автором и ранее в песне «Столица»:

Я покидаю столицу
раненой птицей
выжженным небом
черной травой
я случилась здесь летом
шелк тополиный
сладость Неглинной
степи Тверской («Столица», 1992)

Ключевым, основным вновь является ощущение печали, утраты создаваемое за счет контекста: *выжженный* – причастие, образованное от глагола *выжечь* – 1) сжечь до конца, целиком; 2) очистить обжиганием, сильным жаром; 3) сделать знак, рисунок на чем-либо [Ожегов, Шведова 2003]. Выжженное небо, черная трава – последствия пожара или, скорее, войны, символ разрушения и смерти. Агрессивно-прагматический потенциал данного образа подтверждается и использованием милитарного образа раненой птицы. Против неба идет война и лирический герой как посланник неба повержен.

Итак, в заключение отметим, что содержание концепта «небо», репрезентированное в текстах рок-группы «Ночные снайперы», формируется как на основе универсальных общекультурных знаний, так и на основе индивидуально-авторских представлений о пространстве неба. Влияние общекультурных знаний отражается в наличии в творчестве данных авторов мифологических (языческих) мотивов. Небо отдаленно и недостижимо, оно противопоставлено брэнной земле и неразрывно связано с ней, в противовес которой оно свободно и безгранично. Индивидуально-авторские представления выражаются в том, как авторы, творчески осмыслив и переработав универсальные общекультурные знания, воплотили их в своих текстах, а именно, обозначив традиционный для русского рока конфликт с властью, по их мнению главный враг неба, власть, несущая подчинение, а значит разрушение.

ЛИТЕРАТУРА

Афанасьев А.Н. Поэтические воззрения славян на природу. Т.1. – М., 1994. - 800 с.

Волошина Т.А., Астапов С.Н. Языческая мифология славян. – Ростов-на-Дону, 1996.

Гуляева Г. Е. Концептуализация неба и небесных тел в рок-поэзии (на материале текстов К. Кинчева и В. Цоя): автореф. дисс. на соискание ученой степени канд. филол. наук (специальность: 10.02.19 – теория языка) – Екатеринбург, 2009.

Кормильцев И., Сурова О. Рок-поэзия в русской-культуре: возникновение, бытование, эволюция // Русская рок-поэзия: текст и контекст: Сборник научных трудов. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 1998. Вып.1. - 32 с. – С. 5-33.

Корнева В.В. Пространственные отношения как отражение национальной картины мира // Межкультурная коммуникация и проблемы национальной идентификации: сб. научн. тр. / Ред. Л.И. Гришаева, Т.Г. Струкова. – Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2002. - 648 с. - С. 371-378.

Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. – М.: Гнозис, 2002.

Кривалёва О. В. Концепты «небо» и «земля» в русской и немецкой языковых картинах мира: автореф. дисс. на соискание ученой степ. канд. филол. наук (специальность: 10.02.19 – теория языка) – Уфа, 2008.

Кузьмина Н.А. Концепты художественного мышления: к постановке проблемы // Проблемы деривации: Семантика. Поэтика. – Пермь, 1991.

Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. – М.: Academia, 1997. - 320 с. – С. 280-288.

Логачева Т.Е. Тексты русской рок-поэзии и петербургский миф: аспекты традиции в рамках нового поэтического жанра // Вопросы онтологической поэтики. Потаенная литература. – Иваново, 1998.

Миронова К.С. Концепт «небо» как часть концептосферы и его отражение в системе русского, английского и немецкого языков // Актуальные проблемы современной лингвистики: Сборник научных статей. – СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 2006. - С. 110–118.

Пищальникова В.А. Концептуальный анализ художественного текста: Учебное пособие. – Барнаул: Алтайский гос. ун-т, 1991.

Подвигина С. М. Национальная специфика лексико-фразеологической вербализации концептов «небо» и «небесные тела» (на материале русского и немецкого языков): Автореферат

дисс.... кандидата филологических наук (специальность: 10.02.19 – теория языка) – Воронеж, 2007.

Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. Изд. 3-е, стер. – Воронеж: Изд-во «Истоки», 2003. - 191 с.

Шинкаренкова М.Б. Метафорическое моделирование художественного мира в дискурсе русской рок-поэзии: дисс... канд. филол. (специальность: 10.02.01 – русский язык) – Екатеринбург, 2005.

© Ворошилова М.Б., 2009

Горина Е.В., Лазарева Э.А.
Екатеринбург, Россия

ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЕ КАК ТЕКСТОВОЙ ФЕНОМЕН

***Аннотация.** В статье исследуются языковые особенности сообщений интернет-изданий – нового типа СМИ, обладающего особыми характеристиками. Такие издания существуют в режим постоянного оперативного обновления, включают гипертекст и нуждаются в особом изучении.*

***Ключевые слова:** интернет-издание, интернет-СМИ, текст, интертекст, гипертекст, печатное издание.*

Gorina E.V., Lazareva E.A.
Ekaterinburg, Russia

INTERNET PUBLICATION AS A TEXT PHENOMENON

***Abstract.** Peculiarities of the language of reports in internet publications – a new type of Mass Media, which has special characteristics, are analyzed. Such publications are in conditions of constant changes, they include hypertext and they should be properly studied.*

***Key words:** internet publication, Internet Mass Media, text, intertext, hypertext, print publication.*

«Интернёт (Internet, Interconnected Networks – соединённые сети) – всемирная система добровольно объединённых компьютерных сетей, построенная на использовании протокола IP и маршрутизации пакетов данных. Интернет образует всемирную (единую) информационную среду – обитель оцифрованной информации. Служит физической основой для Всемирной паутины» (Википедия). Само слово Интернет чаще всего используется для обозначения гигантского объема информации, расположенной в нем, нежели для обозначения физической оболочки сети. Глобальная сеть состоит из огромного хранилища информации, можно сказать, что это огромный сервер (жесткий диск). Вся эта информация для удобства пользования определенным образом систематизирована. Для этого существуют отдельные папки – сайты (ресурсы). Чтобы в этих папках-сайтах можно было ориентироваться, созданы поисковые системы, ко-

торые занимаются анализом совпадений запроса с содержимым этих папок («Яндекс», «Рамблер», «Гугл»).

Поскольку Интернет давно стал особым миром человека, он привлек внимание огромного числа исследователей и в том числе лингвистов. Отдельному изучению подвергаются разнообразные тексты Интернета (Лазарева 2008, Лазарева, Тельминов 2008), язык Интернета (Горошко 2006, Трофимова 2004), дискурс Интернета (Галичкина 2001, Кондрашов 2004, Леонтович 2000), Интернет-коммуникация (Горошко 2006), параграфемика в Интернете (Донскова 2004) и множество других аспектов. Появляется новая область знаний, которую исследователи называют «лингвистикой Интернета» (Горошко 2006). На наш взгляд, отдельного изучения заслуживают тексты представленных в Интернете СМИ и рекламных сообщений. Передовые технологии, развитие Интернета и увеличение числа его пользователей приводит к тому, что знакомые формы произведений, размещенных в Интернете, приобретают новые свойства, становятся особым типом сообщений. Таким образом, Интернет накладывает отпечаток на известные и изученные лингвистические факты. Теория текста, например, рассматривается в новом аспекте, когда текст оказывается в новых условиях существования, создается по новым принципам и по-новому воспринимается адресатом. Именно технические возможности позволяют создать непривычные ситуации взаимодействия АВТОР–ТЕКСТ–АДРЕСТ и таким образом обогатить свойства самого сообщения. На наш взгляд, данные изменения видны в Интернет-СМИ. Обратимся к их характеристике, нам представляется, что изучение особого типа текстов СМИ в Интернете необходимо проводить на основе классических положений трех теорий: текста, интертекстуальности и гипертекста.

Развитие книговедения, издательского дела, психологии и психолингвистики, коммуникативистики, лексикографии, социологии, текстологии, поэтики, семиотики, герменевтики и других наук привело к становлению теории текста и возникновению разных подходов к описанию объекта исследований. Текст сегодня понимается как единица динамическая, организованная в условиях реальной коммуникации (Валгина 2003). Хотя многие ученые сходятся, что единого, устраивающего всех определения текста нет (Бабенко 2000, Кубрякова 2001, Чувакин 2004), самым распространенным определением служит наиболее емкая характеристика, данная И.Р.Гальпериным: «Текст – это произве-

дение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку» [Гальперин 1981: 18]. Теория текста в первую очередь дает наиболее полное описание признаков текста, его свойств и функций. Ю.М. Лотман среди основных характеристик текста выделял выраженность (зафиксированность в определенных знаках), отграниченность (противостояние другим материально выраженным знакам, не входящим в состав текста), структурность (иерархичная внутренняя организация) (Лотман 1996). Среди обязательных свойств текста сегодня выделяются связность, отдельность, целостность, завершенность, модальность (Валгина 2003, Гальперин 1981, ЛЭ 1990, Лазарева 1993, Майданова 1987).

Особое внимание уделяется процессу восприятия текста (Валгина 2003, Лотман 1992, Зимняя 1961, Зорькина 2003). Выделяется коммуникативная функция текста, которая, по мнению А.А. Чувакина (2004), является основой для всех остальных функций текста (социальной, системной, регулятивной, когнитивной, эмоциональной, референциальной; способа хранения и передачи информации, отражения психической жизни индивида, продукта определенной исторической эпохи, формы существования культуры и др.). В вопросах восприятия текста адресатом ученые сходятся в той мысли, что «текст существует как источник излучения, как источник возбуждения в нашем сознании многочисленных ассоциаций и когнитивных структур (от простых фреймов до гораздо более сложных ментальных пространств и возможных миров). Текст в силу этого свойства показателен именно в том, что из него можно вывести, заключить, извлечь. Он являет собой поэтому образец такой сложной языковой формы, такого семиотического образования, которое побуждает нас к творческому процессу его понимания, его восприятия, его интерпретации, его додумывания – к такого рода когнитивной деятельности, которая имеет дело с осмыслением человеческого опыта, запечатленного в описаниях мира, служащего сотворению новых ступеней познания этого мира» [Кубрякова 2001: 81]. Также текст как необходимый компонент для развития и во-

обще возникновение мышления рассматривался Бахтиным (1975).

Итак, текст сегодня воспринимается как материально выраженное (выраженное при помощи конкретных знаков), связанное, законченное, отдельное, оценочное, структурное построение, несущее коммуникативный замысел говорящего, призывающее адресата к мыслительной деятельности и включенное в дискурс.

Вторая, интересующая нас теория, – это теория интертекстуальности. Использование понятия «интертекст» плодотворно для описания нового типа сообщений, «живущих» в Интернете. Мы рассматриваем газеты, представленные в Интернете, и говорим, что сложный текст Интернет-издания, постоянно меняющийся, обновляющийся, дополняющийся новыми сообщениями, то есть интертекст. При этом мы считаем совокупный текст Интернета, сам Интернет, гипертекстом.

Классическое определение интертекстуальности и интертекста, дано Р. Бартом: «Каждый текст является интертекстом; другие тексты присутствуют в нем на различных уровнях в более или менее узнаваемых формах: тексты предшествующей культуры и тексты окружающей культуры. Каждый текст представляет собой новую ткань, сотканную из старых цитат. Обрывки культурных кодов, формул, ритмических структур, фрагменты социальных идиом и т.д. Все они поглощены текстом и перемешаны в нем, поскольку всегда до текста и вокруг него существует язык. Как необходимое предварительное условие для любого текста интертекстуальность не может быть сведена к проблеме источников и влияний; она представляет собой общее поле анонимных формул, происхождение которых редко можно обнаружить, бессознательных или автоматических цитат, даваемых без кавычек» («Википедия»). Таким образом, жизнь человека, окружающий мир – это огромный сложный текст, где все новое образуется на базе уже сказанного, в результате сопоставления отдельных частей, то есть мир – это сложный текст, состоящий из великого множества комбинаций уже давно существующих высказываний. Таким образом, Р.Барт предлагал различать понятия «текст» и «произведение», понимая под текстом огромное количество смыслов, «смысловую бездонность», а под произведением – некое частное представление одного из смыслов текста, облеченное в определенную форму, завершённую семантическую структуру (Лазарева – в печати, Пьеге-Гро 2008).

Базируясь на идее Барта, теоретик постструктурализма Ю. Кристева ввела термин «интертекстуальность» в анализ художественного произведения постмодернизма: «Для познающего субъекта интертекстуальность – это понятие, которое будет признаком того способа, каким текст прочитывает историю и вписывается в нее» [Kristeva 1974: 443].

Под гипертекстом понимается набор множества сообщений, соединенных друг с другом разного рода ссылками, это такая форма организации текстового материала, при которой его единицы представлены не в линейной последовательности, а как система явно указанных возможных переходов, связей между ними (Википедия). В основе гипертекста лежит ассоциативная связь между разными сообщениями, это принцип «ветвящихся текстов». Гипертекстом можно считать не только Интернет но и, например, энциклопедию, где статьи размещены в определенном порядке, но взаимодействуют друг с другом, гипертекст – это и любая книга с предметным указателем, любой справочник и вообще текст, чьи фрагменты взаимодействуют друг с другом [Субботин 1991].

Говоря об интернет-издании, мы имеем в виду, что само сложное пространство Интернет – это гипертекст, внутри которого представлено огромное количество самых разнообразных сообщений (текстов в классическом понимании теории текста). Сейчас наиболее популярные услуги Интернета это: веб-форумы, блоги, Вики-проекты (например, Википедия), интернет-магазины, Интернет-аукционы, социальные сети, электронная почта, группы новостей, файлообменные сети, электронные платежные системы, интернет-телевидение, интернет-реклама, поисковые системы. Мы рассматриваем интернет-издания (газеты) и отмечаем, что совокупность сообщений интернет-газеты является интертекстом, состоящим из отдельных произведений (по Барту) или текстов (по теории текста). Предметом нашего изучения становятся особенности сообщений газет, представленных в Интернете. Учитывая интертекстуальность интернет-СМИ, можно перечислить некоторые свойства сообщений газеты в Интернете.

1. Адресат не может увидеть газетный текст в целостности, в его широком понимании, как «текста текстов», поскольку перед адресатом только список названий разделов и рубрик, далее список привлекательных заголовков и первые строки публикации или лид, СМИ материалы скрыты дальше и существуют

отдельно друг от друга, каждый на своей странице, в своем окне (информационном поле). Невозможно удержать в голове и сопоставить даже заголовки.

2. Сложно читать отдельный текст и соотносить его с другими публикациями, поскольку объем сведений в электронном издании больше, чем в печатном аналоге. Следовательно, в данном случае видоизменяется понятие контекста целостного издания. Контекст сложнее понять и увидеть. Адресату требуется больше времени, сил, чтобы удержать в памяти прочитанные или просмотренные материалы, сравнить их мысленно. В печатном инварианте перед глазами адресата сразу несколько сообщений, можно сравнивать между собой не только мысленно, но и зрительно материалы с разных полос. В электронном варианте это сделать сложнее из-за технических и структурных особенностей газеты. Тексты в печатном инварианте взаимодействуют друг с другом: видно их смысловое сочетание по рубрикам, видны иллюстрации, видны разные опубликованные мнения по поводу того или иного факта. В электронном варианте тексты взаимодействуют друг с другом иначе. В первую очередь взаимодействие идет через ссылки, указывающие выход с одного информационного поля, с одного текста на иные поля, тексты. И уже во вторую очередь адресат мысленно может начать сопоставление предложенных сведений. То есть тексты в электронном СМИ взаимодействуют в первую очередь не в смысловом ключе, а в техническом, структурном. Тексты для адресата связаны друг с другом не столько по смыслу, сколько системой своего расположения и способа проникновения с одной страницы, с одного информационного поля в другое. Здесь информационное поле позволяет разместить невероятное количество сведений, тогда как в печатном СМИ есть совершенно определенные границы, ограничения по объему для каждого материала и для всего издания в целом. Номер издания планируется заранее, а все, что не попадает в один выпуск, оказывается в следующем. Интернет-издание – это постоянно действующее СМИ. Появляется оперативность, которую нельзя реализовать в рамках печатного издания и даже в рамках ТВ-передачи. Новость появилась – новость оказалась в электронной версии СМИ. Обновление сведений постоянное, непрерывное. Возле каждого материала указано время его выставления на сайт.

3. Адресат, например, пользуясь даже техническими средствами, не может распечатать страницу из электронной версии

СМИ, поскольку страница постоянно меняется. Либо обновляется и изменяется содержательная сторона: появляются новые сообщения, меняется расположение сведений, на место центральной публикации ставится новая, меняются иллюстрации. Невозможно распечатать страницу уже потому, что рекламное сообщение, представленное на странице, меняется каждые 2-3 секунды. Стало быть, в распечатанном виде отобразится только один вариант рекламного сообщения. Текст в интернет-издании имеет зыбкую структуру, более подвижную и меняющуюся, нежели текст печатного издания. Зыбкость текста проявляется в том, что он постоянно меняется, дополняется, обогащается новыми сообщениями. Следовательно, оказывается зыбким и курс электронного СМИ. Каждый адресат видит «свой» вариант издания. Сам «собирает» по отдельным текстам целый выпуск газеты. Это свойство восприятия газетного текста называется «коммуникативная модифицируемость». В печатных СМИ она проявляется даже в меньшей степени, чем в электронной версии газеты.

4. Особую популярность в Интернете приобретает такое явление, как компрессия, сокращение информации – приспособление журналистского материала интернет-СМИ к особенностям восприятия пользователя данного СМК. Материал подается в такой форме, чтобы его было удобнее воспринимать в условиях работы за компьютером. Дробление текста, выделение заголовка-отсылки, использование разных семиотических систем (вербальные знаки, иконические знаки, где большую роль играют цвет и движение объектов, аудиальные знаки) облегчает ориентацию в сложном пространстве Сети. Читателю предлагается набор особых «вех» для опознания информации. Так адресат приучается к лоскутному, клиповому восприятию информации, поданной средствами разных семиотических характеристик. В Интернете вырабатывается собственная система компрессированных жанров: жанров-указателей, жанров-подсказок (аннотации, ссылки, отсылки).

5. Заголовок теряет привычную структуру и приобретает новые функции. Это уже не столько заголовок, сколько отсылка к будущему тексту, к самому содержанию публикации, к новой волне рекламы, к внутреннему информационному полю, к новой странице. Заголовок в данном случае – самостоятельный компонент, который существует отдельно от текста. Если в печатном СМИ адресат может прочитать заголовок и просмотреть

публикацию хотя бы «по диагонали», понять суть заголовка, суть материала хотя бы приблизительно, то в Интернет-СМИ заголовок – это единственное, что видит адресат. Заголовок не с чем сравнить, можно только сравнить его с другими заголовками и выбрать наиболее интересный.

6. Большое значение приобретают иллюстрации. Печатный вариант СМИ не может предоставлять иллюстрации к каждому материалу. В электронной версии иллюстрация сопровождает практически каждый материал. Следовательно, адресат составляет впечатление о сообщаемом не только с помощью вербальных, но и невербальных средств.

7. Технические средства позволяют адресату вести собственную работу в СМИ, помимо того, что просто выбирать из предоставленных материалов наиболее интересные. Адресат может голосовать, повышать рейтинг понравившемуся материалу: можно просто оценить материал, поставив ему определенный балл, а можно выйти «в люди» и обсудить прочитанное на форуме. Адресат может в любой момент увидеть «самые читаемые материалы за неделю, месяц, год», что невозможно в обычном СМИ. Интернет-издание дает возможность просмотреть видеосюжеты. Следовательно, это уже не обычное печатное издание. Это уже текст особого рода, в котором переплетаются признаки разных знаковых систем. У адресата есть возможность просмотреть архив, прочитать тексты за любое число, любого года, любого автора. Кроме того, появляется возможность участвовать в конкурсах, в он-лайн конференциях, проектах, подписываться на издание, быть активным потребителем рекламы, то есть через СМИ в Интернете можно выйти на сайт рекламируемого товара, услуги и заказать необходимое.

Перечисляя особенности интернет-СМИ, следует также отметить, что в целом электронное издание по сути является версией печатного СМИ, только версией более динамичной, живущей в режиме постоянного, оперативного обновления. У изданий, имеющих электронную версию, есть свой интернет-департамент, который занимается обновлением сайта - выставлением на сайт появляющихся новостей. Разумеется, такая оперативность невозможна в условиях печатного издания. Однако печатное издание в данном случае является инвариантным (Лазарева 1993), то есть считается прототипом электронного СМИ, первичным сложным производением, которое усложняется и развивается в электронном варианте.

Несмотря на особые черты интернет-СМИ, на огромные различия между сложным гипертекстом интернет-издания и макротекстом печатной газеты, между вариантом и инвариантом СМИ в Интернете есть много общего.

Во-первых, в интернет-СМИ соблюдаются принципы концепции СМИ: методы отбора предоставляемой информации, язык и стиль повествования, жанровая палитра, рубрики, разделы и т.д. Сохраняется «ментальное пространство» (Лазарева 1993): отражение определенных точек зрения, подача сведений в определенном ракурсе в соответствии со статусом, положением, ролью издания в обществе. Электронная версия издания создается теми же журналистами, что и печатный аналог. Сохраняется название издания, которое изображается так же, как в печатном варианте. Используется похожая терминология (первая полоса, последняя полоса, заголовок, «шапка», выходные данные).

Во-вторых, структурно интернет-издание старается повторить свою печатную модель. Например, на первом месте стоит основная, главная новость, иногда с большой иллюстрацией. Крупный шрифт заголовков оформляет важные сообщения, которые, по мнению авторов, должны привлекать интерес адресата. Активно используется анонсная система оповещения

В-третьих, содержательно интернет-издание отчасти повторяет печатный вариант, хотя в электронном виде присутствует множество дополнительных сообщений. Например, «Известия» за 22, 23, 24 августа – выпуск выходных (один номер за три дня сразу, включает в себя телепрограмму и региональную вкладку) повторяет центральные новости, на первой полосе материал, который на первом же месте 22 августа в электронной версии (23 и 24 центральный материал меняется дважды). При этом сохраняется основной набор актуальных новостей в рубриках: «Политика», «Культура», «Финансы», «Экономика», а также в именных рубриках: «Петровская», «Соколов», «Лившиц». Добавляются новости часа, меняется реклама. Например, сразу, как только появляются новости с идущей в Пекине Олимпиады, на сайте появляется новое сообщение. То есть электронный вариант СМИ во многом совпадает с печатным инвариантом. Хотя, конечно, в печатном варианте меньше сообщения уже потому, что в электронной версии присутствуют тексты, касающиеся только Москвы: новости о московских средних школах, рынках,

требованиях по устройству на работу и т.п. Эта информация отсутствует в печатном инварианте центральных «Известий».

В-четвертых, отдельные материалы СМИ в Интернете, как и сообщения в обычных СМИ, начинаются с заголовка. Заголовки как средство не только номинации, но и привлечения внимания остается важной частью журналистского сообщения.

В-пятых, любое произведение в Интернете характеризуется общими категориями текста: целостность, связность, отдельность, системность, модальность, завершенность.

В-шестых, говоря о сходстве электронного и печатного СМИ, следует отметить, что каждый материал или реклама – это компонент общего огромного, неуловимого, меняющегося и сложного по структуре «текста». Однако это целостность иного рода. Адресат понимает, что читает газету. Но это не то чтение газеты, к которому он привык. Есть ощущение некоего единства журналистских материалов, но это не зримое в прямом смысле единство. Это восприятие потока сведений в огромном пространстве, названном так же, как печатный вариант СМИ. Но только название не может перенести все характеристики СМИ из обычной формы в электронную. Привычная ситуация «Я читаю газету» изменена у квалифицированных пользователей Интернета. Человек, умеющий пользоваться компьютером и ориентирующийся в Интернете, легко «управляет» газетой. Свободно ориентируется в количестве предлагаемых сообщений и возможностей. В данном случае можно говорить об изменениях, происходящих в коммуникативной ситуации: происходит обогащение роли адресата, читатель становится соавтором журналиста – сам выбирает нужный объем сообщений, как бы сам строит себе газету. То есть в некоторой степени меняется структура коммуникативной модели, появляются новые роли коммуникантов, новые условия их существования, новые компоненты в самой модели.

Интернет-издание, таким образом, представляет собой новый тип СМИ, обладающий особенными характеристиками и нуждающийся в особом изучении.

Для наглядности представим высказанные положения в виде таблицы.

<i>Особые свойства интернет-СМИ</i>	<i>Свойства, указывающие на близость интернет-СМИ и печатных изданий</i>
1. Невозможность просмотра	1. Следование одной концеп-

<p>газетного текста в целостности, как «текста текстов», перед адресатом только список названий разделов и рубрик, список привлекательных заголовков и первые строки публикации или лид</p>	<p>ции издания: одни методы отбора информации, те же язык и стиль повествования, жанровая палитра, рубрики, разделы, отражение определенных точек зрения, подача сведений в определенном ракурсе в соответствии со статусом издания, один коллектив авторов, одно название, одна терминология</p>
<p>2. Видоизменяется понятие контекста целостного издания. Тексты взаимодействуют друг с другом через ссылки, указывающие выход с одного текста на иные. Тексты связаны не столько по смыслу, сколько системой своего расположения и способов проникновения адресата с одной страницы на другую</p>	<p>2. Общие структурные характеристики: расположение материалов, шрифтовое выделение, анонсное оповещение</p>
<p>3. Зыбкая структура текста и вообще дискурса Интернет-СМИ, основанная на постоянном обновлении СМИ, дополнении новыми сведениями. Каждый адресат видит «свой» вариант издания. Сам «собирает» по отдельным текстам целый выпуск газеты</p>	<p>3. Общие содержательные характеристики: один набор сведений (хотя электронная версия СМИ предлагает еще и дополнительный объем материалов)</p>
<p>4. Компрессия текста: его дробление, выделение заголовка-отсылки, использование разных семиотических систем. Читателю предлагается набор особых «вех» для опознания информации. В Интернете вырабатывается собственная система компрессированных жанров: жанров-указателей,</p>	<p>4. Заголовочные комплексы. Заголовок как средство не только номинации, но и привлечения внимания остается важной частью журналистского сообщения</p>

жанров-подсказок (аннотации, ссылки, отсылки)	
5. Заголовок приобретает новые функции отсылки к новой странице, выступает как самостоятельный компонент, который существует отдельно от текста	5. Любое произведение в Интернете и в печатном виде СМИ характеризуется общими категориями текста: целостность, связность, отдельность, системность, модальность, завершенность
6. Большое значение приобретают иллюстрации. В электронной версии иллюстрация сопровождает практически каждый материал. Следовательно, адресат составляет впечатление о сообщаемом не только с помощью вербальных, но и невербальных средств	6. Адресат любого вида СМИ оказывается в одной ситуации: я читаю газету. Каждый материал воспринимается как часть сложного огромного текста. Однако частные свойства этой коммуникативной ситуации для каждого вида СМИ свои
7. Интернет-СМИ предлагает новые возможности адресату: выставление баллов материалу, форум, просмотр архивов, видеосюжетов, участие в конкурсах, в он-лайн конференциях, проектах, возможность подписаться на издание, выйти на сайт рекламируемого товара, услуги и заказать необходимое	

ЛИТЕРАТУРА

Бабенко Л.Г., Васильев И.Е., Казарин Ю.В. Лингвистический анализ художественного текста / Л.Г.Бабенко, И.Е.Васильев, Ю.В.Казарин. – Екатеринбург, 2000.

Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Р. Барт – М., 1994.

Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики / М. М. Бахтин. – М.: Худож. лит., 1975.

Валгина Н.С. Теория текста / Н. С. Валгина. – М.: Логос. 2003 г.

Википедия. Интернет-энциклопедия [Электронный ресурс]
Режим доступа: URL: <http://ru.wikipedia.org>

Галичкина Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках: дис. ... канд. филол. наук. – Астрахань, 2001.

Гальперин И.П. Текст как объект лингвистического исследования / И.П.Гальперин. – М., 1981.

Горошко Е. И. Интернет-коммуникации в гендерном измерении // Вестник пермского университета. Вып. 3. «Язык – культура – цивилизация». – Пермь, 2006.

Донскова О. А. Тенденции становления паравербальной графемики в системе Интернет. – 2004. [Электронный ресурс]
Режим доступа: URL: <http://pn.pglu.ru/>.

Зимняя И. А. К вопросу о восприятии речи: Автореф. дис. канд. пед. наук (по психологии) / И. А.Зимняя. – М., 1961.

Зорькина О. С. О психолингвистическом подходе к изучению текста // Язык и культура. – Новосибирск, 2003.

Кондрашов П. Е. Компьютерный дискурс: социолингвистический аспект: дис.... канд. филол. наук. – Краснодар, 2004.

Кубрякова Е. С. О тексте и критериях его определения // Текст. Структура и семантика. Т. 1. – М., 2001.

Лазарева Э.А. Системно-стилистические характеристики газеты. – Екатеринбург, Изд-во Уральского ун-та, 1993.

Лазарева Э.А. Построение дискурса массовых коммуникаций // Проблемы лингвокультурологического и дискурсивного анализа: мат-лы Всерос. научн. конф. «Язык. Система. Личность». Екатеринбург, 23-25 апреля 2006 г./ Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2006.

Лазарева Э. А., Тельминов Г. Н. Реклама в Интернете как проявление интертекстуальности (в печати), 2008.

Леонтович О. А. Компьютерный дискурс: языковая личность в виртуальном мире / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград: Пермена, 2000.

Лотман Ю. М. Избранные статьи. Т. 1. / Ю. М. Лотман–Таллинн, 1992.

Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю. М. Лотман. – М., 1996.

Майданова Л.М. Структура и композиция газетного текста / Л. М. Майданова. – Красноярск, 1987.

Сорокин Ю. А. Психолингвистические аспекты изучения текста / Ю. А. Сорокин. – М., 1985.

Трофимова Г. Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты / Г. Н. Трофимова. – М.: Изд-во РУДН, 2004.

Топоров В.Н. Текст: семантика и структура / В. Н. Топоров. – М., 1983.

Чувакин, 2004 Теория текста: объект и предмет исследования // Критика и семиотика. Вып. 7. – Алтайский государственный университет, 2004.

© Горина Е.В., Лазарева Э.А., 2009

Дзюба Е.В., Тарасенко Е.О.
Екатеринбург, Россия

КОНЦЕПТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СФЕРЫ В РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКАХ (на материале пословиц и поговорок)

***Аннотация.** На основе исследования народных пословиц и поговорок в русском, английском и французском языках сравниваются концепты «ум» и «глупость». Авторы статьи показывают, как жизнь народа отражается в его языке, а слова транслируют культурные концепты.*

***Ключевые слова:** концепт, пословица, поговорка, смысловые компоненты.*

Dziuba E.V., Tarasenko E.O.
Ekaterinburg, Russia

CONCEPTS OF INTELLECTUAL SPHERE IN RUSSIAN, ENGLISH AND FRENCH

***Abstract.** On the basis of the study of proverbs and sayings in Russian, English and French the concepts “intellect” and “stupidity” are compared. The authors show how life of people is reflected in the language, and prove that words reflect cultural concepts.*

***Key words:** concept, proverb, saying, meaningful components.*

Одним из направлений современной когнитологии является изучение концептов – «квантов человеческого сознания» (Дж. Андерсон, Дж. Лакофф, А. Пайвио, и др.; Ю.Н. Караулов, Е.С. Кубрякова, Р.И. Павиленис, В.И. Постовалова, А.А. Уфимцева, З.А. Харитончик, А.П. Чудинов и мн. др.). Концепты возникают и существуют в нашем сознании, но проявляются в языке и отражают специфику представлений человека о мире, о себе.

Концепты возникают не только как «намек на возможные значения», но и как отклик на предшествующий языковой опыт человека в целом. Следовательно, они тесно связаны с культурой народа: с литературой и устным народным творчеством. Поэтому мы полагаем, что целесообразно рассматривать концепты на материале пословиц и поговорок.

Настоящее исследование основывается на материале русских, английских и французских пословиц и поговорок. Однако мы стремимся опираться не на универсальные крылатые выражения, которые были заимствованы многими народами у древних (ср., например, латинское выражение *Animus sanus in corpore sano*, французское *Ame saine dans un corps sain*, английское *A sound mind in a sound body*, русское *В здоровом теле – здоровый дух*), а рассматриваем те пословицы и поговорки, которые «неразрывно связаны с историей конкретного народа или этноса, его культурой, бытом, моралью и т.п.» [Маслова 2001: 43]. Поэтому и в данном исследовании особое внимание уделяется таким поговоркам, которые являются собственно национальными, а не заимствованными из других, более древних языков.

Сопоставительное описание концептов *ум* и *глупость* на материале русских, английских и французских паремий позволяет, с одной стороны, выявить универсальные смысловые компоненты названных концептов, с другой – определить национальную специфику представлений трех народов об оппозиции *умный – глупый*.

Сопоставляя пословицы об уме, мы видим, что для русского, французского и английского языков является актуальным смысловой компонент «речь как средство предъявления интеллектуальных способностей человека»: качественные характеристики высказанного слова или его отсутствие становятся показателем уровня интеллектуального развития. Ср. русское: *Каков разум, таковы и речи*, английское: *Who knows most, speaks least* (*Кто знает больше всех, тот болтает меньше всех*) и французское: *Ce que le sorbe tient au coeur est sur la langue du buveur* (*То, что трезвый держит на сердце, у пьющего на языке*).

Однако если в русском языке важен сам факт, отраженный в пословице *Слово – серебро, молчание – золото*, то в английском языке связь мысли и речи приобретает этическую, точнее этикетную, окраску, что, несомненно, подтверждает идею о национальном своеобразии англичан, отражающемся в нарочитом следовании всем правилам речевого и поведенческого этикета. Ср. английские пословицы: *A clever man can always tell a woman's age – a wise one never does* (*Умный мужчина всегда может сказать, сколько женщине лет, а мудрый – никогда этого не сделает*), *A wise woman is one who has a great deal to say, and remains silent* (*Умная женщина предпочитает мол-*

чать, даже если у нее есть что сказать) и др. Во французском языке этого не прослеживается, наоборот, видна тесная связь с русским выражением. Ср. французское: *La parole est d'argent, le silence est d'or* (Речь – деньги, молчание – золото).

Во всех языках широко представлены также выражения со смысловым компонентом «ум как бытовой опыт». Ср. русское: *Не визнава броду, не суйся в воду*; английское: *Experience is the mother of wisdom* (Опыт – мать мудрости) и французское: *Mieux vaut la vieille voie que le nouveau sentier* (Лучше старый путь, чем новая тропинка).

Интересно, что значение паремий в русском и английском языке совпадают, но образное представление значений различается. Ср. русское: *Худа (глупа) та мышь, которая одну лазейку знает*, и английское *It is a silly fish, that is caught twice with the same bait* (Только глупая рыба попадает дважды на один и тот же крючок).

Осознание прагматической полезности ума свойственно и русскому человеку, и британцу, и французам. По данным паремий, обладающему умом жить легче, легче справляться с трудностями существования. Ср. русские пословицы: *Грамоте учиться всегда пригодится*; *Кто грамоте горазд – тому не пропасть*; английские выражения *One good head is better than a hundred strong hands* (Одна хорошая голова лучше, чем сотня сильных рук), *Little wit in the head makes much work for the feet* (Мало ума в голове задает много работы для ног), и французские паремии: *Un honnête homme trouve sa patrie partout* (Умный человек везде найдет себе места), *Savoir, c'est pouvoir* (Знать – значит мочь).

О соотношении ума и денег русский народ рассуждает иронически, ср. поговорки со смысловым компонентом «зависимость ума от денег»: *Ума на деньги не купит – у кого денег нет*; *Были бы деньги и за умного сочтут*. Французские и английские выражения лишены иронического оттенка и акцентируют внимание на бережливости умного и его способности к рациональным тратам. Ср. английское: *A fool and his money are soon parted* (Дурак и деньги быстро расстаются). Это, вероятно, является общеевропейской нравственной ценностью, в отличие от присущей русским и поощряемой в русском обществе расточительности, называемой щедростью.

Однако в сознании русского и французского народов ум – это нечто количественно измеряемое. Ср. русское: *В умной бе-*

седе быть – ума прикупить и французское: *Autant de tetes, autant d'avis* (Сколько голов, столько и мнений).

Во французских и английских паремиях можно отметить сакральный компонент. Ср. английское: *Whom God would ruin, he first deprives of reason*, и французское: *Quand Dieu quelqu'un veut chatier, de bon sens le fait varier* (Кого Бог хочет уничтожить, он лишает его сперва разума).

Для английских паремий характерно наличие сословных характеристик. Ср.: *There is no royal road to learning* (Нет королевской дороги к знаниям). Недостижимым с точки зрения образованности является и статус лорда. В русском и французском пословичном фондах единиц с сословными характеристиками ума – глупости, образованности – необразованности не встречается.

Следует отметить, что ум, разум характеризуют человека с лучшей стороны, в то время как глупость всегда осуждалась в обществе, была и остается объектом издевательств и насмешек.

Смысловой компонент «пустая голова как показатель отсутствия ума» наиболее актуален в русских паремиях. Ср.: *Лоб широк да мозгу мало*. Встречаются с данным смысловым наполнением пословицы и во французском языке: *Estomac plein, cerveau vide* (Полный желудок, пустоголовый человек).

Глупость в осмыслении англичан и французов по силе действия значительнее ума. Ср. английские пословицы: *A fool may throw a stone into a well which a hundred wise men cannot pull out* (Дурак может так кинуть камень в колодец, что сто умных не вытащат) и французские паремии: *Un fou fait plus de questions qu'un sage de raisons* (Безумный задает больше вопросов, чем умный сможет ответить), *Un fou avise bien un sage* (Иной дурак может умному посоветовать).

В английском языке пословицы о глупости приобретают «сакральный» (в широком смысле) оттенок, что не характерно для русского и французского языков. Ср.: *Fools rush in where angels fear to tread* (Дураки бросаются туда, где ангелы боятся ступить). Ср. русский эквивалент без сакрального оттенка *Дуракам закон не писан*. Ср. английское: *An idle brain is the devil's workshop* (Праздный ум – мастерская дьявола) и русское выражение *Лень до добра не доводит*. Однако для французского языкового сознания свойственна вера в высшие силы, в судьбу.

Ср. французское выражение: *La fortune rit aux sots* (*Судьба смеется над дураками*).

Многие пословицы русского и английского народов перекликаются по своему смысловому наполнению и даже, что встречается реже, сфере метафорической номинации. Так, например, в английской пословице *Fools grow without watering* (*Дураки растут без полива*), в русском выражении *Дураков не сеют, не жнут, они сами рождаются* метафорическая сфера одинакова, отличия наблюдаются лишь в этапности релевантных действий (сеять – поливать – жать). Близкое к ним по значению французское выражение: *Un fou en fait cent* (*Из одного дурака сотня получается*). Однако чаще образные номинации глупого человека в разных языках существенно отличаются. Так, например, в английском языковом сознании глупость представляется болезнью. Ср.: *He that was born a fool is never cured* (*Кто родился дураком, тот никогда не вылечится*).

Во всех анализируемых языках существует мнение о том, что глупцам живется легче. Ср. русское выражение: *Дуракам везет, Дуракам живется легче, Дураку все смешно*; английское: *He that knows nothing doubts nothing* (*Тот, кто ничего не знает, никогда не сомневается*) и французское: *Qui rien ne sait, de rien ne doute* (*Кто не знает ничего, ни в чем не сомневается*).

Таким образом, мы обнаруживаем, что отношение русских людей, английского народа и французов к способности человека мыслить, рассуждать, получать знания крайне неоднозначно.

Рассмотренные паремии английского, французского и русского языков отличаются не столько семантикой, сколько образным воплощением народной мудрости. Отличия определяются культурой, национальными традициями.

В результате исследования выявлено сходство в том, что в понятие ума в русском, французском и английском национальном сознании включается не только природная способность человека мыслить и рассуждать, но концепт *ум* включает в себя такой смысловой компонент, как «приобретенные в процессе обучения (то есть от учителя) или в результате жизненного опыта знания».

Рассматривая концепт *глупость*, мы приходим к выводу, что его содержательный минимум во всех языках выражается как «ограниченная способность думать и понимать».

Тем не менее, на материале русских, французских и английских поговорок обнаружены следующие различия:

– Отношение русского и французского народа к уму с точки зрения его прагматической полезности отличается от подобного у носителей английского языка: с одной стороны, и теми и другими утверждается необходимость получения знания для преодоления жизненных трудностей, причем у русских залогом успешности в этом смысле является именно владение грамотой; с другой стороны, для русских людей и французского народа актуально и другое мнение: ум представляется сущностью абсолютно бесполезной.

– В английском и французском языке пословицы и поговорки об уме и глупости имеют сакральный и сословный компоненты, в то время как для русских поговорок это не характерно.

– Рассмотренные поговорки английского, французского и русского языков отличаются не столько семантикой, сколько образным воплощением народной мудрости.

В нашей работе мы постарались показать, что жизнь народа неразрывно связана с его языком. Язык – это факт культуры, ее составная часть. Культура народа вербализируется в языке, а язык в словах транслирует концепты культуры. Изучение концептов позволяет выявить особенности мира, представить концептуальную и национальную культуру мира.

ЛИТЕРАТУРА

Антология концептов / под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. – Волгоград: Парадигма, 2005. – Том 1. – 348 с.

Маслова В. А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Академия, 2001. – 208 с.

Митина И. Е. Английские пословицы и поговорки и их русские аналоги. – СПб.: КАРО, 2006. – 336 с.

Пословицы русского народа: сборник В. Даля: в 2-х т. – М.: Худож. лит., 1984.

Словарь пословиц на восьми языках / сост. Д. Сверчинская, А. Сверчинский. – М.: АСТ; СПб.: Астрель – СПб, 2008. – 416 с.

Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры. – М.: Академический проект, 2001.

© Дзюба Е.В., Тарасенко Е.О., 2009

Еремина С.А., Орлова А.П.
Екатеринбург, Россия

**СТЕРЕОТИП «РЕЧЕВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»
В НАРОДНОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ
(по данным пословиц, собранных В. И. Далем)**

Аннотация. В статье проводится анализ фразеологических единиц (пословиц, поговорок) и исследуются особенности оценки понятий «речь», «говорение», «слушание» в народной мудрости. Авторы выделяют положительные характеристики «речевой деятельности» в пословицах и поговорках.

Ключевые слова: народная мудрость, речь, говорение, слушание, пословица, поговорка, паремия, оценка.

Eremina S.A., Orlova A.P.
Ekaterinburg, Russia

**STEREOTYPE “LANGUAGE BEHAVIOR”
IN FOLK’S LANGUAGE CONSCIOUSNESS
(on the basis of proverbs collected by V.I. Dal)**

Abstract. Analysis of phraseological units (proverbs and sayings) is undertaken in the article, peculiarities of evaluation of the notions “speech”, “speaking”, “listening” in folk’s wisdom are studied. The authors depict positive characteristics of “language behavior” in proverbs and sayings.

Key words: folk’s wisdom, speech, speaking, listening, proverb, saying, evaluation.

Стереотипы, существующие в сознании представителей той или иной культуры в широком и узком смысле, несут в себе потенциал изучения предсказуемого поведения людей, регулируемого некими скрытыми системами. Являясь результатом интерпретации действительности в рамках познавательной модели, он позволяет выявить социальные и психологические основы жизни людей.

Так стереотипное представление о речевой деятельности и его функционирование в русском языке, заключенное в народном сознании в форме пословиц и поговорок, помогает определить особенности русского речевого поведения.

Образ речевой деятельности в русском народном языковом сознании представлен неоднозначно интерпретированным. Он в сознании носителей русского языка получает как положительное, так и негативное отношение носителей русского языка, причем нередко одна черта может противоречить другой.

Пословично-поговорный фонд русского языка подтверждает, что язык и собственно речь как выражение языка играет важную роль в жизнедеятельности человека. Язык как орган речи наделяется особой силой и могуществом, несет особую миссию, которая отличает человека от других живых существ, наделяя его способностью мыслить и выражать свои мысли с помощью языка. Обратной же стороной такой черты русской ментальности, как любовь к слову, говорению, становится то, что часто речь получает характеристики пустословия, бессмысленности. Слова оказываются неискренними, а поведение человека в процессе речевой коммуникации обладает наигранностью, вплоть до лицемерия. Поэтому в русском языковом сознании сформировалось настороженное, недоверительное отношение к языку, который может нести опасность для человека. А осторожное отношение с языком, разумное использование его – залог спокойствия и благополучия.

Для русской речевой деятельности характерно преобладание говорения над слушанием. Пословиц, посвященных говорению, больше, чем посвященных слушанию, но почти все они получают отрицательные характеристики в отличие от паремий о слушании. Народная мудрость предпочитает слушание говорению. Несмотря на то, что активно подчеркивается неумение, а порой и нежелание человека слушать, слушание все же предпочитается другим способам восприятия окружающего мира, в том числе и зрительным ощущениям.

В силу того, что речевая деятельность русского человека очень активна, она нередко отстраняет на второй план практическую деятельность. Народное сознание отмечает малоэффективность и бесполезность речевой деятельности по сравнению с практической, отдавая предпочтение второй.

Знания об особенностях функционирования речевой деятельности в народном языковом сознании позволяют совершенствовать процесс речевой коммуникации носителей русского языка.

Речевая деятельность определяется как специализированное употребление речи в процессе взаимодействия между

людьми, частный случай деятельности общения. Она включает в себя следующие компоненты: *язык, речь, говорить, слушать*. Проанализируем эти единицы с опорой на известную методику: определим словарную дефиницию лексемы по «Толковому словарю русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой, словообразовательные дериваты, представленные в пословицах и поговорках, словосочетания и фразеологизмы, закрепленные конвенционально. Для выяснения особенностей функционирования стереотипа в тексте обратимся к пословицам и поговоркам, выделенным из Словаря В. И. Даля.

Язык. «Толковый словарь русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой представляет дефиницию «язык» омонимичным рядом, состоящим из трех лексем с несколькими значениями. Мы обнаруживаем следующие толкования:

1. Подвижный мышечный орган в полости рта, воспринимающий вкусовые ощущения, у человека также участвующий в артикуляции.
2. Такой орган животного как кушанье.
3. Исторически сложившаяся система звуковых, словарных и грамматических средств, объективирующая работу мышления и являющаяся орудием общения, обмена мыслями и взаимного понимания людей в обществе.
4. Совокупность средств выражения в словесном творчестве, основанных на общенародной звуковой, словарной и грамматической системе, стиль.
5. Речь, способность говорить.
6. Система знаков (звуков, сигналов), передающих информацию.
7. Перен. То, что выражает, объясняет собой что-нибудь (о предметах и явлениях).
8. Перен. Пленный, захваченный для получения нужных сведений (разг.).
9. Народ, нация.

Отметим, что второе, шестое, седьмое значения не нашли отражения в русском паремиологическом фонде. Возможно, это связано с более поздним формированием данных значений и они еще не представлены в Словаре В.И. Даля.

Обратимся к «Толковому словарю живого великорусского языка» В. И. Даля. Нам необходимо определить, как интерпретируется и как оценивается язык в разных значениях народной мудростью, которая реализует себя во фразеологических единицах языка – пословицах и поговорках.

Все пословицы и поговорки о языке по выражаемому им значению можно разделить на три большие группы:

- 1) пословицы и поговорки, где слово «язык» употреблено значении «речь, способность говорить». Язык проявляется в речи. Поэтому для удобства интерпретации подобных

выражений мы будем использовать язык в качестве синонима речи и наоборот. Даная группа является самой многочисленной (21 поговорка из 40). Например: *языком не расскажешь, так пальцами не растычешь; язык голову кормит; язык языку ответ дает, а голова смекает и т.д.*;

2) выражения, в которых слово «язык» выступает в значении «мышечный орган в полости рта, участвующий в артикуляции». И таких поговорок и пословиц 7 из 40 (*бог дал два уха, а один язык; без языка и колокол нем; велик язык у коровы, да не дает говорить; белы руки с подносом, резвы ноги с подходом, голова с поклоном, язык с приговором и др.*);

3) выражения, которые невозможно интерпретировать однозначно. В зависимости от референтной ситуации в них будут считываться разные значения: либо язык как речь, либо язык как орган артикуляции. Такое явление мы наблюдаем в 10 поговорках (*ешь пироги с грибами, да держи язык за зубами; язык держи, а сердце в кулак сожми, держи язык на привязи, на веревочке и т.д.*);

4) поговорки, в которых закреплено значение слова язык как «система знаков, передающих информацию». Эта группа немногочисленна: *язык до Киева доведет (и до кия); языком не расскажешь, так пальцами не растычешь; язык доведет до кабака.*

В словаре обнаруживаем также по одному выражению на значение *язык* как «чужой народ, иноверцы, иноплеменники, язычники, идолопоклонники» (*всяк язык Бога хвалит*) и *язык* как «оговорщик, обвинитель перед судом, оговорщик на допросе, взятый и допрашиваемый для розыска дела» (*добыть языка на колокольне*). Эти значения были утрачены народным сознанием к настоящему времени, поэтому не всегда считаются верно. Это связано с уходом из культуры народа соответствующих реалий или с тем, что для выражения известного явления были найдены более удобные и актуальные языковые средства.

Во многих поговорках и поговорках язык получает положительные характеристики. Так в словаре представлены три поговорки, в которых отражается значимость, важность языка в жизнедеятельности человека. Он *обладает особой миссией*, огромной силой и значимостью: *без языка и колокол нем; языком не расскажешь, так пальцами не растычешь; мал язык, да всем телом владеет.*

Язык оказывается необходимым человеку и как орган артикуляции, и как умение владеть словом. Он наделяется могуществом как орган речи вообще, является инструментом человека и способом воздействия на окружающий мир. Недаром подчеркивается его преимущество и яркое отличие по выполняемой им функции от мира животных: *велик язык у коровы, не дает говорить; велик коровий язык, да лизуном зовется.*

Для народного сознания важно не размеры языка, а то, насколько полезным он является, не количество, а качество языка. Благодаря языку человек говорит и мыслит: *язык языку ответ дает, а голова смекает; белы руки с подносом, резвы ноги с подходом, голова с поклоном, а язык с приговором.*

Обнаруживается и важность языка-речи как инструмента приобретения материальных благ, как залог благоприятных условий жизни человека: *язык голову кормит; язык поит и кормит.*

Но обратной стороной такой силы языка оказывается его малозффективность по сравнению с практической деятельностью. В некоторых выражениях заключены такие особенности русского национального характера – лень, умение и желание «работать только языком». Зачастую он становится помехой на пути человека: *язык хлебом кормит и дело портит; шила и мыла, гладила и катала, а все языком; языком и лаптя не сплетешь; не спеши языком, да не ленись делом; не спеши языком, торопись делом.*

В результате на одной чаше весов вместе с могуществом языка стоит его ненужность, бесполезность: *хорошо языку за костяным частоколом сидеть.*

Анализ показывает, что «язык» в русской культуре имеет и отрицательные характеристики. Неодобрительное отношение к языку как органу речи и речи как проявлению языка в словаре содержится в следующих пословицах: *язык мой – враг мой, прежде ума глаголет; всякая птица от своего языка погибает; держи язык на привязи (на веревочке); язык доведет до кабака; язычок введет в грошок; язык кормит и поит, и спину порет; не ножа бойся, а языка.*

Язык в данных пословицах, несмотря на свою силу и важность, несет опасность для человека. Языком нужно уметь пользоваться и применять его в верных направлениях.

В пословицах и поговорках явно просвечивает такая черта русского характера, как особая любовь к острому словцу, что

в свою очередь нередко приводит к скандалам, и как их следствие, к дракам и различным физическим увечьям. И тогда мы встречаем следующий ряд паремий: *язык до Киева доведет и до кия (побоев); языком мели, а рукам воли не давай; языком и пищи, и щелкай, а руку воли за пазухой держи; языком мели, а руками не разводи.*

В данных примерах снова «язык» получает отрицательную оценку в сознании человека. Человек понимает, что с этим важным органом человеческого организма нужно обращаться весьма аккуратно: язык до добра не доведет. В связи с этим в мироощущении человека возникает чувство осторожности по отношению к языку и слову вообще.

В связи с тем, что большая часть пословиц наделена негативной коннотацией, что положительно в русской культуре оценивается не многословие, а умеренность во всех делах, в том числе и в словах, молчание – главное условие благополучия человека.

Подтверждает это мнение и паремия *бог дал два уха, а один язык.* Язык в данном случае наделяется особой функцией, на него возложена особая миссия, в отличие от других органов человеческого тела, и народное сознание еще раз закрепляет правило: молчание дороже говорения, слушание предпочитается говорению.

В русской паремии есть пословица *язычок введет в грошок*, с помощью которой можно выявить новые признаки и удостовериться в уже отмеченных характеристиках словообразовательного деривата «язык». В слове «язычок» суффикс -ок- имеет субъективно-оценочное значение с оттенком уничтожения. Не зависимо от содержания пословицы уже морфемный состав слова «язычок» отражает неодобрительное отношение к нему.

Устойчивые словосочетания, взятые из словаря С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой, подтверждают закреплённость в коннотации языка уже перечисленных признаков: *длинный язык* (также перен. о болтуне, о том, кто болтает лишнее; разг. неодобр.), *злые языки* (перен. сплетники, клеветники), *на язык остер* (умеет говорить остро), *придержать язык* (перен. не сказать лишнего, разг.), *язык развязать* (начать говорить свободнее, охотнее, заставить кого-л. говорить), *язык распутить* (начать говорить лишнее), *язык прикусить* (перен. спохватившись, испугавшись, сразу замолчать; разг.), *трепать языком* (перен. трудно молчать, не терпится сказать).

Речь. Словарная дефиниция лексемы **речь** в «Толковом словаре русского языка» С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой имеет пять значений:

1. Способность говорить, говорение. 2. Разновидность или стиль языка. 3. Звучащий язык. 4. Разговор, беседа. 5. Публичное выступление.

Пословицы и поговорки Словаря В.И. Даля отражают в народном сознании не все значения слова «речь», зафиксированные в словаре.

Народное сознание не оперирует конвенциональными значениями «способность говорить, говорение», «разновидность или стиль языка», «звучащий язык», в русском паремиологическом фонде эти значения не представлены. Это можно объяснить тем, что они носят большей частью лингвистический и литературоведческий характер. Данные значения сформировались в более позднее время по сравнению с изданием труда В. И. Даля и для носителей языка не были актуальными.

Наиболее полно в речевой практике реализовано четвертое значение: «речь» как «разговор, беседа»: *не о батькиной дочери речь; не о том речь, что некуда лечь, а о том речь, что нечего печь; не про то речь, что много в печь, а про то речь, куда из печи идет.* Данные пословицы и поговорка не нагружены оценочной информацией в народном сознании по отношению к языку и речи. Они не содержат в себе положительное или негативное отношение человека к речевой деятельности. Но они представляют собой нравоучительные изречения и отражают такие черты национального характера, как лень, «увеливание» человека от какого-либо дела, от темы разговора, неумение придерживаться заданного направления.

Народная мудрость использует слово «речь» и в значении «публичное выступление». Его иллюстрирует пословица с прозрачным содержанием: *площадная речь, что виноватого надобно сечь.* В данном изречении речь нагружается негативной оценкой. Оно наделяет речь характеристиками пустословия, неискренности, наигранности, возможно, лицемерия.

В паремиях, представленных в Словаре В.И. Даля, присутствуют пословичные выражения, значения которых шире тех, которые зафиксированы в современном нормативном словаре.

Значение слова «речь» отражено как «слово, выражение, изречение». И это значение присутствует у Даля. Среди них выделяются четыре пословицы: *речи слышали, да дела не видели;*

речи, что снег (мед), а дела, что сажа (попынь); одна речь не поговорка; не верь своим очам, а верь моим речам.

Первые три поговорки получают в народном сознании негативные коннотации. Выражение *речи слышали, да дела не видели* подтверждает уже выделенное понятие, характеризующее малоэффективность речи по сравнению с практической деятельностью. Поговорка *речи, что снег (мед), а дела, что сажа (попынь)* в речевой практике носителей русского языка отражает осторожное отношение к словам, характеризуя тем самым человека двуличного, способного быть милым на словах, вызывая к себе доверие и расположение, а потом устраивать своему прежнему собеседнику неприятности: *доверяй, но проверяй*. Суть паремий *одна речь не поговорка* и *глупая речь (или голая речь) не поговорка* в том, что глупое выражение, слова, сказанные впустую, не способны нести глубокий смысл и не могут являться образцом народной мудрости. Мысли, которые первыми пришли в голову, не являются показателями большого ума, а скорее поводом обратить на себя внимание. И в данном случае речь выражает такой признак, как быть бессмысленной, пустой и получает неодобрительное отношение к себе.

Положительной оценкой наделяется поговорка *не верь своим очам, а верь моим речам*. Здесь огромное значение придается умению слушать, и поэтому слушание предпочитается другим способам и процессам восприятия информации.

Говорение. Словарная дефиниция лексемы **говорить** имеет восемь значений:

1. Владеть устной речью, владеть каким-нибудь языком.
2. Словесно выражать свои мысли.
3. Высказывать мнение, суждение, обсуждать что-нибудь.
4. Общаясь, разговаривать, вести беседу, разговор.
5. Перен. То же, что свидетельствовать.
6. Проявляться в чьих-н. поступках, словах.
7. Называть кого-н. как виновника чего-н. (прост.).
8. Говоря. В сочетании с наречием или *косв.п.* существительного.

Понятие «словесно выражать свои мысли, сообщать» реализуется большей частью поговорок и поговорок Словаря В.И. Даля: *говорить на ветер* [вздор]; *говорить что наобум* [наугад, что ни попало, зря]; *один говорит, красно, двое говорят, пестро*; *петь хорошо вместе, говорить порознь*; *говорит воду, а во рту сухо*; *не та хозяйка, которая говорит, а та, которая щи варит*; *золото не говорит, да много творить (а чудеса творить)*; *как тут говорить, где не дадут*

рта отворить; хорошо говорить, да было бы чего слушать; много говорено, да мало сказано; много наговорено, да наговоренное еще не сварено. Все эти народные мудрости объединены отрицательной оценкой, несмотря на то что в них передаются различные смыслы. В.И. Даль приводит только одну поговорку с лексемой говорения с положительной оценкой: *кто говорит, тот сеет, кто слушает, собирает.* Здесь закрепляется ценность сказанных слов, их полезность для других.

Третье значение лексики «говорить» – «высказывать мнение, суждение, обсуждать что-нибудь» – реализуется в следующих изречениях: *ничего про то и говорить, что в горшке не варить; что про то говорить, чего не варить; худо говорят не бранить (не купить), а хорошо дарить; сколько не говори, а с разговору сыту не быть; все мы говорим, а не все по говоренному выходит.*

На стыке второго и третьего значений находятся следующие поговорки и поговорки сентенциозного характера и также с отрицательной народной оценкой: *говори, да не заговаривайся; слушай больше, говори меньше; поменьше говори, побольше услышишь; меньше бы говорил, да больше бы слушал; смейся, ножки свеса, а говори, так подбери; сколько не говори, а еще не завтра будет.*

В Словаре С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой слово «говорить» обладает еще шестью значениями, которые речевая практика активно не использует: «4. Общаясь, разговаривать, вести беседу, разговор». «5. *Перен.* То же, что свидетельствовать во 2 значении». «6. *Перен.* Проявляться в чьих-н. поступках, словах». «7. *Называть кого-н. как виновника чего-н. (прост.)*». «8. **Говоря.** В сочетании с наречием или косв. п. существительного входит в устойчив. сочетание — вв. слово со знач.: выражаясь, излагая что-н. так, как обозначено этим наречием или существительным».

В «Толковом словаре живого великорусского языка» В. И. Даля встречаются поговорки и поговорки, где значения опорного слова нет в нормативном словаре. Это следующая группа: *говорить в нос* [гнусавить]; *говорить сквозь зубы* или *про себя* [бормотать невнятно]; *он говорит, словно цедит* [вяло]. Значение лексики «говорить» можно определить так: владеть артикуляционным аппаратом. Данные выражения характеризуют качество владения им, процесс говорения

получает черты неумелого использования человеком своего речевого аппарата, в результате чего речь становится невнятной, вялой, гнусавой.

Большая часть пословиц и поговорок отражает негативное отношение человека к говорению. Нередко другие процессы жизнедеятельности человека считаются более перспективными, более выгодными по сравнению с речевой деятельностью. Это подтверждает следующий пример. В пословицах *говорить на ветер* [вздор]; *говорить что наобум* [наугад, что ни попало, зря] проявляются такие этнокультурные особенности носителей русского языка, как: говорение попусту, необдуманно. Часто сказанные слова оказываются бессмысленными, сказано много, но важного ничего: *много говорено, да мало сказано; говорит воду, а во рту сухо; смейся ножки свеса, а говори, так подбери*.

Мы видим, что слушание предпочитается говорению, и это трактуется в довольно жесткой повелительной форме: *слушай больше, говори меньше; поменьше говори, побольше услышишь; меньше бы говорил, да больше бы слушал; ваше дело пить, а наше, что говорить; как тут говорить, когда не дадут рта открыть*.

В последней половине заключается такая черта русского характера, как неумение слушать друг друга, отсутствие терпимости, тактичности в разговоре.

Многие паремии иллюстрируют представление о том, что русские люди много говорят, причем делают это шумно, не прислушиваясь друг другу, отчего даже обычная беседа зачастую перетекает в спор, а нередко и в драки: *один говорит, красно, двое говорят, пестро; петь хорошо вместе, а говорить по-рознь; как тут говорить, когда не дадут рта открыть*.

В пословицах: *больше говорить, больше согрешить; меньше говорить, меньше греха* — отражено пожелание знать чувство меры во всем, в том числе и в процессе говорения. Сдержанность в словах — залог благополучия. Близкими по содержанию являются выражения, в которых показана равнозначность говорения и слушания для русского человека, необходимо сочетать эти процессы рационально. Например: *кто говорит, тот сеет, кто слушает, тот собирает; не тебе бы говорить, да не мне бы слушать*.

К паремиям с четкой положительной коннотацией говорения в народном сознании относится одна поговорка — *что люди говорят, то и правда*. Человек способен говорить не

только безмерно много, но и лаконично, вкладывая в свои слова мудрые мысли.

Многочисленна группа пословиц, в которых дело ценится больше, чем слова: *не все то варится, что говорится, что сказывается; ешь варено, слушай говорено; много недоговорено, да и говоренное-то еще не сварено; чего не говорить, а у праздника не быть; сколько не говори, а с разговором сыту не быть; золото не говорить, а много творить; что про то говорить, чего не варить; нечего про то и говорить, чего в горшке не варить; не та хозяйка, которая говорит, а та, которая щи варит; кто много говорит, тот мало делает; сколько не говори, а еще не завтра будет.*

Все паремии получили негативные характеристики, так как народный опыт закрепляет сознание того, что нечего говорить о том, что еще не сделано или чего быть не может совсем. Поэтому отдается предпочтение практической деятельности, а не говорению.

Устойчивые словосочетания Словаря С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой подтверждают закрепленность за говорением некоторых уже названных признаков: любовь русского человека к слову и вообще к процессу говорения (*говорить с большим увлечением, говорить о чем-н. с интересом*), речь наделена смыслом, истинность сказанного (*говорить правду*).

В этимологии слова «говорить» заложено такое значение, как «разговор» в болгарском языке, который предполагает двунаправленность процесса говорения (есть говорящий – должен быть и слушающий). Во многих паремиях приветствуется равноценность говорения и слушания. Значение «шум, голос», «издаю звук, кричу» подтверждает наличие признака громкого говорения, неблагозвучного.

Слушание. Лексема «слушать» обладает следующей системой значений, закрепленных в языке: 1. Направлять слух на что-н. 2. Публично разбирать, обсуждать (офиц.). 3. Изучать, посещая лекции; посещать чьи-н. лекции. 4. Исследовать на слух. 5. Следовать чьим-н. советам, приказам. 6. **Слушай(те)**, *вв.слово*. Употр., как побуждающее обращение к кому-н., в начале речи (разг.). 7. То же, что слышать. 8. **Слушаю**. То же, что слушаюсь.

Речевая практика, отраженная в Словаре В.И. Даля в виде пословиц и поговорок, реализует преимущественно первое значение слова «слушать»: *все говорят, а никто не слушает;*

кот и слушает, да кушает; глухой и слушает, да не слышит; есть, что слушать, да нечего кушать; все мы говорим, да слушать-то некому; не вашей бы чести слушать наши речи.

Практически все пословицы и поговорки о процессе слушания обладают положительными характеристиками. Слушание одобряется и считается наиболее выгодным способом общения и путем передачи человеческого опыта.

В русском языке слушание трактуется через следующие признаки.

Слушание предпочитается говорению: *больше слушай, меньше говори; на то два уха, чтобы больше слухать; два уха, а рот один, и у того две службы.*

В пословице *что поставят, то и кушай, а хозяйина дома слушай* передается необходимость относиться с уважением к словам своего собеседника, отдавая ему ведущую роль в разговоре.

Малозффективность говорения по сравнению с практической деятельностью:

кушай вареное, да слушай говоренное; есть, что слушать, да нечего кушать; всякого слушать – так ничего не кушать.

В приведенных выражениях заключены такие особенности русского национального характера – лень, умение и желание «работать только языком».

Важность слушания: *хоть бей да слушай, бей да наперед слушай; учить того, кто слушает, бить того, кто плачет, просить, кто дает.*

Умение слушать между делом, несмотря на кажущуюся, на первый взгляд, невнимательность и отсутствие сосредоточенности на сообщении говорящего: *и не слушает, а слышит.*

Уважается умеренность во всем: и в говорении, и в слушании, одинаковая значимость обеих функций в жизни человека: *люди говорят, так люди и слушают.*

Есть часть пословиц, в которых слушание оценивается негативно. Это свидетельствует о неумении русского человека быть внимательным к другому, об отсутствии стремления слышать. У большинства людей оказывается плохо развит физиологический процесс — слушание. Народное языковое сознание отмечает, что типичный представитель русской культуры является «плохим слушателем». Благодаря пословицам и поговоркам складывается мнение, что русские

люди много говорят, а не слушают: *все говорят, а никто не слушает; все мы говорим, а слушать то некому.*

В Словаре В.И. Даля встречаются слова со значением «слушать» - «следовать чьим-то советам, приказам». Речевая практика создала следующие пословицы с негативной оценкой: *не слушаешь отца-матери, послушаешься овечьей шкуры; делай за семерых, а слушайся одного; кто кого любит, то того и слушает; Иван Марья не слушается: сам приказывать горазд; дал бог отца, что и родного сына не слушается.*

Языковое народное сознание отражает потребность в мнении окружающих людей, и в то же время отсутствие интереса к чужим словам, советам. В результате проявляется характерная черта речевой деятельности русского человека – неумение и нежелание слушать и слышать, о чем впоследствии человек может пожалеть.

Выводы. Народное сознание активно закрепляет в речевой практике «язык», вкладывая в него следующие значения: «подвижный мышечный орган в полости рта, воспринимающий вкусовые ощущения, участвующий также в артикуляции», «в колоколе: металлический стержень, производящий звон ударами о стенки», «речь, способность говорить». В большинстве случаев «язык» получает негативную оценку. Народные изречения призывают человека быть осторожным, внимательным к языку, к сказанному слову.

В «речь» народный опыт вкладывает значения: «разговор, беседа», «публичное выступление». Все пословичные выражения в народном сознании существуют с отрицательными оттенками. Помимо значений, закрепленных в нормативном словаре, народная речевая практика на основе субъективных ассоциаций способствовала появлению еще одного значения, вошедшего в систему смыслов концепта «речь» - «выражение своих мыслей, изречение».

«Говорить» включает в себя такие значения: «словесно выражать свои мысли, сообщать», «высказывать мнение, суждение, обсуждать что-нибудь». Кроме значений, закрепленных нормативным словарем, обнаружена дополнительная семантика слова «говорить», которая возникла в народном речевом опыте. «Говорить» - «владеть артикуляционным аппаратом».

В народном сознании «слушание» реализовано следующей системой смыслов: «направлять слух на что-нибудь», «следовать чьим-то советам, приказам».

Стереотип «речевая деятельность» характеризуется комплексом признаков, которые категоризируют объект, оценивая его неоднозначно. Нередко одна черта противоречит другой, создавая амбивалентный образ речевой деятельности.

Выделяются следующие характеристики стереотипа «речевая деятельность»:

1. Отдается предпочтение практической деятельности, а не речевой (15 языковых единиц).

2. Язык представляет скорее опасность для человека, а не полезность (14).

3. Слушание предпочитается говорению (9).

4. Язык и собственно речь как выражение языка играет важную роль в жизни человека (9).

5. Часто слова бессмысленны (8).

6. Неумение и нежелание слушать и слышать (7).

7. Сдержанность в словах – залог спокойствия и благополучия (6).

8. Малоэффективность речи по сравнению с практической деятельностью (4).

9. Язык обладает особой миссией (3).

10. Любовь русского человека к слову, к говорению (3).

11. Равнозначность говорения и слушания (3).

12. Язык как орган речи наделен силой и могуществом (3).

13. Неумение владеть артикуляционным аппаратом (3).

14. Язык как средство мышления (2).

15. Язык – инструмент приобретения материальных благ (2).

16. Говорение впустую (2).

17. Важность слушания (2).

18. Слушание предпочитается другим способам восприятия (1).

19. Умение слушать между делом (1).

20. Слова обладают неискренностью, наигранностью (1).

21. Осторожное, недоверительное отношение к словам (1).

22. Слушание предпочитается другим способам восприятия (1).

ЛИТЕРАТУРА

Бартминьский Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике. – М., 2005.

Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4-х т. – М.: Гос. изд-во иностр. и нац. Словарей, 1955.

Культура, человек и картина мира. – М., 1987.

Лингвистический энциклопедический словарь / гл.ред. В.Н. Ярцева. – М., 1990.

Маслова В. А. Связь мифа и языка // Фразеология в контексте культуры. – М., 1999.

Ожегов С.И, Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., доп. – М.: Азбуковник, 1999.

Речевые и ментальные стереотипы в синхронии и диахронии: тезисы конф. – М., 1995.

Савенкова Л.Б. Русская паремиология: семантический и лингвокультурологический аспекты. – Ростов н/Д., 2002.

Телия В.Н. «Говорить» в зеркале обиходного сознания. // Логический анализ языка. Язык речевых действий. – М., 1994.

Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М., 1996.

Человеческий фактор в языке. Язык и картина мира. – М., 1988.

Этимологический словарь русского языка / под. ред. Н.М.Шанского. – М., 1973.

Этническое и языковое самосознание: мат-лы конф. – М., 1995.

© Еремина С.А., Орлова А.П., 2009

Кабаченко Е.Г.
Екатеринбург, Россия

КОНЦЕПТ «УЧИТЕЛЬ» И «УЧЕНИК» В СОЗНАНИИ СОВРЕМЕННЫХ ПЕДАГОГОВ (ОБРАЗНЫЙ КОМПОНЕНТ)

***Аннотация.** В статье слова-понятия «учитель» и «ученик» рассматриваются как метафорические модели. Концепты «учитель» и «ученик» не только создают образ учителя и ученика, но и выражают отношение к предмету речи, дают ему оценку. Авторы исследуют названные концепты с помощью ассоциативного эксперимента.*

***Ключевые слова:** концепт «учитель», концепт «ученик», метафора, образная составляющая концепта.*

Kabachenko E.G.
Ekaterinburg, Russia

CONCEPTS “TEACHER” AND “PUPIL” IN THE MINDS OF PRESENT-DAY TEACHERS (FIGURATIVE COMPONENT)

***Abstract.** In the article the words “teacher” and “pupil” are referred to metaphorical models. Concepts “teacher” and “pupil” do not only create the images of teachers and pupils, but also reflect the attitude to the subject of speech, evaluate it. The author analyzes these concepts using associative experiment.*

***Key words:** concept “teacher”, concept “pupil”, metaphor, figurative element of a concept.*

Базисные концепты педагогического дискурса привлекают внимание многих исследователей, в том числе в связи с модернизацией образования. Отметим относительную изученность отдельных концептов («воспитание», «знание», «отличник», «ученик», «учитель», «школа») [Васильев 2001; Карасик 2004; Лукашевич 2000; Маркова 2000; Немец 2000; Степанов 1997; Толочко 1999, 2000; Фараджев 2000]. Особый интерес проявляют к концептам, номинирующим основных участников педагогического процесса – «учитель» и «ученик». Экспериментальное исследование концепта «учитель» в лингвокультурном аспекте с целью «раскрыть психологически реальное содержание кон-

цепта через моделирование его структуры» провела Е. Н. Заречнева [Заречнева 2008]. Изучается бытование культурного концепта «учитель/ученик» и с философской точки зрения, на фоне других концептов [Исупов 2002]. Комплексному изучению функционирования концепта «*учитель*» в русском педагогическом дискурсе рубежа XIX-XX веков посвящена диссертация С.Л. Смысловой (источниками анализа материала стали архивные документы учебных заведений, дидактические сочинения и учебники педагогического и методического характера рубежа XIX – XX вв., а также автобиографические художественные произведения).

Понятия «учитель» и «ученик» давно закрепились в педагогике (а концепты в общественном сознании) и, не нуждаясь в пояснениях, кажутся абсолютно очевидными. Но дело в том, что концепты, будучи многокомпонентными по своей структуре, вербализуются при помощи языковых средств различного уровня, среди которых присутствуют не только слова-термины, но и образные средства. Иначе говоря, не только слова-понятия, но и слова-метафоры. Если предложить определить любой концепт педагогического дискурса, например, «урок», используя при этом не слово-термин, а слово-образ, слово-метафору, то мы увидим, что понятие урока не ограничивается только временными и пространственными категориями, оно многомерно и неоднозначно. Метафора может репрезентировать любой предмет (понятие, концепт), выступать вместо него. Часто бывает так, что конкретная метафора репрезентирует понятие с чрезвычайно широким значением. А в нашем случае наоборот – наполняет слова с вполне конкретным значением (учитель и ученик) более широким содержанием.

Использование различных метафорических моделей играет важную роль в репрезентации образного компонента концептов «*учитель*» и «*ученик*». Когнитивные метафоры помогают не только воссоздать образ учителя или ученика, но и выразить свое отношение к предмету речи, дать ему оценку. Метафорические словоупотребления позволяют наполнить концепт как некий исследовательский конструкт информацией, не абстрагированной от носителей языка, помогая составить наиболее полное представление о данном концепте.

В этой статье мы обращаемся к изучению образной составляющей концепта (в силу того, что этот компонент занимает большой объем содержания концепта), эксплицированной когни-

тивными метафорами. В качестве материала для анализа взяты результаты ассоциативного эксперимента, который проводился в 2008-2009 гг. среди учителей школ города Березовского (стаж работы информантов от 3 до 25 лет). Эксперимент позволил нам получить ответ на вопрос: «Каков метафорический образ современного учителя и его ученика?» Мы предложили учителям и методистам включиться в метафорическое определение понятий «учитель» и «ученик», поставив перед ними вопрос: «С кем или с чем Вы могли бы сравнить учителя и ученика?», и попросили мотивировать ответ через союз «потому что». Обратим внимание на то, что метафоры создавали педагоги-практики, чей профессиональный опыт позволяет вербализовать современное представление о главных участниках педагогического процесса и обогащать содержание концептов «*учитель*» и «*ученик*».

Для образного воплощения концепта «*учитель*» педагоги выбирают антропоморфные метафоры (53 % от общего числа метафорических словоупотреблений). Заметим в скобках – в отличие от студентов педагогического Вуза, в сознании которых наиболее частотной метафорой, репрезентирующей рассматриваемый нами концепт является зооморфная метафора [см. Кабаченко 2006]. Работа «человека, передающего знания ученикам» воспринимается через призму профессий, требующих огромных затрат (эмоциональных, физических, умственных). Ср.: хирург, строитель, актер, художник, дирижер, агроном, инженер. В сознании учителей доминируют образы, представленные двумя моделями, – «*учитель – это строитель*» и «*учитель – это садовник*». Эти традиционные в педагогическом дискурсе образы охватывают обе стороны педагогического процесса: обучение и воспитание. Метафоры учителя-садовника и учителя-строителя обращают внимание на то, что педагог принимает на себя ответственность за результат, осознавая, что, чем лучше возделана почва, тем больше вероятности того, что сад будет расти и разрастаться; чем надежнее фундамент, тем более высокое и прочное здание на нем можно построить. Ср. «*Учитель – это садовник, агроном, потому что для достижения хороших результатов должен подготовить почву (условия роста и развития)*»; «*Учителя я бы назвала инженером, потому что закладывает фундамент и является основной фигурой в строительстве личности*».

Анализ признаков, положенных в основу других образов, позволяет увидеть группу метафорических моделей, подчеркивающих воспитательную функцию учителя. Ср.: «Учитель – архитектор», «учитель – художник», «учитель – врач». «Учитель – это художник, потому что у талантливого получают шедевры, а у бездарного ширпотреб, массовое производство». В созданных педагогами метафорах прочитываются высокие требования российского общества к учителю. Метафоры творец, художник, артист обращают наше внимание на необходимое учителю умение перевоплощаться, скрывать свои неприятности и плохое настроение, а также на эмоциональную «затратность» профессии педагога. Например, «учитель – это творец, потому что его работа требует креативности»; «учитель – это артист, потому что должен быть выразительным, интересным, для этого приходится прятать свою усталость и перевоплощаться».

Лексические репрезентанты интересующего нас концепта показывают, что учителя осознают свои слабости и ограничения, например, возможность ошибиться («учитель подобен богатырю на распутье, потому что вроде бы он и силен, но также и слаб в выборе: куда пойти, какое решение принять?»); необходимость «резать по живому» (метафорическая модель «учитель – хирург»); отсутствие полной уверенности в результатах собственного труда («учитель – это садовник, потому что пытается вырастить светлое, доброе, но не всегда это получается»).

Встречаются и уничижительные метафоры (10%), демонстрирующие недовольство учительской долей: раб, клоун, дрессировщик. Ср.: «Учитель – это раб, потому что его труд очень тяжелый»; «учитель – это дрессировщик тигров, так как одно неловкое движение – и вас слопали». Похожим прагматическим потенциалом обладают метафорические словоупотребления «вечный двигатель», «динамо-машина», «компьютер», «батарейка» (12,5%). Объясняя появление таких метафор, учителя говорят о том, что «работают 24 часа в сутки, без выходных»; «постоянно вертятся»; «вечно загружены»; «находятся в непрерывном движении и суете». Возникает образ вечного труженика, который не осмысляет для чего и ради кого работает.

Лишь 9,4 % опрошенных учителей считают себя обязанными оказывать помощь ученикам и репрезентируют концепт «учитель» через метафоры вожака, проводника, наставника.

Например, «Учитель – это проводник в лабиринте науки, потому что помогает не запутаться, указывает ориентиры, а главное он больше знает». Интересно, что в отличие от преподавателей студенты Уральского государственного педагогического университета, моделируя метафорический образ рассматриваемого нами концепта, чаще видят учителя в роли проводника, который должен загладить шероховатости, убрать с дороги камни, «исправить путь». Ср.: он (учитель) должен знать как «пройти через содержание урока короткой дорогой». Он должен заранее отметить, где есть угроза попасть в ловушку, «сделать зарубки на деревьях вдоль пути, построить мосты через бурлящие реки». Он должен иметь на примете «безопасные места, где можно будет сделать привал». По мнению студентов, учитель, являющийся подлинным мастером своего дела, понимает, что его задача состоит не в том, чтобы провести трудный бесполезный поход, а в том, «чтобы как можно успешнее довести учеников до места назначения, не рискуя ни одним из них».

Прагматический потенциал когнитивной метафоры «учитель – книга» (9,5 %) можно сформулировать следующим образом: целью преподавательской деятельности является перенесение материала (знаний) из головы учителя в головы своих учеников. Например: «Учитель похож на толстый справочник, потому что каждый день из своего «нутра» достает знания, чтобы отдать их детям». Такие метафорические средства характеристики концепта «учитель» как справочник, энциклопедия, книга позволяют сделать акцент на том, что учителя считают своей задачей «отдать» знания ученикам, а «взять» эти знания – задача самого обучаемого. Книгу нельзя обвинить в необразованности ее обладателя, энциклопедия может содержать важную и ценную информацию, то есть быть «хорошей», а человек ее читающий, вполне возможно, окажется бездарным и глупым. Такая позиция, зашифрованная в «книжных» метафорах свидетельствует о желании учителей разделить ответственность за результаты обучения со своими учениками.

Итак, сконструированные в результате эксперимента метафорические модели воспроизводят сложный и противоречивый образ учителя, увиденный глазами самих педагогов. Обобщение множества конкретных «изображений» учителя позволяет выявить прототипические признаки интересующего нас концепта.

Теперь перенесем фокус внимания с концепта «учитель» на концепт «**ученик**».

Образный слой концепта «ученик» в сознании учителей представлен четырьмя метафорическими моделями. Причем три из них (производственная метафора, фитоморфная и метафора вместилища) свидетельствуют о восприятии ученика как объекта, которому старшее поколение передает опыт и знания, о признании ведущей роли внешних факторов.

Наиболее распространена когнитивная метафора «ученик – это материал для работы» (31,3%). Учителя размышляют о том, какие операции можно сделать с глиной, бумагой, камнем, деревом, холстом, недооценивая при этом роль самого ученика в процессе образования. Ср.: «Ученик – это брусок из хорошей древесины, потому что вбиваем в него знания-гвозди, которые входят легко и прочно, но некоторые гнутся и ломаются, а брусок упорно сопротивляется»; «ученик как бумага, которую надо зажечь, и часто приходится иметь дело с мокрой»; «ученик – это глина, потому что в силах учителя вылепить все, что нужно». Эти и многие другие метафоры о «сопротивлении материала», выявленные в ходе ассоциативного эксперимента, свидетельствуют о высокой степени авторитарности сознания опрошенных учителей. Преобладание в сознании педагогов метафор власти (выражающих субъектно-объектные отношения) является знаком их начальственной позиции по отношению к своим воспитанникам и демонстрирует нежелание занимать позицию подчиненную (или на равных), то есть давать ученикам то, что они сами выбрали и вообще допускать возможность такого выбора.

Прагматический потенциал метафоры вместилища (12,5%), репрезентирующей концепт «ученик», схож с потенциалом рассмотренной выше метафоры «ученик – это материал». Ученик – лишь «пустой сосуд, так как учитель в него может положить, что угодно» или «губка», *заполняющая поры неким веществом, которое потом может быть использовано для решения проблем*. Причем возможности и «губки», и «сосуда» ограничены тем, что они вмещают, по словам учителей, «ровно столько, насколько способны». Такое восприятие ученика позволяет учителю снять с себя ответственность за результаты обучения и списать все на «неспособность» воспринимать знания.

Фитоморфная метафора (19,6%), использованная учителями для образного воплощения концепта «ученик», несет сле-

дующую смысловую нагрузку: по мнению учителей, не следует ожидать мгновенных результатов, раз «ученик – это растение», то требуется время (месяцы, годы) для постоянной поливки и удобрения, прежде чем станет заметен рост. Но дело, по мнению учителей, не только и не столько в приложенных «садовником» усилиях – «*все зависит от вида этого самого растения*». Ср. еще: «ученик – это растение, потому что учителя и родители заботятся о нем, но это не всегда значит, что растение зацветет»; «*ученик похож на посаженный росток, холишь его, лелеешь и не замечаешь, что вырос дуб*»; «ученик – это семечко в земле, потому что может быть что-то вырастет, а может нет». Мы намеренно приводим много примеров, чтобы еще раз обратить внимание на то, что скрывается за метафорами – желание учителей разделить с кем-либо ответственность за результаты обучения и воспитания.

Зооморфные метафоры, выбранные учителями для образного воплощения концепта «ученик» (25%), отражают субъективное восприятие своих воспитанников, личный опыт педагогической деятельности. Один учитель ставит над учениками опыты («ученик – это подопытный кролик, потому что над ним экспериментируют»); другой опасается своих подопечных («ученик – это ласковый зверек, но неизвестно, что от него ждать – в самый неподходящий момент может укусить»); третий, наоборот, умиляется ими («ученик – это щенок, потому что милый, славный, хочется его воспитывать») и т.д. Наиболее частотные признаки концепта «ученик» в сознании современных педагогов – неопытность и леность. Ср.: метафоры «коала», «неоперившийся птенец», «воробушек», «гусеница, еще не ставшая бабочкой», «цыпленок, только вылупившийся из яйца».

Итак, выявленные в ходе ассоциативного эксперимента метафорические модели демонстрируют наиболее актуальные для учителей векторы осмысления концептов «ученик» и «учитель». Исследование образного компонента концептов позволило нам выявить целый ряд противоречий между современными требованиями к образованию и готовностью к нему учителей.

Казалось бы, в метафорах, созданных педагогами и представляющих концепт «учитель», отсутствует восприятие себя как «властимущих». Но образный слой концепта «ученик» свидетельствует об ином – о превышении своих учительских полномочий и восприятии ученика как объекта воздействия вме-

сто субъекта деятельности, познания и общения. Созданные учителями метафоры указывают на отсутствие педагогического взаимодействия, то есть совместных (учитель-ученик) действий по осуществлению общих целей, в ходе которых происходило бы влияние сторон друг на друга. Такое представление далеко от образа идеального учителя, формирующего личность человека, раскрывающего его нравственный и творческий потенциал.

Пока содержание концептов «*ученик*» и «*учитель*», функционирующих в сознании учителей, не претерпело изменений, нельзя говорить об активной фазе образования в школьной системе. Без изменений на концептуальном (ментальном) уровне интенсивное обновление содержания образовательных программ, технологий обучения и форм организации учебного процесса будет малоэффективным. С того момента, когда учитель будет представлять себя в образе, например, *проводника (инструктора)*, который указывает путь и консультирует на этом самом пути, а ученика через метафору *путешественника, искателя*, самостоятельно добывающего знания и демонстрирующего, как и что он добыл, начнется настоящая реформа образования. И тогда учитель, работая с таким «*материалом*», как современные ученики, выступит не только проектировщиком, организатором и консультантом, но и вдохновителем творческих идей. Метафорический акцент будет перенесен с передачи (трансляции) готовых знаний на со-творчество учителя и ученика, и обучение станет интерактивным.

ЛИТЕРАТУРА

Заречнева Е. Н. Экспериментальное исследование концепта «учитель»: лингвокультурный аспект // Мир науки, культуры, образования. №3(10), 2008. С. 52-56.

Исупов К. Г. Культурный концепт «учитель / ученик» на фоне русской «правды» // Диалог в образовании. Сборник материалов конференции.– СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2002. Серия “Symposium”. Вып. 22.

Кабаченко Е. Г. Метафорическое моделирование концептосферы «образование» студентами: результаты ассоциативного эксперимента // Общетеоретические и практические проблемы языкознания и лингводидактики : мат-лы междунар. научно-практ. конф., Екатеринбург, 27-28 апреля 2006 г. / ГОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т». – Екатеринбург, 2006. С. 123-130.

Карасик В. И., Слышкин Г.Г. Лингвокультурный концепт как элемент языкового сознания // Методология современной психолингвистики: сб.статей. – М.; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003.

Смылова С. Л. Концепт «учитель» в русском педагогическом дискурсе рубежа XIX – XX веков : автореф. дис. На соискание ученой степени канд. филол. наук. – Тюмень, 2007.

© Кабаченко Е. Г., 2009

Каслова А.А., Шебалов Р.Ю.
Екатеринбург, Россия

**ПРОЕКТНЫЙ МЕТОД В ПРЕПОДАВАНИИ
РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО
В РОССИЙСКОМ ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ВУЗЕ:
К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ
ОТКРЫТОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА**

Аннотация. В статье обосновываются преимущества проектного метода обучения русскому языку как иностранному, поскольку этот метод способствует повышению мотивации к изучению, реализации личностного подхода к обучению и созданию ситуации «погружения» в проблему.

Ключевые слова: методические приемы, технологии обучения, метод проектов.

Kaslova A.A., Shebalov R.Y.
Ekaterinburg, Russia

**METHOD OF PROJECTS IN TEACHING RUSSIAN
AS A FOREIGN LANGUAGE IN RUSSIAN PEDAGOGICAL
UNIVERSITY: TO THE PROBLEM OF DEVELOPMENT OF OPEN
EDUCATIONAL SPACE**

Abstract. The advantages of the method of projects in teaching Russian as a foreign language are proved in the article, as this method stimulates motivation, it realizes person-oriented approach and creates situation of “immersion” into the problem.

Key words: method, technologies of teaching, method of projects.

Развитие международного сотрудничества и стратегического партнерства стран-членов ШОС на современном этапе все сильнее определяет необходимость расширения транснациональных контактов между гражданскими институтами этих государств. В этом смысле основная роль по формированию межкультурного взаимодействия между странами отводится их национальным системам образования. Стремление к созданию единого образовательного пространства – один из основополагающих факторов дальнейшего усиления интеграционных процессов на евразийской территории.

Русский язык как одно из официальных средств коммуникации государств-членов ШОС является мощным средством организации и управления информационными потоками между этими странами, средством формирования адекватного представления иностранцев о специфике культуры и национального менталитета россиян. Именно поэтому обучение русскому языку должно решить не только проблему понимания представителями стран ШОС друг друга и адекватной (культурносообразной) интерпретации значимых смыслов, но и стать стратегической задачей расширения коммуникативной среды, в рамках которой реализуются многочисленные контакты между этими странами.

Обширный репертуар методических приемов и технологий обучения русскому языку как иностранному позволяет добиться решения этих задач разными способами, однако, учитывая необходимость моделирования процесса «непосредственного включения» обучающихся в ситуацию межкультурного диалога, целесообразно выделить метод проектов как один из ведущих. Данный метод, как известно, «предполагает определенную совокупность учебно-познавательных приемов и действий обучаемых, которые позволяют решить ту или иную проблему в результате самостоятельных познавательных действий и предполагающих презентацию этих результатов в виде конкретного продукта деятельности. Если говорить о методе проектов как о педагогической технологии, то эта технология предполагает совокупность исследовательских, проблемных методов, творческих по самой своей сути» [Полат 1995: 25].

Проектный метод позволяет добиться не только повышения мотивации к изучению нового материала, реализации личностно-ориентированного подхода к обучению, но и смоделировать ситуацию «погружения» в проблему, что особенно важно при обучении национальному языку как неродному. В этом случае обучаемые находят тот или иной вариант ее решения, исходя из собственного, актуального для них на данном этапе изучения языка, лингвокультурного опыта, что может стать мощным стимулом как для обобщения этого опыта и его систематизации в сознании обучаемого, так и для поиска новой информации по проектной проблеме и соответственно обогащения опыта силами уже самого студента. Таким образом, метод проектов становится способом «расширения сознания» обучаемого, когда знакомство с новой для него социо- и национально-культурной ре-

альностью происходит в ходе проблематизации определенных аспектов пребывания внутри этой реальности.

Особую значимость при изучении неродного языка данный метод приобретает еще и в силу специфики самого материала, т.к. язык с его множественностью форм, значений и вариантов интерпретации смыслов является своеобразным «эквивалентом» нелинейного характера окружающей действительности, в которой не существует готовых ответов на заранее сформулированные вопросы.

В то же время проектный метод предоставляет возможность освоить в неродном языке (и соответственно неродной культуре) те семантические доминанты, которые обычно остаются за рамками традиционного вузовского курса, – национально-культурные стереотипы, социально значимые константы отношения к действительности и/или поведения. Так, например, традиционные представления о русских как гостеприимных, хлебосольных хозяевах могут быть восприняты неоднозначно представителями культур, для которых такое бытовое поведение не характерно. Изучение материала о традиционной культуре русских национальных праздников, имеющих языческую и/или христианскую основу, может оказаться «результативным» для уровня официально-деловой коммуникации, однако вряд ли такая информация будет полезной в случае непосредственного неформального общения представителей различных культур. Соответственно реализация проекта по моделированию ситуации организации и проведения «типового» русского праздника (Новый год, Масленица, 9 Мая и др.) в ходе изучения темы «Праздники в России» поможет иностранным студентам не только преодолеть культурный барьер, но и интериоризировать культурную информацию, составляющую их основу.

Реализация метода проектов в преподавании русского языка как иностранного предполагает создание в вузе социокультурной обучающей среды, важными параметрами которой, в частности, являются: наличие научных традиций в области методики преподавания языков, институционализированных в виде научных школ, научно-методических исследований в соответствующей области; регулярное проведение научных и научно-практических конференций, семинаров по проблемам обучения иностранным языкам; международные контакты, связанные с обучением зарубежных студентов, а также стажировками ведущих преподавателей вуза за границей; установка преподава-

тельского и административного корпуса вуза на понимание значимости реализации образовательного процесса в вузе в его полноте (сосредоточенность не только на передаче знаний, формированию профессионально значимых умений и навыков, но и на воспитании «культурно сообразной» личности). Данные параметры как нельзя лучше соответствуют основным критериям открытого образовательного пространства, характерным для современных педагогических вузов России.

Модернизация высшего профессионального образования в нашей стране связана, в том числе, и с изменением отношения всех заинтересованных сторон (общества, государства, бизнес-сообщества, зарубежных партнеров и др.) к результатам образовательного процесса. На первый план вышла необходимость подготовки специалиста, способного не только к эксплуатации суммы переданных ему знаний, но и к поиску новой информации, самостоятельной ее обработке и интерпретации и продуцированию идей, имеющих перспективу практического применения. Эта цель может быть, в частности, достигнута через организацию обучения в вузе по принципу инновационной деятельности, развитие у обучаемых соответствующих компетенций и расширение международных образовательных контактов.

Последовательное внедрение проектного метода в практику преподавания русского языка как иностранного позволяет расширить количество информационных образовательных каналов и предоставляет возможность гибкого управления ими, исходя из требований современной социокультурной и геополитической ситуации.

ЛИТЕРАТУРА

Полат Е.С. Как рождается проект. – М., 1995.

© Каслова А.А., Шебалов Р.Ю., 2009

Квят А.Г.
Омск, Россия

МЕТАФОРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ

***Аннотация.** Когнитивно-дискурсивное исследование русскоязычной современной рекламы выявило большое разнообразие метафорических моделей позиционирования. Автор приходит к выводу, что метафора как лингвокогнитивный прием «безболезненно» внедряет товар в мир потребления, помогает придать товару черты уникальности, стимулирует образное мышление потребителя, содержит в свернутом виде всю концепцию позиционирования продукта, позволяет добиться смысловой компрессии рекламного текста.*

***Ключевые слова:** метафора, реклама, метафорические модели, концепт-источник, концепт-мишень.*

Kvyat A.G.
Omsk, Russia

METAPHORICAL MODELS OF GOODS AND SERVICES POSITIONING

***Abstract.** Cognitive discursive research of the Russian ads revealed a great diversity of metaphorical models of positioning. The author comes to the conclusion that metaphor as lingo-cognitive means adds unique qualities to the goods, stimulates image thinking of the consumer, incorporates all the concept of positioning of the product, helps to reach compression of the meaning of advertising text.*

***Key words:** metaphor, advertisement, metaphorical models, concept-source, concept-target.*

К настоящему моменту манипулятивный потенциал метафоры наиболее подробно изучен в политической лингвистике (А.П. Чудинов, А.Н. Баранов, Э.В. Будаев, Н.А. Красильникова и др.), в то время как в сфере рекламоведения более популярна так называемая «теория RAM-проводника» (Аббревиатура «RAM» расшифровывается как «remote associative matching»). В русском издании работы Дж. Росситера этот термин весьма приблизительно переведен фразой «на основе ассоциативного

соответствия» [Росситер, Перси 2001: 205]. Дословно выражение «remote associative matching» означает «отдаленное ассоциативное согласование»), разработанная в 1994 г. Дж. Росситером и Л. Ангом. Согласно этой теории основное конкурентное преимущество продукта должно быть выражено в рекламном тексте не прямо, а опосредованно, «обходным путем». RAM-проводник может быть как визуальным, так и вербальным: «Проводники на основе словесных метафор также могут быть представлены в зрительной форме, при этом визуальный проводник уже сам по себе является изобразительной метафорой (...) и те, и другие являются более действенным способом передачи информации, чем просто прямое заявление о преимуществах продукта» [там же. С. 206-208]. По мнению авторов этой теории, ассоциативные проводники должны соответствовать следующим параметрам: «привлечение внимания», «точное распознавание потребителем», «восприятие проводника как не связанного напрямую с продуктом»; кроме того, проводник не должен «вызывать сильную ассоциацию с характеристикой, обратной целевой» [там же. С. 208-210]. Некоторые методологические недостатки концепции Дж. Росситера и Л. Анга (в частности, отсутствие у нее серьезной теоретической базы) затрудняют практическое применение модели RAM-проводника. На наш взгляд, когнитивная теория метафоры, речь о которой пойдет далее, превосходит концепцию RAM-проводника как в теоретическом, так и в прикладном отношении. Механизмы «обходного пути» подачи рекламной информации, о котором говорили Дж. Росситер и Л. Анг, в рамках лингвокогнитивной парадигмы получают намного более подробное описание, и практикующий рекламист в данном случае может выбрать тот или иной способ метафорического моделирования в зависимости от типа товара, особенностей целевой аудитории и других факторов.

Метафора, впервые описанная Аристотелем как «несвойственное имя, перенесенное с рода на вид, или с вида на род, или с вида на вид, или по аналогии» [Аристотель 1984: 669], во второй половине XX в. стала рассматриваться не как частный риторический прием, а как способ познания и описания мира: «Метафора – это не средство украшения уже готовой мысли, а способ мышления, повседневная реальность языка» [Чудинов 2004: 91]. Когнитивный подход к метафоре (Ж. Фоконье, М. Тернер, А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, И.М. Кобозева, Е.С. Кубрякова, А.П. Чудинов и др.) во многом сформировался под влиянием

идей Дж. Лакоффа и М. Джонсона, согласно которым, метафору следует понимать как когнитивный механизм, заложенный в самой природе человеческого мышления: «В противоположность этой расхожей точке зрения мы утверждаем, что метафора пронизывает всю нашу повседневную жизнь и проявляется не только в языке, но и в мышлении и действии. Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, метафорична по самой своей сути» [Лакофф, Джонсон 1990: 387]. Сущность метафоры, с точки зрения этих исследователей, состоит в «осмыслении и переживании явлений одного рода в терминах явлений другого рода» [там же. С. 388]. Метафорическая модель Дж. Лакоффа и М. Джонсона состоит из двух понятийных сфер: «source domain» (исходная понятийная область; ментальная сфера-источник; сфера-донор метафорической экспансии) и «target domain» (новая понятийная область; ментальная сфера-мишень; сфера-магнит; денотативная зона; реципиентная сфера; направление метафорической экспансии). По сравнению со сферой-мишенью сфера-источник более понятна, конкретна, известна (прежде всего, через непосредственный физический опыт). По мнению М. Блэка, сфера-источник и сфера-мишень (он называет их «главный субъект» и «вспомогательный субъект») находятся в отношениях «концептуальной интеракции», предполагающей не простое суммирование значений исходных концептов, а возникновение принципиально нового комбинированного концепта [Блэк 1990].

Н.Д. Арутюнова считает, что метафорой может быть назван любой способ косвенного выражения мысли [Арутюнова 1990]. И.М. Кобозева признает «метафорами или, выражаясь более осмотрительно, метафороподобными выражениями, все образные построения, имеющие в качестве когнитивной основы уподобление объектов, относящихся к разным областям онтологии» [Кобозева 2001: 136]. В дальнейшем, говоря о метафоре, мы также будем придерживаться расширительной трактовки этого понятия.

Когнитивно-дискурсивное исследование современной русскоязычной рекламы (800 текстов за 2005-2009гг.), выполненное при помощи различных приемов концептуального анализа, обнаружило большое разнообразие метафорических моделей позиционирования.

Лингвокогнитивная программа позиционирования, основанная на метафоре, может быть выражена как эксплицитно, так

и имплицитно. М. Блэк называл эти разновидности «метафора-сравнение» и «метафора-субститут»: «Сравнение часто предвзвешивает эксплицитное изложение оснований сходства, в то время как от метафоры странно было бы ожидать, чтобы она объясняла самое себя» [Блэк 1990: 172]. По-видимому, к метафорам-сравнениям следует отнести такой тип концептуальной интеракции, при котором концепт-источник и концепт-мишень репрезентированы в тексте с приблизительно одинаковой степенью подробности, и механизм метафорической экспансии открыто демонстрируется реципиенту. Метафора-субститут, напротив, предлагает ему уже конечный результат концептуальной интеракции, а сам процесс соотнесения концепта-источника и концепта-мишени остается «за кадром».

Итак, первый тип метафоры представляет собой открытое, маркированное сравнение концепта-источника и концепта-мишени с указанием оснований их сходства. Основными маркерами этой модели позиционирования являются императивы «представьте», «вообразите» и предикаты компаративности «напоминает», «похоже»: *Познание страсти, наслаждение вкусом и удовольствие от каждого момента – такие ощущения вызывает отменное итальянское вино. Вообразите, что это чувство гармонично дополнено мастерством, которому почти 100 лет и воплощено в уникальном пишущем инструменте. Это – Nerouno Montegrappa. * Представьте себе камеру, воплотившую глаза и ум да Винчи. Компания Sony стремится стимулировать творчество, используя для этого уникальные матрицы – «глаза», фиксирующие прекрасные картины, и процессоры обработки изображения – «мозг» самых интеллектуальных в мире фото- и видеокамер. * Действие шотландского виски Glenfiddich напоминает по химическим реакциям действие феромонов.* Другой характерный признак метафоры-сравнения – семантический или синтаксический параллелизм: *Путешествуя по свету, мы преодолеваем не только расстояния, но и временные зоны. Для того чтобы определить время в другой временной зоне, нужно ориентироваться на нулевой, Гринвичский меридиан. Это единственный меридиан, который является точкой отсчета для определения поясного времени. * Появившись в 1842 году, Pilsner Urquell получил большое признание как первое прозрачное золотистое пиво. Так возник целый сорт светлого пива – «пилзнер». Но только Pilsner Urquell сохранил выраженную горчинку, по кото-*

рой его легко отличить среди прочих вкусов светлого пива.
Точка отсчета во вкусе светлого пива.

Для метафор-субститутов характерна бóльшая компактность и смысловоемкость, так как в данном случае схему взаимодействия концепта-источника и концепта-мишени реципиент достраивает самостоятельно. Например, в тексте *Путеводный ангел ищет работу. Pioneer. Мультимедийная система с навигацией* модель интеграции концептов 'АНГЕЛ-ХРАНИТЕЛЬ' и 'GPS-НАВИГАТОР' задана соотношением архетипа 'ПУТЬ' с фреймом 'АВТОМОБИЛЬНАЯ ДОРОГА', то есть метафорическая экспансия дублирует оппозицию 'МЕТАФИЗИЧЕСКОЕ' – 'БЫТОВОЕ'.

С функциональной точки зрения метафорические модели, используемые при позиционировании, целесообразно классифицировать по различным типам сферы-источника. В этом качестве может выступать, например, концепт, релевантный для целевой аудитории: *Givenchy Man: 5 новых видов оружия для защиты мужской кожи. * Новый Maserati Quattroporte Automatic. Заряжен удовольствием* (концепт-источник – 'ОРУЖИЕ'). * *Медицинский центр «Вита Валида». До Нового года осталось 4 лишних кг...*(концепт-источник – 'ПОХУДЕНИЕ'). В рекламе косметики «Givenchy Man» концепт-источник, релевантный для мужской аудитории, позволяет нейтрализовать ее негативную установку по отношению к объекту рекламы (слово «косметика» в тексте даже не упоминается). Рекламу центра «Вита Валида» можно рассматривать как пример правильного использования техники подключения к ментальному лексикону целевой аудитории (автор, осуществляя своеобразную когнитивную «транслитерацию» темпорального фрейма, буквально переходит на язык реципиента).

Следующая модель позиционирования, основанная на когнитивной интеграции, – антропоморфная метафора. По наблюдениям А.В. Прохорова, понятийная область 'ЧЕЛОВЕК' является главным концептом-источником метафорического моделирования в современной рекламе [Прохоров 2006]. Объяснение этому можно найти в работе Ж. Бодрийяра «Система вещей»: «Вся идеально-потребительская философия основывается на подмене человеческих отношений, живых и конфликтных, «персонализированным» отношением к вещам; как пишет Пьер Мартино, «каждый процесс покупки представляет собой взаимодействие между личностями индивида и товара» [Бодрийяр

2001: 203]. Персонализацию Ж. Бодрийяр называет в числе главных аспектов современной системы потребления: «... в определенный момент вещи, помимо своего практического использования, становятся еще и чем-то иным, глубинно соотношенным с субъектом; это не просто неподатливое материальное тело, но и некая психическая оболочка, в которой я царю, вещь, которую я наполняю своим смыслом, своей собственностью, своей страстью» [там же. С. 96].

В лингвокогнитивном отношении персонификация продукта позволяет приблизить объект рекламы к центру модели мира потребителя: *Коммуникабелен, компетентен, удобен, надежен, исполнителен, серьезен. Ищу партнера по бизнесу. Nokia Eseries. * Соковыжиматель BORK. Немецкое качество. Безупречный стиль. Мужской характер. * ПЛАСТИЧЕСКИЕ операции на ваши окна. Омскстройпласт.* Особенно часто антропоморфная метафора применяется в рекламе лекарственных препаратов и БАД. При этом в качестве сферы-источника используется концепт 'ДРУЖБА': *Венотоники – лучшие друзья ваших ног! * Пантенол – верный друг и помощник для всей семьи.* Продуктивна здесь и военная метафора: *Арбидол: остановить и обезвредить вирус. * Человек и паразиты: кто кого? «Тройчатка Эвалар» сражается на вашей стороне и победит!*

Особую роль играет антропоморфная метафора в позиционировании автомобилей. Поскольку этот товар относится к разряду статусных и, следовательно, сам по себе имеет высокую степень персонализации, антропоморфная метафора в данном случае не столько смещает продукт от периферии модели мира к ее центру, сколько выступает инструментом идентификации потребителя. Концепт-источник 'ЧЕЛОВЕК' в автомобильной рекламе продуцирует, как минимум, три метафорические модели:

1. «Волшебный помощник». Этот термин был предложен В.Я. Проппом для обозначения одного из стабильных компонентов фольклорного нарратива: «Чаще всего это герои с необычными атрибутами, или же персонажи, обладающие разными волшебными свойствами» [Пропп 1998: 36]. В качестве примеров этой модели можно привести следующий текст: *Способен ли ваш автомобиль подстраиваться под вас? Да, если это Lexus RX350. Автоматическая трансмиссия последнего поколения и пневматическая подвеска полностью адаптируются к любым дорожным условиям. Lexus RX350 понимает вас с полуслова.*

2. «Друг»: *Жизнерадостный и серьезный, элегантный и удобный, романтический и прагматичный – FIAT Doblo Panorama сразу станет вашим верным другом. * UAZ Patriot. Верный. Надежный. Друг.*

3. «Я-концепт». В современной когнитивной психологии и лингвистике под этим термином понимается «знание и представление личности о себе самой» [Кашкина 2004: 47]. В рекламе товаров-идентификаторов Я-концепт, как правило, диктуется самим описанием продукта, который отождествляется с потребителем: *Он живет по законам дикой природы, где выживает сильнейший. В этой борьбе ему нет равных, и потому он жаждет большего – абсолютного превосходства. Ему нужно все или ничего. Целый мир, а не маленький отрезок дороги, жизнь, а не существование, победа, а не ничья. Он – лидер по призванию, покоритель по своей сути, уникальнейший технологичный продукт по содержанию. Он – новый Mitsubishi Pajero. * Действовать, как считаешь нужным. Не идти на компромиссы. Получить желаемое во что бы то ни стало. Поддаться искушению скорости... Audi R8. Ему нужно все сразу. На меньшее он не согласен.*

Источником метафорической экспансии может быть понятная сфера, более близкая и лучше знакомая адресату, чем сфера-мишень: ** Коллекция мониторов haute couture. От строгой классики – к последним модным тенденциям, от офисного стиля – к великолепию haute couture. * УРСА-Банк. Распродажа летней коллекции кредитов. * Пластиковые окна Термолоджик: теплее, потому что толще (текст сопровождается следующим изображением: на одно окно надета футболка, на другое – теплая куртка). * Мы снизили процентную ставку, чтобы вы уже сейчас начали готовить подарки своим любимым! Спонсор новогодних подарков – «Мастер-кредит»! * РОСКОШЬ В ИНДИВИДУАЛЬНОМ ИСПОЛНЕНИИ (на фото – рука с иглой и ниткой). Этот автомобиль для тех, кто предпочитает костюмы на заказ готовому платью. Неповторимость ручной отделки, благородство панелей из ценных пород дерева и цветовые сочетания, подобранные лучшими дизайнерами интерьеров от quattro GmbH. Ваш утонченный стиль найдет отражение в дизайне Вашего Audi A8. Audi A8. Всегда в единственном экземпляре. В приведенных текстах источником метафорического моделирования является концепт 'ОДЕЖДА', отличающийся более высокой степенью персонализации, чем*

‘ОРГТЕХНИКА’, ‘БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ’, ‘ПЛАСТИКОВЫЕ ОКНА’ и ‘АВТОМОБИЛЬ’.

Еще одна распространенная метафорическая модель позиционирования предполагает повышение статуса рекламируемого продукта в результате соотнесения его с концептом-источником. В данном случае более уместен предложенный А.П. Чудиновым термин «сфера-донор», так как концепт-мишень в ходе интеграции с источником метафорической экспансии получает дополнительную ценность: *ПЕРВЫЙ ПОЛНОПРИВОДНЫЙ САМОЛЕТ*. * *Kent Nanotek – эксклюзивный аксессуар из мира изящной функциональности для тех, кто ценит свое время и активно следит за последними тенденциями* (концепт-мишень – ‘СИГАРЕТЫ’). * *Компаньон – первый рекламный супермаркет* (концепт-мишень – ‘РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО’). Эту разновидность концептуальной интеракции можно обозначить термином И.А. Бродского «восходящая метафора» («Помню, Иосиф Бродский высказался следующим образом: «Ирония есть нисходящая метафора». Я удивился:

«Что это значит – нисходящая метафора?»). «Объясняю, – сказал Иосиф, – вот послушайте. «Ее глаза как бирюза» – это восходящая метафора. А «ее глаза как тормоза» – это нисходящая метафора». (Довлатов С. Соло на ундервуде. Соло на IBM. – СПб.: Азбука-классика, 2004. – С. 201)).

Если конкурентное преимущество продукта выражается импликатурами ‘удобство’, ‘комфорт’, ‘экономия усилий’, в качестве источника метафорического моделирования можно использовать объект, значительно превосходящий элемент сферы-мишени по размерам и сложности организации: *Nokia E90 Communicator. Офис всегда с тобой*. * *Банк в кармане* (реклама пластиковых карт УРСА-Банка).

Наиболее распространенные ошибки метафорического моделирования – неправильный выбор концепта-источника (характерный пример – слоган спортклуба «Хитфитнесс» *Новая коллекция спортивных хитов*, в котором объект рекламы соотносится с чрезмерно удаленной от него понятийной сферой ‘МУЗЫКА’) или его некорректная вербализация, сопровождающаяся эффектом семантического заражения: *Высокая эффективность прибора «ОНЕГА» полностью оправдывает его второе название на мировом рынке – «убийца гипертонии»*.

Таким образом, метафора как лингвокогнитивный прием позиционирования выполняет следующие функции:

- интерпретируя товар в единицах ментального лексикона целевой аудитории, «безболезненно» внедряет его в модель мира потребителя;

- дифференцирует объект рекламы на фоне конкурентов (если автор рекламного текста работает с переполненной товарной категорией, в которой уже не осталось свободных маркетинговых ниш, прием концептуального «пересказа» позволяет ему придать товару черты уникальности);

- формулирует ключевую фразу, которая в свернутом виде содержит в себе всю концепцию позиционирования продукта;

- позволяет добиться смысловой компрессии рекламного текста;

- стимулирует образное мышление потребителя, использует «обходной путь» в подаче рекламной информации.

ЛИТЕРАТУРА

Аристотель. Поэтика // Сочинения в 4-х т. – М.: Мысль, 1984. Т.4. 830 с.

Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры: сб. / вступит. ст. и сост. Н.Д. Арутюнова. – М.: Прогресс, 1990. С. 5-32.

Блэк М. Метафора // Теория метафоры: сб. / Вступит. ст. и сост. Н.Д. Арутюнова. – М.: Прогресс, 1990. С. 153-172.

Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: РУДОМИНО, 2001. 224 с.

Демьянков В.З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // Вопросы языкознания. 1994. №4. с. 17-33.

Кашкина О.В. Я-концепт сквозь призму самооценочных высказываний // Вестник ВГУ. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». 2004. № 1. С. 47-53.

Кобозева И.М. Семантические проблемы анализа политической метафоры // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. 2001. №6. С. 136-137.

Котлер Ф. Основы маркетинга. – СПб.: Корона, 1994. 690 с.

Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём // Теория метафоры:с Сб. / Вступит. ст. и сост. Н.Д. Арутюнова. – М.: Прогресс, 1990. С. 387-415.

Пропп В.Я. Морфология волшебной сказки. Исторические корни волшебной сказки. – М.: Лабиринт, 1998. 512 с.

Прохоров А.В. Обусловленность процессов инференции импликатурами рекламного текста: автореф. дис. На соискание ученой степени канд. филол. наук. – Тамбов, 2006. 20 с.

Росситер Дж., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. – СПб.: Питер, 2001. 651 с.

Чудинов А.П. Когнитивно-дискурсивное исследование политической метафоры // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004. №1. С. 91-105.

© Квят А.Г., 2009

Креймер Л.А.
Тель-Авив, Израиль

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРК НА ИВРИТЕ И РУССКОМ

***Аннотация.** Роль пословиц и поговорок во всех языках, бесспорно, неопределима. Они всегда были и являются до сих пор частью человеческой культуры. Данная статья посвящается анализу некоторых текстов пословиц и поговорок на русском языке и иврите. На основе исследования пословиц и поговорок прослеживается общее и различное в двух культурах.*

***Ключевые слова:** пословицы, поговорки, фразеологизмы, лингвокультура.*

Krejmer L.A.
Tel-Aviv, Israel

LINGO-CULTURAL ASPECT OF PROVERBS IN HEBREW AND RUSSIAN

***Abstract.** The role of proverbs and sayings in all the languages is hard to overestimate. They have always been a part of the human culture. This article is devoted to the analysis of the text of some proverbs and sayings in Hebrew and Russian. On the basis of the research differences and similarities in these cultures are revealed.*

***Key words:** proverbs, sayings, phraseological units, lingo-culture.*

Неопределима роль пословиц и поговорок во всех языках. «Что за пословицами и поговорками надо идти в народ, в том никто спорить не станет», – так писал великий собиратель русских пословиц В.И. Даль в предисловии к своему сборнику «Пословицы русского народа» [Даль 1957: 8], который содержит 30 000 пословиц, поговорок, прибауток, загадок. Народу он отдавал пальму первенства в создании и сохранении пословичного богатства языка. Ниже [Даль 1957: 9] у него можно обнаружить: «Простой народ упорно хранит и сберегает исконный быт свой... Он неохотно отступает от того, что безотчетно всосал с матерним молоком и что звучит в мало натруженной голове его складную речью. Ни чужие языки, ни грамматические умствова-

ния не сбивают его с толку, и он говорит верно, правильно, метко и красно, сам того не зная".

Пословицы во все времена были составной частью человеческой культуры, мифологических, литературных текстов. Первые списки шумерских пословиц, известных человечеству на сегодня, относятся к третьему тысячелетию до н.э., к 28-27 векам. Первые из рассматриваемых нами еврейских пословиц берут начало в первом тысячелетии до н.э. Как будто о них писал современник В.И. Даля, автор четырехтомного труда «Русские в своих пословицах» И.М. Снегирев [цит. по.: Федоренко 1975: 35]: «Как живые памятники древнего законодательства, древних обычаев и древнего языка, пословицы народные составляют обильное и разнообразное хранилище доказательств о древности всякого народа – они книга, не требующая свидетельств, ибо они сами по себе составляют доводы своей достоверности, – книги, коей никто не сочинял и никто не мог сочинить, кроме здравого смысла самих народов и мудрости давно минувших времен. Хотя мы не знаем всей ее обширности, однако она включает в себе почти все соотношения общественные; ибо изречения сами сделались господствующими, врезались в память целого народа с тех пор, как произнесены были устами лучших людей при решении важнейших случаев жизни семейной и общественной. Сии решения... и самые дела, как разбирались и судились всенародно, на торгу, на площади, в поле, составляли такие предметы, о коих ведал и рассуждал всякий гражданин». Танахские пословицы (позже названные по-русски ветхозаветными) записаны, у них есть формальный автор. И все-таки, скорее всего, они не были плодом творчества только этих авторов. Пророки не отрывались от народа, они все время были в его гуще, тесно общались с ним и, вернее всего, в этом общении и рождался тот иврит, на котором были написаны их книги. Не исключено, что многие выражения Танаха (Ветхого завета по-русски) закрепились в иврите в виде пословиц и поговорок как раз в процессе такого общения с народом. О том свидетельствует оценка Э. Ренана (гл. 5): «Иисус излагал свое учение в кратких афоризмах, в выразительной форме. Некоторые из правил взяты из Ветхого Завета, другие принадлежали другим ученым... и дошли до Иисуса благодаря тому, что они часто повторялись в виде пословиц. Синагога была богата правилами, очень удачно сформулированными и составлявшими нечто вроде ходячей литературы в пословицах...». В это время посло-

вицы и притчи определяло на иврите слово *ʿwlmashal*. Позже, во времена Мишны и Талмуда оно стало употребляться в значении притчи, басни, а для поговорки и пословицы в языке закрепилось другое, хотя и известное во времена Танаха *dlly pitgam*; в иврит оно пришло из арамейского. Его можно найти в *Книге Эстер* [1: 20]. Речь идет о «велении», «указании» или «постановлении» царя Ахашвероша (в греческом переводе Артаксеркса). В те времена и на арамейском, и на иврите именно таким было значение этого слова. Есть версия и о древнеперсидском происхождении от *patigam*, «посланное известие».

Настоящая статья посвящена анализу некоторых текстов *пословиц, поговорок и фразеологизмов* на русском и иврите. Паремнологические тексты на иврите приводятся как из древних еврейских источников: *Торы, Пророков и Писаний, объединенных под названием Танах* и в позднем греческом переводе вошедшем в Библию как Ветхий Завет – *Талмуда*, так и из современных. Древние обороты речи настолько образны и красивы, что не только сохранились в иврите, но и вошли во многие языки народов мира. Ими пользуются разные слои населения в разговоре, на письме. Их можно встретить при чтении различного рода текстов. Для каждого выражения на иврите приводится один или несколько русских аналогов, объясняется суть его, иногда дается короткий рассказ из его истории. Есть рассказы и о русских аналогах. Для библейских выражений в силу особого почтения к их возрасту, приведены переложения на русский с древнееврейского (современный перевод сделан Давидом Йосифоном) и русских канонических изданий Библии. Для древних оборотов речи приводятся также данные об атмосфере в параллельных культурах, и о существовании описываемых устойчивых оборотов в других языках.

В поте лица твоего будешь есть хлеб. *הַזֶּה לְפָנֶיךָ רִצְחָן לַחֵם*
В виде кальки с иврита вошло это выражение – *беззат алэха тохаль лэхем* – из Книги Бытие [3:19] в русский язык в значении: тяжелым трудом, большими усилиями будешь добывать себе пропитание. В современном иврите оно иногда используется в сокращенном виде: *в поте лица*. И Танах, и Библия передают его одинаково дословно – так, как указано в заголовке рассказа. И далее: доколе не возвратишься в землю, из которой ты взят; ибо прах ты, и в прах возвратишься. Так библейский Бог наказал людей за их любознательность и непослушание после того, как

они, соблазненные змеем, вкусили от древа познания добра и зла.

Наше выражение тесно связано с танахской легендой о сотворении человека (Книга Бытие, гл. 2). Она касается многих аспектов жизни. С предметом нашего рассмотрения связаны в ней назначение человека, отношения человека и Бога, этика, мораль. По этой легенде, создав человека, Бог поместил его в райский сад, который предварительно посадил. Человек должен был «возделывать и хранить» его. Таким образом, главным назначением человека априори была обработка земли и забота об урожае. На ту же роль, отведенную первому человеку, указывает выше строка 5 этой же главы; в ней замечено, что «...человека не было для возделывания земли». Однако Бог не предполагал отдать весь сад в его распоряжение. Имеющиеся тогда средства познания Бог не намеревался передать людям, по крайней мере, на рассматриваемом нами этапе, потому и предупредил человека, что он может есть плоды всех деревьев сада, кроме дерева познания добра и зла. За нарушение своего запрета Бог грозил человеку смертью. Кроме угрозы Бог не принял других мер. Очевидно, он полагался на послушание и добропорядочность своего творения, но человек не оправдал надежд своего создателя и вкусил запретный плод. Книга Бытие не описывает чувств хозяина рая, но показывает, что тот не вершил суд сгоряча. И в этом тоже он преподнес урок будущему человечеству. Прежде всего Бог выявил виновных, определил вину и мотивы поступков и только потом наказал каждого за совершенный им грех – носителя зла, змея за зависть и подстрекательство против Бога, женщину – за то, что польстилась на сладкие речи подстрекателя, за свое любопытство и, конечно же, за то, что ввела мужа в соблазн. Мужчина получил свое наказание потому, что послушался голоса жены и вкусил от запретного плода. Наше выражение – приговор этого суда. Приговор суровый, но все-таки он представлялся помилованием по сравнению с обещанной ранее смертью. В первой части выражения-приговора Бог наказывает человека тяжелым трудом и выражает это аллегорией *в поте лица твоего*. Во второй его части словами *будешь есть хлеб* Бог говорит уже о том, что этот тяжкий труд не будет сизифовым, напрасным, он будет приносить плоды, хотя и заработанные тяжким трудом до пота.

Легенды о создании мира можно найти в мифологии многих народов. Например, по шумерской, предшествующей по

времени еврейской, человек был априори создан для того, чтобы трудиться на богов: обрабатывать землю, пасти скот, собирать плоды, кормить богов, принося им в жертву результаты своих трудов. В других шумерских мифах, например, о богинях скота и зерна необходимость создания человека объяснялась тем, что появившиеся до него боги ануннаки не умели вести никакого хозяйства. Мифы, описанные в вавилонской литературе, относящейся к 2-1 тысячелетиям до н.э., сообщают о многих бедствиях обрушивавшихся на человека, о гибели людей, о разрушении вселенной. Однако их причиной считалось отнюдь не возмездие богов за проступки людей, а напротив – злобность и капризность самих богов, их желание сократить род человеческий, который настолько расплодился, что стал мешать им своим шумом. Один из мифов разветвленной египетской мифологии повествует о том, что боги создали мир для людей. Человек за это должен поклоняться богам, строить и содержать их храмы, приносить в них жертвы.

В древнегреческой мифологии, как и в еврейской, существовала легенда о наказании богом человека. Вот как она описана у Гесиода (с.324, ст.42-49): «Скрыли великие боги от смертных источники пищи: / Иначе каждый легко бы в течение дня наработал / Столько, что целый бы год, не трудился, имел пропитанье. / Тотчас в дыму очага он повесил бы руль корабельный, / Стала б ненужной работа волов и выносливых мулов./ Но далеко Громовержец источники пищи запрятал / В гневе на то, что обманул его Прометей хитроумный. / Этого ради жестокой заботой людей поразил он...». По этой легенде людей наказал всемогущий Зевс за то, что титан Прометей обманным путем похитил у него огонь и отдал его людям. Несколько иную версию наказания человека богом описывает Эзоп в притче «Гермес и Земля». Сотворив мужчину и женщину, Зевс велел своему сыну Гермесу проводить их на землю и показать, что делать. Земле эта идея не понравилась, но спорить с Зевсом она не отважилась. Однако наказать человека не преминула: пусть пашут, но вернут взятое плача и стеная.

Таким образом, в мифах, предшествующих еврейским, назначение человека было определено заранее, в них не было повода для неповиновения и, следовательно, для наказания. Проблемы появились в более поздние времена, когда боги для сохранения своей власти над людьми пытались сохранить в тайне от них те или иные свои возможности. Так, причиной не-

повиновения в еврейской мифологии было желание Бога сохранить за собой тайну познания добра и зла. Греческий Зевс не хотел посвящать человека в тайну добывания и использования огня. Гесиод (с.325, ст. 90-92) так определил наказание Зевса: «Вечным законом бессмертных положено людям работать».

Уместно отметить, что в своих истоках наше выражение имело явную эмоциональную окраску, оно звучало как наказание, приговор. Со временем, после того, как обстоятельства его возникновения стали стираться в памяти людской, оно потеряло эту окраску и живёт в языке в значении тяжело и много работать, добывать хлеб тяжёлым трудом.

Быть посмешищем. Быть притчей во языцех. לְהִיְתָב לְחִינּוּךְ הַיְיָ וְלִשְׁנֵי הַיְיָ. Поговорка *айя лемашал велишнина* дословно переводится *был притчей и посмешищем*. Она связана с такими насущными для человека понятиями, что живёт во многих языках до сих пор. В иврит выражение вошло из Третьей Книги Царств [9:7]. Танах и Библия приводят его в дословном изложении, как указано в первом русском аналоге. Эта глава Торы (Пятикнижие Моисеева) относится к периоду расцвета Израиля, когда царь Соломон уже построил храм Богу. Рассматриваемые нами слова Бог произнёс в беседе с царём уже после того, как выразил свое доверие Соломону, согласившись на присутствие в построенном для него доме, и обещал семье Соломона вечное царствование над Израилем. И несмотря на это Бог счел нужным эти обещания предварить определенными условиями. Основное из них – соблюдение его заветов. В противном случае Бог грозил суровым наказанием – превратить Израиль в *притчу и посмешище* у всех народов. Русское *притча во языцех* восходит к временам, когда слово «язык» означало народ. Языцех – его предложный падеж. В настоящем поговорка потеряла первоначальный оттенок уроды и живёт как в иврите, так и в русском языках и помогает людям выражать то, что трудно красиво и остро выразить иными словами.

Безоблачное утро. בּוֹקֵר לֹא אָעוֹת. Выражение *бокер ло авот* в дословном переводе с иврита означает утро без облаков. Несмотря на древнее происхождение – из Второй Книги Царств [23: 4] – оно звучит и сегодня. В переводе Танаха это выражение дано как утро безоблачное, в Библии: (на) безоблачном небе. Речь идет о прекрасном утре, когда "засияет солнце... и трава из земли – от света и от дождя". Войдя в другие языки из иврита через Библию, это прекрасное выражение живет и сейчас, хотя изменилось семантически. *Безоблачное утро* на иври-

те со временем превратилось в *прекрасное утро* на русском. И оба выражения потеряли свой первоначальный смысл характеристики самого утра – без облаков, доброго, ясного и прекрасно – и приобрели значение времени – однажды утром, в какое-то утро, в одно из всех.

Близкий сосед лучше далекой родни. קִרְבָּן טוֹב מִרֵּיחַ דָּלֵק מִרְחֹק
В буквальном переводе пословица *тов шахэн каров меах рахок* говорит, что *лучше близкий сосед, чем далекий брат*. Несмотря на ее древнее происхождение – Книга Притчей Соломоновых [27:10] – она звучит и в современном иврите. Пословица напоминает о том, что человек нуждается в повседневном общении, а то и в помощи, которая может понадобиться в любой момент, поэтому и сравнивает она соседа, который всегда рядом и готов прийти на помощь, с родственником, живущим далеко. Правда, не каждый сосед готов на такое, но если уж он нашелся, надо очень ценить его. Танах и Библия передают это выражение как *лучше сосед вблизи, чем брат вдали*, то есть почти дословно. Во многие языки мира пословица вошла из Танаха через Библию. Но сохранилась она в них до нашего времени в значительной степени потому, что отражает насущные потребности человека. Одна из них – безопасность, которую помогают сохранять добрые соседи. Именно в этом позже (1 в. до н.э.) Кар Лукреций видел причину установления добрососедских отношений. Он писал: «...там и соседи сводить стали дружбу, желая взаимно / Ближним не делать вреда и самим не терпеть от насилья» [Ильинская1999: 160]. Пословица говорит и о том, что сосед всегда находится рядом, а это значит, что он может быстро прийти на помощь в случае необходимости. Есть в ней и аспект моральный, воспитательный. Так, еще грек Гесиод (8 в. до н.э.) предлагал своему брату: «Друга зови на пирушку, врага обходи приглашеньем. / Тех, кто с тобою живет по соседству, зови непременно: / Если несчастье случится, – когда еще пояс подвяжет / Свойственник твой? А сосед и без пояса явится тотчас» (с. 330, ст. 344-347). Человеку совсем не безразлично с кем и как общается его семья, строит ли она отношения добрососедства или вражды. Все эти проблемы общечеловеческие, наднациональные и вечные. Русский аналог заменяет характерное для иврита «брат» на более общее «родня». В нашей пословице слово *близкий* в обоих языках можно рассматривать в двух смыслах: близкий по месту нахождения и близкий по духу. Сосед, живущий рядом, но чуждый по духу может и не помочь, более того,

он может навредить, с ним не всегда можно установить добрые отношения, к нему не возникает доверие, между такими соседями могут возникнуть враждебные отношения. То же можно сказать и о *далекой родне*. Иногда она бывает настолько «далека» по духу, что не готова ни к добрым отношениям, ни, тем более, к помощи. Как в оригинале на иврите, так и в его русском аналоге используется обычная межнациональная речь, в них нет национальных символов, аллегорий, метафор.

Вода / капля камень точит. מַיִם יִרְחֹשׁוּ אֶבֶן Поговорка *аваним шахаку маим* дословно с иврита переводится как *камни стирают воду*. Но в роли устойчивого выражения она звучит: как: *вода стирает камни*. Так она переведена в танахской Книге Иова [14:19], в таком же виде она приведена в Библии. Эта версия говорит, что мягкая вода своим постоянным действием может стирать камни. В данном случае вода – символ терпения, а это качество весьма важно в жизни человека, потому и сохраняется поговорка во многих языках мира. В четвертой речи, из которой взяты рассматриваемые нами слова, Иов упрекает Бога, в частности, в том, что тот уничтожает надежду человека. А вот перевод этого места у М.И. Рижского: «Но, (как) гора, рухнув, распадается, / И скала сдвигается с места своего, / Камни стирает вода, / Разлив ее смывает земную пыль, / (Так) и ты надежду человека уничтожаешь».

Идея, что капающая постоянно вода, может пробить камень, известна из остатков сохранившихся трудов древнегреческого поэта 5-го века до н.э. Choerilus(a). Римский поэт Овидий, живший на рубеже новой эры, не раз возвращался к этой теме, давая советы влюбленным юношам. Например, один раз он писал, что капля камень долбит. Латинская пословица добавляет: не силой, а частым падением, т.е. постоянством. В другом месте он спрашивает [Элькоши 1999: 385]: *Quid magis est saxo durum, quid mollius unda?* – что тверже скалы, что мягче волны? – И сам же отвечает: *Dura tamen molli saxa cavantur aqua* – и все-таки, мягкая вода долбит твердую скалу. Поэтому поэт советует влюбленному пользоваться своей силой мягко и терпеливо, как это делает вода. Современный смысл выражения: терпением и постоянством можно добиться, казалось бы, невозможного.

Волосы становятся дыбом. רֵשׁ לִירְמוֹהַ Выражение *месамрот сэар* вошло в русский язык практически в виде кальки с иврита и сохранилось в обоих языках по сей день. В иврите оно закрепилось после публикации в Книге Иова [4:15]. Танах его приводит как: *поднял дыбом волосы;* Библия: *дыбом стали*

приводит как: *поднял дыбом волосы*; Библия: *дыбом стали волосы*. Этими словами друг Иова Элифаз описывает свое ощущение, которое он испытал, когда услышал шепот Бога. Перед этим он говорит страх объял меня и трепет ужаснул многие мои кости и ветер прошел по лицу моему. М.И. Рижский в своей работе «Книга Иова» так переводит это место: «Ужас напал на меня и трепет, / И все мои кости потряс. / И дух пронесся перед лицом моим, / Поднял волосы на теле моем».

Выражение *Obstipui, steteruntque comae, et vox faucibus haesit* – я был поражен, мои волосы встали дыбом, а звук застрял в горле – восходит к «Энеиде» Вергилия и упоминается там дважды [Элькоши 1999: 340]. В словаре В.И. Даля русская поговорка представлена в виде «Волос дыбом стал». Фразеологизм основан на свойстве человеческого организма, которое люди подметили еще в древности – волосы человека от страха становятся жесткими и поднимаются, вздыбливаются как гвозди (*масмер* на иврите означает гвоздь). Со временем такое состояние, а следовательно, и меткое выражение, его описывающее, закрепилось в языке как символ страха, ужаса. В русский язык наша поговорка, скорее всего, пришла из Библии, в которую Танах был включен как ее составная часть под названием «Ветхий завет». Живёт это яркое и точное выражение и в наши дни

Во зло или в добро. Казнить или миловать. *תּוֹרָה יִחַ וְצַדִּיק*
Этот фразеологизм, звучащий как: *лешевет о лехэсэд*, сохранился в иврите благодаря Книге Иова [37:13]. Танах передает его: *то как бич, то как милость*. Библия: *для наказания или для помилования*. Так один из героев Книги Иова Элиу в своей третьей речи объясняет поведение Бога по отношению к человеку: наказывает или милует его в зависимости от послушания. М.И. Рижский в своей работе «Книга Иова» переводит это место как «или для наказания... или для милости...». При этом он указывает, что перевод слова «наказание» условный, поскольку «текст, по-видимому, испорчен». Слово «шевет» по Рижскому означает «жезл». Отсюда у него – наказание. В словаре Танаха можно найти и другие значения этого слова, такие как кнут, прут, бич, которые ближе к значению «наказание», чем «жезл». В наше время так говорят о добре и зле, о хорошем и плохом, отождествляя добро с милостью, а зло с казнью, с наказанием, с кнутом. Конечно же, выражение живет и сегодня, так как изложено простыми и понятными словами, характеризует повседневные жизненные ситуации.

Вводит в заблуждение. Водить за нос. לָלוּשׁ יְלִיךְ לְיָמֶיךָ Выражение *молых ото шолал* сохранилось в иврите благодаря Книге Иова [12:17]. Танах передает его как *лишать рассудка*. Библия: *приводить в необдуманность*. Этими словами из четвертой речи Иов говорит, что Богу все подвластно, в частности, он «лишает советников рассудка и судей делает неразумными». А вот как переводит отрывок о всеилии Бога М.И. Рижский: «У него могущество и премудрость, / (В) его власти – заблуждающийся и вводящий в заблуждение. / Он советников вводит в безрассудство / И судей делает глупцами». Современный перевод слова *шолал* – *босый, голый, раздетый*. Словарь Танаха добавляет к этим значениям также *беспомощный, растерянный, находящийся в безвыходном положении*. Танах в Книге пророка Михея [1:8] приводит это слово в значении *безумный*. Отсюда смысл выражения: вести кого-то (поставить в положение) беспомощного, растерянного, заблудившегося.

Русское «водить за нос» по одной из версий уходит корнями в Древнюю Грецию. Уже там управляли животным с помощью кольца, вставленного ему в нос. Но есть и другие данные (В. Емельянов), которые говорят о ещё более глубоких корнях. Вождение животных с помощью повода в виде кольца или носовой верёвки было принято ещё у древних шумеров. Более того, такое кольцо, верёвка, стрекало считались символами пастырской власти, и человек, обладающий этими символами, получал титул «истинного пастыря овец». Не искоренён обман из нашей жизни и сейчас, а потому наше выражение сохраняется в языке. Сегодня оно используется в значении: вводить в заблуждение, обманывать.

Во многой мудрости много печали. עֲצֻמַּת חָכְמָה רַבּוֹת עֲצֻמַּת אֵדָוָה Выражение *беров хохма рав каас* вошло в русский язык в виде неполной кальки с иврита из Екклесиаста [1:18]. Танах приводит его как: *умножая мудрость, умножаешь огорчения*. Библейское речение приведено в заголовке фразеологизма на русском языке. Далее в Танахе следует: добавляя знание, увеличиваешь скорбь. Таким образом Проповедник говорит, что большая мудрость опечаливает, а знания добавляют боль. Этими грустными словами он заканчивает главу о том, что в мире все уже уставлено, предопределено, «что было, то и будет, и что творилось, то и будет твориться, и ничего нет нового под солнцем». Та же природа, те же люди. Он сетует на суетность человеческой жизни, на невозможность что-либо изменить в этом мире.

Даже мудрость не помогла ему в этом. Но все предыдущее еще не означает, что Проповедник отвергает мудрость. Он еще не раз возвращается к ней, поясняет ее смысл и полезность. Так, в начале главы 8 он говорит, что «Мудрость человека просветляет лик его и смягчает суровость лица его». А вот его же слова, приведенные ниже, о печали и мудрости [7:3-4]: «Лучше скорбь, чем смех, ибо, когда печалится лицо, добреет сердце. Сердце мудрых в доме скорби, а сердце глупых – в доме веселья». Отношение Проповедника к мудрости перелилось в русские пословицы почти нашего времени. Среди собранных В.И. Далем можно найти: «С умом жить – мучиться, а без ума – тешиться», «Где умному горе, там глупому веселье», «Дураку все смех на уме», «Умный плачет, а глупый скачет». Однако более поздние древнееврейские источники не высказывают подобного пессимизма, например, талмудическая Агада говорит, что мир держится прежде всего на мудрости, на разуме, на познании. Такого же отношения к мудрости придерживались древние египтяне. В их мифологии ещё в додинастический период существовал бог луны и мудрости Тот. Он считался исчислителем времени, писцом, посылным богов, покровителем знаний, магии и медицины. Тот был составителем законов, участником суда, знал все волшебные и чудодейственные заклинания. Он активно участвовал в жизни богов, ему поручались самые сложные дела, требовавшие больших знаний, мудрости, дипломатических усилий, ума, такта, с которыми Тот блестяще справлялся.

Выставить на посмешище. Сделать посмешищем. Смешать с грязью. *וְלִלְלָהּ אִלִּים בַּשֵּׁן* Современный фразеологизм *сам ото лелааг улекэлес* пословно переводится на русский язык как *превратил его в (объект) презрения и насмешки*. В иврите одно из значений слова *сам* – положить, поэтому в зависимости от контекста можно употребить и его. Какое же отношение наше современное выражение имеет к древнему Танаху? Оно родом оттуда, из Псалтыря [79:4]. Там оно приведено в виде *אִנּוּ לֵלֵאָאג אֻלְעָלֵס*, что означает *мы были (объектом) насмешки и позора*. Танах этот оборот приводит в виде: *были осмеяны и посрамлены; Библия: (сделались) посмешищем*. Так евреи объясняют Богу, какие страдания они претерпели от других народов после осквернения храма: «опозорены были мы в глазах соседей наших, осмеяны и посрамлены окружающими нас». А далее евреи просят Бога показать свою силу народам, которые не верили в него, наказать их и доказать, что у евреев есть могущест-

венный покровитель. История говорит, что такие факты, действительно, имели место, в силу различных обстоятельств евреев преследовали, унижали, оскорбляли. Так что наш фразеологизм отражал существующую реальность. Но не только ее. Евреи не просто жаловались своему Богу, они просили его покровительства, умоляли защитить их, возлагали на него свои надежды.

Здесь отметим, что оскорбительное и презрительное отношение к ближнему, будь то целый народ или отдельный человек, было принято не у всех народов. Осуждение подобного поведения было заложено в древнеегипетской мифологии. Доказательством тому служат клятвы умерших на загробном суде богов, которые дошли до нас из «Книги мёртвых». Так, во второй клятве умерший египтянин утверждал, что он не оскорблял другого и не был груб с ним. Русское *выставить на посмеище* цитируется в «Словаре русского языка 18 века». Наше выражение живёт и сегодня в разных языках, хотя повод, по которому оно было высказано, стёрся из памяти многих.

Где право, где лево не знает / не может отличить. *וְתִי יִזְחַל וְלֹא יִדְעוּ יְמִינִי מִיְּמִינֵהוּ* Выражение *эйно йодеа бэйн йемино писмоло* вошло в русский язык в виде кальки с иврита. Оно о человеке настолько невежественном, что не может понять и отличить самые элементарные вещи – право и лево. Такие люди были в прошлом, существуют в настоящем и, видимо, будут существовать в будущем, как и наше выражение. В иврите оно закрепилось, очевидно, после того, как было записано в Книге Ионы [4: 11]. Танах и Библия его передают одинаково: *не умеющих отличить правой руки от левой*. Речь идет о жителях Нина (Ниневии) – столицы древней Ассирии, которую Бог хотел разрушить за несоблюдение ими его заветов. В конце концов он смиловивился над великим городом, над его ста двадцатью тысячами жителей, сказав, что они невежественны и грешат не потому, что плохи, а потому что не могут отличить дурного от хорошего. Эти строки нейтральны, в них нет явного осуждения. Напротив, строки говорят о снисходительном отношении к незнайке. Такой пример показал людям Бог, и оба народа до сих пор не забывают о нем. На Руси о людях бестолковых говорили «руки не знает», что означало «не знает где лево, где право». В армии к ногам рекрутов, прибывших из глубинки и «руки не знающих», привязывали сено и солому, чтобы научить их с какой ноги начинать маршировать.

Глас вопиющего в пустыне. קול קורא בַּמִּדְבָּר В переводе с иврита фразеологизм *коль корэ бамидбар* означает: *голос, призывающий в пустыне* и говорит о призывах и мольбах, которые остаются без ответа, потому что их не хотят слышать и знать. Корни выражения восходят к Книге Пророка Исаии [40:3]. В Библии этот оборот приведен так, как в заголовке этого фразеологизма на русском языке, т.е. в варианте, который дошел до наших дней. Однако наш фразеологизм – только часть танахского предложения: *глас призывает: в пустыне очищайте дорогу для Господа*. Можно видеть, что пунктуация в первоисточнике меняет принадлежность слов *в пустыне*. Они отнесены не к голосу, который призывает в пустыне, а к дороге, которую в пустыне нужно очистить для Господа. И все-таки во многих языках это выражение ассоциируется с человеком, который стоит в пустыне и кричит изо всех сил, пытаясь в отчаянии спастись, докричаться до кого-то, попросить помощи, обратиться чье-то внимание, хотя знает, насколько слаба его надежда получить ответ.

Голым родился, гол и умру. Помрешь – ничего с собой не возьмешь. הַבַּיִת הַזֶּה מִן־הַבֶּטֶן הַזֶּה יֵצֵא וְיָשׁוּב В иврите выражение *каашер йаца мибэтэн имо аром йашув* можно встретить в основном в религиозных кругах, в религиозной литературе. Его корни у Екклесиаста [14:5]. Танах и Библия излагают его одинаково: *как вышел он нагим из утробы матери своей, так и уйдет*. И далее: «и за труд свой ничего не унесет он в руке своей». Проповедник говорит о том, что нажитое богатство недолговечно, оно может быстро исчезнуть. Поэтому человек должен видеть свое благо в труде и радоваться тому, что у него есть. А вот взгляд древних греков на ту же проблему. Его приводит Гомер, описывая события, происходившие в 12 веке до н.э.: «С жизнью, по мне, не сравнится ничто: ни богатства, какими / сей Илион, как вещают, обилвал, – град, процветавший / В прежние мирные дни, до нашествия рати ахейской; / Ни сокровища, сколько их каменный свод заключает / В храме Феба пророка в Пифосе, утёсами грозном. / Можно всё приобрести, и волов, и овец серебрянных, / Можно стяжать и прекрасных коней, и златые треноги; / Душу ж назад возвратить невозможно; души не стязаешь, / Вновь не уловишь её. Как однажды из уст улетела» [Гомер 1987: 401-409]. Эзоп (с.151) в 6 веке до н.э. дал похожий совет своему сыну – не радоваться деньгам, если их много, – ведь богатство можно утратить – и не сокрушаться, если их мало. К этому можно добавить вопрос Горация из «Од» [Ильинская 1999: 203] – к

чему нам в жизни быстротечной домогаться столь многого? Выражение учит получать удовольствие от заработанного при жизни, так как в другой мир человек уходит таким же, как и пришел в этот.

Оборот на иврите и первый русский аналог начинаются с образа только рожденного человека. Все знают, что он гол, на нем ничего нет, ему принадлежит только то, что у него внутри. Иврит не забывает указать, что младенец вышел из утробы матери своей. Эти слова натурально описывают процесс рождения человека. Во времена создания этого оборота человек жил на природе, принимал как данное все жизненные процессы, говорил и описывал то, что видел, все, что с ним происходило. Все было естественно, запреты на то, о чем нельзя или не принято говорить, появились гораздо позже. Кроме того, теплый климат Израиля всегда позволял человеку быть ближе к природе. Может быть, именно поэтому в современном иврите с тех давних пор сохранились многие «натуральные» выражения, в то время как в других языках, в том числе и русском, они были преобразованы в соответствии с веяниями времени. Вот таким же, не имеющим ничего «на себе», извне, но может быть, что-то накопившим внутри, человек уйдет из этой жизни. Иврит конец человека обозначает словом *уйдешь*, в отличие от русского он не говорит о смерти. Второй русский аналог ограничивается только концом жизни. Слово *помрешь* понижает стиль выражения до разговорного.

Горе от ума. Много будешь знать, скоро состаришься. $\text{דָּוִד אֵלֶּיךָ יְיָ וְיִשְׂרָאֵל לֹא יָצָא}$ Выражение *добавляя знание, увеличиваешь скорбь* из Книги Екклесиаста [1:18] в Танахе передано как: *добавляя знание, увеличиваешь скорбь*. В Библии *кто умножает познания, умножает скорбь*. К такому выводу Проповедник пришел на собственном опыте. Выше он описывает, что все изучал и исследовал мудростью, что видело его сердце мудрость и знание. Он говорит, что отдал сердце «дабы познать мудрость, безумие и глупость». Но и мудрость, и глупость были бессильны помочь ему изменить мир, внести в него что-то новое. Свое отчаяние он охарактеризовал как *томление духа* (в переложении Танаха и Библии), *мысли на ветер* (дословно с иврита) или *пустые размышления*. Далее Проповедник, – сын царя Давида, так он себя называет, – приходит к выводу о том, что *во многих мудрости много печали и добавление знания добавляет скорбь*. Впоследствии это предложение было разделено на два

простых и каждое получило статус узуса. Здесь следует заметить, что если в русском переводе в этих выражениях употреблены слова *печаль* и *скорбь*, то в оригинале первое выражение звучит как: *в большой мудрости много "каас"*. Пословный перевод с иврита последнего слова – злость, раздражение, то, что бережит душу, не дает покоя. Отчаяние в достижении цели, бессилие в сочетании с таким «непокоем» ведут к печали, к скорби. Наше выражение заканчивается словом *махъов* – боль, которая тоже, в конце концов, приводит к той же скорби, заставляет горевать.

Рассказу Проповедника (по Ф. Бекону – см. Рассел, с. 358 – Екклесиаст был закончен около двухсотого года до н.э.) предшествовало описание Геродота [Геродот. 1972: 16]. Вот что он пишет. Перед одной из решающих битв с эллинами фиванец Аттагин (Фивы воевали на стороне персов) устроил роскошный пир, посадив попарно персов и фиванцев. Знаменитый фиванец Ферсандр затем рассказал Геродоту, что перс, сидевший с ним, пожелал открыть ему то, что «в будущем поможет принимать полезные решения». И перс продолжил со слезами: «Видишь ли пирующих здесь персов и войско, которое оставлено нами в стане там на реке? От всех этих людей (ты скоро это увидишь) останется какая-нибудь горсть воинов». Ферсандр предложил сообщить об этом самому Мардонию – представителю царя Ксеркса, но перс отвечал: «Друг! Не может человек отвратить то, что должно совершиться по божественной воле. Ведь обычно тому, кто говорит правду, никто не верит. Многие персы знают свою участь, но мы вынуждены подчиняться силе. Самая тяжелая мука на свете для человека – многое понимать и не иметь силы (бороться с судьбой)». Как и позже Проповедник, Геродот говорит о муках мудрости и понимания в условиях полного бессилия. Эта вечная проблема, конечно же, не переставала занимать умы человечества и в более поздние времена. Вот как она звучит в 19 веке в устах лорда Байрона: «Кто больше знает, тот больше страдает». Каждому просвещенному человеку и ныне известно «Горе от ума» А.С. Грибоедова. Его название в переводе на иврит в наши дни передано в виде рассматриваемого нами фразеологизма. Он живет и соединяет века. Второе русское выражение, приведенное в заголовке, употребляется в шутливой форме.

Добро даром не пропадает. Доброе дело без награды не остается. Отпускай хлеб свой по водам. שְׁלַח לַחֲמֶךָ עַל נְיַי הַמַּיִם כִּי

וַיֵּלֶךְ אִתּוֹ הַלֶּחֶם עַד אֵת הַיָּם וַיִּמְצָאֵהוּ בַיָּם וַיֵּלֶךְ אִתּוֹ הַלֶּחֶם עַד אֵת הַיָּם וַיִּמְצָאֵהוּ בַיָּם

Выражение *шалах лахмеха ал пней амаим ки беров айамим тимцаэно* – Проповедник [11:1] – в пословном переводе означает: *пошли хлеб свой по поверхности воды, потому что во многие дни ты найдешь его*. Танах и Библия уточняют и вместо *поверхность воды* приводят *по водам*, а вместо *во многие дни* – *спустя много дней*. Фразеологизм подчёркивает, что никто не знает, «какая беда может приключиться на земле» и лучше, если человек подумает об этом заранее – поможет ближнему сейчас, чтобы тот смог помочь ему в трудную годину. Ту же мысль, но еще в 6 веке до н.э., высказал Эзоп (с.151) в виде совета своему сыну Гелию: «Если ты в состоянии оказать милость, то уж не медли – действуй, памятуя о переменчивости судьбы». Среди старых русских поговорок есть прямая хотя и укороченная калька с иврита: *отпускай хлеб свой по водам*. Два других русских аналога семантические, они трактуют мораль древнееврейской аллегории и называют послание хлеба добром, а возможное его возвращение – добром, которое возвращается, не пропадает, наградой. В наше время поговорка употребляется в том же значении: *помоги ближнему сегодня, ибо придет время и кто-нибудь поможет тебе*. Возможно употребление выражения и в отрицательной коннотации: *сделай мне одолжение, а я заплачу за сделанное «добро»*.

Добрая жена (и жирные щи) – большего блага не ищи. Добрую жену взять – ни скуки, ни горя не знать. С доброй женой горе – (с)полгоря, а радость вдвойне. *בָּיֹתַי מָצָאתִי דָבָר וּבְיָמַי מָצָאתִי מָצָה* *Нашел жену, нашел добро*, звучит пословица *маца иша маца тов* из Книги Притчей Соломоновых [18:22] в переводе на русский язык. В таком виде она соответствует завету Бога Иакову, по которому он должен плодиться и размножаться, чтобы стать народом (Бытие 35:11). Для этого человеку нужна жена, поэтому женитьба сама по себе уже считается благом, делом богоугодным и пословица не вдаётся ни в какие подробности. По мере развития науки, культуры, межличностных и семейных отношений менялись и отношения между мужем и женой. Жена постепенно из средства размножения превращалась в спутницу жизни. Естественно, что росли и требования к той, с которой можно найти благо. Очевидно, уже во времена первых переводов древнееврейского Танаха на другие языки появляется характеристика этой жены – она должна быть доброй. С Библией соглашается и современный перевод Танаха, который тоже приводит эту характеристику, хотя в скобках. Всю пословицу Танах и Библия пере-

дают как *кто нашел добрую жену, тот нашел благо*. И далее: снискал благодать Господа. Так, с одной стороны, под влиянием перевода, а с другой – под влиянием изменения характера человеческих отношений изменилась семантика поговорки, сузилось её значение, так как в таком виде она говорит, что благо можно найти не со всякой женой, а только с доброй. Русские более поздние поговорки идут еще дальше и говорят не только о доброй жене, но и о такой, которая не только разделит с мужем радость и горе, но и жирные щи подаст. Она рядом с мужем, как в духовных, так и в мирских делах. Естественно, что столь важный вопрос в жизни человека обсуждался и в других культурах. Греческий поэт Гесиод [с.338] уже в 8 в до н.э. давал брату более подробный совет на эту тему. Вот что он писал: «В дом свой супругу вводи, как в возраст придешь подходящий. / До тридцати не спеши, но и за тридцать долго не медли: / Лет тридцати оженишься – вот самое лучшее время. / Года четыре пудст зреет невеста, женитесь на пятом./ Девушку в жены бери, – ей легче внушить благонравье. / Взять постарайся из тех, кто с тобою живет по соседству. / Все обгляди хорошо, чтоб не на смех соседям жениться. / Лучше хорошей жены ничего не бывает на свете, / Но ничего не бывает ужасней жены нехорошей, / Жадной сластены. Такая и самого сильного мужа / Высушит пуще огня и до времени в старость загонит». О том же мы читаем у Гомера в «Одиссее» [6:182]: «...ведь нет ничего ни прекрасней, ни лучше, / Если муж и жена в любви и полнейшем согласьи / Дом свой ведут – в утешенье друзьям, а врагам в огорченье / Больше всех же они сами от этого чувствуют счастье». О влиянии жены и семейной жизни на человека писал в 1 веке до н.э. римский философ–поэт Лукреций [Ильинская 1999: 160]: «...После того, как жена, сочетавшись с мужем, единым / Стала хозяйством с ним жить, и законы супружества стали / Ведомы им, и они свое увидели потомство, / Начал тогда человеческий род впервые смягчаться». Творчество сегодняшнее на иврите предлагает любопытное продолжение: не нашел – еще лучше.

(Вкусить от) древа познания. Древо познания. $\text{y}(\eta \text{ d} \text{u} \text{r})$ $\text{l} \text{u} \text{t} \eta$ Танахское выражение *эц адаат* вошло во многие языки в виде кальки с иврита – *дерево / древо познания*. Корнями этот фразеологизм уходит в Книгу Бытие [2:9]. Танах и Библия его передают как: *дерево познания (добра и зла)*. Речь идет о дереве познания добра и зла, которое посадил Бог в раю и плоды которого запретил пробовать человеку и его жене. Но хитрый

змеи соблазнил людей, и они, вкусив плоды этого дерева, узнали то, что раньше было известно одному Богу: добро и зло, плохое и хорошее. Бог рассердился на людей и изгнал их из рая. Вместе с деревом жизни нашему дереву Бог отвел особое место в своем саду. Он поместил его в центре сада и выделил из всех плодовых деревьев еще и тем, что разрешил есть плоды всех деревьев, кроме этого. За нарушение запрета Бог грозил человеку смертной казнью. Все это говорит о том, сколь важны были для Бога вопросы познания добра и зла, и о его намерении не посвящать в них человека. Плоды этого дерева послужили причиной первого в пасторальной библейской картине создания мира неповиновения человека Богу. Наказание за этот проступок резко изменило всю жизнь человека. Еврейская притча времен Талмуда говорит, что Бог сократил человеку шесть вещей: свет, рост, жизнь, плоды земли, рай и молитвы. Приведенные факты говорят и о том, что эти вопросы занимали не только Бога, но и людей в те давние времена. Не только в еврейской культуре обсуждались вопросы познания добра и зла. Об источниках добра и зла рассуждает древнегреческий философ Демокрит, живший в 5-4 вв. до н.э.: «От чего мы получаем добро, от того же самого можем получить зло, а также средство избежать зла. Так, например, глубокая вода полезна во многих отношениях, но с другой стороны, она вредна, так как есть опасность утонуть в ней. Вместе с тем найдено средство – обучение плаванию» [Ильинская 1999: 159]. В более поздние времена к танахскому названию прибавилось словосочетание *вкусить от* и оно в виде *вкусить от древа познания* (см. вторые варианты в заголовке фразеологизма на иврите и русском) превратилось в распространенный фразеологизм. Несколько слов о природе этого дерева. Христианство считает его яблоней. Очевидно, в силу разных климатических условий иудаизм относит его к другим породам. Есть версия о том, что плодами его был виноград. Существует версия и о том, что таким деревом была пальма. Талмудическая притча рассказывает, что после изгнания из сада человек обращался ко многим деревьям, но ни одно из них не поделилось с ним плодами или листьями. Деревья считали человека вором, укравшим знания у самого Создателя. И только пальма, с плодами которой он согрешил, приняла его и отдала ему свои листья, из которых человек сшил пояс, чтобы прикрыть свою наготу. В наши дни выражение используется в высоком стиле, в значении попробовать, испить из источника знаний и мудрости, ко-

торые накопило человечество, как Адам и Ева люди пробуют эти плоды.

Гуляй, ребята, снова живем. И пить будем, и гулять будем, а смерть придет, помирать будем. לַחֵם וְיַיִן יְזֵי אִלְפִי לִוְדָּה Фразеологизм *ахол вешато ки махар намут* в переводе с иврита предлагает: *ешь и пей, потому что завтра умрем*. В Танахе – Книга Пророка Исаии [22:13] – и в Библии он приведен как *есть будем и пить будем, ибо завтра умрем*. Так описаны жители Иерусалима, они веселились, несмотря на то, что Бог призывал их к скорби. Возможно, что выражение возникло не без влияния философии эпикуреизма, которую не приветствовал иудаизм. Но в Древнем Риме умели ценить жизнь и знали, как она коротка. Так, римский комедиограф Плавт (3-2 вв. до н.э.) советовал радоваться жизни, пока жив, ведь она так коротка. Если упустить случай сегодня, после смерти не найти его. А римский поэт Гораций (1 век до н.э.) рекомендовал *Carpe diem!* – срывай плоды жизни или лови день (в другом переводе) [Элькоши 1999: 92]. Сенека предлагал жить в радости, пока судьба позволяет. Судя по рассказам Геродота, этого принципа не чурались и в Древнем Египте. Так, знаменитый историк описывает [2:58], что на богатых египетских пирах гостей обходил человек, который каждому гостю показывал изображение покойника, лежащего в гробу, и советовал: «Смотри на него, пей и наслаждайся жизнью, ибо после смерти и ты будешь таким». Оба русских аналога – эквиваленты семантические. И древнееврейское выражение, и первый русский аналог говорят о близкой смерти, но иврит находит удовлетворение в такой ситуации, предлагая есть и пить – вещи конкретные, материальные, – первый русский аналог немного обобщает – он предлагает пить и гулять. Эта, на первый взгляд неприметная разница характеризует приоритеты в разных культурах. Как правило, в еврейском доме в силу жаркого климата прежде всего заботились об утолении жажды, а это можно было сделать в те времена лучше всего водой, и только затем – об утолении голода вместе с хорошим вином. Умеренный климат России не вносил таких ограничений, и русский народ мог вести себя более свободно. Эта разница заметна и сегодня – первый стакан гостю предлагают для утоления жажды. Второй русский аналог призывает в утешение только погулять. Слова *помирать, снова* понижают стиль обоих аналогов до просторечного. Как и в русском языке, наше выражение говорит об облегченном отношении к жизни, о жизни сегодняшним днем.

Еле ноги унес. Кабы не зубы, так и душа вон. Унести ноги, пока душа жива. יָצַח בְּעוֹר שֵׁן וְנֶפֶשׁ אֵלֶּיךָ Выражение *нимлат беор шинав*, которое восходит к Книге Иова [19:20], в пословном переводе означает: *убежал / бесследно исчез в коже зубов его*. Танах его приводит в виде: *уцелел я кожей зубов моих*. Библия: *остался только с кожей около зубов моих*. Этими словами Иов описывает, как он спасся от проказы. А вот как преподносит это состояние М.И. Рижский в своей работе «Книга Иова»: «Дыхание мое опротивело жене моей, / Зловонен я для сыновей утробы моей. Даже малые дети презирают меня, / Встаю – и оговаривают меня, / Гнушаются мной поверенные тайн моих, / И те, кого я любил, обратились против меня, / К коже моей и плоти моей прилипли кости мои, / Остаюсь только с кожей зубов моих». По мнению Рижского смысл последней строки не совсем ясен, но есть предположения, что речь идет о том, что кости остались только в зубах, поскольку у больных проказой гниют и кости. Отсюда: Иов спасся после этой жуткой болезни, «убежал от нее» только кожей зубов. Так сегодня говорят об убегающем изо всех сил, чтобы спастись. Старая русская пословица «кабы не зубы, так и душа вон» наиболее близка к оригиналу. Живёт и украшает язык наш оборот и сегодня.

Благими / добрыми намерениями дорога в ад вымощена. לִבְרֵי טוֹבוֹת יִסְלַח אֶת הַדֶּרֶךְ לְגֵיהֶנוֹם אфоризм *адерех лагэином рэцуфа каванот товот* современный иврит заимствовал в виде кальки с английского *The road to hell is paved with good intentions*. Это выражение без первых трех слов приписывают английскому писателю, историку и лексикографу Сэмюэлю Джонсону (1709-1784), хотя веком раньше аналогичная мысль – ад полон добрыми намерениями и желаниями – была высказана английским богословом Джорджем Гербертом [Бабкин 1994: 775]. Так сегодня говорят о человеке, который твердит о добрых делах, но их не делает: одних намерений мало; не выполняющий обещаний может принести немало зла, разочарований, несбыточных надежд.

Взять ноги в руки. Ноги унести. לָקַח אֶת רַגְלָיו Древнееврейское выражение *носе эт раглав* – Бытие [29:1] – пословно означает: *поднимает ноги его*. Танах его передает как: *поднялся на ноги*. Библия: *встал*. Так сказано о Иакове, который встал и пошел в другую страну. Фактически он убежал от гнева Эсава, которого обманул, получив благословение отца, а не просто ушел в другую страну. Однако Иаков ушёл, предварительно получив хорошую весть – первородство. Этой

хорошую весть – первородство. Этой вестью, поясняет еврейская Агада, он был окрылён и потому не просто поднимал ноги, а напротив, ноги сами несли его. Она пишет: «Сердце лечит человеческую жизнь, это оно от хорошей вести несёт ноги». Противоположную картину приводит Гомер, описывая ощущения Идомонейя, уставшего биться: «Не были более гибки и ноги его, чтобы быстро / прыгнуть ему за своим копием иль чужого избегнуть: / Стойкою битвой, упорною пагубный день отражал он; / Ноги не скоро несли, чтоб ему убежать от сраженья; / Медленно он уходил» (Илиада 13: 543-546). Русские аналоги в отличие от оригинала – выражения образные, метафорические, хотя и используют тот же элемент – ноги, но в иврите они совершают привычное действие – чтобы пойти надо поднять ногу, – в русском языке их уносят или берут в руки. Кроме того, русские аналоги более точно передают семантику выражения и движительные мотивы Иакова: не просто поднять ноги и уйти с насиженного места, а скрыться от гнева, убежать от возмездия. В наше время выражение используется в том же значении: убежать, ударить.

Все равны бобры, один я соболек. Да они все нули передо мной. Я и все остальные. Я и прочая шушера. תִּוּ 'וֹרְחִי 'וֹחַ Фразеологизм *ани везфси од* в дословном переводе с иврита звучит как *я и нет еще (такой как) я*. Танах – Книга Пророка Исаии [47:10] – передает его как *я и никто, кроме меня*; Библия: *я, и другой подобной мне нет*. Так Бог говорил о «дочери Вавилона», самодовольной и зазнавшейся халдейке, которая считала, что вечно будет госпожой. Пророк Софония [2:15] использовал это выражение в том же смысле, но по отношению к столице Древней Ассирии – Нину (Ниневии), которая жила весело и беспечно и в сердце своем говорила: *я – и никто кроме меня!* Она не обращала внимания на предостережения Бога и должна была поплатиться за свое высокомерие. Все приведенные в заголовке выражения касаются межличностных отношений, восприятия человеком себя и другого, проблемы, которая волновала людей во все времена. О том большом значении, которое придавалось этой проблеме в Древнем Египте, говорят исповеди умерших на загробном суде (Книга мёртвых гл. 125). Таких исповедей две и в каждой умерший клялся в том, чего он не делал, в то же время на весах бога Осириса лежало сердце произносящего клятву и, если его слова не соответствовали действительности, сердце становилось тяжелее, отклоняло стрелку весов, и

исповедующийся окончательно умирал. В конце второй оправдательной речи умерший клялся в том, что он не был надменным и не отличал себя от другого. Таким образом, скромность и отсутствие излишнего самовосхваления входили в моральный кодекс египтян с далёкой древности, поскольку эти клятвы житель Древнего Египта учил с малых лет.

Еврейский оригинал, как и русские аналоги, построен на противопоставлении «я» *другим*; их он называет ничем. Не позднее 5 века в Индии сложилась десятичная система счисления, составной частью которой впервые стал нуль. В Европе она называется арабской, а слово нуль берёт своё начало от латинского nullus *никакой* [Математический энциклопедический словарь 1995: 576]). С этого момента появляется возможность передать древнееврейское *ничем* как более соответствующий времени *нуль*, а сам фразеологизм – как: *я и нули остальные*. Русские аналоги идут дальше – один называет *других* относительно нейтрально – *остальные*, второй, как и оригинал, – *нулями*, подчеркивая «передо мной», третий аналог употребляет уничижительное *шушера*. Последний русский аналог мысль оригинала выражает в аллегорической форме, используя образы животных, характерных для определенного климатического пояса и тем самым придает выражению локальный характер.

Танахское выражение живет не только в малых литературных формах. Спустя тысячелетия оно вдохновило А.С. Пушкина, который использовал его для описания характеристики российского общества: "Но дружбы нет и той меж нами; / Все предрассудки истребя, / Мы почитаем всех – нулями, / А единицами – себя; / Мы все глядим в Наполеоны, / Двуногих тварей миллионы / Для нас орудие одно; / Нам чувство дико и смешно" (Евгений Онегин 2:14). Конечно же, поэт не использовал его в готовом виде, он обогатил его, передал в соответствии со знаниями своего времени и противопоставил не просто танахские *я* и *другие*, а уже известные в более поздние времена *единицы* и *нули*.

Надо признаться, что тысячелетние усилия человечества искоренить чувство превосходства одного человека над другим, не увенчались успехом. Оно проявляется в человеке по сей день и обуславливает сохранение нашего выражения в языке. Сегодня оно используется в первоначальном значении и говорит о человеке, который считает себя выше других, зазнайке и гордце.

Все хорошо, что хорошо кончается. $\text{בִּיט הַיּוֹם – בִּיט הַלַּיְלָה}$
 Пословица *соф тов – аколь тов* времен Талмуда в переводе на русский язык дословно означает: *конец хороший – все хорошо*. Она относится к группе пословиц, оценивающих предмет, о котором говорят. Пословица очень конкретна; в простой, понятной и легко запоминающейся форме она излагает два критерия такой оценки: временной и непосредственно оценочный. В ней подчеркивается, что судить о чем-либо можно, во-первых, только тогда, когда оно завершилось, и, во-вторых, предлагается критерий такой оценки – хороший конец. Благодаря этим свойствам пословица живет во многих языках и сегодня. Существовали пословицы на эту тему и во времена Древней Греции и Рима. В нашей пословице говорится о хорошем конце, но не поясняется, как его определить. Однако уже у Геродота (1:30-95) описан визит греческого поэта и философа Солона, жившего в 7-6 вв. до н.э. к царю Лидии Крезу, который говорит, насколько неоднозначен и интересен аспект трактовки слова «конец». Крез в ту пору славился своим богатством, величием и считал себя самым счастливым человеком. Но Солон не согласился с ним, сказав, что о счастье Креза он сможет судить только, услышав, что тот счастливо окончил свою жизнь. И заключил, что во всяком деле следует смотреть на конец его. Солон оказался прав. Счастье изменило Крезу, и он был взят в плен персидским царем Киром. Конец его жизни никак нельзя назвать хорошим. Солону вторил Овидий и предлагал человеку не называть себя счастливым «раньше кончины, до погребальных костров» [Ильинская 1999: 171]. Счастье настолько переменчиво, что может исчезнуть в любую минуту и полностью изменить конец жизни. Похоже, что аналоги этой пословицы есть во многих языках. Ниже приведены только немецкий *Ende gut – alles gut*, английский *all's well that ends well*, французский *tout est bien que finit bien*. В наше время пословица не призывает к ожиданию кончины, а говорит о том, что кончается, завершается, приходит к концу.

Богат как Крез. $\text{בִּיט הַיּוֹם – בִּיט הַלַּיְלָה}$ Иврит известную во многих языках конструкцию *богат как...* заимствовал в наши дни. В дословном переводе выражение *ашир кэкорах* означает: богат как Корах, хотя речь идёт о герое, описанном в Книге Чисел [гл.15-16]. Корах был двоюродным братом Моисея и Аарона, человеком именитым, властолюбивым. Ему очень не нравилось, что Бог сделал своим преемником «пришельца» Моисея, а главным жрецом евреев – его брата Аарона. Корах считал себя более

достойным для выполнения жреческих функций, а Бог уготовил ему прислуживание. Жажда власти и неимоверная гордыня толкнули Кораха на восстание против тех, кого выбрал Всевышний. Корах собрал группу соплеменников, которая восстала против власти двоих, но Бог жестоко расправился с бунтовщиками – их поглотила разверзшаяся земля. По преданиям Агады (Псахим 119) Корах был баснословно богат якобы потому, что ему открылся один из кладов, которые спрятал Иосиф в Египте. Факт его несметного богатства и положен в основу поговорки на иврите.

В русском языке эта поговорка соотносится с другим очень богатым человеком – царём древней Лидии Крезом. Но двор царя был славен не только богатством. Крез был человеком выдающимся, образованным, могущественным, быть гостем такого царя было почётно и к нему съезжались самые видные люди того времени – мудрецы, философы, учёные, государственные деятели. При Крезе Лидия превратилась в одно из самых сильных государств в Малой Азии, при нём же Лидия была завоёвана персидским царём Киросом. Человеку сильному и мужественному, судьба дарил Крезу добро и зло, взлёты и падения. Большим несчастьем для Креза была трагическая смерть его здорового сына. Случайный дротик был выпущен человеком, которого отец послал в качестве телохранителя. Перед этим Крез принял этого человека, когда тот был в большой беде. Два года Крез горевал о потере, но его стране грозила Персия и нужно было принимать меры. Это трагическое событие не поколебало чрезмерной уверенности Креза в себе, веры в то, что он любимец богов и судьбы, веры в свою удачу. Он знал, что должен приготовиться к войне с сильным противником. Готовился к ней, но из-за своей чрезмерной самоуверенности, часто принимая желаемое за действительное, приходил к неверным решениям и проиграл войну. Второй сын Креза был глухонемым, он заговорил в первый раз, когда увидел, что перс хочет убить его отца. Это потрясение подарило речь сыну и, с одной стороны, спасло жизнь его отцу, а с другой – обрекло Креза на вечный и страшный плен. Кир не велел убивать своего великого противника, а сын позволил персам опознать отца и взять его в пожизненный плен.

Герои нашей поговорки жили в разных культурах, в разные тысячелетия: Корах во второе, а Крез – в первое и не могли встретиться физически, но их соединила поговорка. Они оба

были невероятно богаты, у обоих было всё, чтобы закончить свою жизнь в добре и счастье, но оба кончили её трагически, потеряв голову и не сумев оценить сложившуюся реальность.

Современный иврит, сохранив структуру известной поговорки *Богат как...* всё-таки остановился на символе своей культуры, в то время как русский язык выбрал образ, очевидно, более близкой ему греко-римской культуры. Так каждый язык выбрал свой образ, своего героя для отражения одного и того же качества – богатства.

Все зависит от удачи. Счастье придет и на печи найдет. לָמָּדָּ חֵלֶּה לִּוְרָה Выражение *акол талуь бамазал*, восходящее к временам Талмуда, утверждает, что *все зависит от счастья / удачи*. Оно о тотальной вере в судьбу, в силу необъяснимую и непонятную. Так в книге «Зоар» говорится, что свое счастье у каждого экземпляра книги Тора, так как один читают больше, а другой меньше. О своеобразной судьбе книги, но уже не экземпляра, а ее сути, содержания, писал Теренциан в 3 веке: «Книги имеют свою судьбу, смотря по тому, как их принимает читатель». Полностью полагаглся на судьбу сторонник философии стоиков Клеант (3 век до н.э.). Он писал: «Веди меня, о Зевс, и ты веди, Судьба! / Веди меня вперед. / На что бы ты меня не обрекла, / Веди меня вперед. / Бесстрашно я иду, – иль пусть / Я отстаю, неверием и страхом омрачен – / Все ж должен я идти» [Рассел 1998: 300]. Иного мнения по этому поводу придерживаются другие видные римляне. Так Аппий Клавдий (4 в. до н.э.) считает, что каждый человек кузнец своей судьбы. Ему вторит Плавт (3-2 вв. до н.э.): «Мудрый сам кует себе счастье». Среди пословиц, собранных Публилием Сиром в середине 1 века до н.э., есть немало посвященных судьбе, фортуне, счастью, удаче. Большинство из них говорят о хрупкости, непостоянстве, коварстве их, призывают не полагаться ни на одну, ни на другую, ни на третье, ни на четвертую. Вот несколько примеров. «Фортуна стеклянная: от пёрышка разбивается», «Ни жизнь, ни фортуна у людей не вечны», «Фортуна делает глупцом того, кому слишком благоприятствует», «Фортуна не успокоится, если повредит лишь раз», «Счастье само по себе дело не спокойное». А это оттуда же о человеке: «Каждому его судьбу лепят его нравы» [Ильинская 1999: 169-171]. Вот что писал об изменчивости счастья отец истории Геродот (1:5) уже в 5 веке до н.э.: «...я опишу сходным образом как малые, так и великие людские города. Ведь много когда-то великих городов теперь стали малыми, а те,

что в мое время были могущественными, прежде были ничтожными. А так как я знаю, что человеческое счастье изменчиво, то буду одинаково упоминать о судьбе тех и других». Человеческая натура осталась прежней, судьба и удача занимает современного человека, может быть немного меньше, чем его предшественника, однако и сегодня наше выражение можно услышать не так уж редко.

В своем глазу бревна не видеть, а в чужом соринку / сучок разглядеть. *יֵשׁ אָדָם רוֹז הוּצ מִיַּגְזָי אִצְמוֹ* Пословица *кол анегаим* *адам роз хуц минигзэй ацмо* заимствована из талмудического трактата *ה ב פ'גל* и рассказывает, что человек *видит все язвы, кроме язв своих*. Люди давно знали, что они не объективны и не критичны по отношению к самим себе. Эзоп ещё в 6 в. до н.э. объяснял эту особенность человека в басне «Две сумы». Баснописец рассказывает, что Прометей, сотворив человека, повесил на него две сумы: с чужими грехами – спереди, со своими – сзади. Вот и не видит человек свои пороки, в то время как чужие всегда перед глазами. Об этом же у Сенеки на основании этой басни *Aliena vitia in oculis habemus, a tergo nostra sunt* – чужие недостатки у нас перед глазами, свои за спиной. Русский оборот, приведенный в заголовке фразеологизма, восходит к Евангелию от Матфея [7:3-5]. В этих стихах речь идет о сучке в глазах брата и бревне в собственном глазу. Сравнивая оба выражения, можно видеть, что евангелическое более красочно и более информативно. Если в древнееврейском речь идет о недостатках или язвах у всех, то русский аналог их разделяет, вводя аллегории, характеризующие размер этих недостатков в собственных глазах (соринка, сучок) и в глазах другого (бревно). Не может человек расстаться с такой поговоркой, потому она сопровождает его уже на протяжении многих веков.

В этом что-то есть. За этим что-то кроется / стоит. *יֵשׁ בְּרֵיךְ* Выражение *йеш дварим бего*, которое встречается в трактатах Талмуда и комментариях Раши, говорит, что у вещи есть смысл и причина. Само слово *го* означает *внутренность*. Отсюда и дословный перевод: *(есть) вещи внутри*. Есть причина тому, что происходит. О необходимости выявления причин историк Полибий писал еще во 2 веке до н.э.: «Голый рассказ о случившемся забавляет читателя, но пользы не приносит ему вовсе; чтение истории становится полезным, если в рассказе выяснены и причины событий. По моему убеждению, как для историков, так и для любознательных читателей важнее всего

понять причины, по которым отдельные события зарождаются и совершаются. Даже и тогда, когда невозможно или трудно найти причины, их следует старательно искать» [Ильинская 1999: 112]. Разве этот совет справедлив только для истории? Сколько бы мы дали, подчас, за то, чтобы понять причины вещей? Счастливым называл древнеримский поэт Вергилий того, кто может познавать причины вещей и отвергнуть страхи и предрассудки [Бабкин 1994: 521]. Так что наша поговорка родилась в уже подготовленной атмосфере. О выяснении мотивации поступков других рассказывает еврейская притча из «Агады» – одной из частей Талмуда. Хозяин одно время держал ослицу, кобылку и поросенка. Первым двум он отмерял корм, а свиношка ела вдвоём, ей доставалось столько, сколько она хотела. Ослица с кобылицей никак не могли взять в толк, за что свиношке такое уважение. Перед праздником свиношку закололи и только тогда «друзья» поняли настоящую причину «уважения» свиношки. Не уменьшился интерес к выяснению причин событий и сегодня, наше выражение помогает это делать и потому продолжает свою жизнь.

Всякому дню подобаает забота своя. День придет и заботу принесет. *הַיּוֹם לְפָנֶיךָ יְיָ אֱלֹהֵינוּ* Выражение *дай лецара бишъата* восходит к временам Талмуда и в буквальном переводе на русский язык означает: *достаточно для беды ее часа*. Раши так комментирует смысл этого выражения: беде достаточно, чтобы мы думали о ней, когда она придет. Зачем же сейчас думать о том, что может и не случиться? Если беда, не дай Бог, придет, тогда и будем справляться с ней. Таким образом, выражение говорит, что в жизни всему свое время и не стоит печалиться той бедой, время которой еще не настало. Лучше использовать его для радости и покоя.

Естественно, что эта важная для человека тема занимала умы людей много раньше. Так уже в 8 веке до н.э. греческий поэт Гесиод описал причину появления заботы в этом мире. Вот что он писал: «...но далеко Громовержец источники пищи запрягал / В гневе на то, что его обманул Прометей хитроумный. / Этого ради жестокой заботой людей поразил он...» (с. 324, ст. 47-49). «Нечего беспокоиться о том, что будет завтра». Это из греческой комедии, написанной в 4 веке до н. э. «Не спрашивай, что принесёт завтрашний день», – советовал Гораций в 1 веке до н.э. [Элькоши 1999: 388] и продолжил «Прими с радостью то, что дарит этот час» [Элькоши 1999: 153]. А в Евангелии от Мат-

фея [6:34] сказано: «Довольно для каждого дня своей заботы». Видимо, в другие языки это выражение вошло через Евангелие. Однако в одной из притч еврейской Агады говорится, что фразу *дай лецара бишъата* произнес Моисей после того, как Бог велел передать евреям, что он был с ними в рабстве, будет и дальше. Не угасает интерес к этой теме и сейчас. Вот, например, монолог Заботы в «Фаусте» Гете (с. 457): «Кто в мои попался сети, / Ничему не рад на свете. / Солнце встанет, солнце сядет, / Но морщин он не разгладит. / Все пред ним покрыто мраком, / И плывет богатство мимо / У такого нелюдима. / Полон дом – он голодает, копит впрок, недоедает, / Тихо усидеть не может, / Черный день его тревожит, / Будущее роковое / Не дает ему покоя».

Это выражение и в наши дни иногда можно услышать из уст русского человека в виде: *довлеет каждому дневи злоба его*. На церковнославянском языке слово *довлеет* может означать также *довольно, достаточно*, а *злоба* – *заботу*. Живёт наш оборот и в наши дни, помогая человеку правильно, ярко и красочно выражать свои мысли.

Как баран на новые ворота смотреть. לֹא יִשְׁתַּחֲוֶה בַּאֲזֵי הַבָּיִת הַחֲדָשׁ וְיִשְׁתַּחֲוֶה בְּעֵינֵי הָאָדָם. Это образное выражение в переводе на русский язык означает *смотрит на него как петух на людей*, а на иврите звучит как *мистакель бо кэтарнеголь бибней адам*. И хотя в иврите оно закрепилось в наше время, в его основе лежит древний иудейский обычай искупления грехов в канун Судного дня (в диаспоре его называют Днём Искупления). До наших дней среди религиозных евреев сохранился обычай перекладывать грехи человека на жертвенную птицу семейства петушиных. В этот день вокруг головы мужчины вращают петуха или курицу – вокруг головы женщины, сопровождая эти действия словами молитвы. Естественно, что петух смотрит на это действие, ничего не понимая. Отсюда и смысл выражения: смотреть, слушать и ничего не понимать. У русского народа такого обычая нет и потому эта аллегория не понятна. Исходя из этих соображений, для выбора русского семантического аналога пришлось обратиться к русскому фольклору. Один из символов непонимания и тупости в нем – баран. Он настолько глуп, что не может узнать свой дом, после того как поставили новые ворота. Поэтому с учетом русских реалий смысл – смотреть, ничего не понимая – достаточно точно передается выражением, вынесенным в заголовок рассказа. Древнееврейский обычай и образы русского фольклора про-

должают жить, каждый в своей культуре так же, как каждый фразеологизм – соответственно в своём языке.

Бить себя в грудь. Каяться (в грехах). *חַרַּף לֵב נֶפֶשׁ* В дословном переводе на русский язык выражение *макэ ал хет* означает: *бьет по греху*. Источники на иврите (Эвен Шошан) указывают, что оборот основан на обычае *бить себя в грудь* (по сердцу) во время молитв Судного дня – в диаспоре он называется Днем Искупления – и в другие дни, когда читается молитва о грехе, в знак раскаяния за совершенные прегрешения. Такой обычай был известен и у египтян. По описанию Геродота (2:61) по большим праздникам, например в честь богини Исиды, после принесения жертвы многие тысячи их участников били себя в грудь в знак печали и так оплакивали бога Осириса. Этот обычай также был составной частью плача по умершему египтянину (Геродот 2:85). Вот что Геродот пишет: «...женщины обегают город и, высоко подпоясавшись и показывая обнаженные груди, бьют себя в грудь». И далее: «С другой стороны, и мужчины бьют себя в грудь, также высоко подпоясанные». Русское «Бить себя в грудь» восходит к Евангелию от Луки [23: 48]: *народ возвращался после казни Иисуса, бия себя в грудь*. В свете сказанного выше разумно предположить, что в Евангелии наше выражение вошло из иврита. В наше время оно используется в значении раскаяния, доказательства своей правоты, невиновности.

Бог даст. *לֵיתָ דִּיחִילָךְ*. На иврите это выражение звучит как *злоим гадол* и в пословном переводе означает *Бог велик*. Современный иврит его заимствовал из арабского *алла карим* – *Бог щедр*. Во всех трех культурах (еврейской, русской и арабской) *Бог велик*, щедр и способен дать человеку все, поэтому поговорка звучит с оттенком надежды на нечто хорошее сейчас или в будущем. Русский аналог по своей структуре сходен с тахским *злоим натан* – *бог дал*, – которое в иврите, в отличие от русского языка, не получило статус узуса с оттенком надежды. Возможно и поэтому современный иврит заимствовал из арабского фразеологизм с подобным смыслом, который отвечал насущным потребностям языка в определенный период его развития. Однако не исключено, что корни выражения *Бог дал* следует искать в древнеиндийском, авестинском или в древнеперсидском языках. По Крылову, религиозное значение концепт *бог* получил позднее и, вероятно, восходит к древнеиндийскому *bhagas* – *господин, богатство*. М. Фасмер к значению *господин* добавляет *одаряющий*. П.Я. Черных приводит значения благо-

состояние, счастье, наделяющий, дарующий. Можно полагать, что в те далекие времена богатый господин действительно одаривал и наделял тех, кто от него зависел. Он давал им пропитание, кров, а иногда и жизнь, поэтому с известной долей вероятности можно предположить, что выражения типа *бог дал* или *бог даст* существовали в этих языках еще до того, как концепт *бог* приобрел религиозное значение. Еврейское *элоим гадол* в тексте Танаха не обнаружено.

Блошиный рынок. Барахолка. *פּוֹרְשָׁן רִשׁוּב* дословном переводе с иврита идиома *шук апишпешим* звучит: *рынок клопов*. Иврит заимствовал ее в наше время, изменив в соответствии со своими особенностями, принятую во многих языках характеристику рынка с *блошиной* на *клопиную*. Лексема *пишпеш* – *клоп* заимствована ивритом из арабского во времена Талмуда. Так говорят о рынке по продаже подержанных вещей и, как правило, по низкому ценам. Понятие "блошиный рынок" впервые появилось в 60-е годы 19-го века, когда парижским старьевщикам отвели место на площади у ворот крепости Клиньянкур. Там торговали всем, начиная от одежды, обуви, посуды, колониальных товаров и кончая книгами, мебелью и вообще старьем разных эпох и народов. Довольно быстро парижские острословы окрестили это место *marche aux risces* – блошиный рынок. Название быстро перекочевало в другие европейские языки: *flea market* в английский, *Flohmarkt* в немецкий. Не исключено, что оно было связано с обилием насекомых, которые водились в этих вещах; видимо блох в них, действительно, было так много, что они сумели "скакнуть" даже в название рынка. Нельзя отвергать и другую версию появления названия – низкие "блошиные" цены и масса мелочей, которые продавались на таких рынках. В наше время блошиный рынок превратился в целое явление, связанное, преимущественно, с коллекционированием и антиквариатом. Но не всегда и не везде к рынкам относились положительно и предоставляли для них самые людные места. Вот как Геродот (1:153) описывает отношение к рынку персидского царя Кира во времена, когда в Персии еще не было рынков. На предупреждение лакедемонян о том, что они не потерпят разрушения эллинских городов, Кир ответил: "Я не боюсь людей, у которых посреди города есть определенное место, куда собирается народ, обманывая друг друга и давая ложные клятвы. Если я останусь жив, то им придется толковать не о делах ионян, а о своих собственных". Ответ Кира был так резок еще и потому, что

самым большим грехом в Персии считалась ложь. Но персы быстро меняли свои привычки.

Сулить золотые горы. לִוְבָּאֵי הָרִים מְבַטְּי Modernное выражение *мавтиах арим угваот* дословно означает *обещает горы и холмы*. Так говорят о человеке, который много обещает и мало думает о выполнении своих обещаний. Истоки выражения восходят к комедии «Фермион» римского комедиографа Теренция (2 в. до н.э.). В иврит его ввел израильский поэт Хаим Нахман Бялик, который был воспитан одновременно на русской и еврейской культурах. На русском языке наш оборот можно найти в словаре В.И. Даля.

На безрыбье и рак рыба. דָּג הַרְטוּן קָרָה לְדָגִים Выражение *кше зйн дагим гам асартан каруй даг* пословно означает *когда нет рыбы и рак называется рыбой*. Оно заимствовано в виде неполной кальки с русского и введено в иврит поэтом Хаимом Нахманом Бяликом. Не исключено, что его корни восходят к латинской поговорке: среди слепых и одноглазый царь.

На воре шапка горит. לֵעַל רֹאשׁ הַגָּנֵב בּוֹעַר הַכּוֹבֵעַ Выражение *ал рош аганае боэр акова* заимствовано ивритом в виде кальки из славянских языков и пословно переводится как: *на голове вора горит шапка*. Эвэн Шошан так рассказывает историю появления этого оборота речи: когда среди собравшихся на опознание вора воцарилась напряженная тишина, ведущий вдруг закричал, что шапка вора горит. Воришка автоматически схватился за свою шапку и выдал себя. Так родилась пословица. Русский писатель и языковед 19 века С. Максимов (с. 39) приводит несколько вариантов появления этой пословицы, включая и приведенную выше. Вот еще один. Чтобы выявить воришку, люди обратились к знахарю. Тот повел всех на базар, где оживленно толковали о воровстве, дотоле неизвестном в этих местах. В эту толпу знахарь и крикнул: «поглядите, православные, на воре-то шапка горит». Толпа еще не успела опомниться от зловещего окрика, а вор уже схватился за шапку. Из приведенных рассказов видно, что все версии сводятся к одному явлению – созданию психологического давления на вора и внезапности, которая заставляет его выдать самого себя. Меняются лишь способы создания давления, обстоятельства, окружение. Пословица рассказывает о преступнике, чувства которого обострены, душа не на месте, он не в ладу с собой.

1. Сопоставительный анализ приведенного материала показывает, что большинство фразеологизмов древнееврейского

Танаха вошли в языки народов, принявших христианство, вместе с Библией, в которую Танах был включен в виде составной части под названием "Ветхий Завет". Библия была принята этими народами как мировоззрение и потому фразеологизмы Танаха большей частью вошли в их лингвокультуры в виде полных (*В поте лица твоего будешь есть хлеб, Волосы становятся дыбом, Дерево познания, Во многой мудрости много печали*) или неполных калек (*Казнить или миловать, Отпускай хлеб свой по водам, Сделать посмешищем, Вводить в заблуждение*). Они наднациональны и межрегиональны.

2. При диахронном подходе к фразеологизмам Танаха можно видеть, что, несмотря на древнее происхождение, они как неотъемлемая часть языка претерпевают изменения на разных стадиях его развития:

- видимо уже на стадии первых переводов Танаха с древнееврейского была изменена семантика некоторых оборотов речи. Например, всем известный фразеологизм, символизирующий терпение *Вода камень точит* записан в первоисточнике на иврите как *Камни истирают воду – аваним шахаку маим*. В таком же виде он приводится во всех изданиях на иврите и сегодня, однако переводится на русский язык так, как было принято в переводе и как вошло в другие языки через Библию. Танахский оборот *Глас вопиющего в пустыне* в первоисточнике на иврите приведен с двоеточием после слова *корэ* и выглядит как *коль корэ: бамидбар пану ...* т.е. в первоисточнике речь идет о призыве *в пустыне освободить дорогу...*

- древнееврейская пословица *Нашел жену, нашел благо* менялась вместе с развитием человека, его культуры, с изменением отношения к семейной жизни, к женщине. Из средства рождения детей она превращалась в помощницу, подругу, спутника жизни и потому росли предъявляемые к ней требования. Уже на стадии первых переводов с древнееврейского пословица сузилась с *любой жены до жены доброй*, причем это сужение было принято и в дальнейших переводах с иврита на русский. Позже в русских аналогах стали уточняться уже характеристики доброй жены: *она и щи сварит, поможет в горе и разделит с мужем радость*. Однако характеристика доброй жены появилась еще в 8 в. до н.э. в параллельной еврейской древнегреческой культуре – Гесиод достаточно подробно описывает, как выбрать такую жену;

- со временем изменениям подвергались и другие обороты Танаха. Например, танахское *безоблачное утро* превратилось в русском языке в *прекрасное утро*, а на более поздней стадии оба выражения изменили свою семантику и из описания конкретного утра без облаков приобрели значение времени – любого утра, какого-то, одного из многих. Древнееврейское печальное и грустное *добавление знания добавляет печали* получило в русском языке шутливый оттенок *много будешь знать, скоро состаришься*.

3. Пословицы Танаха создавались во времена, когда народ жил на природе, был близок к ней. В этих условиях были естественными все процессы человеческой жизни. Человек говорил и записывал все, что с ним происходило, используя яркие и сочные краски живой народно-разговорной речи. Еще не были выработаны более поздние правила и запреты на то, что можно и нельзя, о чем принято или не принято говорить в хорошем обществе;

- Некоторые из таких оборотов сохранились в иврите и по сей день. Посмотрим с этой точки зрения на древнееврейский фразеологизм *Голым вышел из утробы матери своей, голым вернусь*. В нем просто и точно описан процесс рождения человека. В отличие от него более поздние русские аналоги не так натуральны, они говорят *родился* вместо *вышел из утробы матери своей* или просто опускают подробности появления человека на свет и говорят сразу о его конце (*помрешь*), а характеристику *голый* заменяют на нейтральное *ничего не возьмешь*;

- не один фразеологизм Танаха основан на естественных свойствах человеческого организма. Например, в основу оборота *волосы стали дыбом* положено замеченное древним человеком явление, что от сильного страха его волосы на голове поднимаются и становятся прямыми и жесткими. Древний человек определил это явление точно и ярко *месамрот – становятся как гвозди* и оно впоследствии превратилось в символ страха и ужаса. Танахское *поднимает ноги* в значении унести ноги, убежать, это не что иное, как описание процесса начала ходьбы, не подняв ногу, никуда не уйдешь. В основе древнееврейского фразеологизма *убежал в кожу зубов своих* лежит особенность проказы разрушать все кости больного, кроме зубов.

4. Рассматривая лингвокультуру Танаха совместно с предшествующими и параллельными ей региональными культурами можно увидеть, что в некоторых случаях атмосфера и при-

чины для возникновения того или иного оборота речи существовали не только в ней, но и в культурах Древнего Египта (ср. древнееврейское *ешь и пей, ибо завтра умрем* и древнеегипетское *смотри на него – на покойника, – пей и наслаждайся жизнью, ибо после смерти и ты будешь таким* в рассказе Геродота), Древней Греции (ср. танахское *близкий сосед лучше далекой родни* и гесиодовское *если несчастье случится, когда еще пояс подвяжет свойственник твой, а сосед и без пояса явится тотчас*) и Древней Персии (ср. танахское *добавление знания добавляет боль* и слова перса у Геродота *самая тяжелая мука для человека – многое понимать и не иметь силы бороться с судьбой*).

5. Та же тенденция прослеживается и в более поздних древнееврейских фразеологизмах времен Талмуда: талмудическое *все язвы человек видит, кроме своих* восходит к басням Эзопа, а *достаточно беде ее часа* – к Евангелию; о вопросах причинности вещей, отражающихся в талмудическом *есть вещи внутри* рассуждает историк античности Полибий, а о *хорошем конце* – греческий поэт Солон.

6. В особую группу можно выделить фразеологизмы, которые возникли как следствие культурных или религиозных традиций. Например, в основе еврейского фразеологизма *Бить себя в грудь* лежит древний обычай, характерный не только для еврейской, но и для египетской культуры. Из этих же источников наш фразеологизм вошел в Евангелие, а из него в другие языки. Более сложны перипетии оборота *смотреть как петух на людей*, основанного на обычае, который не вошел в Танах и потому так и остался национально еврейским. Его русский семантический аналог нашелся в русском фольклоре, естественно, что символы, на которых он построен, отличаются от еврейских. Так еврейская жертва чужих грехов – *петух* превратилась в русский символ глупости – *барана*, а еврейский объект рассмотрения – *люди* – в *новые ворота* на русском языке.

7. Активно идет процесс заимствований из других языков современным возродившимся ивритом. Он особенно интенсивен еще и потому, что Израиль предоставляет право всем евреям, независимо от того, на какой культуре они воспитаны, вернуться в свою страну. Естественно, что каждый из них привносит элементы своей культуры и языка в израильскую культуру и разговорный иврит. В современном иврите немало заимствований из русского языка. Например, кальки *Сулить золотые горы, На*

безрыбье и рак рыба. Из славянских языков заимствовано выражение *На горе шапке горит*; скалькировано с английского *Благими намерениями выложена дорога в ад*. Однако по возможности даже в заимствованиях иврит старается сохранять символы своей культуры, своего языка. Например, заимствуя структуру выражения *Богат как...* иврит добавил имя символа богатства своей, а не греческой культуры; заимствуя структуру *Блошиный рынок* иврит заменяет характеристику *блошиный* на *клопный*, а арабское *Бог щедр* превращает в *Бог велик*.

ЛИТЕРАТУРА

Бабкин А.М., Шендецов В.В. Словарь иноязычных выражений и слов. – СПб., 1994

Библия. Книги священного писания. Ветхий и Новый Завет. Канонические. – М., 1990

Геродот. История. – Л.: Наука. 1972. 599 с.

Гесиод. Работы и дни. Земледельческая поэма // Вересаев В.В. Собрание сочинений. Т. 3. – М.: Огиз, 1948. 410 с.

Гете И.В. Фауст. / В переводе с нем. Б.Л. Пастернака. – М., 1975. 480 с.

Гомер. Илиада. / Пер. с древнегреч. Н. Гнедича. – Новосибирск, 1987. 568 с.

Гомер. Одиссея. / Пер. с древнегреч. // В.В. Вересаева. URL: ancientrome.ru

Даль В.И. Пословицы русского народа. Сборник. – М., 1957. 891 с.

Емельянов В.В. Моцарт и Сальери: близнечный миф в ретроспективе шумерского диалога. URL: www.lebed.com./2001/art/

Ильинская Л.С. Античность. Краткий энциклопедический справочник. – М., 1999. 365 с.

Максимов С. В. Крылатые слова. – М., 2000. 399 с.

Матье М.Э. Тексты пирамид – заупокойный ритуал. URL: <http://pero-maat.ru>.

Михельсон М.И. Большой толково-фразеологический словарь. URL: <http://michelsonlexicon.com>

Полный церковнославянский словарь. URL: <http://www.slavidict.narod.ru>

Математический энциклопедический словарь. – М: БРЭ, 1995.

Рассел Б. История западной философии. – Ростов-на-Дону, 1998. 991с.

Ренан Э. Жизнь Иисуса. URL: www.gumer.info
Словари и энциклопедии на сайте "Словopedia". URL:
<http://www.slovopedia/>
Справочно-информационный портал "Русский язык". URL:
<http://www.gramota.ru>
Федоренко Н.Т. Меткость слова. – М., 1975.
Фундаментальная электронная библиотека "Русская литература и фольклор". Словари. URL: <http://feb.ru>
Эзоп. Басни. – СПб., 2002. 159 с.
תורה ומושי תורה Пять книг Торы (Пятикнижие Моисеево) / Параллельный перевод на русский язык Д. Йосифон.– Иерусалим: Мосад арав Кук, 1975. 272 с.
נביאים ראשונים ואחרונים Первые и последние пророки / Параллельный перевод на русский язык Д. Йосифон. – Иерусалим: Мосад арав Кук, 1975. 494 с.
כתובים Кетувим. Писания. – Иерусалим: Мосад арав Кук, 1978. 394 с.
מאגרי ספרות הקודש Базы данных священных книг. URL:
<http://kodesh.snunit>
המלון החדש Эвен-Шошан Авраам. Новый словарь. – Иерусалим: Кирьят сэфер, 1993. 1760 с.
אוצר פתגמים וניבים לאטיניים Элькоши Гидалия. Сборник латинских пословиц и идиом. – Иерусалим: Еврейский университет, 1999. 555с.
יהושע שטיינברג. מלון התנ"ך Йеоша Штейнберг. Словарь Танаха. – Тель-Авив. 1960. 912 с.

© Креймер Л.А., 2009

Лалетина А.Ф.
Екатеринбург, Россия

КУЛЬТУРООБРАЗУЮЩЕЕ ЗНАЧЕНИЕ МУЛЬТИПЛИКАЦИИ

***Аннотация.** Мультфильмы являются носителями культуры, через которые ребенок познает мир, общается с ним и развивается сам. Поэтому создатели мультфильмов должны ответственно подходить к своей работе, осознавая, какие ценности они провозглашают.*

***Ключевые слова:** мультфильм, культурные ценности, ребенок.*

Laletina A.F.
Ekaterinburg, Russia

CULTURAL MEANING OF ANIMATION

***Abstract.** Cartoons are a medium of culture, which help children learn the world, communicate and develop. Creators of cartoons should take responsibility of what they are producing, being aware of the values they proclaim.*

***Key words:** cartoon, cultural values, child.*

Существует много определений понятия «культура». Данное понятие происходит от латинского cultura – возделывание, воспитание, образование, развитие. Культура – это «исторически определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, в их взаимоотношениях, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях» [Педагогический энциклопедический словарь 2003: 130]. И там же читаем: «Ядро культуры составляют общечеловеческие цели и ценности, а также исторически сложившиеся способы их восприятия и достижения. Но выступая как всеобщее явление, культура воспринимается, осваивается и воспроизводится каждым человеком индивидуально, обуславливая его становление как личности» [там же]. Из определения культуры можно выделить следующие ее существенные составляющие: человеческие ценности, способы деятельности людей, их взаимоотношения. На основе того, как человек воспринимает, осваивает и воспро-

изводит эти элементы культуры и каково их содержание, можно судить о «культуре» человека.

Искусство является частью культуры, ее носителем. Искусство, как известно, отражает ценности той эпохи, в которую создается, по этой причине искусство разное в разных цивилизациях и в разные эпохи. С другой стороны, искусство является проводником ценностей от автора (создателя, заказчика) до человека, то есть обладает несомненной воспитательной функцией. «Искусство, в силу своей эмоциональности, многомерности и полифункциональности позволяют особенно действенно формировать первичные образы. При этом искусство является воплощением духовных ценностей людей и выражает отношение человека ко всем в мире» [Адам 2005: 35]. Искусство в данный исторический момент весьма разнообразно и многолико. Одним из популярных видов массового современного искусства являются мультипликационные фильмы (мультфильмы). Мультипликационные фильмы, мультфильмы (от лат. multiplication – умножение) – «область киноискусства, представленная фильмами, которые создаются путем покадровой съемки последовательных фаз движения рисованных, живописных (графическая мультипликация) или объемно-кукольных (объемная мультипликация) образов» [Педагогический энциклопедический словарь 2003: 153]. Мы подразумеваем под мультфильмами не только созданные таким способом фильмы, но и другие фильмы, созданные путем анимации, компьютерной графики и т.д. Мультфильм – отражение современной культуры. Совершенно очевидно, что мультфильмы, как и другие виды искусства, отражают ценности той или иной и цивилизации: так, например, можно разделить мультфильмы по группам (мультфильмы советского периода, современные западные и Российские мультфильмы; японские мультфильмы и т.д.). Поэтому мультфильм, безусловно, обобщенно выражает ценности того сообщества и того времени, в котором создается. Но мультфильм – не просто носитель культуры, это активный носитель культуры, формирующий культуру подрастающего поколения.

Культуру, ценности, образцы поведения у ребенка с самого рождения начинают закладывать в большей или меньшей степени практически все факторы, с которыми ребенок соприкасается. Мультфильм – один из самых первых друзей ребенка из области искусства. Конечно, книги тоже очень важны. Но существенное отличие мультфильма от книги в том, что для «соеди-

нения» с книгой нужен другой человек (поскольку ребенок еще не умеет самостоятельно читать), а для «дружбы» с мультфильмом зачастую не нужен никто. Ребенок способен самостоятельно с ним взаимодействовать (работать).

Воспитательный культурообразующий потенциал содержания мультфильмов можно условно разделить на следующие группы: элементарные знания и представления о мире; новые слова и предметы, явления; модели поведения и взаимоотношений между людьми; человеческие ценности, эстетический компонент. Мультфильмы передают ребенку в доступной (!) форме общечеловеческий опыт, культуру, традиции и историю народа.

Чтобы понять, какие культурные ценности несет (а значит и способствует формированию в своих зрителях) мультфильм, необходимо понять, а какие цели ставили его создатели. Так, например, в Советском Союзе заказчиком мультфильмов было государство, задачей которого было воспитание граждан с необходимыми ему качествами. Многие носили морализаторский характер и были просты для восприятия: в конце ясно и просто проговаривалась мораль. Они имели четкие воспитательные цели и похожие между собой схемы сюжетов, «советские мультипликаторы утверждали мультипликационное кино как политически активное искусство, обладающее большими воспитательными возможностями, основанное на высокой графической культуре» [там же]. Они ставили целью воспитание в маленьком человеке конкретных качеств, таких как патриотизм, смелость, способность трудиться, умение подчиняться старшему, быть солдатом, способным отдать жизнь за Родину и др. Сейчас в эпоху свободы такого директивного заказа нет, но у создателей мультфильмов цели остались. И цели эти зачастую имеют мало общего с воспитательными задачами: самая важная цель – прибыль, выраженная в денежных знаках, полученных с проката, продажи дисков, рекламы, сопутствующих товаров с символами из мультфильма. А чтобы достичь цели максимальной прибыли, необходимо, чтобы продукт был потреблен массово, а для этого он должен быть рассчитан на максимально разновозрастного зрителя. Отсюда и недетские темы, и сальный юмор, и жаргонные словечки. Но независимо от целей создателей мультфильмы способствуют формированию той или иной культуры в детях. И если мультфильм не содержит общечеловеческих культурных ценностей, он содержит другие ценности, которые не способные

к фильтрации дети впитывают в себя, как губка. Сюжеты современных мультфильмов часто содержат совершенно недетские темы: драки, насилие, смерть, убийство, похороны, гонки, скачки, долги, разборки, месть.

Таким образом, мультфильм, являясь носителем культуры, может выполнять совершенно разные задачи: прибыль для создателей и окультуривание для потребителей. Но поскольку качество мультфильмов определяют его создатели, то культуурообразующие ценности закладывают тоже они. Проблема потребления некачественного культуронесущего продукта усугубляется тем, что родители, воспитатели и другие ответственные за становление личности ребенка люди в большинстве не знают, как работать с мультфильмами, как их оценивать. Следует признать, что для родителей мультфильм – это чуть ли не единственный способ высвободить время для своих дел: посадить чадо перед мигающим экраном и заняться стиркой, уборкой, готовкой, а то и просто поболтать по телефону с подругой или даже сходить покурить. Для этой цели мультфильму не обязательно воспитывать ребенка, мультфильм должен быть занимательным и увлекательным, чтобы ни на секунду не потерять внимание пытливого детского взгляда. Недооценка культуурообразующего потенциала мультфильмов приводит к тому, что родители не задаются вопросом: каким образом мультфильмы, которые смотрит ребенок, влияют на становление его личности, фундамент каких культурных ценностей закладывают?

Нет сомнений, что «мультфильм для ребенка – авторитет, пример для подражания» [Адам 2005: 36]. Мультфильм для ребенка – это целый, единый мир, в нем существуют свои правила, которые ребенок невольно транслирует на реальность. Через мультфильмы дети узнают и понимают, что такое «хорошо» и что такое «плохо», к чему приводят те или иные действия. Через мультфильм дети познают мир. Дети начинают применять в жизни знания, полученные из мультфильмов (например, начинают использовать лексику героев), подражают героям мультфильмов. Начинают играть в героев, жить в их мире, говорить их языком. Для детей искусство (сказки, стихи, мультипликация) – это форма познания и освоения мира (а значит и воспитания). Дети социализируются, учась у героев мультфильмов, как себя вести. Дети изначально учатся, подражая. Ребенок через мультфильмы учится, поэтому от качества мультфильма зависит и то, **чему** ребенок научится.

Зачастую в современных мультфильмах главный герой, обладающий положительными качествами и воспринимаемый ребенком «как хороший» вместе с тем несет в себе и отрицательные аморальные, антикультурные ценности (например, главный герой мультфильмов «Шрек-1,2,3» не просто добрый и смелый, но и невоспитанный, грубый, использующий оскорбительные слова, агрессивный, незтично и неэстетично ведущий себя и др.). Дети без объяснения взрослого не разделяют положительные и отрицательные стороны своего любимого героя, не разграничивая вымысел и реальность, они принимают за образец любимого героя полностью, целиком. Об этом точно писал Ш.А. Амонашвили: «Разве вас должно удивить, если я скажу, что папа-алкоголик, курящий отец не могут стать полноценными воспитателями? Но если у вас доброе сердце и порой вы балуете своего сынишку прогулками, подарками и если ваш ребенок принимает вас как такого человека, каким сам хочет стать, то он без особых усилий может воспринять вашу доброту вместе с вашим пристрастием к курению, алкоголю, праздности. Так вот давайте воспитывать наших детей не столько словами, сколько примером, достойным всяческого подражания» [Амонашвили 1991: 83].

Мультфильмы также закладывают в ребенке уровень эстетической культуры, способность любить и ценить искусство. Мультфильм является плодом художественного творчества, несущим в себе в качестве образцов картинку, эмоции, музыку, песни, игру голосом и т.д. Поэтому также важно в мультфильме уметь увидеть: произведение искусства это или штамповка жанра. Современные мультфильмы, сделанные в основном с помощью техники, больше похожи на шаблоны: одинаковые голоса озвучивающих, одинаковый смех, одинаковые шутки и даже музыка. Такая одинаковость не может способствовать эмоциональному и эстетическому развитию ребенка, а наоборот, приучает к стандартам, шаблонам, однообразию.

Еще один элемент культуры – язык. Именно в дошкольный период речь развивается наиболее интенсивно. Ребенку важно слышать правильную, красивую родную речь, слышать все интонации, чувства, передаваемые речью. В переведенных мультфильмах передача всей гаммы чувств невозможна. Недостаток насыщенной, правильной речи может привести к отставанию в развитии речи (так как речь большинства западных мультфильмов не обращена к ребенку и не требует ответа). Сове-

менные мультфильмы содержат лексику низкого уровня речевой культуры. «Безусловно положительные» герои используют грубую, жаргонную лексику, недопустимые для детей слова («сопляк», «тупой», «хана», «прикольно», «шизовое местечко» и др.). Дети будут использовать эту лексику, считая ее настоящей, живой, нормальной. Именно эта лексика может лечь в основу культуры речи детей.

Таким образом, мультфильм как популярный современный вид искусства является носителем человеческих ценностей, знаний и представлений о мире, моделей поведения, эстетических образцов и разнообразных примеров для подражания. Получается, что мультфильм как носитель культуры становится активным формирующим эту культуру у детей, особенно у тех, кто уделяет просмотру мультфильмов достаточное количество времени. Недооценка культурообразующего значения мультипликации приводит к тому, что дети часто поглощают некачественный культурный продукт, тем самым принимая сомнительные ценности. Таким образом, недооценка мультипликационного культурного потенциала приводит к тому, что уровень культуры подрастающего поколения снижается вслед за изменением ценностей, которые проповедует современная мультииндустрия. Это требует качественной, тщательной и профессиональной работы с культуриносящими продуктами мультипликации.

ЛИТЕРАТУРА

Адам Д.А. Формирование у дошкольников представлений о мире природы как духовной ценности средствами современного искусства // Экологическая педагогика: сборник научных статей по материалам XI Международной конференции. Екатеринбург. 19-20 апреля 2005 г. Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2005. 396 с. С. 34-43.

Амонашвили Ш.А., «Как живете, дети?» : книга для учителя, 2-е издание. – М., «Просвещение», 1991. 175 с.

Педагогический энциклопедический словарь / гл.ред. Б.М. Бим-Бад. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2003. 528с.

© Лалетина А.Ф., 2009

Малюкова Д.С.
Томск, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ МАНИПУЛИРОВАНИЯ ПРИ РЕКОНСТРУИРОВАНИИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗА ПОЛИТИКА В СОВРЕМЕННОМ ДИСКУРСЕ

***Аннотация.** В статье анализируются материалы из разных информационных источников, формирующие печатный образ В. Путина и включающие элементы манипуляции, то есть воздействия на подсознание человека для контроля и управления им. Автор показывает, как языковые средства применяются для создания определенного общественного мнения.*

***Ключевые слова:** языковые средства, стереотипы, метафоры, ассоциации, ярлыки, манипуляция.*

Maliukova D.S.
Tomsk, Russia

APPLICATION OF LANGUAGE MEANS OF MANIPULATION IN THE RECONSTRUCTION OF PSYCHOLOGICAL IMAGE OF A POLITICIAN IN PRESENT-DAY DISCOURSE

***Abstract.** The analysis is based on the materials taken from different sources, which create print image of V. Putin. They include elements of manipulation, i.e. influencing subconscious of a person to control and manipulate him.*

***Key words:** language means, stereotypes, metaphors, associations, labels, manipulation.*

В настоящее время на общество обрушивается огромный поток информации. Однако любая новость или событие, воздействуя на человека, создают у него социально-психологическую установку, внутреннюю готовность к каким-либо действиям. Данную особенность человеческой психики используют манипуляторы при воздействии на общественное мнение.

Согласно С.Г. Кара-Мурза, от понимания манипуляции в техническом смысле произошло современное переносное значение слова – ловкое обращение с людьми как с объектами,

вещами. Таким образом, манипуляцию можно определить как воздействие на подсознание человека для контроля или управления им. «Манипуляция – это стремление управлять другим человеком без его ведома и ему во вред» [Кара-Мурза 2000: 20].

Проанализируем использование средств языкового воздействия для того, чтобы показать, что в материалах современного политического дискурса присутствует множество примеров манипулирования общественным мнением. С помощью анализа языковых средств манипулирования реконструируем психологический портрет политического деятеля.

К основным манипулятивным технологиям, которые используются в современной системе массовых коммуникаций, относятся технологии указанные ниже.

Упрощение, стереотипизация. СМИ предназначены для масс. В них установлены жесткие ограничения на сложность сообщений. Концепцию упрощения выдвинул в начале 20-х годов У. Липпман. Он считал, что процесс восприятия – это механическая подгонка еще неизвестного явления под устойчивую общую формулу (стереотип, метафору). Поэтому пресса производит стандартизацию явления, ставшего объектом сообщения.

Сквозь призму стереотипных метафор воспринимаются реальные предметы, отношения, события, действующие лица. Например: жизнь – дорога, политика – игра, бизнес – война. «Стереотипы – неотъемлемые компоненты индивидуального и массового сознания. С их помощью происходит необходимое сокращение восприятия и иных информационных и идеологических процессов в сознании. Таким образом, стереотип, как необходимый человеку инструмент восприятия и мышления, обладает устойчивостью, может быть выявлен, изучен и использован как мишень для манипуляции» [Шиллер 1980: 43].

Метафоры, особенно стереотипные, крайне удобны для манипулятора, поскольку они являются готовыми штампами мышления, но штампами эстетически привлекательными. Данному приему воздействия уделено отдельное внимание в данной статье, так как считаем его принципиально важным, используемым повсеместно.

Поэтически выраженная мысль всегда играла огромную роль в соединении людей и программировании их поведения. «Метафоры, включая ассоциативное мышление, дают огромную экономию интеллектуальных усилий» [Кара-Мурза 2000: 51]. Склонность экономить интеллектуальные усилия заставляет челове-

ка вместо изучения и осмысления прибегать к ассоциациям и аналогиям: называть эти вещи какой-то метафорой, которая отсылает его к иным, уже изученным состояниям. Например, в связи с выборами нового российского президента появилась необходимость как-то определить его место на политической арене и СМИ предложили обществу следующие метафорические образы, которые постоянно употребляются по отношению к Д. Медведеву: «...unable to escape the shadow of his predecessor...», «...юный принц при регенте-Путине...».

Наклеивание ярлыков - это эксплуатация предрассудков и стереотипов аудитории через «наклеивание ярлыка» на объект воздействия. Ярлык характеризует его как что-то, чего аудитория боится, испытывает отвращение, находит подозрительным. Существует тенденция насыщения юмором политических статей и широкое использование в них всевозможных прозвищ политиков. Например, Медведев – «a puppet president».

Перенос положительного образа. Сущность метода состоит в проекции позитивных качеств человека (авторитет, престиж), какого-либо объекта или моральных ценностей (индивидуальный, групповой, национальный) на другого человека или группу. Например, в политической рекламе на основе известности партии (избирательного блока) или конкретного политика «раскручивается» имидж членов избирательного блока. Для создания такой устойчивой ассоциации используются совместные фотографии, объявления о поддержке, посещение регионов известным политиком и т.д. Например, поддержка В. Путиным политической партии «Единая Россия».

Техника «создания негативных ассоциаций», её задачей является активизировать в памяти человека какой-либо отрицательный образ и перенести его на конкретного политика. Пугающие темы являются одними из самых эффективных средств воздействия на целевую аудиторию. Страх обеспечивает сплочение членов группы и стимулирование тех или иных ее поступков.

Использование юмора. По своей природе юмор предполагает ту или иную нестандартную ситуацию, которая, как правило, хорошо запоминается и не вызывает неприятия. Также важно, что юмор связан с возникновением положительных эмоций. Юмористический эффект обычно достигается с помощью использования различных метафор, игры слов, ироничных высказываний.

Следует отметить, что перечисленные способы воздействия на общественное сознание могут быть дополнены большим количеством различных манипулятивных технологий. Однако мы сосредоточили внимание именно на данных методах, так как считаем, что можно проследить непосредственную связь этих приемов и использования языковых средств в их составе.

Языковые средства активно применяются для создания общественного мнения, проанализируем печатный образ В. Путина, созданный при помощи вышеперечисленных средств манипулирования. Для анализа воспользовались материалами следующих информационных источников: the Times, the Sunday Times, the Guardian. Стоит отметить, что, несмотря на обилие различных инструментов языкового манипулирования, наиболее продуктивным способом, является использование метафорических моделей, именно поэтому им уделено наибольшее внимание.

Фигура В. Путина описывается рядом специфических метафорических моделей. Необходимо отметить, что в связи с избранием нового президента, Д. Медведева и назначением В.Путина на пост главы правительства отношение к нему изменилось. Когда мы говорим о метафорах, которые употреблялись по отношению к Путину до избрания на пост главы Правительства, внимание привлекают метафоры игры, шпионажа. Языковые средства манипулирования в нижеследующих примерах выделены курсивом.

Putin is using the project as a bargaining chip in his negotiations with Russia's European energy customers. The Times, 11.07.

Vladimir Putin will be greeted with smiles, handshakes and banquets on his two-day visit to Beijing this week; but he will also be under pressure to conclude negotiations to build an pipeline that will boost China's economy. The Times, 08.07. В данном примере налицо ирония, а так же использование техники создания негативных ассоциаций: «will be greeted with smiles, handshakes and banquets - but he will also be under pressure».

Mr. Putin's image as a cold-eyed former spy and judo black belt compensates for his relative lack of stature at 5ft 7ins. The Times 05.08. Использование негативных ассоциаций “*a cold-eyed former spy*” призвано усилить впечатление и закрепить за политиком отрицательную оценку. Кроме того противопоставление «черный пояс, бывший шпион» - «небольшой рост» говорит об ироничном отношении автора.

Приведенные выше примеры свидетельствуют о том, ПОЛИТИКА В. ПУТИНА – ИГРА, это та метафорическая модель, которая описывала В. Путина. Она очень ярко характеризовала навязываемое западными обозревателями отношение к В. Путину как к политику сильному, но регулярно прибегающему к не совсем демократическим мерам при принятии решений и управлении государством. Эмоциональная окраска метафор говорила о том, что В. Путин представляется как фигура скорее отрицательная, чем положительная. Его сравнивали с лидерами СССР, обладавшими абсолютной властью, регулярно упоминали о прошлой работе в КГБ, намекая на то, что Россия недалеко ушла в развитии со времен Советского Союза. Теперь же метафорическая модель окрашена в новый цвет, к концепту ИГРА добавился концепт ТЕАТР \ ФАРС. Приведем лишь некоторые примеры:

For all the *ostentatious show* of a transfer of power, few in the Kremlin believe the ceremony in May will truly mark the end of Putin's presidency. Передача власти преподносится как фарс. The Times 04.08.

Many in Russia are convinced that *Mr. Medvedev will be little more than a figurehead* while Mr. Putin continues to run the country. The Times, 03.08. Достоверность информации проверить практически невозможно – налицо использование манипулятивной семантики.

Mr. Putin spoke first, however, *underlining the message* for millions of Russians watching on television that *he will retain a firm grip on power long after he leaves the Kremlin*. The Times, 05.08.

His *first act* as President will be to appoint his patron in a job-swap that allows Mr. Putin *to keep a firm grip on power*. The Times, 05.08.

Some believe, however, that after *installing a puppet successor* he will make a *triumphant return* as president in 2012. The Guardian, 04.08. Очевидно использование приема наклеивания ярлыков: Д. Медведев – марионетка, В. Путин – кукловод.

Many view Mr. Medvedev as little more than *a puppet selected by Mr. Putin*. The Times, 05.08.

Марионетка – театральный атрибут, новый президент преподносится как человек управляемый, безвольный. Регулярное использование данной метафорической модели закрепляет в сознании общественности стереотипное восприятие Д. Медведева в качестве номинального руководителя.

Характер В. Путина противопоставлен характеру Д. Медведева, описывается как сильный, волевой, даже агрессивный. Об этом свидетельствует огромное количество военных метафор, например:

Friendship in the pipelines – as *Cold War rivals* do business. The Sunday Times, 07.06.

But the Kremlin's relation with the West have worsened since Putin has moved to *consolidate his power* by closing down independent sources of *opposition of the "commanding heights"* of the Russia. The Sunday Times, 07.07.

Mr. Putin has promised the EU that Russia will not use oil and gas supplies to *blackmail* other countries. The Guardian, 08.06.

Fears of new Cold War as Russia threatens to switch off the gas. The Guardian, 08.06.

For the first time in Russia's post-Soviet history, the Prime Minister will also head the largest party in the Duma, *limiting Mr. Medvedev's room for maneuver*. The Times. 12.07.

Данные метафоры представляют В. Путина читателям как волевого человека, готового пойти на конфликт для достижения цели. Кроме того, он все так же обладает огромной властью в России и пытается оказать влияние (иногда давление) на другие страны. Очевидно, что западные обозреватели описывают его в темных тонах и навязывают такое восприятие своим читателям, этому свидетельствуют образы и выражения, употребляемые в метафорах (*Cold War*, *down independent sources of opposition*, *a bargaining chip*), следующие метафоры – яркое тому подтверждение:

With a total monopoly of both television and state resources, the Kremlin's preferred candidate *wills steamroll the field*. The Guardian, 12.07. Использование эвфемизма «Кремль будет непобедим» автор подразумевает безграничную власть В. Путина, и тем самым в который раз повторяет установку: «В. Путин – жесткий политик, действительно руководящий страной».

By taking *formal control* of United Russia Mr. Putin ensures that the *authority of Mr. Medvedev in the Kremlin is balanced by his own powerbase in the Duma* and White House. The Guardian, 01.08.

Seven years after *ex-KGB agent Vladimir Putin* took over as president from an enfeebled Boris Yeltsin, Russia has gone back, critics say, to the *classic authoritarian model of the state* that flourished under the tsarists and the communists. The Times, 01.08.

Использование зооморфных метафор – еще один прием манипулирования, употребляемый по отношению к В. Путину. Приведем примеры:

A. Merkel will have to *tame the Russian tiger*. The Guardian, 04.06.

The timing of the reshuffle sent a clear signal; he *will by no means be a lame duck* before the presidential campaign officially begins. The Times, 10.07.

Данные метафоры ярко характеризуют отношение к бывшему президенту России и к стране в целом, как к достаточно серьезному и, в некотором смысле, опасному оппоненту.

В результате анализа приемов манипуляции общественным мнением, можно реконструировать психологический портрет, который должен сформироваться у среднестатистического английского читателя. Для достижения этого журналисты используют такие средства манипулирования, как наклеивание ярлыков, повторение, создание негативных ассоциаций, апелляция к конкретным фактам, а также манипулятивную семантику, через использование огромного количества метафорических моделей.

Подводя итог, отметим, что СМИ – основной инструмент манипулирования общественным мнением. С помощью средств массовой информации читателю прививают определенный набор ценностей, поведенческих моделей. Люди воспринимают газетные издания в качестве официальных источников и даже, несмотря на абсурдность некоторой информации, не склонны критически относиться к ней и предпочитают принимать ее за достоверную. СМИ создают виртуальную реальность посредством отбора определенных событий для сообщений, описанных соответствующими метафорическими моделями, предлагая якобы свойственные обществу модели поведения.

ЛИТЕРАТУРА

- Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2000.
Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М., 1980.
Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. - М., 1990.
Моль А. Социодинамика культуры. - М.: Прогресс, 1973.
Зяблов В.А. Интернет – новое СМИ. - М., 1999.
Доценко Е.Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы, защита. - М., 1996.

Карпов А. Манипулятивные технологии PR // Журналист. 2004. № 2.

Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть. - "Thesis" № 2, 1993.

Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. http://metaphor.narod.ru/lacoff_main.htm

© Малюкова Д.С., 2009

Попов Л.Н.
Екатеринбург, Россия

ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЕ: НЕРАВНОВЕСИЕ РАВНОВЕСНОГО

***Аннотация.** В современной педагогике важно равноправное взаимодействие и общение педагога и ученика при руководящей роли педагога. Статья посвящена исследованию речи как главного инструмента общения педагога и ученика, где голос, интонация, смысл слиты воедино.*

***Ключевые слова:** речь, интонация, коннотация, личность, коннотативно-смысловое содержание.*

Popov L.N.
Ekaterinburg, Russia

PEDAGOGICAL INTERACTION: DISBALANCE OF BALANCED

***Abstract.** In modern Pedagogy interaction and communication of a teacher and child is based on equality although the teacher has guiding role. The article is devoted to the study of speech, which is a chief instrument of communication of teacher and pupil, in which voice, intonation, meaning are merged.*

***Key words:** speech, intonation, connotation, personality, connotative-meaningful content.*

Современная педагогика ставит своей целью всестороннее и гармоничное развитие личности (ребенка и взрослого) в процессе образования, т.е. приобщения человека к культуре. Ключевым звеном образовательного процесса является педагогическое взаимоотношение: равноправное взаимодействие и общение педагога и воспитанника, ученика (субъектов) при руководящей роли педагога.

Главное средство педагогического общения и взаимодействия – устная речь. Внешняя форма устной речи – это ее звуковая оболочка, создаваемая средствами голоса; внутренняя, смысловая форма – это тон, или интонация речи.

По определению Л.А. Закса, интонация – это «целостное динамическое духовно-душевно-телесное напряжение ценност-

ного отношения человека к действительности, активно выражаемое им в различном знаковом материале» [Закс 1990: 55].

Важнейшие черты этого целостного напряжения: смысловая наполненность; особая «энергетичность»; континуальность («протяженность», «соединенность») и одновременно дискретность («разделенность»); живая изменяемость; направленность на объекты и реализуемость.

Интонация тесно «спаяна» с ритмом, прежде всего с ритмом человеческого дыхания, и поэтому реализуется главным образом через речь.

Гармония человека «с самим собой» может трактоваться как равновесие душевного, духовного и телесного составляющих человека, но такое равновесие может быть статичным, неживым. «Равновесие – состояние покоя» [Ожегов 1990: 637].

Природа интонации как явления духовно-семиотического определяет неизбежность «приращения» ее исходного содержания за счет дополнительных, или коннотативных, значений, органично вносимых в живую интонацию интонирующими субъектами (авторами, исполнителями, слушателями). По М.М. Бахтину, это «звуковые и семантические элементы слова (и других знаков)» [Бахтин 1979: 387].

Термин «коннотация» (от лат. *connoto* – «имею дополнительное значение») в речи обозначает возникающий в процессе исполнения и слушания компонент внутренней речевой формы (интонации) – уникальный целостный смысл речевого произведения (текста), который дополняет и изменяет первоначальное авторское содержание и придает речи особый, личностный оттенок. В более широком, включающем авторский, первоначальный смысл, аспекте под термином «коннотация» понимается уникальный целостный смысл речевого произведения во всех его аспектах и «переливах», причем в связи с тем, что этот смысл создает и «обеспечивает».

На основании духовно-душевно-телесного единства личности в структуре интонации и коннотации выделяются пять компонентов: эмоциональный, рациональный, стилевой, образно-ассоциативный и целостно-образный.

Интонация как единое целое включает в себя два типа информации, идущей из глубины веков: о себе (личностный) и о группе, которой принадлежит личность (наиндивидуальный, общественный). Но так или иначе, общественная составляющая интонации всегда коннотируется посредством личностной ак-

туализации другим интонирующим субъектом – изменяет даже реально звучащий текст. В каждом конкретном случае интонация выражается в языке как системе знаков. В семиологии коннотация – это «остаток» [Эко 1998: 286]. В данном случае имеется в виду некое «свободное место» в знаковой системе, некоторая незаконченность ее, незавершенность, которая должна быть восполнена личностным смыслом, некоторой дополненностью, «довеском». Этот «довесок» определяет собой речевой поступок (действие), в котором проявляются ценности, идеи, интересы и т.д. личности, отражающие ее взаимодействие с окружающим миром, т.е. гармонию или дисгармонию, а конечном счете определенное неравновесие.

Общественное, надиндивидуальное (значение) и его личностная часть (авторский смысл) проявляют себя в личностной форме – в форме исполнительского смысла, то есть смысл – это форма бытия значения. Интонация включает в себя как значение, так и различные смыслы, а смысл всегда богаче значений, так как на нем свертывается контекст всего произведения (текста). Данный конкретный новый исполнительский или слушательский смысл, дополняющий, варьирующий, по-новому индивидуализирующий смысл авторский, есть коннотация. Таким образом, коннотация трактуется через смысл: как субъективированное (переживаемое) в речевом процессе (исполнении, восприятии) значение (значения), модифицируемое, обогащаемое именно за счет личностного начала – индивидуальности и личного опыта того, кто переживает и интонирует. Как автор «присваивает» интонации своей эпохи, так исполнитель (слушатель) «присваивает» интонации автора, вживается в них, делает их личностными, «своими». Здесь личностное начало важнее «усредненности» языка, а авторское творчество важнее самой системы, оно уникально и удивительно в своей неповторимости.

По отношению к речи в целом можно говорить о том, что ее коннотативно-смысловое содержание так же объективно и неизбежно, как ее интерпретация исполнителем, как ее личностное переживание и понимание слушателем.

Однако не следует забывать о том, что надиндивидуальный аспект интонации является тем «традиционным», тем фундаментом, на который опирается коммуникативность, понятность языка/речи – устной и письменной.

В последнее время некоторая часть педагогической ответственности начинает вновь ставить вопрос о голосовой, риториче-

ческой подготовленности педагога как о профессионально значимом качестве личности.

Владение речевым голосом необходимо представителю любой публичной профессии, и постановка голоса педагога представляется важным этапом его профессионального роста.

Профессия педагога предъявляет к голосу ее представителя те же требования, что и любая другая, однако педагогический голос должен обладать одной внутренней особенностью – он должен быть воспитывающим.

Голос как инструмент высказывания является выразителем внешней, звуковой формы педагогической речи, а внутренней ее формой выступает интонация. Работая над внешней формой, т.е. над умением выразить в звуках смысл педагогического высказывания, педагог непременно должен обращать внимание и на внутреннюю форму: на собственные мысли, чувства, стиль и т.д., т.е. формировать и развивать свое профессиональное «Я».

Собственно постановка голоса осуществляется достаточно традиционно и включает в себя четыре компонента: работу над речевым дыханием, высокой позицией говорения, свободной гортанью и точной дикцией. Результатом этой работы должны стать умения пользоваться грудно-брюшным дыханием, высоким мягким небом, раскрытой и опущенной гортанью и точными, четкими губами и языком (дикция).

Создание внутренней формы – интонации и коннотации – включает в себя работу над пятью ее компонентами: эмоциональным, рациональным, стилевым, образно-ассоциативным и целостно-образным. В результате этого формируются умения определять эмоцию высказывания, рационализировать ее, выбирать стиль, привлекать образы и ассоциации и, наконец, создавать целостный речевой образ.

Речевой педагогический образ аналогичен художественному образу, т.к. художественная, эстетическая составляющая является непременным условием педагогического мастерства (ср. актерское мастерство). Однако педагогический голос актуализирует, в первую очередь, воспитывающую функцию искусства, а затем все другие в процессе именно педагогического высказывания.

Интонирование процесса педагогического высказывания объективно привносит личностный смысл в педагогическую речь, поэтому процесс собственно постановки голоса управля-

ется с опорой на личностный, неповторимый, но воспитывающий смысл педагогической речи.

Таким образом, педагог в процессе речевой деятельности обязательно, сознательно или неосознанно, привносит личностные смыслы в любой произносимый им текст. Сознательное и творческое отношение педагога как ведущего субъекта образовательного процесса к устному тексту (создание, произнесение и восприятие), а также к любому педагогическому объекту, – это его интонирование и коннотирование, это личностный смысл, живущий в актуальном педагогическом интонировании – единстве внутренней и внешней формы речевой педагогической деятельности. Именно личностный смысл – коннотация – обеспечивает живое, «неравновесное равновесие» – гармонию человека «с самим собой и с окружающим миром», гармоничные взаимоотношения педагога и воспитанника, ученика и соответственно их развитие.

ЛИТЕРАТУРА

Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. 424 с.

Закс Л. А. Художественное сознание. – Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1990. 212 с.

Ожегов С. И. Словарь русского языка. – Русский язык, 1990. 921 с.

Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. – С-Пб.: Петрополис, 1998. 432 с.

© Попов Л.Н., 2009

Стуликова Ю.А.
Екатеринбург, Россия

ДИАЛЕКТНЫЙ ТЕАТР ТОСКАНЫ В ПОИСКАХ ГРАФИЧЕСКОГО КОДА

***Аннотация.** Правила письма на тосканском диалекте, применяемые авторами театральных текстов, не являются жесткими и устоявшимися, они представляют собой набор меняющихся тенденций. Исследование современных тосканских текстов ценно для изучения развития общероманских языковых тенденций.*

***Ключевые слова:** театральный текст, диалекты, тосканский диалект, письменный код, правила письма.*

Stulikova Y.A.
Ekaterinburg, Russia

DIALECT THEATRE OF TUSCANY IN SEARCH FOR GRAPHIC CODE

***Abstract.** Rules of Tuscany dialect, which are followed by the authors of theatrical texts, are not fixed, they are rather a number of changing tendencies. Research of contemporary Tuscany texts is important for the research of development of general tendencies of the Romance languages.*

***Key words:** theatrical text, dialects, Tuscany dialect, writing code, rules of writing.*

Проблема взаимоотношений театра и диалекта универсальна, поскольку театр – зеркало общественной жизни, а диалект – ее неотъемлемая часть; особенно верно это утверждение в отношении Италии, где на диалектах реализуется немалая доля массовой и высокой культуры. Даже в России, где диалекты занимают маргинальное положение в лингвистической структуре социума и где театр является образцом кодифицированной литературной речи и нормативного произношения, актер должен быть готов к использованию диалектной речи «как важного стилистического средства в создании речевой характеристики сценического образа» [Алферова 2006: 4]. Итальянский драматический театр представлен преимущественно городскими труппами, в репертуаре которых всегда присутствуют пьесы на местном диалекте или говоре, так что актерам не составляет труда вос-

произвести со сцены привычную родную речь. Интересующий нас вопрос заключается в другом: каким образом авторы – сценаристы и писатели-драматурги – в условиях отсутствия единой письменной диалектной традиции (диалект – это прежде всего явление устной речи) переводят речь персонажей, живущую в их слуховом воображении, в графические знаки, чем при этом руководствуются и какие особенности диалектной речи «слышат» в первую очередь.

Нельзя сказать, что диалектной письменной традиции в Италии не существует совсем: самый банальный пример – всемирно известные неаполитанские песни, тексты которых издаются вместе с нотными записями. Что касается театра, то здесь современным авторам есть на что опереться, поскольку существуют литературные авторитеты, писавшие как на итальянском языке, так и на диалекте: «Два наших крупнейших театральных автора являются здоровыми носителями диалекта: Гольдони и Пиранделло, которые пишут на диалекте, венецианском и сицилийском, иногда переводя его на *язык*» (имеется в виду итальянский общенародный язык) [Goldoni [http: 17](#)]. В отсутствие общепринятого кода проблему диалектной орфографии решает вслух или про себя любой автор, который пишет на диалекте: Карло Гольдони, например, в предисловии к диалектной комедии «Рустеги» объяснял, что на письме он руководствовался принципом соответствия произношению [Fambrini [http: 3](#)]. Задачей пишущего произведение на диалекте является 1) осознание языковой относительности и отличия не только собственного диалекта от общенационального языка, но и отличие собственного поддиалекта от других поддиалектов родной местности; 2) проведение слухового анализа речи и нахождение фонемно-графических соответствий для значимых, с точки зрения автора, особенностей диалектной речи как минимум в пределах слова (словоформы); 3) выработка принципов передачи синтаксической фонетики, важной для итальянских диалектов, где должен быть преодолен конфликт между слитным звучанием единиц речи (фонологических слов, синтагм) и дискретностью единиц языка (слов). Подходы к решению этих вопросов объективно должны отличаться от диалекта к диалекту, поскольку для разных диалектных ареалов выделяются изначально разные проблемные области: так, для северных галло-итальянских диалектов принципиальным вопросом является слитное или раздельное оформление клитиков, для тосканского – оформление син-

таксического усиления – явления, возникающего при определенных условиях между расположенными рядом словами, для неаполитанского – обозначение неясного гласного призвука в последних слогах слов и т.п.

Если исключить те случаи, когда диалекту придается статус языка решением местных властей, как, например, в области Венето, и для его использования в общественной жизни официально разрабатываются принципы письма (хотя даже и в этом случае проблема не решается, так как имеющихся графических систем оказывается больше десятка), то в отсутствие готовой и общепризнанной системы письма диалектный автор должен для себя определиться с ответом на очень непростые вопросы – какой степенью абстракции должен обладать применяемый письменный код? Насколько итальянская графика подходит для передачи диалектной речи? Более пристально взглянуть на проблему поможет рассмотрение современных театральных пьес, написанных на тосканском диалекте.

История тосканского театра насчитывает четыре века: первая пьеса на языке городских жителей Флоренции – «Танчиа» – была написана Микеланджело Буонарроти в 1611 году [Barni [http](http://): 1]. В те времена, когда уже осуществляла свою деятельность Академия Делла Круска, тосканский диалект считался образцовым, он лежал в основе формировавшегося общенационального языка. Речь городских низов отличалась, по видимому, не столько грамматикой или фонетикой, сколько использованием особой лексики, для выражения которой не требовалось применять специальные графические приемы. Впоследствии, в силу все того же стереотипа о тосканском диалекте как близком к национальному стандарту, вопрос о диалектной графике также не регулировался. Тем не менее, современную тосканскую речь невозможно свести к общенациональному литературному языку – слишком глубоки отличия двух систем и в синтаксисе, и в морфологии, и в фонетике, так что авторы, опираясь на традиционную графику итальянского языка, пытаются адаптировать ее к диалекту. Характер и степень адаптации у авторов разный, отличаются и приемы передачи явлений, ведь здесь свою роль играют также вкус и языковое чутье.

Написать пьесу на диалекте – значит в той или иной мере воспроизвести звучание речи, но степень ее передачи может быть разная – никто из авторов, разумеется, не применяет в этом случае транскрипцию, поскольку и актеры, и компетентные

читатели способны самостоятельно восстановить диалектное звучание, что делает любой грамотный человек, читая текст на кодифицированном языке. Если принять условно лингвистическую транскрипцию за 100%-ную передачу звучания речи, то запись диалектной речи в сценарии может представлять собой условно 90%, 80%, 70% и т.д. от ее устной реализации, то есть находиться в разных точках удаленности от двух полюсов на оси «диалектный текст – итальянский текст». Оговорим, что речь идет не о самом языке текста – диалектный синтаксис невозможно спрятать за итальянской графикой – а главным образом о передаче фонетических явлений средствами национального алфавита. Но даже если ограничиться только фонетическими явлениями, то здесь перед тосканскими авторами сразу же возникают принципиальные вопросы. Например, одной из ярких особенностей тосканской речи является усиление начальных согласных в начале слова после предыдущего ударного слога, это явление регулируется четкими языковыми правилами и проявляется на синтаксическом уровне. Данное явление настолько регулярно и привычно, что вызывает орфографические затруднения даже у наиболее грамотных носителей тосканского диалекта, когда нужно писать на стандартном итальянском: отмечается общее предпочтение жителей региона к передаче синтаксического усиления в написаниях типа *semai*, *pressapoco*, вместо итальянских *se mai*, *press'a poco* [Novelli [http:](http://) 681]. При том, что любой литературный язык ориентируется на пословную запись речи, исключая явления фонетического синтаксиса из письменного ряда (ср. явление лъезон во французском языке не передается на письме, оглушение и озвончение конечных согласных слов перед другими согласными не передается в русском языке), работы нескольких тосканских театральных авторов, пишущих на диалекте, демонстрируют неоднозначное отношение к проблеме синтаксического усиления.

Флорентийский драматург начала прошлого века Фердинандо Паольери пишет: «Изучая говор крестьян, я понял, что это не что иное (хотя и в слегка измененном виде), как древняя вульгарная латынь, остатки которой, как кажется, укрылись и умирают в легком ветерке каштанов, покачивающихся на горах между Сиенской областью, Кьянти и Валь д'Арно. О своей работе мне, разумеется, нечего сказать! Но о языке, на которой она написана, я хотел бы остановиться на минутку, только чтобы разъяснить некоторые возможные сомнения. Были ли зафиксиро-

рованы правила для письма на говоре? Мне об этом неизвестно. ...Кто-то пишет *ibbabbo*. Я же пишу *i' babbo*. Актер по-тоскански произносит двойной *b*, но графика, как я считаю, должна отдать дань уважения элементарному грамматическому принципу, согласно которому нельзя выкинуть одну букву, не обозначив условным знаком (которым может быть ударение или апостроф) это упразднение. Правда, что в поэзии пишется *de la*, а не *de' la*, но ведь правда и то, что здесь как пишется, так и произносится. Напротив, *i' babbo* я пишу именно таким образом, чтобы сохранить разрыв между словом и артиклем и одновременно показать, что все это должно произноситься слитно» [Barni [http](#): 19-20]. Как видим, этот автор не передает само усиление согласных, но обозначает его позицию в синтагме апострофом. Любопытно замечание Паольери о том, что на письме «выкидываются» буквы – свидетельство того, что, записывая речь, пишущий отпрваляется от диалектного звучания, а не от итальянского письменного стандарта, так как в этом случае он говорил бы о «добавлении» букв в текст.

Анализ текстов других тосканских драматургов показывает в целом наличие общей тенденции игнорировать на письме удвоение согласных, поскольку введение в текст дополнительной буквы нарушило бы границы слов; тем более оказывается важным понять причины, по которым те или иные авторы отступают от этой общей тенденции. В тексте одноактной комедии «*Il seduttore*», написанной пизанцем Джорджо Казини в 2001 году [Casini [http](#)], синтаксическое усиление, например, передается в ряде однотипных синтагм – при написании усеченной формы инфинитива *fa' (fare)* после предлогов и при написании определенного артикля: «*c'ho tante 'ose da ffà'*» или «*Un ti fa' scappà' ll'occasione!*». Очевидно, в частотных для диалектного синтаксиса употреблениях артиклей и инфинитивных конструкций в первую очередь автор слышит двойные согласные [фф] и [лл] и считает необходимым проявить их на графическом уровне, тогда как другие случаи тосканского усиления согласных воспринимаются им как нейтральные.

С другой стороны, многие авторы активны в слитном написании аналитических словосочетаний и глагольных конструкций, несмотря на то что все эти сочетания обладают прозрачной внутренней формой. Так, у флорентийского автора А. Новелли в тексте пьесы «*Casa mia, casa mia*» 1910 года [Novelli [http](#)] находим написания *dimorto, domanlattro, perbene* (вместо *di molto,*

domani l'altro, per bene), Современные флорентийские авторы Г. Верцукколи и А. Цуккини [Bruni, Verzucoli [http](#)] расширяют список слитных написаний, включая в него также *erpoi, senno, menomale, quest'altranno, porammene* (воскл. *Povera me!*), *iersera, perrosso, trapposo*, но расходятся в написании тосканского наречия *digia* – слитно у Верцукколи, отдельно у Цуккини; здесь на диалектную графику могут оказывать влияние беспредложные итальянские аналоги *gia, molto*; у Цуккини в этой связи встречаем также колебания в написании *di molto – dimolto*. Слитно оформляют словосочетания и диалектные авторы из других родов Тосканы: Дж. Казини использует *erpoi, ammodino, domalaltro, digia*; К. Фамбрини (Лукка) [Fambrini [http](#)] не разделяет на письме словосочетания *viccosi, preempio, maraccomando, rodoro, casomai, vordi*. Противоречит общей тенденции авторский дуэт Барни-Чеккуцци из Сиены [Barni [http](#)], который не только не соединяет на письме словосочетания, но даже разделяет те, слитное написание которых уже принято итальянской стандартной орфографией: *se no, a dosso*, ср. итал. *senno, addosso*. За этим фактом стоит очевидное решение авторов не объединять на письме аналитические словосочетания, строго соблюдая границу слов, что и приводит к явлениям гиперкоррекции.

Что касается глагольных конструкций, романским языкам давно свойственна тенденция к их постепенной синтетизации: многие синтетические формы глагольных времен образовались из инфинитивных конструкций, тенденция к синтетизации наблюдается и в аналитических глагольных временах современного итальянского языка [Стуликова 2006]. При сравнении тосканских театральные сценариев начала века и современных отмечается переход от отдельного оформления глагольной конструкции *bell'è + причастие* (у А. Новелли *O che gli ha' **bell' e' finichi**?*) к слитному написанию наречного элемента *bello* с вспомогательным глаголом *è* (у Веркуколи “*ho anche quasi **belle finito** di preparare i' desinare*”, у Цуккини “*senno a quest'ora avevo **belle fatto** le valigie e ero **belle tornata** a San Donnino*”). Данная конструкция активно используется в речи флорентийцев и в литературном итальянском языке, но не была обнаружена в выбранных текстах на других поддиалектах тосканского региона.

Явление тосканской эпитезы – наращенного опорного гласного (слога) односложными словами – передается на письме наиболее активно Новелли, писавшем в начале прошлого века, и Верцукколи, который переместил действие своей пьесы во

Флоренцию эпохи начала века: *lo soe; sta' zitta, tene; No e, cotesto t'un me l'ha' a dire* (Новелли), *E giuè ditache negl'occhi; porammene son vecchia* (Верцуколи). Сравнительно разнообразно передает эпитезу Фамбрини: *vella lie; viccosie; sie*, однако следует оговорить, что персонажи его пьесы – пенсионеры, то есть типичные носители диалекта. А. Цуккини и дуэт Барни-Чеккуцци систематически передают эпитезу на письме только после утвердительной и отрицательной частиц: *Sie, la tranquillità!* и *Noe, così 'un va bene*, то есть в ее наиболее сильной позиции, тогда как Дж. Казини в своей молодежной комедии вовсе не отражает это явление. Подобные расхождения могут свидетельствовать о том, что эпитеза воспринимается как стилистически маркированное явление, характеризующее речь старшего поколения, а потому даже внутри диалектного текста используется как стилистический прием.

Для диалектной тосканской речи свойственно усечение некоторых категорий слов, которое находит свое отражение также и на письме. В отношении усеченных форм инфинитивов можно констатировать, что флорентийские авторы их не любят и используют крайне редко, а вот авторы, пишущие на других поддиалектах – пизанском, луккском и сиенском – практически не используют полных форм инфинитивов: *andà', studià', scappà', riempì', approfondì', vedé', sapé', stabìli'* и др. Напротив, во всех без исключения рассмотренных текстах пьес передается сокращение двусложных слов (местоимений, наречий, предлогов, числительных и др.) до односложных: *i', du', ma', sta', di', mi', ha', sa', co', re', ni', su', vuo' (vuole), vo' (voglio) и vo' (vuoi), ne'* и т.д.

Отношение к включению в диалектный текст фонетических явлений ротацизма, ассимиляции согласных на морфемных швах и тосканского придыхания носит отпечаток избирательности и субъективности: из шести рассмотренных авторов кто-то не передает ротацизм, но передает ассимиляцию, кто-то не передает ассимиляцию, но передает ротацизм, а что касается придыхания, то его не передают флорентийцы, но стремятся обозначать на письме авторы из других городов.

В целом, можно заключить, что правила письма на тосканском диалекте, применяемые авторами театральных текстов, не являются жесткой и устоявшейся системой, а представляют собой набор тенденций, меняющихся по временной оси от старой к современной Флоренции и по географической оси от центра – Флоренции – к периферии. Характер передачи диалектных яв-

лений на письме говорит, тем не менее, о наличии единого организующего принципа. Если письменный код какого-либо литературного языка является для современников результатом сохранения предыдущего состояния языка, по отношению к которому живая речь является последующим состоянием, то в случае с письменностью на диалекте мы имеем дело с необходимостью уже сейчас выбрать и включить в графический текст те явления, которые останутся в диалекте и впоследствии. По крайней мере, прийти к такому заключению заставляют полученные нами данные: устойчивые диалектные явления, прочно вошедшие в языковую систему, отражаются на письме систематически (например, тосканские монофтонги, апокопы двусложных слов), тогда как явления, характеризующиеся чередованиями и воспринимаемые как живые процессы, передаются с разной степенью регулярности или вообще не передаются. Доминирующая на пантосканском пространстве тенденция не передавать на письме синтаксическое усиление говорит о наличии активного процесса, правила которого не выделяются говорящими отдельно, вне самой речи; поведение на письме отрицательной частицы *in* свидетельствует о наличии живых чередований в речи флорентийцев и о застывании формы в речи сиенцев, пизанцев и жителей Лукки; колебания в отражении фонетических процессов также говорят о том, что они воспринимаются как явления синтаксической природы, не закрепленные за отдельными словами. Даже внутри слова может быть сделан выбор в пользу этимологического написания в ущерб произносительной реальности, как в случае с ассимиляцией (*sistemarmi* [*sistemammì*]) и ротацизмом (*dimolto* [*dimorto*]), но это лишь свидетельствует о том, что пишущий воспринимает эти явления как исключительно комбинаторные, по аналогии с многочисленными подобными явлениями, возникающими на стыке слов; такие решения, разумеется, являются исключениями.

Наблюдение за функционированием диалектной письменной практики позволяет изучать принципы языкового нормирования и кодификации, ведь современные литературные языки сформировались на основе диалектов. Понимание мотивов, побуждающих авторов выбирать тот или иной способ передачи языковых явлений на письме, необходимо также для использования текстов театральных пьес, написанных на диалекте, в качестве достоверного речевого материала. Исследование совре-

менных тосканских текстов ценно для изучения развития общероманских языковых тенденций.

ЛИТЕРАТУРА

Алферова Л.Д. Проблема говорков в сценической речи: автореф. дисс. На соискание учной степени канд. искусствоведения. – СПб, 2006. 24 с.

Стуликова Ю.А. О фонетической достоверности итальянского письменного текста // Сопоставительная лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества / УрГПУ. – Екатеринбург, 2006. 12 с.

Barni F., Ceccuzzi M.L. L'albergo del gallo d'oro. URL: <http://www.teatrodinessuno.it/biblioteca/bibliotecaituocopioni/barniceccuzzi>.

Bencistà A. La commedia in vernacolo fiorentino dall'abate Zannoni a Giovanni Nannini. URL: <http://pannostrale.it/vernacolo-fiorentino.html>.

Casini G. Il seduttore. URL: <http://www.gliantinati.it/copioni/copionirichieste.php>

Dizionario di linguistica e di filologia, metrica, retorica. Diretto da Gianluigi Beccaria. – Torino: Giulio Einaudi Editore s.p.a., 2004. 863 p.

Fambrini C. Il morto pe' la 'asa. URL: <http://xoomer.virgilio.it/testi/>

Goldoni C. Rusteghi. URL: <http://bepi1949.altervista.org/biblio3b/rusteghi.htm>

Molinari V. I linguaggi dialettali linfa vitale del Teatro // A proposito di Teatro, Lingua & Dialetto: Antologia a cura di Emilio Pozzi. – Milano – Urbino, 2005. URL: [www.soc.unurb.it/downloads/varie/Teatro_lingua_e_dialetto_\(Emilio_Pozzi\).pdf](http://www.soc.unurb.it/downloads/varie/Teatro_lingua_e_dialetto_(Emilio_Pozzi).pdf). p. 17-18.

Novelli A. Casa mia, casa mia. URL: <http://www.gliantinati.it/copioni2.php>

Storia della lingua italiana. L'italiano nelle regioni. Vol. I-II. Vol. I / A cura di F. Bruni. – Milano: Garzanti Editore s.p.a., 1996. 769 p.

Verzucoli G. Firenze chiacchierona. URL: <http://www.gliantinati.it/copioni2.php>

Zucchini A. I' terno a' lotto. URL: <http://www.gliantinati.it/copioni2.php>

© Стуликова Ю.А., 2009

Надель-Червиньска М.
Катовице, Польша

СТРУКТУРА ВСЕЛЕННОЙ (МЕТАЯЗЫКОВЫЕ АСПЕКТЫ) И МИФОЛОГИЧЕСКИЕ ИСТОКИ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ

Аннотация. Для людей древнего мира познание физических законов мира и человеческого бытия состояло в мифологическом осмыслении сущего. Как ни парадоксально, система мифологических представлений о модели мира отражает законы классической физики.

Ключевые слова: древний человек, модель мира, жизнь, смерть, пространство, время, миф, видимое, невидимое.

Nadel-Cherwinska M.
Katowice, Poland

STRUCTURE OF THE UNIVERSE (METALANGUAGE ASPECTS) AND MYTHOLOGICAL BASES OF CONTEMPORARY SCIENCE

Abstract. For ancient people cognition of laws of physics and human existence consisted in mythological description of the existing things. The system of mythological beliefs about the world model reflects laws of classical physics.

Key words: ancient man, model of the world, life, death, space, time, myth, visible, invisible.

(Статья была написана для предполагаемого популярного переиздания «Истории физики» П. Лакура и Я. Аппеля: Лакур П., Аппель Я. Историческая физика. – Пер. с нем. – Mathesis, Одесса, 1908, тт. I-II. Поэтому в собственных именах и астрономических названиях сохранена орфография источника, а текст нашей работы оформлен, в соответствии с замыслом неопубликованной книги, с элементами научно-популярного стиля.)

Представьте себе, что по счастливой случайности вы оказались наедине с Ночью. Не в городе, где картину ее заслоняют электрические огни и где облако смога, нависшее над раскинувшимися кварталами, излучает неприятное грязновато-серое свечение, в котором, как в дымке, растворяется настоящее небо. Нет, сегодня вы – Одни в Ночи. Где-нибудь на природе – в поле или у речки, в лесу или в горах, на тихой деревенской улице или

в маленьком саду, затерявшемся далеко за городом среди множества таких же крошечных обработанных вручную участков земли – с деревьями, грядками, сорняками и пахучими травами...

Темнота, сгустившаяся вокруг вас, необычна своими тенями, звуками, запахами, очертаниями. Вы не узнаете того, что видели днем. Вам чуть-чуть не по себе и страшно от шорохов, треска, шуршания, резких внезапных звуков, раздающихся то где-то очень далеко, то совсем рядом. Вы вздрагиваете, ежитесь, пытаетесь разглядеть что-то в темноте или еще раз слышать нечто, неопределенное и непонятное. Но вам интересно: что же это такое? Где оно? Какое оно? И что оно делает там, где его не видно, не слышно? Сейчас вы так похожи на древнего человека, внезапно застывшего в зарослях – в ожидании того, что вот-вот должно наступить, произойти, появиться...

Чья-то тень метнулась над головой. Летучая мышь? Птица? Задетая кем-то ветка? Обман чувств? Вы запрокидываете головы и – над вами оказывается *огромное и бесконечное пространство* ночного неба, с россыпями крупных мерцающих звезд. Но где же Луна? Вы окидываете взглядом весь этот таинственный купол и не находите даже узкого серпика... Ах, да! Новолуние. Поэтому так темна это Ночь, окружившая вас. А теперь сделайте несколько осторожных шагов в сторону от протоптанной человеком дорожки и, углубившись куда-то, попробуйте определить, что есть что и кто есть кто в этой живой тишине и полупрозрачном мраке. Представьте себе, что именно вы – первый человек, которому предстоит открыть для себя Весь Мир, дать Имя каждому – предмету, существу, шороху, звуку – и на собственном (субъективном!) опыте познать и определить для себя Всё, что его окружает.

Так начиналось для первобытного человека чувственное познание мира: ЗЕМЛЯ и НЕБО – низ и верх, *мягкое, податливое и твердое, недостижимое*; СВЕТ и ТЬМА – день и ночь, тепло и холод, *видимое и невидимое, живое и мертвое, человеческое и нечеловеческое*; человек (я) и мир (*Вселенная*) – *малое и большое, близкое и далекое, конечное и бесконечное, смертное и вечное, понятное и недостижимое, свое* (осознаваемое, нестрашное, освоенное) *и чужое* (непостижимое, страшное, опасное для человека; непонятное и грозное в своем величии).

И первым – естественным – этапом познания физических законов мира и человеческого бытия было *мифологическое ос-*

мысление сущего: в большом и малом, общем и частном, всеобъемлющем и конкретном. «Понятное» объяснялось просто, из обыденного человеческого опыта: небо – *твердое*, солнце и луна – по нему, как *по блюду, яблоками катаются*; звезды – дыры в нем, такие же, как *в сите* (поэтому, если идет дождь, то он *просеивается* через это большое сито). Но откуда на небе берется влага?

И древний человек населял НЕБО мифическими *существами*, или *сущностями*, если хотите. Например, *божественной матерью* всего сущего – это ее молоко каплет вниз, питая землю и все, что на ней произрастает. Или же *небесной коровой*, млеком которой является – или традиционно видится – МЛЕЧНЫЙ ПУТЬ, а крутыми рогами – ночное светило МЕСЯЦ, *небесной семиглазой козой*, охраняющей, к примеру, в русской сказке *верхний мир и горячую печь*, в которой, вероятно, поддерживается *вечный огонь* – мифический *огонь солнца и огонь жизни*. *Семь глаз небесной козы* – это те же *семь звезд БОЛЬШОЙ МЕДВЕДИЦЫ*, т.е. созвездия НЕБЕСНОЙ КОРОВЫ, или ЛОСИХИ – как называют его, в частности, народы Сибири.

А еще древние называли ее (БОЛЬШИМ) ВОЗОМ и КОЛЕСНИЦЕЙ, а также НЕБЕСНОЙ ТЕЛЕГОЙ. И если мы можем сказать об обычной деревенской – и фольклорной – коровушке, что она *тучна* и что у нее *тучное* (т.е. *молочное*) *вымя*, то лишь потому, что наши предки и далекие предшественники почитали ТУЧИ НЕБЕСНЫЕ за *вымя небесной коровы* (или *богини-матери*). А проливающуюся на землю влагу принимали за ее *млеко*, питающее все *живое*, и за *семя*, оплодотворяющее *землю*, чтобы та давала *пышные*, т.е. *тучные, зеленые* и сильные всходы.

Вот *созвездия*, известные древним *грекам* и перечисленные астрономом Птолемеем, как написано у Фламариона, в следующем порядке. Старинные названия созвездий приводятся в статье по изданию: Фламарион К. История неба. / пер. с фр. – М., 1994. (Опубликованная в Париже в сентябре 1872 г. и переведенная на русский язык в 1875 г.; ротапринтное переиздание.) Поскольку *порядок перечисления*, так же, как и *число* перечисляемого, мифологически всегда важны и традиционно – на уровне *метазнаковой системы* – значимы:

1) *Большая Медведица*, хвост которой упирается в *Северный Полюс*; 2) *Дракон*; 3) *Цефей*, вправо от *полюса*; 4) *Боотес*, или *Страж Медведицы*, со звездой *Актуром*; 5) *Северный Ве-*

нец, вправо от него; 6) Геркулес, или Человек на коленях; 7) Лира, или падающий Ястреб, с прекрасною звездю Вега; 8) Лебедь, или Птица, или Крест; 9) Кассиопея, или Седалище, или Трон; 10) Персей; 11) Возничий, с Капеллою, или Коза; 12) Офух, или Змееносец, или Эскулап (врачеватель); 13) Змей; 14) Стрела, с ее Дугою, или метательное Копьё; 15) Орёл, или парящий Ястреб, с Алтаиром (совр. Альтаиром); 16) Дельфин; 17) Малый Конь; 18) Пегас, или Крылатый Конь (т.е. большой), или Большой Крест; 19) Андромеда, или окованная Жена; 20) Северный Треугольник, или Дельта.

Затем Птолемею назвал 15 созвездий, расположенных к югу от эклиптики:

1) Кит; 2) Орион, со своими яркими звездами Ригелем и Батейгейзом; 3) Река Эридан, или Река Ориона, с блестящим Ахернаром; 4) Заяц; 5) Большой Пёс, с великолепною звездю Сириусом; 6) Малый Пёс, или Пёс (– предвестник), с Прокионом; 7) Корабль Арго, со своими прекрасными звездами Альфа (Каноп) и Эта; 8) Гидра – самка, или Уж; 9) Чаша, или Урна, или Ваза; 10) Ворон; 11) Алтарь, или Курительница; 12) Центавр, звезда Альфа которого ближайшая к Земле; 13) Волк, или Копьё Центавра, или Барс, или Зверь; 14) Южный Венец, или Кадуцей; 15) Южная Рыба, с Фомальгаутом.

При этом названы 18 звезд первой величины, служащие представителями то зодиакальных, то северных, то южных созвездий. Птолемею не упоминает созвездие Волосы Вереники, или Вероники, – созвездие, открытое астрономом Кононом, хотя хронологически оно должно было бы быть известно пишущему.

Как видим, многие СОЗВЕЗДИЯ носят имена известных героев древнегреческой мифологии. Однако и другие образы звездного неба отражают традиционные – мифологические – представления наших предков, от которых ведут свой род современные европейские народы.

Так, семь звезд Большой Медведицы соотносимы, по традиции, с семью днями недели, а также с семью гномами европейских фольклоров, тем самым представляя из себя модель времени сущего – т.е. объективного времени всего того, что населяет мир природы и человека. СЕМЬ ЗВЕЗД восходят к древним мифам, общим для разных народов, – мифам о шести братьях и красавице сестре (мифические персонификации семи дней недели, т.е. времени человеческой жизни) и о шести братьях и злобной мачехе-ведьме (персонификации семи дней

недели, но уже как *времени человеческой смерти*). Число СЕМЬ для числа *дочек людоеда* же, к примеру, будет также персонафицированной мифической *неделей*, однако будет уже при этом *временем смерти* как *нечеловеческой деструкции*, направленной всегда в сказке на *героя, обладающего нечеловеческой хитростью* или *магическим знанием*, которые он, например, может противопоставить ЛЮДОЕДУ и его *деструктивной силе*, пожирающей все *живое*; т.е. на *героя нечеловеческого*, а по В. Я. Проппу – «волшебного» происхождения.

Это – мифическое ВРЕМЯ как категория мифологического мироощущения древнего человека. И оно очень сложно для нашего понимания современного, поскольку традиционно будет выглядеть так:

1) *жизнь в жизни* – семь дней или семь лет (как *неделя жизни – человеческой*);

2) *жизнь в смерти* – семь дней или семь лет (как *неделя смерти – человеческой*);

3) *смерть в смерти* – семь дней или семь лет (как *неделя смерти – нечеловеческой*, т.е. *времени полной деструкции*, деструкции объективной).

Как видим, древние хорошо знали *закон подобия* (или – *соответствия*), по которому *человеческое* и *нечеловеческое*, *живое* и *мертвое*, *видимое* и *невидимое*, т.е. *реальное* и *ирреальное* для осязаемого мира человека – физического, как мы бы сказали сегодня, – существовали по одним и тем же *объективным* и, одновременно, *мифическим законам* – подчинялись им, развивались соответственно им.

Так был сформулирован (причем впервые и раньше всего – *мифологически*), по сути, физический закон *отражения*: принцип *близнечности* – как отражение в *зеркале* или на *водной поверхности*. Как *две половинки яблока* – сказочные БЛИЗНЕЦЫ (*два брата*, реже *брат и сестра*; ср. также: *два названных брата, рожденных в один день*, напр., ЯБЛОКО и КОЖУРА романской традиции и т. п.). ПРАВОЕ и ЛЕВОЕ – *две руки*, *две ноги*, *два глаза*, *два уха*, т.е. *симметрия человеческого тела*; однако то же будет в фольклоре – *истинное* и *ложное*, а в определенном (мифологическом) контексте – и *видимое* (*живое*, реально существующее) и *невидимое* (*мертвое* либо *нечеловеческое*, существующее где-то там, в *другом измерении*, по ту сторону невидимой *черты*, мифического рубежа между этим и тем, между миром живых и миром мертвых).

Однако этому же закону подчинялись такие мифические *близнецы*, как ДЕНЬ (светлое) и НОЧЬ (темное), СОЛНЦЕ (горячее) и ЛУНА (холодное), ВЕРХ (верхнее) и НИЗ (нижнее), ПРАВДА (правое) и ЛОЖЬ (левое), ЖИЗНЬ (видимое) и СМЕРТЬ (невидимое) и т.д. Если мы обратим внимание на *карту звездного неба*, то и там мы встречаем некую *двоичность*, или *близнечность*, мифических фигур *созвездий*: две МЕДВЕДИЦЫ, два ПСА (*большие и малые*), два ЯСТРЕБА (или та же мифологическая парадигма ОРЕЛ и ВОРОН, он же – «не-орел», антагонист «орла»), два КОНЯ, два ВЕНЦА, два ЗМЕЯ (ЗМЕЙ и ДРАКОН; либо ЗМЕЙ и ГИДРА-САМКА, она же, в др. варианте, УЖ), две РЫБЫ (ДЕЛЬФИН и КИТ; либо КИТ (мифологическое *рыба-кит*). Древние и *дельфина* воспринимали как *большую рыбу*) и ЮЖНАЯ РЫБА), два КРЕСТА; и наконец – *два полюса, два полушария* (ночного звездного неба).

Мало кто знает, к примеру, то, что КОЛЕСНИЦА (ВОЗ, ТЕЛЕГА) суть названья все того же *созвездия* БОЛЬШОЙ МЕДВЕДИЦЫ, мифической *медведицы*-праматери мира, а также праматери всего, сущего в нем. По представлениям всех древних народов, именно она воплощала мифологическую идею *времени мира*: движется по небу в определенном направлении, в своей тяге к СЕВЕРУ (вечному ледяному покою и холоду) – *миру смерти и миру мертвых*. Именно ей, *Б. Медведице*, соответствует в сказке *воз старика*, со скрипом взбирающийся *по дороге* (= МЛЕЧНОМУ ПУТИ) *в гору* или катящийся по ней же (и по нему же) *под гору*. Она (*медведица*; или он, если это *воз*) может «вмещать в себе», человека (или людей (часто в сказке – это *работники*)), а также предметы живой и неживой природы: *рыба, лисица, петух, курочка* – в первом случае, *живой*; *мешок, кувшин(ы), урожай, орудия труда, овчины, шуба* и т. п. – во втором, *неживой*.

Он(а) – как и соотношенное с ним (ней) число СЕМЬ – воплощает в себе символику *совершенства* и *полноты* (или *исполненности*), идею ЖИЗНИ и СМЕРТИ, а также воплощает в себе представления древних о НЕБЕСАХ и ВРАТАХ (РАЯ), НЕБЕСНОЙ КОРОВЕ (= МЕДВЕДИЦЕ), из *тучных сосков* (*небесного вымени*) которой сочтется *млеко небес* (или *хляби небесные*), о связи *живого* и *мертвого* (ср.: *лестница в небо* – *боб, веревка, дерево*, соединяющие в сказке ЗЕМЛЮ и НЕБО). При этом в символическом образе *колесницы времени* оно, число СЕМЬ, представляется как *совмещение, двух чисел*: числа ЧЕТЫРЕ –

традиционно соотношенного с *пространством времени* (= пространством жизни или смерти) и числа ТРИ – соотношенного с *осью времени мира*, т.е. с *прошлым, настоящим* и будущим в их триединстве, в том числе и для человека – *в жизни и в смерти*; причем последнее *состояние* значимо как *бытие человека в жизни потусторонней*.

Кстати, если мы обратим внимание на второе название созвездия МАЛОГО ПСА, а именно: ПЕС ПРЕДВЕСТНИК, – то оно отражает архаику представлений о функциях СОБАКИ (ПСА) как *человеческой тени, проводника на тот свет* (сопровожающего умершего в мир мертвых), (*пред*)*вестника смерти* и первоначально *хтонического животного*. Животного, принадлежавшего одновременно *миру живых и миру мертвых* и потому осуществляющего постоянную *связь* между ними, т.е. между *тем и этим*, между *мертвым и живым*, между *невидимым и видимым*.

Именно этими мифологическими представлениями наших предков о СОБАКЕ, верном спутнике человека в *жизни и смерти*, не только объясняются сюжеты многих сказок, но также, благодаря знанию их, становятся понятными пословицы, приметы, обряды, суеверия, связанные с *культулой мертвых*, в том числе объясняются *очистительные функции* реального ПСА (зализывает раны человека; пожирает болезнь и даже смерть своего хозяина, т.е. спасает его от верной гибели; заранее предупреждает об опасности; поедает все нечистое, а потому опасное для человека; сторожит – особенно в ночи и в незнакомом месте; помогает в добывании пищи, а также в охоте и т.д.).

Интересно, что Исаак Ньютон считал, что такая *карта звездного неба* была составлена греками в «промежуток похода Аргонатов и Троянской войной». Во всяком случае, КОРАБЛЬ АРГО на *звездном куполе* есть. Объясняет же свою хронологическую версию великий физик так: «Греки не преминули бы упомянуть о битвах под Троей, если бы сфера не была уже совершенно составлена до знаменитой осады»

В то же время, учитывая законы мифологического мироощущения древних народов, Ньютону можно было бы возразить следующим образом: во-первых, ЗВЕЗДНОЕ НЕБО, спроецированное как *карта созвездий*, отражает мифический слой человеческого коллективного мироощущения, а не исторический. А осада Трои была историческим эпизодом, хотя и

осмысленным на мифологическом уровне, – это уже не собственно МИФ, а ЛЕГЕНДА, т.е. мифологизированный рассказ об имевшем место событии. Во-вторых, если *плавание аргонавтов* и рассматривать как историческое, а не мифическое событие, то не исключено следующее: *небесное созвездие* могло называться ранее просто КОРАБЛЬ, а АРГО к нему прибавилось позже, как дань реально свершившемуся походу.

Однако «Арго» – имя мифического *корабля, ходившего за море* в далекие неведомые страны, за *золотым руном*. Поэтому он, чудесный *корабль аргонавтов*, является также эквивалентом архаических представлений о ЛАДЬЕ СМЕРТИ, переплывающей туда и обратно рубежное водное пространство, отделяющее от мира живых опасный мир мертвых, находящийся *по ту сторону моря*. И, плавая так, ЛОДКА связывает два этих мира между собой, т.е. подобные доказательства Ньютона весьма относительны и в данном – традиционном – контексте описания метазнаков Звездного Неба выглядят, на наш взгляд, даже спорными.

Зато сам же Ньютон, говоря о *звездной карте*, правомерно прослеживает связь небесных символов – а мы назовем их **метазнаками созвездий**, или **созвездиями-метазнаками**, вполне осмысленными древними греками с точки зрения *традиционного и мифологического*, – в контексте греческого ПАНТЕОНА, БОГОВ, коим посвящаются эти архаические символы изначально в коллективном понимании и ритуале.

«На сфере Музея мы видим золотого ОВЕНА, который был на флаге корабля Колхиды, видим медноногого ТЕЛЬЦА, укрощенного Язоном, БЛИЗНЕЦОВ Кастора и Полукса, двоих Аргонавтов около ЛЕБЕДЯ Леды, их матери. Тут представлены также КОРАБЛЬ АРГО и ГИДРА, затем ЧАША Медеи и ВОРОН – символ смерти, при трупах. С другой стороны замечаем ХИРОНА, Язонова учителя, со своими жертвенником и жертвоприношением; Аргонавта ГЕРКУЛЕСА с его СТРЕЛОЙ и падающим КОРШУНОМ; ДРАКОНА, РАКА и ЛЬВА, которого он убил; ЛИРУ – инструмент АРГОНАВТА ОРФЕЯ. Все эти фигуры относятся к АРГОНАВТАМ», – наблюдение Ньютона, цитируемое Фламарьоном, любопытно, однако *мифологически* созвездия можно было бы объединить и в качественно иные *смысловые группы*. Причем вариантов подобных групп можно было бы насчитать несколько, что так же традиционно оправдано – *модель АРГОНАВТОВ*, верно замеченная естествоиспытателем в звездном

«рисунке» небесного купола и верно им описанная, есть одна из многих *частных проективных моделей общей модели мира*, общей модели, закрепленной, в частности, в коллективном архаическом сознании как *карта небес*.

Однако послушаем физика далее: «Тут же изображены ОРИОН, сын Нептуна или, по мнению некоторых, внук Миноса, со своими СОБАКАМИ, ЗАЙЦЕМ, РЕКОЮ и СКОРПИОНОМ. История Персея обозначена созвездиями – ПЕРСЕЙ, АНДРОМЕДА, ЦЕФЕЙ, КАССИОПЕЯ и КИТ. История Каллисто и ее сына, Аркаса, представляют БОЛЬШАЯ МЕДВЕДИЦА и СТРАЖ МЕДВЕДИЦЫ. Историю Икара и его дочери, Тригоны, обозначают ПАСТУХ, КОЛЕСНИЦА и ДЕВА. МАЛАЯ МЕДВЕДИЦА намекает на одну из кормилиц Юпитера, ВОЗНИЧИЙ – на Эрихтониуса, ЗМЕЕНОСЕЦ – на Фобоса, СТРЕЛЕЦ – на Кролуса, сына кормилицы Муз, КОЗЕРОГ – на Пана, ВОДОЛЕЙ – на Ганимеда. Тут же находится ВЕНЕЦ Арианы (но, обратим внимание, не *Ариадны*), КРЫЛАТЫЙ КОНЬ Беллерофона, ДЕЛЬФИН Нептуна, ОРЕЛ Ганимеда, Юпитерова КОЗА со своими КОЗЛЯТАМИ! КОЗЛЯТА Бахуса, РЫБЫ Венеры и Купидона и ЮЖНАЯ РЫБА. Вышеозначенные созвездия и ТРЕУГОЛЬНИК надо считать самыми древними, о которых упоминает Арат, и все они относятся к АРГО-НАВТАМ, к их современникам и к грекам, жившим двумя, тремя поколениями ранее. Из всего, обозначенного на этой сфере, самым новейшими бесспорно следует принимать изображения, относящиеся к походу Аргонавтов».

Согласитесь, что здесь, с современной точки зрения, первооткрывателю закона всемирного тяготения явно не хватает логики и научной обоснованности анализа. В то же время широкие познания в области античной мифологии позволяют ему с легкостью, не доступной современному «не мифологизированному» сознанию, проецировать различные *частные модели мира* (или вторичные ММ, как возникающие в архаическом сознании коллектива новые мифологические проекции) в контексте древних *карт звездного неба*. Подобные, *частные ММ*, присутствуют и на любой современной *топографической карте* – в контексте *ландшафтов* и их исторических названий, а также названий населенных пунктов, старинных и новых. Любопытному читателю, в связи с приведенными цитатами из Ньютона, будет небезынтересно покопаться в современных справочниках по греческой и римской мифологии, чтобы разыскать все, упо-

мянутые физиком, мифические *имена*. И многие из них будет найти совсем не просто...

Однако Исаак Ньютон был прав в главном: *карта звездного неба* всегда и у любого народа представляла собой своеобразный свод мифологических представлений о *картине мира* – об отношениях временных и пространственных. Поскольку анализ этих отношений представляется в контексте небольшой статьи слишком сложным, то постараемся дать лишь общие, а потому и более доступные нашему пониманию, представления о мифологической СИСТЕМЕ МИРА, т.е. попытаемся увидеть мир как бы глазами праевропейца. Подробно и с разных сторон мы излагали свою теорию в ряде своих монографий: Надель-Червинская М. «Профанный и сакральный уровни фольклорного текста» (1996); «Фольклор славян – его семантика и структура» (1996); «Миф и сказка. Реконструкция архетипического» (1996); «Язык и сознание: парадигматика русской пословицы» (2006). А также в 4-х книгах монографии «Миф и мир европейца. Психология творчества в образах архетипического. У фольклорных истоков Веселой книги о плотнике из Кламси» (1997-2000), с первой из частей ее можно познакомиться в настоящее время по следующим электронным адресам: <http://nicomant.blogspot.com/> и <http://romain-rolland.blogspot.com/>. Три первые монографии были составными частями проекта, осуществленного совм. с П. Червинским, «Энциклопедический мир Владимира Даля. В трех книгах, 6-х тт.» – «Книга первая: Птицы» (т. 1. 510 с., т. 2. 511 с.); «Книга вторая: Дикие звери» (т. 1. 544 с., т. 2. 608 с.); «Книга третья: Домашние животные» (т. 1. 542 с., т. 2. 542 с.). К сожалению, в продажу в 1996 г. поступил только первый двухтомник, хотя книги были напечатаны, как и не были приняты в издательство, подготовленные по договоренности с ним, пять следующих книг данной серии: «Насекомые» (2 т.), «Обитатели вод» (2 т.), «Гады» (1 т.).

Как мы уже говорили выше, мир всегда представлялся человеку как *две половинки яблока* – как *зеркальные миры* (*видимого* и *невидимого, человеческого* и *нечеловеческого*), которые суть миры идентичные и взаимообратимые, как некое изначальное единство *жизни* и *смерти*. Это – двуединство и борьба противоположностей (философский закон *бытия*). Это – своеобразные *«сообщающиеся сосуды»*, некое мифическое равновесие двух миров (физический закон *бытия*). Этот закон утверждает, что ничего не исчезает в мире бесследно, а просто

меняет форму, перетекая из одного состояния в другое, и он актуален также для «сюрреального» бытия мифологической МОДЕЛИ МИРА (ММ). Так, уменьшение какого-либо качественного или количественного показателя в одном неизбежно прибавляет «качества» или «количества» в чем-либо другом. Но это не только «игра в путаницу», поймавшая в свои вербальные сети кэрролловскую Алису. Таков, в частности, в любом фольклоре, мифологический закон *распределения родовой креативной силы* – закон распределения *мужской силы* рода, между членами последнего и их потомками, по наследству.

Наконец, неведомый и всегда страшный для человека *мир невидимого* есть то самое ЧЕТВЕРТОЕ ИЗМЕРЕНИЕ, ирреальное и идеальное, вокруг которого велись и ведутся разнообразные научные, философские, религиозно-мистические и другие споры. Есть то самое «идеальное», а точнее сказать «мифологическое», мироощущение невидимого пространства, о котором, если следовать формулировке, к примеру, Карла Маркса, мы просто еще не знаем, что оно материально. А именно таким представлялось оно когда-то носителям архаического сознания (архетипического) и традиционной культуры (мифофольклорной).

С точки зрения логики мифа, ТРИ ИЗМЕРЕНИЯ есть ничто иное как *мир видимого* и *жизнь человеческая* (или *жизнь человека в жизни* как таковая – в ее *временных, пространственных и динамических* проявлениях). В традиционном восприятии любой архаичной культуры они, эти *измерения*, реализовались по-разному: 1) как *прошлое – настоящее – будущее* (т.е. как *горизонтальная ось времени мира*), или 2) как *юность – зрелость – старость* (т.е. как *динамическая* и так же *горизонтальная ось времени жизни* – например, *человеческой*), или 3) как *обретение знания* (юношеская инициация) – *обретение силы* (мужская инициация) – *обретение власти* (посвящение в *цари, вожди* или *маги*), или наконец 4) как *весна – лето – осень* (т.е. *динамическая ось* традиционного и мифического разворачивания *календарного года* и *года жизни* – человеческой жизни, по аналогии с жизнью природной).

Тем самым «четвертое измерение» одновременно, с точки зрения той же логики мифа, есть также *мир невидимого* и *смерть человеческого* (а точнее – *мифическая жизнь человека в смерти*, т.е. бытие после физического момента *смерти*). Это и есть собственно *смерть*, утрата *силы* (или *силы*

мужского родового – как *креативного начала*), а потому это и есть *зима, холод, голод* – т.е. *неумная сила деструкции*, уничтожающая (или *пожирающая*) все живое, попадающее на ее пути. Это, другими словами, и есть фольклорное триединство (по В. Н. Топорову – «триада») – мифическая совокупность а) силы смерти; б) времени смерти; в) пространства смерти. Триединство, традиционно противопоставленное другой парадигме-триаде, – мифическая совокупность а) силы жизни; б) времени жизни; в) пространства жизни. Парадигме, поскольку в контексте мифологического (= архетипического) триада *сила – время – пространство* является актуальными для носителя фольклорной традиции формами – в первом случае формами *смерти*, во втором – формами *жизни*.

И что характерно: для познания этих мифических отношений между жизнью человеческой и смертью человеческой древним необходимы были точные измерения *силы* и *веса*, *направленности* и *сопротивления*, *законы взаимодействия противоположно направленных сил* и *законы сложения сил однонаправленных*. Все это, как ни покажется на первый взгляд странным, отражено, например, в сказках любого народа – в том числе в мифах каждой архаичной примитивной культуры. Только описано оно в фольклоре на языке символов, или вернее на метаязыке сакрального знания (или как более привыкли говорить собиратели фольклора – на языке иносказания, что принципиально, на наш взгляд, неверно и противоречит самой семантической системе метаязыка архаического сознания), и потому требует расшифровки и понимания. А это совсем просто.

Так, была выдвинута некогда гипотеза о том, что всякая Вселенная имеет *во времени* свое начало и свой конец, а затем на смену ей приходит другая, *новая*, затем еще и еще – и такая *цепь Вселенных* уже бесконечна. Однако эта современная научная гипотеза при ближайшем рассмотрении оказывается – что называется «старой, как мир» – мифологической СИСТЕМОЙ РАЗВЕРТЫВАНИЯ мифической *модели мира* (ММ), отраженной в любом народном *эпосе* и хорошо знакомой также сегодня, например, по тексту *Библии*. Это мир, имеющий свое *начало мира* (т.е. *точку отсчета*, и(ли) *точку первотолчка*) и имеющий свой *конец мира* (т.е. *точку конца*, или *точку Судного Дня*, – *конец мира*, с частной проекцией его в еванге-

лической модели *Апокалипсиса*, как «неизбежность конца света»).

В промежутке между этими двумя точками, точками *начала* и *конца*, мир прежде всего разворачивается, а затем свертывается (или сворачивается – в сказке так из *яйца*, либо *ларчика*, получается *дворец* или *город*; так же разворачивается, или точнее разматывается, указывая дорогу героине, а затем сматывается обратно магический *клубок ниток*). И развертывание, и свертывание общей ММ, как и любых частных ее проекций (или частных ММ = отраженных проекций общей *модели мира*), традиционно всегда предполагает значимые ЧЕТЫРЕ ЭТАПА:

1) *этап первотворения* (сотворения мира как такового; мифический креативный акт);

2) *этап установления порядка* (мирового порядка; или упорядочения созданного мира);

3) *этап сотворения сущего* (в уже созданном мире; или сотворения жизни на земле);

4) *этап установления порядка* (порядка сущего и – в мире сущего; в мире социальном).

Первые такие четыре этапа (соответственно разворачиванию ММ и законам этого ее «разворачивания») происходят в *мире жизни*, т.е. во времени и пространстве Жизни (*природы* и/ли *человека*). Последующие такие же четыре этапа (соответствующие свертыванию ММ) – происходят в *мире смерти*, т.е. во времени и пространстве мертвого человеческого, или в *мире умерших* (предков рода человеческого), либо же во времени и пространстве собственно *Смерти* – «смерти» вообще и как таковой (некоего *бесполого* и одновременно *двуполого* мифического сущего дв ue единства Начала и Конца *Всего Сущего*). И – «жизнь начинается сначала», на новом витке бесконечного Бытия. Символом этого «вечного поступательного движения *жизни* (и *смерти*)» – или же «вечного поступательного движения *в жизни* (и *в смерти*)» – является греческий орнамент «меандр», а также «река»-рубеж (в воды которой никто не может войти дважды). Таким же образом традиционно воспринимались в архаике коллективного сознания «плетение косы», либо «вереи» (веревки, каната), а также «колос», «дорога» (как *дорога жизни*, или *дорога смерти*, например, на погост, кладбище). Аналогично значимы и многие танцевально-игровые элементы любой народной традиции – танец и игра типа «ручеек», «змейка», «лен-

та», «цепочка» и прочее – как та же символическая цепочка из лежащих на боку «восьмерок», математических знаков-символов бесконечности.

Обратим внимание: для понимания сущности этих сложнейших мифологических и философско-психологических моментов бытия нашим предкам необходимо было знать немало о физических свойствах самых разных предметов, веществ, состояний и т. п. Например, следовало знать о свойствах *жидкостей*, *пара* (газов), *светового луча*. О временных и пространственных параметрах окружающей человека действительности. Об органах чувств и чувственном восприятии объективного мира. И еще о многом-многом другом. Но подчеркнем, что знание это было «традиционным», а потому своеобразным – мифофольклорным, ритуально-сакральным, мистическим и магическим. Так, физика – как естественная наука – знает лишь ПЯТЬ чувств, при помощи которых человек и животное познают окружающий мир во всем его многообразии: *зрение*, *слух*, *осознание*, *обоняние*, *вкус*. А в мироощущении древнего человека было еще ДВА: чувство *любви* (= сексуальности, неосознанного влечения и, наконец, *либидо* – по Зигмунду Фрейду) и чувство *потустороннего* (как запредельного и одновременно как бы метафизического) – чувство присутствия мира невидимого, *непостижимого* и *страшного*, и потому опасного для всего живого, особенно для человека, знакомого с этим чувством *запредельности* (видения невидимого и осознание неосознаемого).

Тем самым в мифологическом мироощущении древних *чувств* было СЕМЬ, – как *дней недели*, как *цветов радуги*, как *звуков музыки*, как *оттенков вкуса* и т. п. Само магическое число семь предполагало совершенное познание мира во всем его многообразии, многообразии и непохожести его форм и сущностей. Характерно, что только современной науке стало по силам исследование импульсов «невидимого» – в контексте радиофизики, квантовой физики, исследования космоса и проч., а также в контексте психоневротической картины человеческого бытия (самым тесным образом связанного с традиционным чувством *любви* – сексуальными проявлениями личности).

В то же время не существует ни одной теории происхождения мира, т.е. ни одной теории происхождения миров и галактик, которая так или иначе не «вписывалась» бы в традиционные представления древних о *начале мира*, а точнее – не отражала бы этих представлений на уровне человеческого подсоз-

нения, будучи всегда проекцией архетипического, и не основывалась бы на них как на общей и изначальной психофизической модели человеческого мироощущения. И это потому, что представления наших предков о мире есть представления о его законах статических и динамических, о законах соответствия и подобия. Представления о «молекулярной» его структуре, где большое состоит из бесконечного числа малых частиц, и миров, принципе «малое в большом», соотношении микро- / (//) макро- космического. О принципе «большое в малом» (мир в капле воды; семя будущего дерева; крошечные вселенные в системе галактик; микромиры и микроорганизмы). И эти представления **н а ч и н а ю т с я** с условной точки отсчета «В начале было Слово...» как с некоего энергетического «первотолчка», в результате которого и **р а з в о р а ч и в а е т с я** во всем своем многообразии огромный и прекрасный мир вокруг человека.

Это, казалось бы, парадоксально, однако система мифологических представлений о модели мира, как проекция архетипического, – представлений о традиционной ММ с ее законами, внутренними причинно-следственными отношениями и т. п., последовательно отражает законы классической физики, а точнее сказать – данная система именно на этих объективных законах и построена. Даже теория относительности Альберта Эйнштейна не противоречит законам мира мифического, а скорее, как это ни удивительно, объясняет их – подробно, научно и оригинально. Вероятно, потому, что законы эти, на постижение и подтверждение (аргументированные доказательства) которых науке и человеческому разуму потребовались многие и многие века, составляют реальность человеческого бытия. И она, объективная реальность, отраженная некогда в архаике каждого мифа, определяет в любую эпоху сознание, а вслед за ним и все формы сознательной деятельности человека – деятельности практической, научной, а затем творческой, художественной и технической.

Надо сказать, что эту сложную – как теперь бы назвали, «философскую», – истину хорошо знали наши прапращуры: мир **в о к р у г** человека и мир **в н у т р и** человека есть один и тот же. Сегодня мы говорим о тождественности макрокосма и микрокосма. В «космосе человеческого тела», считали древние, каждая **ч а с т ь** (внешнее) и каждый **о р г а н** (внутреннее) соотносились с конкретной *планетой*, конкретным *созвездием* (на небесах), определенным *часом* (суток), *месяцем*, *годом* (во времени),

а также с определенной частью, к примеру, *дерева* (в пространстве), определенной *стихией* (на уровне духовного, нематериального). Соотносились и на уровне физическом, «реальном», и на уровне «идеальном», психофизическом.

Что же это за таинственный мир? Давайте попробуем на него взглянуть наивными глазами древнего европейца.

О законах времени этого мира мы уже упоминали. Однако четыре времени мира, т.е. *прошлое, настоящее, будущее* и предшествующее им некое *до-время*, или *мертвое время* (например, и время *мертвых*, отошедших уже их этого мира в мир иной), – и будут так называемой мифической осью мира, или *д(е)ревом мира*, в котором корни суть *до-время мира*, основание (или уровень почвы) суть *прошлое мира*, ствол суть *настоящее мира*, а ветви суть *будущее мира*. В мифологической ММ трехмерному пространству мира и его четвертому измерению соответствуют «трехмерное время мира и его, как бы, «четвертое измерение» – мифическое *до-время*, или *время мертвых*. Но «четырёхмерное» время (как мифологическая модель *времени мира*) потому как бы аналогично в своих категориальных параметрах четырёхмерному пространству (как модели *пространства мира*), что это не просто модель *времени мира*, а модель мифического пространства Времени Мира.

При этом вторая, собственно пространственная, есть в данном случае – и мифологическом контексте – не просто модель *пространства мира*, а модель мифического пространства Пространства Мира. И первой и второй из них присущи также трехчастные осевые: для Времени Мира – проекции пространственной его модели «в прошлом» // «в настоящем» // «в будущем», для Пространства Мира – «низ» // «середина» // «верх», при вертикальном разворачивании оси, или же ствола мирового дерева (что мифосемантически то же самое), либо «левое» // «центральное» // «правое» при ее горизонтальном разворачивании.

Дерево мира – это дерево непростое: оно, по тем же древним мифологическим представлениям, одновременно и возможно – что вне мифа было бы нереально – двойственно и удвоенно. В первом случае как два дерева, сросшиеся корнями, – собственно древо мира и древо жизни (двойственность; двоичность; биномность модели). Во втором случае – дерева-двойники, что, как зеркальное отражение, удваивают

сущность. Одно из «изображений» оси мира – деревья мира при этом традиционно обязательно *перевернуто*, т.е. зеркально обратно. Но, что особенно важно, древо мира – и это время нечеловеческого (и время до-человеческого) бытия, или время первотворения, время (со)творения жизни, – ориентировано верхушкой к северу и растет корнями в в е р х, а древо жизни – и это время человеческого (и время предчеловеческого) и время жизни (*природной* вообще) – ориентировано верхушкой к югу и, соответственно, растет «нормально»: корнями в н и з, а ветвями в в е р х.

Пространственные отношения мира мифического (а именно: для любой плоскостной проекции общей ММ обязательно ориентация на четыре стороны света, с невидимым центром, из которого растет – *вверх* или *вниз* – мифическое древо-ось) наиболее точно и полно в естественном выражении выражает графическая «роза ветров». Однако объяснение этих мифических пространственных отношений настолько сложно, что потребовало бы обстоятельной монографии, посвященной лишь этому одному вопросу...

Характерно, что такое древо-ось в сюжетах мифологической сказки стоит в дремучем лесу, на поляне (это маркер того, что сюжет связан с представлениями о мифическом «периоде упорядочения сущего», в контексте ММ), либо растет на острове, посередине озера, моря, океана (это маркер того, что сюжет связан с представлениями о мифическом «периоде (со)творении мира»). Но, если бы мы думали, что представление о клочке суши в мировом океане у древних есть следствие окружающих человека бескрайности морских просторов, видимых глазу с берега, то мы бы одновременно и были бы правы и... ошибались. Ведь, к примеру, далеко не каждый прапредок людской был папуасом и жителем крошечного островка, затерявшегося в океане. А представления эти общие – и общие, если углубиться в исследование вопроса, для любой и каждой традиции. В частности, мы находим такой *островок* в устных сказаниях народов Сибири, знакомых разве что с «океаном тайги».

Все дело в том, что *земля в океане*, либо остров *Буян на море-окияне* (и это – у живших в дремучих лесах славян!), есть только одна из форм традиционного восприятия Начала Мира (мифического). Так, ее – для создания *острова* – поднимает со дна наверх мифическая *утка* (нырок), *утка* же приносит со дна

кусочек грязи для создания первого человека. Суть такого понимания Начала Мира в том, что вода окружает человека везде: изначально в *материнском лоне*; затем она не раз спасает его от преследования врага – так же, как беглеца, укрывшегося на *островке*, посреди *озера* или *реки*; она окружает его в *пору дождей*, обрушиваясь с *небес*; она выступает у его ног *из-под земли*; до нее, глубинной, можно добраться, вырыв *колодец* (даже в песчаной и знойной *пустыне*). Значит – вода находится везде вокруг нас? Именно она дает жизнь человеку и природе? Она питает все сущее? Способствует росту и множественности форм жизни?

А если так, то на что это более всего похоже, с точки зрения мифологической? «Человек в воде» и «земля в океане», при графическом изображении-проекции, окажутся удивительно схожи с древнейшими рисунками (наскальными, шаманскими, египетскими и др.) *зрачка в глазу* как символического обозначения *начала мира* и одновременно *бога-отца* – у любого архаического народа. Похожи также на «желток в белке» – на космическое яйцо Первотворения в хаосе-гнезде зарождающегося Мира-вселенной. И значит – на *яйцо Вселенной*. Но также похожи и на скатывающееся с лавки (у мифических *деда* и *бабы*) *золотое яичко*, снесенное *курочкой-рябой*. И еще найдется множество таких соответствий, т.к. мифологических аналогов и проекций креативного начала мира – зародыша в яйце и плода в материнском чреве – в любом фольклоре немало.

Будучи *моделью мира*, объемной ММ, первичное космическое яйцо имеет свою жесткую структуру: традиционно структура космоса состояла из *девяяти сфер* (очерченных *влиянием* – или *движением* – *девяяти планет*), а структура земли – из *девяяти сферических слоев*. ДЕВЯТЬ – это магическое *число воспроизведения жизни*, и потому символизирует оно 1) материнскую утробу, или зачатие; 2) созревающий плод; 3) пору, т.е. время, сбора урожая. Или же число ДЕВЯТЬ представимо как 1) пространство в р е м е н и зачатия; 2) пространство в р е м е н и созревания; 3) пространство в р е м е н и урожая.

При этом каждый из этих *трех слоев времени жизни*, из которых состоит мифическое *число девять*, так же *трехслойен*, представляя из себя традиционную модель «*три в трех*»; т.е. каждый из этих «трехслойных» *слоев* может и должен рассмат-

риваться как самостоятельное яйцо первотворения. Чтобы представить себе эту сложную мифологическую структуру достаточно вспомнить три матрёшки (вставленные друг в друга). Кстати, лубочная форма русской *матрёшки* – так же, как и игрушки-«неваляшки», *ванька-встанька*, – воспроизводит именно крашеное яйцо (как *крашеное пасхальное*, но при этом *деревянное*, вроде «писанки», что также является примитивной проекцией объемной модели мира).

И собственно яйцо действительно состоит из *трех* качественно разных структур: 1) *скорлупа*, 2) *белок* и 3) *желток*. Поскольку каждая из этих структур, по мифическим законам жизни и зарождения жизни, подчинена закону триединства времени мира (*прошлое – настоящее – будущее*), то пространство жизни (или три в одном – т.е. в *яйце*) в своем единстве со временем жизни (так же – три в одном, но уже как ось времени мира) дает все то же магическое число древних, девять. *Девять сфер космоса* – это яйцо космическое. *Девять сфер земли* – это яйцо живородящее, *источник и первопричина* жизни. Так что философские споры о том, «что было раньше – яйцо или курица?» не абсурдны и даже не метафизичны (как их привыкли называть, следуя в этом вопросе школьным учебникам): они просто мифологичны. А потому представляют интерес для серьезного научного исследования.

Итак, первые *карты мира* изображали, по Фламариону, то же самое «яйцо» (земля среди мировых вод; такой были и *карта Земли* по Помпонию Мелы, и *овальная Земля* схоластов) или «глаз» (как *на карте Земли* по Посидонию). А, к примеру, Козьма Индикоплект в шестом столетии представлял, что *Земля* и *Вселенная* имеют форму некоего «сундучка» – в соответствии с описанием *ковчега* в Библии.

Интересно, что в фольклорной сказке (в частности – славянской) из *яйца* и *ларца* (того же *сундучка*) равно возможно развернуть *терем*, *замок* или целый *город* – традиционно значимые как пространственная модель мира и пространственная модель женского продуктивного. Туда же, в волшебное яйцо (*золотое, серебряное* или *медное*), либо в *ларчик* (сделанный из тех же *металлов*), они и сворачиваются (прячутся) – по приказанию хозяина, что сродни *сматыванию клубка нити* (жизни) и *возвращению в материнское лоно* (к началу начал, например, человеческой жизни).

Представление же о *ларце*, *сундуке*, а также *ковчеге* как о креативном начале мира и сущего (начале, уже оформленном в модель мира и потому обладающем свойством развертывания и свертывания собственной модели) весьма любопытно тем, что подобную *форму мира* мы находим в символике архитектурных *арок* (особенно в строениях культового назначения, в контексте разных культур и народов), *дверей*, *врат* и *окон*, а также в символике *формы алтарей* и *головных уборов* (в частности – *головных уборов культового облачения*, *ритуальных плясок*, *свадебного наряда*). Та же *форма* – как традиционная форма *моделирования мира* – распространена так же, как *форма элементов народных украшений* (*кокошник*, *серьги*, *кольешейник*, *пояс* и др.).

Ее же мы обнаруживаем и в графическом рисунке-модели *детской игры в «классы»* у восточных славян, как и у других европейцев. Мы не раз обращались к этому интереснейшему вопросу в своих работах – как в отдельных статьях, так и в контексте других публикаций (в частности, на материале аналогичных *игр* у болгар). И будем еще обращаться к так называемой *игре в «классы»* до тех пор, пока этот фольклорный феномен, характерный для разных культур европейцев, не будет нами всесторонне проанализирован и описан. Кроме того, подготовлена монография, посвященная описанию и структурно-семантическому анализу метазнаковой системы *русской народной игры* как таковой, а также лингвокультурологический словарь на ту же тему. Надо сказать, что именно эта *игра* может в наиболее простой и доступной форме объяснить нам – так же, как многие века объясняла это и играющим в нее детям, – сложную структуру мифического Мира.

Напомним схематично тот тип *игры в «классы»*, о которой пойдет речь. Рисунок, сделанный прямо на земле, представляет собой вытянутый вверх прямоугольник, состоящий из ДЕСЯТИ, крайне редко ВОСЬМИ, квадратов (но у древних квадрат и прямоугольник не различались, поскольку главным, а потому определяющим их суть, было наличие *четырех сторон* и *прямых углов*). Он разделен вертикальной чертой пополам (на *правое* и *левое*), а каждая из *половин* – разделена горизонтальными чертами на ПЯТЬ квадратов. Они (квадраты) расположены, как этажи, друг над другом (моделируя тем самым пять уровней мира; и соответственно – пять миров: два нижних (*невидимых* и *нечеловеческих*), один видимый и че-

ловеческий (или назовем его еще *серединный*), а также два верхних (тоже *невидимых* и *нечеловеческих* – один средний и один верхний). Расположение таких игровых квадратов напоминает также *ступени лестницы*, и *лестница* эта ведет в *небо* – соответственно традиционно вертикальному развертыванию *модели мира* и *пяти миров*. Правая сторона-лестница моделирует мир видимого, а левая сторона-лестница – мир невидимого.

Итого, прямоугольник содержит в себе десять квадратов, а каждый наш «пятиэтажный домик» имеет с другим таким же «домиком» одну общую *линию-стенку* и самостоятельную *округлую крышу* (как *крышка ларца*, или *ковчега*) – одна из них называется в игре РАЙ (*правая*), а другая АД (*левая*). Смысл игры, так же традиционный и потому мифологически осмысленный, здесь нас интересовать не будет, поскольку описать его очень сложно, особенно в рамках одной статьи.

Так же, как наши два условных «домика» – хотя весь рисунок, моделируя мир, одновременно моделирует и действительно *дом* (как мир = *тело* и мир = *микрокосм*) – имеют *общую стенку*, или точнее – *грань соприкосновения*, т.е. примыкают друг к другу, неразделимы друг с другом, так и мир видимого (*человеческий*) с миром невидимого (*нечеловеческим*) – не отделимы друг от друга в мифологическом мироощущении архаичных народов. В данной игре *миру видимому* соответствует «половинка-домик» под крышей «рай», т.е. *вечная жизнь*, а *миру невидимому* – «половинка-домик» под крышей «ад», т.е. *смерть*. Пять «этажей-квадратов» внутри каждого из них традиционно символизируют *пространство жизни* (человека), под крышей «рай», и *пространство смерти* (человека), под крышей «ад». И в обоих случаях моделировать такое *пространство*, т.е. каждый квадрат, будут четыре стороны света с центром посередине.

По логике мифа, пространство способно разворачиваться линейно, а именно: горизонтально – от точки *рождения* до точки *смерти* – оно разворачивается для человека в *дорогу жизни* (или же, в зависимости от мифологического контекста, в *дорогу смерти*); и вертикально – оно разворачивается в «классы» (как в детской игре; т.е. в модель поэтапного развертывания пространства в *ремени* мира, или в *древо жизни*) и одновременно, но уже для рода человеческого – в ось жизни (или ось смерти).

Если еще раз обратиться к текстам европейской сказки, то путь смерти, или «развертывание» горизонтального пространства, будет выглядеть, в частности, так: последовательный переход героя из *царства* в *царство* – *железное, медное, серебряное, золотое* и, что традиционно значимо как «сама смерть» – *деревянное* или *невидимое, хрустальное, стеклянное* (как *сердцевина* и как *конечный итог долгого пути*). Такое же поэтапное и наглядное «развертывание» вертикального пространства встречается в сказке гораздо реже: это *башня* (с такими же и в той же последовательности поднимающимися кверху этажами); или *горы*; причем *замки, башни* сделаны из тех же мифологически значимых *материалов*; иногда даже *деревья* (однако из тех же *металлов*). Центр при этом может быть также *каменным*.

Что же это за таинственные «полукруглые крыши», замыкающие в игре наши «домики-классы»? Это не что иное – как скорлупа яйца (и в этом игровом контексте – яйца мира) а, тем самым, как бы крыша мира, т.е. *оболочка мира невидимого (нечеловеческого)*, в которую традиционно заключен наш *мир видимого (человеческий)*. Если первый (*невидимый*) представлялся праевропейцам в виде описанного круга (на плоскости – это его *две половинки* «завершают» и «закljučают» вертикальные модели миров видимого и невидимого; как ММ плоскостная) или шара (объемно; как ММ объемная), то второй (*видимый*) представлялся в виде квадрата (на плоскости) или куба (объемно). Причем КРУГ или ШАР невидимого был, в архаической системе мира, всегда описан вокруг КВАДРАТА или КУБА видимого. Тем самым, хорошо просматривается соотнесенность Мира Объективного и Мира Субъективного. Вот и модель Земли и Вселенной Козьмы Индикоплекста: волшебный «ларчик-ковчег», внутри которого содержится целый «мир»!

Но если у Козьмы наш мифический *мир* дается как бы в разрезе, то у схоласта Беда Достопочтенного, а также по представлениям ряда средневековых христианских и арабских географов, представлявших *Землю* (и *Вселенную*) в виде яйца, та же самая модель просто дается... снa ружи. Это то же самое сказочное *яйцо*, в котором спрятан *терем мира – мира*, пока еще не видимого.

Ниже приведем описание *Земли*, принадлежащее Бедо Достопочтенному, ученому схоласту Средневековья:

«Земля есть элемент, помещенный в середине мира; она находится в середине вселенной, подобно желтку, находящемуся в середине яйца; вокруг нее находится вода, как вокруг яичного желтка белок; вокруг воды находится воздух, как вокруг яичного белка находится содержащая его оболочка, и все это окружено огнем, уподобляющемся яичной скорлупе. Итак, Земля помещена в середине мира и принимает на себя всю его тяжесть; хотя по своей природе она холодна и суха в различных своих частях, она случайно приобретает различные качества: ибо часть, подверженная знойному действию воздуха, сожжена Солнцем и необитаема; обе ее оконечности холодны и тоже необитаемы; но часть, находящаяся в умеренном поясе воздуха, обитаема.

... Океан, окружающий своими волнами края Земли, стоящий почти на одной высоте с горизонтом, разделяет ее на две части, из которых мы занимаем верхнюю, а наши антиподы нижнюю; впрочем, никто из нас не может перейти к ним, и никто из них не может перейти к нам» (Цитируем по Фламарionу).

Нет, великий схоласт не заблуждался: он просто описывал мифологическую структуру мира-«яйца». И в этой структуре «нижний мир» (мир антиподов) был не что иное, как *мир невидимого* и *мир мертвых*, в то время как «верхний мир» был *миром видимого* и *миром живых*.

И любой из язычников – коими были представители древних культур для средневековых монахов-ученых – чувствовал себя в безопасности, т.е. полностью защищенным от *внешнего* и всегда *страшного мира* (опасностей, как правило, *невидимых, внезапных* и *нечеловеческих*), только в том случае, если окружал себя некими границами «своего» – надежного, прочного, спасительного. Такой границей был, например, частокол, или вообще забор – *деревянный* или *каменный*, ров или огнища, окружавшие *стан, лагерь* древнего племени, первых лесных поселений или разбивших походные шатры воинов. Отсюда, в частности, русское выражение «(о)город городить».

А *городили города* в Средние века в труднодоступных местах и окружали свое пристанище *несколькими рядами стен*: посчитать в сказке, сколько «*внутренних дворов*» приходится миновать герою, пока он достигнет наконец своей цели – *жарптицы* или *царь-девицы*! Посчитать, сколько *стен* и *препятствий* (или *испытаний*) ему суждено преодолеть! По сути дела,

это – та же мифологическая модель мира – и модель женского креативного (и продуктивного пространства): защитные сферы-оболочки, которых ТРИ (и ТРИЖДЫ ТРИ, или ДЕВЯТЬ), реже – ШЕСТЬ либо ДВЕНАДЦАТЬ. В магическом счете, т.е. в традиционной семантике чисел, и кроется разгадка моделирования – сказочного, но объективного в архаическом понимании, – мира: «3» = ось мира и время мира; «3 x 3» = креативное время и время продуктивное; «3 x 2» = совершенное время (невидимого + видимого); «3 x 6» = полнота времени и круглый год (жизни и смерти). Человек оказывается вписанным в КРУГ времени, а точнее – в круги времени, разбегающиеся вокруг него, по логике мифа – крошечного «камешка» жизни, как круги на воде. И, чтобы уберечь себя от внешнего зла (чужого, недоброго, нечеловеческого, враждебного) нашим предкам приходилось возводить вокруг себя искусственный мир, полное подобие мира большого и настоящего (= мира реального).

Таким «рукотворным миром» ограждали себя живые. Буквально все: дом, двор, город, повозка, одежда, даже украшения (а возможно, что в первую очередь последние) – все воспроизводило модель мира во множестве ее частных (репродуктивных) моделей, как бы создавало для человека некое «поле безопасности». Сродни тому, которое мы находим в русской сказке у спрятанной «смерти Ка(о)щеев» (нередко даже спрятанной в ларце или в сундуке, подвешенном цепями к дереву, в центре пустынного острова): кощеева смерть находится внутри и в центре многих защитных сфер, вложенных – как те же «матрешки» – друг в друга (игла – в яйце; яйцо – в утке; утка – в зайце и т.д.; выбор животных в этом случае также неслучаен). Все это – «несвое» (а в данной сказке как бы «не Кащеево»), «внешнее», пришедшее «издалека» – воспринималось архаичными культурами как «мертвое», «нечеловеческое», «с того света» пришлое, а потому всегда опасное и несущее для живого смерть. Вспомним хотя бы Вселенную средневекового схоласта, окруженную всепоглощающим огнем...

В то же время – и этого требовала забота о собственной безопасности – человек старался окружить искусственным «рукотворным миром» и все мертвое (как свое, так и несвое, чужое), и все нечеловеческое, также таящие в себе опасность для живых. Так, если живой человек, обладая домом = телом, надевал на себя дом = одежду и возводил вокруг себя еще один дом (жилище), а вокруг него двор, затем вокруг город

и *стены-крепость*, то и мертвый человек требовал от живых такой же защиты: его *домом* (= *телом* и *одеждой*) становились, соответственно, окружающие тело умершего *саван, гроб, могила, курган, погост, кладбище*. Поэтому, к примеру, у восточных славян *покойник в гробу* был традиционно соотнесен с *мясным пирожком*, обязательным для каждого за *поминальным столом*, а *погост* – с *коробом таких пирожков* (с мясом).

Интересно, что древние точно высчитывали, какое пространство необходимо *умершему*, чтобы он не мог навредить живым, а также то, на каком расстоянии от живых его следует *похоронить*. Останки самых близких родных зарывались – например, у славян – *под порогом дома* (они были *защитниками рода*), а размеры *погребального кургана*, очевидно, зависели от «силы» покойника (родовой и магической). Чем больше у мертвого силы, тем большее должно быть пространство – *внутри кургана*, и тем *холм* соответственно должен быть *выше*; тем же правилом руководствовались и египтяне при строительстве *пирамид*. Так, в древности для каждого *фараона*, по мифологическим представлениям, наделенного тем или иным *количеством магической силы*, жрецы-маги определяли размеры будущей пирамиды – причем такие размеры, чтобы дух покойного не смог из нее выйти, если бы захотел этого после смерти.

Но, пожалуй, самым удивительным моделированием «защитного мира» является любая *национальная одежда*. Для каких бы нужд она ни предназначалась – она будничная или праздничная, ритуальная или княжеская, свадебный наряд или обряжение покойника, – она всегда создает полную картину мифологических представлений о *мире*. О его времени и пространстве. О его мифическом разделении на *мир верхний, мир средний, мир нижний* и *мир «самый» нижний* (или *хтонический*).

В частности, *кокошник* (женский головной убор) либо *шапка* (мужской убор) моделируют, к примеру, *внешний купол Вселенной* и *купол небес*; *серьги в ушах* – перекатывающиеся по небосклону *ночное* и *дневное светила* (которые, как *серьги в ушах*, никогда не встречаются), что подробно описано, например, в монографических работах Б. А. Рыбакова и А. Голана. Орнамент на одежде всегда имеет мифологический смысл. Так, размещенный *по горловине, рукавам, низу* ее он значим как магические круги *оберега*. В народе особое внимание уделяя-

лось этим необходимым «дырам в платье», поэтому рукава, ворот или воротник, полы кафтана и даже шубы, низ рубахи, сарафана, платья тщательно украшались защитным рисунком-вышивкой (часто вышивкой крестом или мережкой), а также перетягивались шнурками, тесьмой (чтобы не допустить проникновение «под платье» чужого, нечистого). На поясах, кушаках, рукавицах, а также на предметах домашнего обихода – полотенцах, прялках, посуде и проч. – всегда размещены и символы плодородия.

...Маленький мир-человек, или мир = человек, затерянный в огромном мире-природе – во Вселенной и Космосе. Чтобы чувствовать себя хотя бы в относительной безопасности, ему нужно было шаг за шагом познавать и осваивать этот окружающий мир – на свой собственный страх и риск. Вспомним, как сами внезапно застываем, насторожившись в ночной темноте от неожиданного резкого звука, и как отступаем на шаг в сторону с протоптанной другими тропы. Крошечный, видимый человеку, мир обступает огромный, ему не видимый, мир – неведомый, мифический и таинственный...

© Надель-Червиньска М., 2009

Юдина С. А.
Екатеринбург, Россия

КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

***Аннотация.** В современном мире язык и коммуникация являются объектом исследования самых разных наук. В статье уделяется внимание истории развития коммуникации, но акцент делается на изучение коммуникации в рамках связей с общественностью.*

***Ключевые слова:** коммуникация, информация, связи с общественностью, PR.*

Yudina S.A.
Ekaterinburg, Russia

COMMUNICATIVE ASPECTS OF PROFESSIONAL ACTIVITY

***Abstract.** Today language and communication are the objects of research in different sciences. The article discusses the history of communication, the stress is laid upon the study of communication within the frameworks of public relations.*

***Key words:** communication, information, public relations.*

Язык во все времена был одним из самых актуальных объектов исследования. Еще античные философы наделяли так называемый Логос той силой, которая способна устанавливать мировой порядок. В пространстве каждой последующей культуры было сформировано свое особое понимание Логоса. Современная наука все более полно охватывает многообразные отношения и связи человека с миром. Язык и коммуникация являются объектом исследования для самых разнообразных направлений. Семиология, структурный анализ, аналитическая философия, структурализм, постструктурализм, феноменология, герменевтика – этот далеко не полный перечень демонстрирует глубину интереса к данной теме.

В современных условиях резко изменилось отношение к коммуникации, то есть информационной связи в человеческом обществе. Система иерархической коммуникации, в которой главным компонентом был приказ, меняется на систему демо-

кратической коммуникации, основой которой является убеждение, диалогичность, опора на собственное решение. Перед обществом возникает задача прийти к определенному согласию между различными социальными группами, имеющими разный уровень информированности, с присущим только им поведением и характерными особенностями коммуникации.

Исторический возраст коммуникации равен истории человеческого общества. Речь – жесты и звуки в общении, рисунки на стенах древних пещер – вот свидетельства того, как тысячи лет назад люди уже имели определенный уровень коммуникации, позволявший им контактировать друг с другом, передавать и хранить информацию. Кроме того, история коммуникации – это еще и развитие ее технического обеспечения – путь от оставленных древними людьми знаков на стенах пещер и на земле, а затем на папирусе до все усложнявшихся способов передачи информации, как телеграф, радиосвязь, и наконец, глобальная связующая компьютерная сеть Интернет.

Итак, коммуникация – это универсальное явление, поскольку ее содержание и формы попадают в поле зрения многих наук, а границы коммуникативного поля сливаются с границами самого общества. В связи с этим неоспоримо значение коммуникации как необходимого и всеобщего условия жизнедеятельности человека.

Важно отметить, что успех коммуникации во многом зависит от того, в какой мере удалось выразить нужную информацию. Одной из самых характерных особенностей нашего века является его всеобщая информатизация, вызвавшая самые разные изменения во всех сферах социокультурной системы. Информационные процессы сегодня – исключительно важный регулятивный фактор, оказывающий влияние на все общественные отношения. И прежде всего в этих условиях изменению подвергается сама жизнь человека.

Интересным представляется изучение явления коммуникации в философском ключе в связи с ее общечеловеческим и историческим значением и рассмотрение сложившихся коммуникативных аспектов профессиональной деятельности современного человека на примере деятельности специалиста по связям с общественностью.

Профессия специалиста по связям с общественностью как раз и призвана незамедлительно реагировать на сменяющие друг друга с большой скоростью информационные потоки, а

также обрабатывать информацию и уметь подать ее общественности в наиболее правдивом, позитивном и беспристрастном виде. И, конечно, бесспорным остается тот факт, насколько важен философский и исторический опыт осмысления проблем коммуникации, передачи и хранения информации для людей, чьим призванием является коммуникация во всевозможных ее проявлениях в современном мире.

Мир человека – это прошлое, настоящее и будущее, утраченные и реальные возможности, это общение с предками, современниками и потомками. В поле зрения коммуникации находятся столь важные феномены человеческого бытия, как язык, речь, понимание, интерпретация, толкование, то есть как раз те феномены, которые устанавливают и в конечном итоге определяют характер человеческого присутствия в мире. Только через человеческое общение и реализуются общественные отношения, в них складывается историческое развитие человечества. Проблема человеческого общения всегда привлекала философов разных времен, и рассматривали они ее с позиций своего века.

До античного периода истории не существовало каких-либо рассуждений либо трудов по проблемам коммуникации, поскольку тогда она существовала как бессознательная составляющая жизни человека. В зарождающемся человеческом обществе коммуникация была лишь средством, а не целью.

На примере же античного времени можно уже говорить об имеющемся у народа отношении к общественному закону не как к слепой силе, продиктованной свыше, а как к демократической норме, принятой большинством в результате выявления ее гражданского совершенства в процессе всенародного обсуждения. Коммуникация и общение выступают здесь осознанными явлениями, изучавшимися философами и мыслителями, провозгласившими простор риторики, искусства убеждения, аргументации. Следовательно, возрастал удельный вес слова, важна была сила довода, критицизма, умение владеть которыми были важны на государственном уровне.

Отчасти изучение проблем коммуникации в Средневековье было продолжением учения философов античного времени. Однако символом средневекового времени заслуженно считается строка из Нового Завета: «Вначале было Слово, и Слово было у Бога, и Слово было Бог». Слово здесь – орудие творения. Переданное человеку, оно выступало и универсальным орудием

постижения творения, средством реконструкции божественных творческих актов. Телеологизм Средневековья выражался в том, что все явления действительности существуют по промыслу Бога и для предуготовленных им ролей. Следовательно, познание могло осуществляться только под контролем церкви. Была сформирована жесткая цензура, все противоречившее религии подлежало запрету.

В дальнейших исследованиях исключительное значение имеет изучение человека как основной производительной силы общества, субъекта труда и субъекта познания, коммуникации и управления, как предмета воспитания.

В течение прошлого века философия так или иначе обращалась к явлению коммуникации. Это связано с тем, что практика коммуникации является сложноорганизованной, и вместе с тем принципы и организация ее привели к революционным общественным изменениям.

Важнейшей проблемой для философского осмысления коммуникации стало обсуждение природы и предназначения коммуникации. По этому вопросу в XX веке философами выдвигались различные суждения.

Существует множество научных теорий и моделей коммуникации, то есть передачи информации от одного объекта к другому. Коммуникационные теории, которых достаточно много, изучаются специальной наукой, связанной с изучением человека и общества – коммуникологией, работающей с множеством проблем в своей области.

И все же благодаря многообразию подходов к изучению коммуникации, проработанных философами и мыслителями XX века, возможно дать более или менее полное и общее определение понятия коммуникации.

Итак, в общем и целом коммуникация – это передача того или иного содержания от человека или группы лиц к другому при помощи знаков или других носителей информации. С явлением коммуникации очень тесно связано общение – процесс взаимосвязи и взаимодействия людей и социальных групп. В ходе общения происходит обмен информацией, опытом, способностями, результатами деятельности. Важно то, что личность человека может сформироваться только в общении.

Коммуникация пронизывает все стороны жизни общества – социальных групп и отдельных индивидов. Любое исследование социальной жизни затрагивает те или иные ее виды. Комму-

никация как явление изучается многими науками, но в данной работе имеет значение изучение коммуникации в рамках связей с общественностью – рассмотрение эффективности профессиональной коммуникации в целом и применительно к PR-специалисту в условиях глобализации коммуникации, то есть предельного расширения того пространства, в котором происходят различные виды общения.

Речь становится универсальным средством общения при условии включения ее в систему деятельности – профессиональной деятельности.

В сфере связей с общественностью принята двухступенчатая схема коммуникации, поскольку в ней коммуникатор и целевая аудитория связываются контекстом соответствующих им целевых ориентаций, взаимоотношений и общественной ситуации. Тем самым коммуникация выступает как обоюдный процесс обмена сигналами с целью информирования, инструктирования или убеждения.

Связи с общественностью – это, в первую очередь, коммуникативная дисциплина, направленная на организацию коммуникативного пространства в режиме, благоприятном для объекта PR. Это профессия XXI века, которую в целом можно именовать словом «коммуникатор».

PR достаточно часто направлены на массовое сознание, поэтому для специалиста по связям с общественностью важным становится знание в этой области. Если воздействие на одного человека является более редкой задачей, то воздействие на те или иные целевые группы или массовое сознание в целом представляются достаточно частыми PR – задачами.

Связи с общественностью как косвенное воздействие усиливает себя и более четкой ориентацией на работу по всем каналам, в первую очередь, визуальному. С содержательной стороны, PR не забывает об опоре в определенной степени на иррациональные структуры типа стереотипов и мифов. Ориентированные коммуникации определяются как коммуникативные структуры, в сильной степени направленные на собеседника, учитывающие его принципиальные особенности, которые отличают его от других.

Коммуникация в сфере деятельности PR начинается с создания климата доверия. Люди должны в значительной степени доверять организации или тем, кто выступает в ее поддержа-

ку, уважать их как компетентные источники по тому или иному вопросу, о котором идет речь.

Содержание коммуникационных усилий должно соотноситься с реальной ситуацией, соответствовать ей. Контекст ситуации должен предоставить людям возможность участия в событиях и реагирования на коммуникативные усилия.

Сообщение должно иметь значение для тех, кто его получает, совпадать с системой их ценностей. Люди преимущественно сосредотачиваются на той информации, которая обещает им наибольшее вознаграждение.

Сообщения следует подавать в простой форме. Слова и формулировки должны быть одинаково понятны и получающему сообщение, и отправляющему его. Сложные проблемы необходимо вкладывать в простые и ясные темы, лозунги и стереотипы.

Очень важно учитывать, что коммуникация – нескончаемый процесс. Она нуждается в повторениях, чтобы проникнуть к людям. Изложение должно быть последовательным. Нужно пользоваться теми существующими каналами коммуникации, к которым обращаются и которым доверяют люди. Создание новых каналов может быть сложным, длительным, дорогостоящим делом. Кроме того, многие каналы коммуникации ассоциируются у людей с разными системами ценностей.

Таким образом, в сфере PR необходимы такие коммуникативные приемы, которые обеспечат воздействие на массовое сознание. А тот или иной вид детализации делает в результате более эффективным процесс коммуникации.

В PR идет постоянный отбор приемов, которые, все более точно попадая в целевую аудиторию, не только не дают ей возможности уклониться от принятия сообщения, но и требуют выполнения заложенных в нем программ.

Как итог следует подчеркнуть, что специалист по связям с общественностью в качестве общественного коммуникатора реализуется в исследовательской, управленческой, конструкторской и технологической функциях. Как исследователь он вносит вклад в развитие коммуникалогии. Публичное выступление – один из наиболее распространенных вариантов речевых коммуникаций.

Что же касается коммуникационных связей, существующих в обществе, разделенном на различные сферы, они весьма сложны и многообразны. На них влияют классовые, гендерные,

возрастные, образовательные, этнические и другие факторы, которые важно учитывать в работе специалиста по связям с общественностью.

Итак, коммуникатор – это профессия будущего, статус которой будет постоянно возрастать при продвижении к информационной цивилизации.

ЛИТЕРАТУРА

Королько В.Г. Основы публичных отношений. – М.: «Рефл-бук», Киев: «Ваклер», 2003. 528 с.

Медиакультура новой России: мат-лы Междунар. науч. конф. – Екатеринбург – Москва : Академический проект, 2007. Т. 2. 512 с.

Мечковская Н. Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура. – М.: Академия, 2004. 432 с.

Михайлов В.А. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества // Актуальные проблемы теории коммуникации. 2004. С. 34-52.

Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. – М.: «Рефл-бук», Киев: «Ваклер», 2002. 352 с.

Почепцов Г.Г. Публичных отношений, или как успешно управлять общественным мнением. – М.: Центр, 2003. 320 с.

Философия. Логика. Язык / под ред. Д.П. Горского, В.В. Петрова. – М.: Прогресс, 1987. 336 с.

© Юдина С.А., 2009

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ СТАТЕЙ

<p>Абрамова Ирина Андреевна – аспирант кафедры русского языка и методики его преподавания в начальной школе Уральского государственного педагогического университета.</p>	<p>Abramova Irina Andreevna – Post-graduate Student of the Chair of the Russian Language and Methods of Teaching It in Primary School, Ural State Pedagogical University.</p>
<p>Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, п-т Космонавтов, 26 e-mail: info@uspu.ru</p>	
<p>Антонова Юлия Анатольевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета.</p>	<p>Antonova Yulia Anatolievna – Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Rhetoric and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University.</p>
<p>Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, п-т Космонавтов, 26, к. 285. e-mail: jonktau@gmail.com</p>	
<p>Белов Евгений Сергеевич – аспирант кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета.</p>	<p>Belov Eugeny Sergeevich – Post-graduate Student of the Chair of Rhetoric and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University.</p>
<p>Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, п-т Космонавтов, 26, к. 285. E-mail: unitedgroup74@gmail.com</p>	
<p>Веснина Людмила Евгеньевна – аспирант кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета.</p>	<p>Vesnina Liudmila Evgenievna – Post-graduate Student of the Chair of Rhetoric and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University.</p>

ского университета.

Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 285.
e-mail: levesna@ya.ru.

Ворошилова Мария Борисовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета.

Voroshilova Maria Borisovna - Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Rhetoric and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University.

Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26
shinkari@mail.ru

Горина Евгения Владимировна - кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького.

Gorina Eugenia Vladimirovna – Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of the Russian Language and Stylistics, Ural State University n.a. A.M. Gorky

Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр-т Ленина, 51, к. 434.
e-mail: gorina9@yandex.ru

Дзюба Елена Вячеславовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета.

Dziuba Elena Vyacheslavovna - Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Rhetoric and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University.

Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 285.
elenacz@mail.ru

<p>Еремина Светлана Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета.</p>	<p>Eremina Svetlana Aleksandrovna - Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Rhetoric and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University.</p>
<p>Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 285. e-mail: info@uspu.ru</p>	
<p>Кабаченко Екатерина Геннадьевна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета.</p>	<p>Kabachenko Ekaterina Genadievna - Candidate of Philology, Senior Lecturer of the Chair of Rhetoric and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University.</p>
<p>Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 285. e-mail: info@uspu.ru</p>	
<p>Каслова Анастасия Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода Уральского гуманитарного института</p>	<p>Kaslova Anastasiya Aleksandrovna – Candidate of Philology, Associate professor of the Chair of Theory and Practice of Translation, Ural Institute for the Humanities</p>
<p>Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26. e-mail: info@uspu.ru</p>	
<p>Квят Александра Георгиевна – аспирант кафедры теоретической и прикладной лингвистики Омского государственного университета</p>	<p>Kvyat Aleksandra Georgievna – Post-graduate Student of the Chair of Theoretical and Applied Linguistics, Omsk State University.</p>
<p>Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26. akvyat@yandex.ru</p>	

<p>Креймер Лилия Анатольевна - независимый исследователь в области культурологии (Тель-Авив, Израиль), нештатный научный сотрудник Лаборатории прикладной культурологии и медиакультуры ТГУ</p>	<p>Krejmer Liliya Anatolievna – Independent Researcher on the Sphere of Culture Study (Tel-Aviv, Israel), Out-of-Staff Officer of the Laboratory of Applied Culture Study and Mediaculture.</p>
<p>Контактная информация: Reines street 10, ap. 6, Tel-Aviv, Israel, 64381. Тел. 972 3 5277883 E-mail likula@gmail.com</p>	

<p>Лазарева Элла Александровна – доктор филологических наук, профессор кафедры теории архитектуры и профессиональных коммуникаций, Уральская государственная архитектурно-художественная академия.</p>	<p>Lazareva Ella Aleksandrovna – Doctor of Philology, Professor of the Chair of Theory of Architecture and Professional Communication, Ural State Academy of Architecture and Arts.</p>
<p>Контактная информация: 620000, Екатеринбург, Толмачева, 24, к. 409. e-mail: elazareva@r66.ru</p>	

<p>Лалетина Анна Федоровна – аспирант кафедры естествознания и методики его преподавания в начальных классах Уральского государственного педагогического университета</p>	<p>Laletina Anna Feodorovna – Post-graduate Student of the Chair of Natural Science and Methods of Teaching It in Primary School, Ural State Pedagogical University</p>
<p>Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26. E-mail: annet208@rambler.ru</p>	

<p>Малюкова Дарья Сергеевна – преподаватель кафедры иностранных языков в области геологии и нефтегазового дела Национального исследовательского университета ресурсоэффективных технологий «Томский политехнический университет»</p>	<p>Maliukova Daria Sergeevna – Lecturer of the Chair of Foreign Languages in the Sphere of Geology and Oil and Gas Industry, National Research University of Resource-effective Technologies Tomsk Polytechnic University</p>
<p>Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26. E-mail: darja-1801@rambler.ru</p>	
<p>Стуликова Юлия Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики Уральского государственного педагогического университета</p>	<p>Stulikova Yulia Aleksandrovna - Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Theoretical and Applied Linguistics, Ural State Pedagogical University.</p>
<p>Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26. E-mail: juliaflip@gmail.com</p>	
<p>Надель-Червиньска Маргарита – доктор филологии, профессор Силезского университета в Катовице, Польша.</p>	<p>Nadel-Chervinska Margarita – Doctor of Philology Professor of The University of Silesia in Katowice</p>
<p>Контактная информация: Ul. Zytnia, 12. 41-205, Sosnowiec, Poland E-mail: czerwinski@ares.fils.us.sdu.pl</p>	
<p>Орлова А.П. – студент факультета русского языка и литературы Уральского государственного педагогического университета</p>	<p>Orlova A.P. Student of the Faculty of the Russian Language and Literature, Ural State Pedagogical University</p>
<p>Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26. e-mail: info@uspu.ru</p>	

<p>Попов Леонид Николаевич – кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной педагогики и психологии Социального института Российского государственного профессионально-педагогического университета</p>	<p>Popov Leonid Nikolayevich – Candidate of Pedagogy, Associate Professor of the Chair of Social Pedagogy and Psychology, Social Institute of the Russian State Professional Pedagogical University</p>
<p>Контактная информация: 620027, г. Екатеринбург, ул. Печорская, д. 6-А, кв. 2. E-mail: elvirapp@mail.ru</p>	
<p>Тарасенко Елена Олеговна – студент факультета русского языка и литературы Уральского государственного педагогического университета</p>	<p>Tarasenko Elena Olegovna - Student of the Faculty of the Russian Language and Literature, Ural State Pedagogical University</p>
<p>Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26. e-mail: info@uspu.ru</p>	
<p>Шебалов Роман Юрьевич – кандидат филологических наук, заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью Уральского государственного педагогического университета</p>	<p>Shebalov Roman Yurievich - Candidate of Philology, Head of the Chair of Advertising and PR, Ural State Pedagogical University.</p>
<p>Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26. к. 149 e-mail: info@uspu.ru</p>	
<p>Юдина Светлана Александровна – ассистент кафедры рекламы и связей с общественностью Уральского государственного педагогического университета</p>	<p>Yudina Svetlana Aleksandrovna - Assistant Lecturer of the Chair of Advertising and PR, Ural State Pedagogical University.</p>
<p>Контактная информация: 620017, Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26. к. 149 e-mail: info@uspu.ru</p>	