

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М. В. ЛОМОНОСОВА**

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**ЯЗЫК
СОЗНАНИЕ
КОММУНИКАЦИЯ**

Выпуск 36



УДК 81
ББК 81
Я410

*Печатается по постановлению
Редакционно-издательского совета
филологического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова*

Рецензент:
доктор филологических и доктор педагогических наук,
профессор *Ю.Е. Прохоров*
доктор филологических наук, профессор *Ю.А. Сорокин*

Электронные версии (.pdf) всех опубликованных выпусков доступны на
http://www.philol.msu.ru/~slavphil/books/jsk_index.html

Представляя рукопись в редколлегию, авторы тем самым выражают согласие с её безгонорарным опубликованием в сборнике "Язык, сознание, коммуникация" в печатном и/или электронном виде, включая размещение в Интернете

Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред.
Я410 В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2008. –
Вып. 36. – 124 с.
ISBN 978-5-317-02619-6

Сборник содержит статьи, рассматривающие различные проблемы коммуникации как в свете лингвокогнитивного подхода, так и в сопоставительном аспекте, а также наиболее актуальные проблемы лингводидактики. Особое внимание уделяется национальной специфике общения, проявляющейся в особенностях ассоциативных рядов, коннотативного потенциала и восприятия художественных текстов.

Сборник предназначен для филологов – студентов, преподавателей, научных сотрудников.

Выпуски 1 и 2 опубликованы в 1997 г., выпуски 3, 4, 5, 6 – в 1998 г., выпуски 7, 8, 9, 10 – в 1999 г., выпуски 11, 12, 13, 14, 15 – в 2000 г., выпуски 16, 17, 18, 19, 20 – в 2001 г., выпуски 21, 22 – в 2002 г., выпуски 23, 24, 25 – в 2003 г., выпуски 26, 27, 28 – в 2004 г., выпуски 29, 30, 31 – в 2005 г., выпуски 32, 33 – в 2006 г., выпуск 34 – в 2007 г.

УДК 81
ББК 81
Я410

ISBN 978-5-317-02619-6

© Авторы статей, 2008

СОДЕРЖАНИЕ

ЯЗЫК И ОБЩЕСТВО

- Шаховский В.И.* Интекст как языковой ключ культурного кода
(на материале писем А. Минкина Президенту)4
- Ши Ся (Китай)* История «экстремистских» слов
в русском и в китайском языке16
- Пак Сон Гу (Республика Корея)* Лексика чувственного восприятия
в языке российской и корейской рекламы23
- Филимонова Е.Н.* Ольфакторные знаки переводного произведения
(на материале переводов с корейского и китайского языков)38

ЛИНГВИСТИКА

- Изотов А.И.* Литературный чешский язык
и обиходно-разговорное койне64
- Власенко С.В.* Адаптивность русского как переводящего языка
в англо-русском коммуникативном взаимодействии
с позиций переводоведения70
- Гусева И.В.* О некоторых явлениях изоморфизма
в английском языке83

ЛИНГВОПОЭТИКА

- Горнакова Л.Ю.* Ономастикон текста
как проявление языковой личности автора
(на примере антропонимов малой прозы Леонида Добычина)89
- Изотова А.А.* Характер литературных персонажей и идиоматическая
фразеология в романе С. Моэма «На острие бритвы»96

ЛИНГВОДИДАКТИКА

- Мария Хадкова / Hadková (Чехия)* Путь к европейскому
многоязычию100
- Филиппова М.М.* Взаимосвязь языка, мышления и культуры
и преподавание иностранного языка105
- Изотов А.И.* Программа факультативных занятий по чешскому
языку. Уровни А1, А2, В1119

ЯЗЫК И ОБЩЕСТВО

Интекст как языковой ключ культурного кода (на материале писем А. Минкина Президенту)

© доктор филологических наук В.И. Шаховский, 2008

Среди различных произведений, как художественных, так и публицистических, имеются произведения, подобные работам У. Фолкнера, В. Пелевина и др., которые представляют собой смесь культурных пластов конкретного этноса и потому непонятны многим читателям. Фильмы Феллини и Тарковского также понятны не многим, но по другой причине – в силу их специфической элитарности (в старом, возвышенном, значении этого слова).

Публикации же журналиста газеты «Московский комсомолец» (далее – «МК») А. Минкина понятны всем, хотя оцениваются читателями по-разному. Это объясняется различными шкалами ценностей его читателей. Контент-анализ его публикаций показывает, что их всеобщая понятность объясняется огромной эрудицией этого автора, многослойностью его культурной памяти, искусным владением русским культурным кодом и набором ключей к нему.

А. Минкин в «МК» не только транслирует культурные таксоны (единицы) на читателей, но и индуцирует их в общественном сознании и в общественной памяти его читателей. Своими публикациями он как бы переворачивает содержание пластов культурного фонда и вытаскивает на поверхность те из них, которые созвучны современным событиям, фактам, оценкам.

Достигает он этого эффекта, благодаря феномену, получившему в лингвистике название «интертекстуальность», средством экспликации которой, среди прочих, являются интексты, которым и посвящена данная работа.

Остановимся на базовых понятиях категории интертекстуальности.

Теория интертекстуальности начала привлекать внимание лингвистов после опубликования статьи малоизвестного тогда автора Ю. Кристевой [Кристева 1967; 2007]. В отечественном языкознании значительный интерес мгновенно вызвала статья И.В. Арнольд [Арнольд 1993] об аллюзиях, ссылках, цитатах, которые повторяются из текста в текст, тем самым, связуя их в единый сверх- или гипертекст. Такая проблема могла родиться только в парадигме текстолингвистики, которую долгое время отрицали довольно крупные учёные-филологи (например, [Кривonosов 1986] и др.).

С тех пор было написано множество статей, диссертаций и монографий, как по текстолингвистике, так и по одной из её проблем – меж-

текстовой связи или интертекстуальности ([Петрова 2005; Филиппова 2008] и др.).

В таких исследованиях было установлено, что постоянно создаваемые новые тексты не могут быть «чисто» новыми, а являются вторичными (см., например, [Ионова 2006]). Они опираются на предыдущие тексты, воспроизводя, тем самым, фрагменты общенациональной когнитивной базы автора и читателя с опорой на их общие культурные знания. Эта идея находит подтверждение в следующей цитате. «В процессе интерпретации художественного произведения встаёт вопрос о межтекстовой компетенции читателей, которая основана на том, что в объёме памяти хранятся следы ранее прочитанного, приёмы литературных описаний, модели разных жанров, тропов, схемы возможных стратегий интерпретации» [Арнольд 1993: 9].

Без этих вкраплений из предыдущих текстов восприятие «новых» текстов было бы чрезвычайно затруднено или невозможно. Вкрапление в «новые» тексты элементов предыдущих текстов теперь уже неоспоримо обозначается термином интертекстуальность.

Под термином «интертекстуальность», в общем смысле, понимают взаимодействие отдельных текстов в плане их содержания и выражения ([Арнольд 1993; Гончарова 1993] и др.).

По М.М. Бахтину, всё общение человека, в том числе, и через текст, является диалогичным [Бахтин 1976]. В случае интертекстуальности эта диалогичность проявляется в межтекстовом общении через аллюзии, цитирование, сноски и т. п.

В современной теории интертекстуальности наиболее широким её толкованием является семиотическое, а именно – воспроизведение в межтекстовых связях одного и того же кода, благодаря чему эта межтекстовая связь понимается и обогащается новыми смыслами, поэтому в каждом «новом» тексте, опирающемся на предыдущий, происходит явление “semantic stretching” – как добавление новых знаний, так и их суммативное выведение. Так, В.Н. Топоров исследует текст как особую «диахроническую матрицу», сквозь которую как бы проступает другой текст [Топоров 1987: 99].

Представляет интерес конкретизирующее определение интертекстуальности Е.А. Гончаровой. По её мнению, интертекстуальность является характеристикой художественной структуры, предполагающей «незамкнутость» художественного текста по отношению, во-первых, к иным художественным системам и структурам, а, во-вторых, к читателю. Тезаурус каждого читателя тоже представляет собой определённую незамкнутую систему пресуппозиций, обуславливающих полноту восприятия читателем элементов художественной структуры в их интегральной целостности (см. [Гончарова 1993: 20-21]). Как показывает наше исследование, такая характеристика свойственна для публицистики журналиста А. Минкина.

Кроме того, при рассмотрении понятия «интертекстуальность» следует учитывать, что существует две её стороны: читательская (исследовательская) и авторская. С точки зрения читателя, как показывает в своей работе Н.А. Фатеева, интертекстуальность представляет собой установку на более углубленное понимание текста или разрешение непонимания за счёт установления многомерных связей с другими текстами (или внутри одного текста). С точки зрения этого автора, интертекстуальность – это способ порождения собственного текста и своего «Я» (см. [Фатеева 1997: 322]).

В этой связи говорят о существовании автоинтертекстуальности.

Предшествующие тексты, фрагменты которых находят своё повторение в последующих текстах, в текстолингвистике стали называть прецедентными текстами.

Проблема прецедентности, как часть теории интертекстуальности и как самостоятельная теория, также достигла высокого исследовательского уровня и обширного объёма знаний [Красных и др. 1997].

Проблема прецедентности, зародившись в парадигме текстолингвистики, тесно связала последнюю и с лингвокультурологией ([Красных 2001; Телия 2006] и др.). Лингвокультурология, в свою очередь, связала проблемы прецедентности и интертекстуальности с лингвокогнитивными исследованиями языковой картины мира и с концептологией. Это объясняется тем, что когнитивная языковая / речевая / коммуникативная / дискурсивная личность, создавая свой собственный текст, воспроизводит свои или чужие тексты сообразно своему мировоззрению, эмоциональному дейксису [Жура, Шаховский 2002] и эмоциональному интеллекту [Goleman 1997]. Тексты такого рода репрезентируют индивидуальную картину мира креативной личности.

Теперь уже никем не оспаривается коммуникативная природа текста, т. е. то, что текст является единицей коммуникации, а также то, что текст не отображает мир, а лишь его интерпретирует, в том числе, и через отсылки к предыдущим интерпретациям или их фрагментам.

Как отмечает С.Г. Филиппова, интертекстуальные включения маркируют авторскую интенцию и «составляют часть интерпретационной программы художественного текста, т.е. являются сигналами адресованности» [Филиппова 2008: 11].

Важнейшей функцией интертекстуальности, по нашему мнению, в ряду других функций (суггестивная, стилеобразующая, индуктивная, когнитивная, ассоциативно-образная, фасцинативная, прагматическая и др.), является текстообразующая.

Как известно, интертекстуальность – универсальный семиотический закон, работающий в многомерном интертекстуальном пространстве гипертекста (мегатекста).

Выше приведёнными толкованиями термина «интертекстуальность» нельзя ограничиться, в силу её многомерности. Это видно и из

того толкования интертекстуальности, которое даёт Н.В. Петрова: «под интертекстуальностью понимаются формообразующие и смыслообразующие взаимодействия различного рода дискурсов, вербальных и невербальных текстов» [Петрова 2005: 2]. Этой своей гранью интертекстуальность примыкает к дискурсивной лингвистике, что ещё раз подтверждает наш тезис о её многополярности и поднимает проблему интердискурсивной интертекстуальности.

Получается, что к тем категориям текста, которые выделяют И.Р. Гальперин [Гальперин 1981], З.Я. Тураева [Тураева 1986] и другие лингвисты, с позиций современного уровня знаний, можно безоговорочно причислить и интертекстуальность как текстовую категорию.

Для теории интертекстуальности ключевыми (знаковыми) являются такие терминопонятия как «общий культурный код», «общая когнитивная база», как для одноязычных, так и для разноязычных коммуникантов (ср., например, универсальное для всего человечества знание об Иисусе Христе и национально-специфическое о боярыне Морозовой и др.).

Общие знания вертикальны и имеют разную глубину своих когнитивно-культурных пластов. Язык осуществляет межпоколенную связь этих знаний, не только аккумулируя их, но и выстраивая знаниевую вертикаль. Именно язык является главным ключом к этим знаниям для каждого следующего поколения, который открывает кладовую знаний, хранящихся на определённом пласте истории. Межпоколенная связь этих общих знаний не должна прерываться. И при эволюционном развитии она не прерывается. А в случае революционного взрыва (ср. с культурным взрывом по Ю.М. Лотману) происходит отрыв одного поколения от предыдущих. В таких случаях обычно говорят о поколении «иванов, не помнящих родства». Нечто аналогичное наблюдается сейчас в языковом сознании и коммуникативном поведении современных российских подростков, для которых имена Чапаева, Ленина, Пушкина и др., а также события «Великая Отечественная Война», первый полёт в космос и имя Гагарина ничего не значат, т.к. у этого поколения отсутствуют общие с современным старшим поколением культурные знания, что усугубляет проблему отцов и детей в коммуникативном плане.

Базовый культурный пласт советского периода, так же как базовый культурный пласт дореволюционной России и все прочие культурные пласты, транслируются по культурной вертикали времени лишь фрагментарно. Поэтому современному журналисту, писателю, учителю и ВУЗовскому преподавателю – хранителям, носителям таксонов культуры – необходимы особый талант и коммуникативное мастерство, чтобы своими речевыми произведениями вызывать / индуцировать фрагменты базовых культурных знаний.

Интертекстуальные вкрапления в совокупности составляют общие знания определённого этноса. Эта совокупность знаний называется

когнитивной базой всех коммуникантов данной общности как аддитивный компонент универсальной когнитивной базы мирового / общечеловеческого языка. Вкрапления, входящие в последующие тексты, становятся интекстами, ключом к пониманию которых выступает культурный код.

Уже более никем не оспаривается положение о том, что язык отражает культуру и транслирует ее из одной языковой среды в другую, о том, что язык осуществляет межпоколенную лингвокультурологическую связь и что сам язык является таксоном культуры, поскольку язык и культура являются двумя семиотическими кодами (см. [Шаховский 2006: 2]).

При всём расхождении определений понятия «культура» современная наука уже не отрицает того, что культура является продуктом многовековой, многослойной деятельности, беспрестанно развивающейся и меняющей свою конфигурацию в зависимости от изменяющихся форм осознания человеком мира, которая облигаторно инкорпорирована во все языковые знаки, в том числе фразеологические (см. [Шаховский 2006: 5]).

Наиболее полным мы считаем определение, приведённое В.Н. Телия: «культура – это результат восприятия мироздания как лона собственного человеческого бытия, творимого человеком в процессе его жизнедеятельностного опыта – трудовых практик, знаний, социальных отношений, религий и фантазий» [Телия 2006: 776].

Любое словесное творчество и, прежде всего, художественное, может служить полигоном для вытягивания на поверхность содержимого культурного кода русского языка (см.: [Шаховский 2007 Б: 10]).

Все прецедентные имена, события, факты, явления хранятся в этнической или мировой культурной памяти в виде свёрнутых номинаций, например, «30 сребреников», «Павлик Морозов», «Понтий Пилат», «рыцари-псы», «Мамаево побоище», «королева-мать Виктория» и др.

Одним из наиболее ярких примеров таких кодовых ключей к всемирной культурной памяти и общечеловеческому знанию является имя Понтия Пилата. Текст-оригиналом, повествующим о нём, является Библия, в которой представлен эпизод допроса Иисуса Христа прокуратором Пилатом Понтийским.

Перед Понтием Пилатом стояла мучительная задача определить виновность / невиновность Иисуса Христа. Данный эпизод как текст, включающий в себя прецедентное событие и прецедентное имя, является интекстом во многих художественных произведениях. В отечественной литературе впервые мы встречаемся с этим эпизодом в романе «Мастер и Маргарита» М. Булгакова. Значительно позже он почти слово в слово повторяется в романе Ч. Айтматова «Плаха» и совсем недавно этот эпизод с мельчайшими подробностями воспроизводится внутри романа, посвящённого самому Понтию Пилату. Из всех известных нам

интертекстуальных вкраплений этого эпизода на фоне всего романа Алексея Меняйлова «Понтий Пилат: психоанализ не того убийства» этот эпизод представляется наиболее развёрнутым и в смысле самого события, и в смысле прецедентного имени. «Понтий Пилат» А. Меняйлова как интекст является, на наш взгляд, более обогащённым, чем библейская информация.

Это объясняется тем, что А. Меняйлов с помощью интерклюдя «Понтий Пилат» проникает за занавес внутренних механизмов, мотивов и движителя принятого им решения. Из романа А. Меняйлова мы узнаём, что такой вердикт был отнюдь не Пилата, а его супруги – Уны, которой она ему сумела незаметно внушить.

В каждом новом контексте один и тот же интекст варьирует свой исходный смысл, обогащается новыми семами из каждого нового текста. И, т.о., культурная память об этом инциденте обогащается и адаптируется к новому мировоззренческому восприятию.

Интексты транслируются в хронотопе (их смыслы либо расширяются, либо сужаются). Некоторая часть сегодняшней российской молодёжи интекст «Понтий Пилат» воспринимает как нулевое знание и как нулевой концепт. Таких интекстов, которые современная российская молодёжь воспринимает как нулевое знание, много. Без тех личностей, которые хоть как-то скрепляют разные временные и культурные пласты и в современной действительности находят им эпентезы, может произойти отторжение двух-трёх поколений друг от друга в культурном пространстве и может произойти разрыв, забвение и разрушение культурного кода. А это приводит к учащению коммуникативных неудач и даже провалов. По нашему мнению, А. Минкин исполняет роль скрепы культурных пластов разных поколений своими публикациями в «МК». И в этом мы видим терапевтическую функцию его «Писем президенту».

Само имя «Александр Минкин» уже стало прецедентным; каждое из его писем – по отношению к следующему – это прецедентный текст, а все письма образуют мегатекст А. Минкина.

По нашему мнению, этнический культурный код – это определённая совокупность знаний о культуре данной языковой общности. Эти знания существуют в свёрнутом виде, включая в себя национальный предметный код. В культурный код входят: этническая картина мира, лингвально-национальное мировоззрение, базирующееся на истории общества, его стереотипах, традициях, нравах, шкале оценок, культурных ценностях. Единицы культурного кода номинируются ментальными, языковыми или предметными знаками (архитектура, Венера Милоская и др.).

Кроме этого, культурный код – это и конгломерат систем знаний о народе, данном языке и правилах пользования им.

Культурный код имеет ядро и периферию; в силу этого не все члены конкретного культурного сообщества владеют всеми необходимыми

знаниями – ключами к ядру культурного кода, не все могут добраться до его ядра (как в случае с творчеством Феллини и Тарковского, Фолкнера и Пелевина).

Определение культурного кода дать сложно, как и определение самой культуры, поэтому возможна только его дескрипция, более или менее полно освещающая содержание данного неопредельного понятия.

Базовые культурные знания систематизируются, структурируются, получают кодовое обозначение через так называемые единицы культурного кода, которые могут быть не только вербальными (словными, в виде имён собственных, имён нарицательных, фразеологизмов, паремий, цитат, афоризмов и т.п.), но и невербальными (предметными – природными и артефактными), а также ментальными (стереотипы, нравы, обычаи, традиции, обряды, ритуалы, ценностные ориентации, оценочные стандарты, типические представления, культурные сценарии и др.). Конгломерат всех культурных единиц определённой языковой общности формирует её культурный код. В культурном пространстве любого этноса существует свой собственный культурный код.

В современной теоретической литературе этой проблеме больше всех внимания посвятили В.Н. Телия, В.В. Красных, Д.Б. Гудков.

Под культурным кодом большинство лингвистов понимают «сетку», которую культура «набрасывает» на окружающий мир, членит, категоризирует, структурирует и оценивает его (см., например [Красных 2002: 232]). Таким образом, в каждом этносе существует своё культурное пространство, которое включает культурные таксоны, имеющие вербальное обозначение. Эти обозначения выступают в роли единиц кода и ключей к нему. С помощью этих ключей, через единицы культуры, коммуниканты развёртывают тексты, закодированные в этих единицах культуры. Этими текстами могут быть события, факты и древнейшие культурные архетипические представления человека данной культурной общности. К кодовым единицам, кроме выше перечисленных, относятся: символы, мифемы, мифологемы, культурные сценарии, эталоны, концепты.

У лингвокультурологов уже не вызывает сомнения, что кодирование культурного пространства посредством символов человек начинает с самого себя. Совокупность культурных кодов (соматический, пространственный, временной, предметный, биоморфный, зооморфный, природно-ландшафтный, духовный и др.) и составляет внутри этноса его культурное пространство.

Единицы культурного кода обладают культурными смыслами, значениями, коннотациями и ассоциациями, соотносящимися с определёнными культурными референтами.

Т.о., сама культура может быть представлена как совокупность различных кодов (например – духовный, соматический и др.).

Д.Б. Гудков определяет соотношение между языковым и культурным кодами как между первичным и вторичным; считает оба кода семиологическими [Гудков 2004].

Культурно значимая информация может быть представлена как в денотативной, так и в коннотативной части слова, что позволяет креативному автору, каким является журналист А. Минкин, играть импликациями и вызывать ассоциативные смыслы, прецедентные события, факты и имена, даже через намёки, а не через прямые / косвенные номинации. Например, Гулливер и лилипуты – это таксоны британской культуры, вошедшие в общекультурный фонд мирового сообщества, символизирующие антитезу огромного (великого) и маленького (ничтожного), могут быть употреблены для преувеличения или преуменьшения размеров значимости какого-либо человека.

Выше рассмотренные теоретические положения об интертекстуальности, когнитивной базе знаний, культурном коде национального культурного пространства и единицах культурного кода нам были необходимы для того, чтобы, рассматривая творчество журналиста А. Минкина, показать на конкретных примерах таксонов русской культуры их тексто- и смыслообразующую роль / функцию. Напомним, что целью данной статьи является попытка вскрыть механизмы индуцирования у читателя публикаций А. Минкина соответствующих знаний, оценок и эмоциональных чувствований через специальные журналистские приёмы. К этим приёмам мы относим закавыченное и раскавыченное цитирование и сопоставление схожих событий старины и современности.

В частности, нас интересуют количественность классических произведений, прямое и косвенное цитирование конкретных классиков и персонажей современной власти в связи с известными на всю страну событиями и фактами, важными для жизни страны и её международного имиджа.

Главным методом нашего исследования было установление референций между такими событиями и фактами, чтобы через единицы общего для автора и его читателя культурного кода эксплицировать оценочные проекции автора.

Нами проанализировано около 100 писем А. Минкина президенту. Рассмотрим, например, какие культурные таксоны есть в письме «Разрушение веры. Телепередача пасхального яйца» и через какие языковые единицы автор указал читателю на эти таксоны.

Так, стихотворение Г. Державина «Властителям и судиям», использованное в письме в качестве одного из интекстов, т.е. в качестве одной из единиц культурного кода России, позволяет А. Минкину воспользоваться им как ключом к современной культуре и как через увеличительное стекло посмотреть на современные взаимоотношения государства и церкви в России. В этом письме А. Минкин через поэму Державина

напоминает: *Восстал всевышний бог, да судит / земных богов во сонме их...*

Кроме этого стихотворения, в этом письме используются следующие единицы культурного кода: библеизмы (*Не хлебом единым будет жив человек, но всяким словом Божиим, Христос воскрес!*, *крестный ход*, *пасхальное яйцо* и др.); единицы современного кода «культуры» (*террор*, *взбудораженные гормоны*, *ящик* и др.); единицы общекультурного кода (*рыцари круглого стола*, *всемирный потоп*, *Содом и Гоморра* и др.).

Таким образом, конвергенция единиц культурных кодов, используемых А. Минкиным в данном письме, состоит из прототипических российских, современных российских, а также общекультурных единиц.

Антитеза прототипических и современных российских культурных единиц на фоне единиц общекультурного кода интенсифицирует и расцветчивает смыслы ключевого слова данной статьи А. Минкина – *душа*, которое в различных сочетаниях и в различных формах деривации употребляется здесь более 20 раз. И это неспроста, так как в другом своём письме – «Русская душа» – А. Минкин пишет, что у других народов есть характер, а у русских кроме характера есть ещё и душа. И эта душа, по нашему мнению, подвергается эрозии новыми культурными единицами российской действительности.

Все использованные А. Минкиным в данной статье интексты как ключ к культурному коду прошлого страны говорят об озабоченности А. Минкина-гражданина о душе России. Этой же озабоченностью проникается и читатель.

В своих письмах этот журналист использует свой литературный багаж как ключ к русской душе и душе президента, читателей «Московского Комсомольца», как проекции своих оценок на события, факты и их участников и как средство индуцирования эмоциональных чувствований.

Среди наиболее частотных интекстов А. Минкиным используются заковыченные цитаты из художественных произведений (поэзия, проза, фольклор – анекдоты, частушки, сказки, детские песенки). Все они по своей функции являются аллюзивными намёками, довольно-таки прямыми, на параллели с современными событиями его писем.

Подчеркнём, что нас интересуют лингвистические способности журналиста: его лингво-стилистический, лингво-когнитивный и культурный багаж, методика его оперирования этим багажом в коммуникативных целях. Прежде всего, то, как он использует интексты в качестве ключей к единицам культурного кода своего читателя. Эта методика заключается в том, что, используя эти ключи, он оживляет определённые культурные знания в языковом сознании читателя, соотносит их с современной культурой и с их помощью скрепляет разъединённое сознание читателей в единое культурное сознание, которое позволяет более

глубоко осмыслить современные события, факты, явления. Таков, в первом приближении, механизм применения А. Минкиным языковых ключей к культурному коду.

Как известно, всё познаётся в сравнении. И в этом смысле, литературный интекст выступает фоновым слайдом для рассматриваемого А. Минкиным события в жизни российского социума.

В письмах президенту А. Минкиным делаются ссылки, реминисценции, цитации на различных классиков. Наиболее частотна А. Минкин цитирует А.С. Пушкина. По нашему мнению, А. Минкина неосознанно тянет к творчеству А.С. Пушкина – не только потому, что тот был Солнцем русской поэзии, а потому, что их многое роднит друг с другом, что особенно заметно из письма, в котором цитируется «Памятник» и другие произведения А.С. Пушкина (входят в школьную программу): *Всё моё!*» - *сказало злато...*, *Властитель слабый и лукавый...* («Разрушение веры. Телепередача пасхального яйца»).

Данные аллюзии выполняют не только экспрессивно-образную, но и ассоциативно-образную функцию, вызывающую у читателей противоречивую оценку того, о чём пишет А. Минкин.

Почему классики в письмах А. Минкина закавычены? Потому что автор этим своим стиливым жестом устанавливает референцию между прецедентным и современным событиями и, тем самым, прямо напоминает о них адресату. С другой стороны, использование прецедентных имён классиков выполняет функцию культурного слайда прошлого, наложенного на современную культуру. Это наложение высвечивает неприглядную картину современной российской культуры. И такое использование слайдов прошлого является стилистическим приёмом журналиста А. Минкина, повышающим экспрессию и образность его замысла в этих письмах.

Квантитативный анализ прецедентных имён и аллюзий (123) и цитаций (34) классиков показал, что чаще всех А. Минкин упоминает и цитирует А.С. Пушкина.

Всего А. Минкиным 123 раза упоминается 39 авторов в 94 письмах.

Приведём результаты анализа: Лермонтов:2-0¹, Жуковский: 1-0, Свифт: 0-1, Пушкин: 15-10, Окуджава: 2-2, Есенин: 13-2, Толстой Л.: 2-0, Сент-Экзюпери: 1-0, Гагарин-Михайловский: 1-0, Маршак: 1-0, Метерлинк: 1-0, Гомер: 2-0, Гораций: 1-0, Достоевский: 10-2, Шекспир: 2-0, Фолкнер: 3-3, Рабле: 1-0, Гёте: 1-0, Державин: 2-2, Толстой А.: 1-1, Брэдбери: 2-1, Блок: 1-0, Ахматова: 1-0, Мандельштам: 1-0, Пастернак: 1-0, Бродский: 1-0, Высоцкий: 1-1, Цветаева: 1-0, Рамю: 2-2, Фриш: 1-1, Ружемон: 1-1, Салтыков-Щедрин: 3-1, Некрасов: 1-1, Крылов: 1-1, Дю-

¹ В приводимых цифрах первая обозначает аллюзии, т. е. количество упоминаний фамилий классиков или их произведений, а вторая – количество цитат из их произведений.

ма: 1-1, Перро: 1-1, Гоголь: 4-1, Чехов: 5-2, Маяковский: 1-1, Лесков: 1-0.

Приведённые выше рассуждения и результаты количественного анализа писем А. Минкина свидетельствуют об особой силе притяжения между Александром Минкиным и Александром Пушкиным. Это, по нашему мнению, объясняется их душевной близостью, непреходящей актуальностью мыслей А. Пушкина, шкалой его ценностей и сопряжённостью их с А. Минкиным картин мира, хотя их разделяют века.

Каждое упоминание имён классиков в виде цитирования, аллюзии (в том числе, и в виде намёков), которые в данной статье не рассматривались, как и многие другие приёмы А. Минкина, старающегося вызвать у читателя определённые ассоциации, реакции и оценки, является языковым ключом к кладовой культурной памяти читателя, а, другой стороны, свидетельствует об огромном содержании такой кладовой у самого автора и его огромном эмоциональном интеллекте, поскольку все эти ключи эмоциональны сами по себе, и с их помощью журналист своими эмоциями моделирует эмоции адресата [Шаховский А 2007].

Получается это у него или нет – зависит от адресата. Одна и та же эмоция (например, возмущение) у разных адресатов может быть разновекторной и даже противоположной.

Все использованные А. Минкиным единицы культурного кода маркированы эмотивностью, эмоциональны и эмоциогенны. Межтекстовая компетенция читателя – это один из ключей декодирования смысла текста и единиц культурного кода, содержащегося в нём. Контекст и текст его писем декодируют эти единицы культурного кода, т. е. интексты. Эти письма являются эмоциональным стимулом для читателей, которые не безразличны ни к событиям, которые освещает А. Минкин, ни к тем средствам, которые он использует, чтобы возбудить сопутствующие эмоции у читателей. Особое место среди этих средств занимает интертекстуальность, которая реализует эмотивную функцию текста его писем.

Л и т е р а т у р а

- Арнольд 1993 – *Арнольд И.В.* Читательское восприятие интертекстуальности и герменевтика // *Интертекстуальные связи в художественном тексте.* СПб., 1993. С. 4-12.
- Бахтин 1976 – *Бахтин М.М.* Проблема текста // *Вопросы литературы.* 1976, № 10. С. 122-131.
- Гальперин 1981 – *Гальперин И.Р.* Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981.
- Гончарова 1993 – *Гончарова Е.А.* К вопросу об изучении категории «автор» через проблемы интертекстуальности // *Интертекстуальные связи в художественном тексте.* СПб., 1993. С. 20-28.
- Гудков 2004 – *Гудков Д.Б.* Единицы кодов культуры: проблемы семантики // *Язык, сознание, коммуникация: сб. статей.* Вып. 26. М., 2004. С. 39-50.

- Жура, Шаховский 2002 – Жура В.В., Шаховский В.И. Дейксис в сфере эмоциональной речевой деятельности // Вопросы языкознания. 2002, № 5.
- Ионова 2006 – Ионова С.В. Аппроксимация содержания вторичных текстов: Дисс. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2006.
- Красных 1998 – Красных В.В. Виртуальная реальность или реальность виртуальная. М., 1998.
- Красных 2002 – Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. М., 2002.
- Красных 2003 – Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность. М., 2003.
- Красных и др. 1997 – Красных В.В.; Гудков Д.Б., Захаренко И.В., Багаева Д.В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации // Вестник Московского университета. Сер. Филология. 1997, № 3. С. 62-74.
- Кристева 2007 – Кристева Ю. Избранные труды: разрушение поэтики. М., 2007.
- Минкин 2007 – Минкин А.В. Письма президенту. М., 2007.
- Минкин 2008 – Минкин А.В. Письма президенту. 2-е изд., доп. М., 2008.
- Петрова 2005 – Петрова Н.В. Интертекстуальность как общий механизм текстобразования (на материале англо-американских коротких рассказов): Автореф. Дисс. ... д-ра филол. наук Волгоград, 2005.
- Телия 2006 – Телия В.Н. (Отв. ред.) Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий. М., 2006.
- Топоров 1987 – Топоров В.Н. Заметки по реконструкции текстов // Исследования по структуре текстов. М., 1987. С. 99-130.
- Тураева 1986 – Тураева З.Я. Лингвистика текста. М., 1986.
- Фатеева 1997 – Фатеева Н.А. Интертекстуальность и её функции в художественном дискурсе // Функциональная семантика языка, семантика знаковых систем и метода их изучения. Материалы методологической конференции. Ч. 2. М., 1997. С. 321-323.
- Филиппова 2008 – Филиппова С.Г. Интертекстуальность как средство объективации картины мира автора: Дисс. ... канд. филол. наук. СПб., 2008.
- Шаховский 2006 – Шаховский В.И. Категориальная эмоциональная ситуация в свете теории и семиотики // Речевая деятельность. Языковое сознание. Общающиеся личности: XV Межд. симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. Тезисы докладов. Москва, 30 мая – 2 июня 2006 г. М.-Калуга, 2006. С. 347-348.
- Шаховский 2007А – Шаховский В.И. Эмоциональные валентности журналиста А. Минкина. Коммуникативный стиль и тональность писем к президенту // Политический дискурс в России–10: Материалы X юбилейного всероссийского семинара. / Под ред. В.Н. Базылева. М., 2007. С. 287-299.
- Шаховский 2007Б – Шаховский В.И. Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий // Журнал польской академии наук Stylistyka: style and time, № 16. 2007. С. 649-658.
- Cristeva 1967 – Cristeva J. Bakhtin, le mod, le dialogue, et le roman // Critique. Paris, 1967, № 23. P. 438-465.
- Goleman 1997 – Goleman D. The Emotional Intelligence. Books, 1997.

История «экстремистских» слов в русском и в китайском языке

© Ши Ся (Китай), 2007

Русский и китайский язык имеют два общих слова китайского происхождения, которые метафорически используются для отрицательной характеристики лиц – хунхузы и хунвэйбин. История и современность этих слов весьма интересна.

Ю. Уфимцев в статье «Китайские слова в русском языке: есть и такие!» [Уфимцев 2006] рассматривает динамику изменений в процессе возникновения и исчезновения китайских слов на примере слова *хунхузы*, зафиксированного в «Кратком словаре иностранных слов» (М., 1952). «Хунхузы (кит.) – в прошлом вооруженные отряды бандитов, грабителей в Маньчжурии и Северном Китае, использовались различными империалистами в своих гнусных целях». ¹ В «Словаре русского языка» Ожегова 1973 года выпуска слово «хунхузы» отсутствует, как и в «Словаре иностранных слов» 1984 года. Но в последнем появляется слово «*хунвэйбины* - молодежные отряды, сформированные в Китае в 1966 году в начале так называемой культурной революции группой Мао Цзедун для расправы с негодными ей лицами, разгрома ранее созданных партийных государственных и общественных организаций». ²

Ю. Уфимцев излагает историю этих слов следующим образом: «Хунхузы (от китайского - hong huzi - красная борода) до 30-х годов терроризировали население Дальнего Востока и были постоянным раздражителем на подобию современных террористов. Являясь социальным раздражителем, частью социальной жизни общества того времени, они имели свое место и в языке. Но со временем хунхузничество было искоренено, и с его исчезновением ушло из словарей и само слово, обозначавшее специфическое социальное явление определенного периода <...> Впоследствии появившееся в Китае движение хунвэйбинов нашло свое отражение и в русском языке, – где в связи с антикитайской пропагандой активно использовалось как негативное определение. Однако в связи с изменением политической обстановки как в КНР, так и в России слово это также исчезло из русского лексикона и словарей» [Уфимцев 2006].

С последним утверждением позволим себе не согласиться. Данные Интернета указывают на активность метафорического использования

¹ Краткий словарь иностранных слов М.: «ГИИНС», 1952 с.437

² Словарь иностранных слов М.: «Русский язык», 1984 с.552

номинации «хунвэйбин» (или «хунвейбин»)³ в современной российской общественно-политической полемике. Так книга журналиста Дмитрия Жвани «Путь хунвейбина» не имеет никакого отношения к событиям в Китае, это, как гласит подзаголовок, – «Хроники последней русской революции». С другой стороны, движение «Единение» на своем сайте призывает выяснить: «Кто, как и для чего готовит хунвейбинов в России». И, наконец, ник Хунвейбин довольно популярен на форумах самой разной направленности.

Таким образом, политический опыт Китая вполне жив в сознании россиян и граждан бывшего СНГ, интересующихся политикой. Об этом свидетельствуют высказывания, подобные следующему на сайте <http://www.comunist.ru>:

Вспомните хотя бы опыт Китая. Когда возникла реальная угроза "бюрократической контрреволюции", Мао спокойно провел "революцию сверху", опираясь на учащуюся молодежь. Лукашенко, кажется, тоже на всякий случай готовит себе "хунвейбинов" в лице нового издания комсомола.

Резко отрицательная оценочность номинации хунвейбин в общественно-политической дискуссии, осознаваемая теми, кто эту номинацию употребляет, очевидна в следующем фрагменте интервью:

– Вы просчитывали ситуацию по основным соперникам?

– Конечно. Зампред Законодательного собрания Дикин, депутат Госдумы Булавинов и мэр Лебедев, действующий мэр, которого все хотят заменить, плюс два хунвейбина.

– Этим словом, насколько я знаю, вы обозначаете тех, кто пользуется поддержкой полпреда президента Сергея Кириенко.

– Совершенно верно, он и есть главный хунвейбин. Бегаёт с китайской саблей. Конечно, он хотел бы, чтобы я его называл самураем или ниндзя. Но его прошлое четко коррелирует со словом «хунвейбин».

<http://www.gzt.ru/politics/2002/07/04/185837.html>

Отрицательная номинация хунвэйбин контрастирует с также заимствованными наименованиями лица самурай и ниндзя, которым говорящий, отражая реальность русского языкового сознания, приписывает положительную оценочность. Для русского самурай – смелый, гордый, благородный воин, идущий в бою до конца.⁴ Для китайца – совсем на-

³ По нашему наблюдению слово «хунвэйбин» в русских словарях пишется через «э», тогда как в Интернете чаще через «е» – «хунвейбин».

⁴Так было не всегда. В статье Ю.С. Костылева «Образ японца в советской массовой печати» рассказывается о возникновении отрицательной номинации японцев – самурай – в русском политическом дискурсе 1930-х годов: «В конце 1930-х гг. появляется ранее не использовавшаяся лексема самурай. <...> Наиболее частотной лексемой, характеризующей японца в этот период, становится лексема самурай и ее производные: "Прочитать самураев. Не быть грязной самурайской ногой на священной советской земле" ("Бои у Хасана");

оборот. Мы, в китайском языке, используем слово *самурай* с отрицательной оценочностью. Самурай для нас – это тот, кто не брезгает никакими средствами, чтобы добиться своей цели, самурайство – ненормально. Услышав от русского коллеги характеристику кого-то как *самурая*, китаец поймет ее как характеристику негативную. Разумеется, корни нашего неприятия самурайства лежат в истории отношений Японии и Китая. Факт состоит в том, что носитель китайского языка, читая приведенный фрагмент интервью, не воспримет номинацию *самурай* как позитивную альтернативу наименованию *хунвейбин*.

Рассмотрим еще один пример. Статья «Независимой газеты» от 28.02.2005, посвященная съезду движения «Наши», называется «Наши хунвейбины». Окончание этой статьи ярко свидетельствует о том, что слово *хунвейбин* употребляется ее автором, как и большинством журналистов, прибегающих к нему, исключительно как отрицательный политический ярлык, без всякого проникновения в его суть. Журналисту потребовалось «красное словцо» для названия публикации, и он выбрал слово, благодаря которому у российского читателя должна возникнуть яркая ассоциация, не обращая внимание на то, что как раз хунвейбинам обшуждаемое молодежное движение противопоставляется:

Эксперт по молодежным движениям, содиректор Центра новой социологии и изучения практической политики «Феникс» Александр Тарасов не исключил, что *«Наши» могут раскрутиться «за счет повышенного радикализма и попытки обкатать на себе новую идеологию, которую власть пытается выработать после Беслана»*. В разговоре с корреспондентом «НГ» политолог предположил, что *«они постараются более четко разыграть эту карту – правую, имперскую идеологию, основанную на поиске внешнего врага»*. Из слов Тарасова следует, что будущее «Наших» видно по первым шагам: *«Если их предшественники печально прославились контактами со скинхе-*

"Пусть знают гнусные японские самураи..." ("Правда" 4.08.38). При использовании этой лексемы актуализируются национальная и социальная составляющие образа врага. Самурай - представитель привилегированной части общества (ср. в ТСУ: Самурай. Член привилегированной военной касты Японии (истор.). Следует заметить, что использование лексемы *самурай* является более удачным с пропагандистской точки зрения, поскольку она актуализирует не только указанные элементы образа, но и подчеркивает - через принадлежность его к "военной касте" - его природную агрессивность и опасность. <...> В текстах классовая принадлежность самурая отходит на задний план, во всяком случае, образ японца не раздваивается по социальному признаку, как мы видели это ранее в образах поляка и финна. Так что, учитывая и классовую составляющую образа японца, названного *самураем*, следует признать, что ведущими здесь являются элементы, отражающие национальную принадлежность и агрессивную сущность противника. При этом интересным кажется то, что такое - связывающее ее с событиями у Хасана - значение лексемы *самурай* указывается в ТСУ (Самурай // преимущ. мн. Название, данное советским народом японской военщине, осуществляющей политику империалистических захватов (нов. презр.).». [Костылев 2007: 42]

дами, которых они пытались использовать в качестве кулачной силы, то здесь они бьют сами». Выбранное новым движением название «имеет историческую отсылку к имперско-патриотическому движению Невзорова «Наши», – уверен политолог. – Уже видно, что это следующий шаг в сторону таких классических образцов, как ранние молодежные организации в историческом раннем фашизме». Он сравнивает «нашистов» с отрядами «Ардити» – движением фронтовиков при Муссолини, молодыми «фалангистами» франкистской Испании и молодежными союзами при военных диктатурах Южной Кореи. Аналогий с хунвейбинами Тарасов пока не проводит, поскольку они создавались под конкретную задачу – бороться с противниками Мао Цзэдуна внутри китайской Компартии. «Им надо было сделать так, чтобы у Мао в принципе не было никаких соперников ни по какому пункту и чтобы не было никакой линии аппарата, которая могла бы ориентироваться не на Мао, а на кого-то другого», – поясняет он.

К статье прилагается справка «Из досье «НГ», объясняющая слово *хунвейбин*⁵, но несмотря на это объяснение, очевидно, что для тех носителей русского языка, в основном среднего поколения, которые знают и употребляют это слово, оно является семантически ослабленным. О том, что восприятие слова *хунвейбин* у среднего носителя русского языка содержит не более двух смысловых компонентов из четырех возможных (*революция / молодежь / экстремисты / ангажированные правительства*), свидетельствуют как приведенные выдержки из СМИ, так и следующая цитата из дискуссии по поводу событий вокруг Бронзового солдата в Эстонии на форуме <http://forum.globalrus.ru>: *Хунвейбин – это тот, который громит. Если не громит – то не хунвейбин...* Вообще, использование номинации *хунвейбины* в связи с событиями в Эстонии в Интернет-дискуссиях было крайне активно. Разу-

⁵ «Красная гвардия председателя Мао» – так называли себя школьники и студенты, принявшие активное участие в начавшейся в 1965 году «культурной революции» в Китае. Перевод термина (*хунвейбин* – «красногвардеец») позволяет понять, на каких примерах воспитывалась тогда китайская молодежь. Мао Цзэдун и его сторонники призвали молодежь бороться с «людьми, находящимися у власти и идущими по капиталистическому пути». Таковых оказалось много: от соперников председателя в высшем руководстве Компартии Китая до широких кругов руководителей и профессуры вузов и школьных учителей. Формой борьбы стали массовые «митинги критики», на которых хунвейбины издевались над своими жертвами, избивали их. Отряды хунвейбинов действовали практически во всех государственных учреждениях, научных и учебных организациях. Хунвейбины выполнили возложенную на них миссию и были распущены в 1969 году. Позднее, после смерти Мао Цзэдуна и устранения от власти группировки сторонников его жены Цзян Цин, многие главы группировок хунвейбинов были преданы суду за совершенные ими преступления. Молодежь, участвовавшую в этом движении и в результате недоучившуюся, ныне в Китае называют «потерянным поколением».

меется, резко активизировалось «забытое» слово *хунвейбин* и в русском языке Украины во время и после «оранжевой революции»:

Единственным правильным вариантом, на наш взгляд, является вариант убеждения всех появляющихся в ваших городах галицийских хунвейбинов в их неправоте. А появятся они обязательно <http://www.ari.ru>;

Я бы не хотел, чтобы сегодня Николай Томенко превратился в хунвейбина, а Оксана Билозир - в помаранчевого кхмера www.obkom.net.ua

Таким образом, можно констатировать, что китаизм *хунэйбин(ы)* продолжает свою жизнь в русском языке, закрепившись за общественно-политической речевой сферой. Он «просыпается», когда возникает повод для его метафорического употребления в целях номинации молодежного движения или политического деятеля и его «группы поддержки». Это слово употребляется для отрицательной характеристики какого-либо движения или деятеля как экстремистского так и ангажированного правительством. В современном китайском языке это слово функционирует как историзм, его нельзя использовать в общественно-политической дискуссии для метафорической отрицательной характеристики оппонента. Об этом следует помнить переводчикам, бизнесменам и другим носителям русского языка, работающим с китайцами.

Иная история у слова *хунхузы*, действительно исчезнувшего из современного русского языка. Но мы опять же готовы дискутировать с точкой зрения российского исследователя и данными словарей, им приведенными.

Первоначальное значение в слова «хузы» (胡子) – это «борода». Люди начали употреблять это слово в значение «разбойники» во времена династии Мин (с 1368 по 1644 гг.), когда северные национальные меньшинства уже назывались людьми «ху»⁶. Слово «ху» возникло еще раньше, в эпоху первой императорской династии Цинь (221 до н. э. — 206 до н. э.), так как в известной книге этого времени «Анналы шести стран» написано: «<...> на севере строили великую стену, чтобы защищать себя от нашествия людей «ху»». К северным национальным меньшинствам принадлежали кочевники гунны, тюрки и другие нации.

Во время правления династии «Мин» грабежи со стороны «ху» усилились и стали одним из самых страшных бедствий народа. Люди называли этих разбойников «хузы». Другая версия гласит: когда разбойники совершали грабежи, на их лицах были надеты красные маски, чтобы их не могли узнавать. Третья версия утверждает: с севера совершали набеги волосатые русские бандиты, они часто грабили, убивали людей, жгли

⁶ См. сборник исторических дневников Сюй Кэ «Цин бай лэй чао. Разбойники. Хузы.». издательство «Шан У». Шанхай, 1916.

их дома около границы, китайцы ненавидели и боялись русских, они называли их «хунхузы». «Хун» по-китайски – это красный цвет. У русских волосы светлые, рыжеватые. А у большинства русских мужчин тогда были большие бороды. Русские выглядели в глазах китайцев очень страшно. Со временем за русскими разбойниками закрепилось прозвище «хунхузы». Заметим, что китайцы до сих пор называют русских «маозы» («волосатые») с такой же пренебрежительной окраской⁷, как русские называют китайцев «узкоглазыми». Следует учесть, что мы сознаем, что это наименование (*маозы*) грубое, «некрасивое», тем не менее оно употребляется шире, чем *узкоглазый* в русском языке. Последнее слово образованный культурный русский не употребит, тогда как *маозы* между собой используют все китайцы.

Как уже говорилось выше, в китайских словарях, как и в русских, «хунхузы» определяются как «участники вооруженных банд, действовавшие в Маньчжурии с середины 19 в. до победы революции в Китае (1949)». Кроме того, в китайских словарях есть еще дополнительная информация: «русские преступники, которых сослали на Дальний Восток, часто бежали через китайскую границу, соединялись с местными бандитами и совершали грабежи. На морозе цвет лица русского человека обычно розовый или красный, поэтому все бандиты (и китайские, и русские) получили прозвище «хунхузы» или просто «хузы»».

Местный чиновник, живший во времена последней китайской династии Цин (1644-1911) – У Чао – в своих дневниках «Куань чэн суй би» («Очерк о жизни города «Куань чэн»») написал: «Северные конные бандиты называются «хунхузы». Когда появилось это название неизвестно. Одни говорят, что северные разбойники пользовались самодельными ружьями, сверху которые были украшены красными помпонами с бахромой. Когда они стреляли, то убирали красный помпон, держа его во рту. Людям издалека эта красная бахрома казалась как красной бородой. Другие считают, что когда бандиты грабили, они специально красили свои бороды в красный цвет, и поэтому получилось это название. Красная маска – красная борода – «люди с красной бородой», – *хунхузы*. Третьи полагают, что это были русские преступники с Дальнего Востока, которые грабили население вместе с местными бандитами. Люди называли их «красными бородами». Какая версия настоящая, никто не знает. Сегодня название «хунхузы» вообще обозначает северные разбойники».

Итак, слово «хунхузы» умерло в русском языке, а в китайском оно продолжает жить, развив дополнительные значения: хулиган, бандит,

⁷ Древние китайцы долго считали себя самой цивилизованной нацией. Странная внешность русского (человек с зелеными глазами, большим носом, рыжими, обильными волосами и красным лицом) напугала китайцев. Китайцы считали их дикими людьми, которые бегают по полям, гоняют за животными и едят сырые мяса.

экстремист, варвар. Слово «хунвэйбин» умерло в китайском языке из желания вычеркнуть эту печальную страницу из китайской истории. А может быть потому, что велика законопослужность китайского народа, которому советуют сверху забыть эту историю и это слово. В русском же языке слово «хунвэйбин» продолжает жить, обрастая дополнительными значениями – (не просто китайский «красногвардеец») хулиган, политически ангажированный экстремист, радикал и под. – и негативной оценочной окраской.

Проведенное нами сопоставление двух имен в русском и китайском языке позволяет не только сравнить историю и сегодняшний день данных конкретных слов, но и обнаружить общую механику именования соседей у наших народов. Важность подобных сопоставлений словарных данных в двух языках и анализ реального употребления номинаций состоит в том, что представители любого народа, находясь в кругу своего языка, принимают его интерпретацию мира как данное и редко задумываются о том, что возможны другие интерпретации⁸. Мы убеждены, что обмен межъязыковой и межкультурной информацией между Россией и Китаем приведет к лучшему взаимопониманию между народами двух стран.

Л и т е р а т у р а

1. Китайско-русский словарь «Shangwu yinshuguan». Beijing, 1992.
2. *Костылева Ю.С.* Образ японца в советской массовой печати // Политическая лингвистика. Выпуск (1)21. Екатеринбург, 2007.
3. *Крысин Л. П.* Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык конца XX века. М., 1996.
4. *Ожегов С.И.* Словарь русского языка. М.: Советская энциклопедия, 1973.
5. *Осокин Г.М.* Московия на Востоке. М.: ДИ Танаис, 1996.
6. Словарь иностранных слов. М.: Русский язык, 1984.
7. *Сюй Кэ.* Сборник исторических дневников «Цин бай лэй чао. Разбойники. Хузы». Шанхай: Издательство «Шан У», 1916.
8. Толковый словарь русского языка. В 4 томах / Под ред. проф. *Д. Н. Ушакова*. М., 1935-1940.
9. *Уфимцев Ю. С.* Китайские слова в русском языке есть и такие! 2006
10. *Фасмер М.* Этимологический словарь русского языка. В 4 томах. М.: Прогресс», 1986-1987.
11. *У Чао.* «Куань чэн суй би» Цзи Линь, 1912.

⁸ Так, мне, филологу, долгое время проработавшему в СНГ, не было известно, что русские знают и используют слово *хунвейбин*, пока я не занялась им в процессе работы над диссертацией.

Лексика чувственного восприятия в языке российской и корейской рекламы

© кандидат филологических наук Пак Сон Гу (Республика Корея), 2008

Человеку доступны пять чувств, в зависимости от которых он живет и действует по тому или иному алгоритму. Любой из феноменов окружающего мира сначала воспринимается им органами чувств (он его видит, слышит, ощущает), затем его логически осмысливает, после чего происходит его категоризация. От анализа состояния этих пяти параметров зависит судьба человека и судьба окружающих его предметов. Эти пять чувств заставляют его принимать различные повседневные решения, делать покупки, выбирать те или иные услуги.

Известно, что телереклама сегодня стала частью массовой культуры: объектом воздействия рекламы является многомиллионная аудитория потенциальных потребителей товаров. Рекламный дискурс давно стал частью нашей жизни. Тексты рекламы, по мнению Е.Е. Анисимовой, как «одно из важнейших средств массовой коммуникации, наиболее однозначно, хотя часто и примитивно передают стереотипные представления, шкалу ценностей той или иной нации» [Анисимова 2000: 7].

В данной статье мы рассмотрим тексты российской и корейской телевизионной рекламы, в которых содержатся слова, обозначающие человеческие ощущения разных модальностей и могущие вызывать у людей соответствующие ощущения, т.е. оказывать на них определенное воздействие. Метафора является наиболее удобным и экономичным средством формирования необходимого эмоционального отклика у потребителя. Для исследования нами были также отобраны метафоры, относящиеся к восприятию окружающего мира с помощью пяти внешних органов чувств: зрения, слуха, осязания, обоняния и вкуса и широко используемые в языке рекламы двух стран.

Семантическое поле ощущений – одно из самых обширных в русском и корейском языках. Вероятно, это объясняется тем, что субъективный опыт человека основывается на информации, полученной при помощи пяти сенсорных систем.

Значимые, с точки зрения носителя сознания, «слепки с реальной жизни», в том числе зрительные, слуховые, осязательные, вкусовые и обонятельные образы, воплощаясь в языке, становятся достоянием не только отдельного человека, но и национальной культуры. В подтверждение сказанного приведем некоторые факты, которые говорят о различной интерпретации ощущений языковым сознанием в разных куль-

турах (в нашем случае корейской и русской). Различия обусловлены особенностями национального склада мышления, отличиями природной среды и самобытностью материальной культуры и, как следствие, неодинаковым выбором наиболее типичных прототипов того или иного концепта. Так, для русского человека белый цвет – символ чистоты, для корейцев этот цвет амбивалентен, он может означать как чистоту, незапятнанность (свадебное платье корейки традиционно белое), так и являться знаком смерти (недаром траурные одежды в Корее белого цвета). Красный цвет в Корее соотносится с королевской властью: одежды императора и его приближенных в эпоху феодального государства Корё были красного цвета, сейчас это цвет надежды, мечты и победы (см. И.С. <http://blog.naver.com...>), в России он, скорее всего, амбивалентен: это и синоним всего лучшего, красивого, почетного (например, *красное солнышко*, *красна девица*, *красный угол*, *Красная площадь*) и олицетворение зла (*красный террор*).

У каждого народа существуют свои эталоны, национально-культурные стереотипы (часто они могут рассматриваться и как интернациональные), которые являются как бы началом, определенной точкой отсчета в так называемом распознавании того или иного ощущения. Эталоны ощущений подробно рассматриваются в статье И.Г. Рузина. Эталон может быть задан самой внутренней формой слова: русск. *лимонный цвет*, *атласная бумага*, *хвойный запах* или находиться вне слова: русск. черный – *цвет угля*, русск. кислый – *вкус лимона* и др.

В корейском стереотипном мышлении «приняты» следующие эталоны: *гочхумат* (букв. ‘вкус перца’) – острый вкус, *ккульмат* (букв. ‘вкус меда’) – сладкий; вкусный; коричневый цвет – *ттонъ сэж* (букв. ‘цвет фекалий’) и мн. др.

С эталонами соотносятся ощущения разных модальностей. И.Г. Рузин выделяет следующие: цветовые, световые (русс. *солнечный*, *фосфорический*), тактильные (русс. *ледяной*, *бархатистый*), вкусовые (русс. *яблочный*, *кофейный*), обонятельные (русс. *хвойный*), звуковые (русс. *барабанный*, *лающий*) [Рузин 1994: 80].

В корейской культуре в качестве цветовых, световых ощущений можно рассматривать: *бичхый* (букв. ‘солнечный’), *пхиый* (букв. ‘красный’); тактильных: *олымый* (букв. ‘ледяной’), *чхольый* (букв. ‘металлический’) в значении ‘холодный’; *бидангатхын* (букв. ‘как шелк’); вкусовых: *ккэсогымый* (букв. ‘вкус приправы из поджаренного толченого кунжута с солью’); обонятельных: *сикчхойый* (букв. ‘уксусовый’), *двенджанъыйый* (букв. ‘запах соевой бобовой пасты’), *кимчхиыйый* (букв. ‘запах маринованных овощей кимчи’); звуковых: *акмагури* (букв. ‘шумный, как чернопятнистая лягушка’), *кквеккориыйый* (букв. ‘соловьиный’); говорится об обладателе хорошего голоса).

Наиболее интересны случаи, когда ощущения разных модальностей определяются общим эталоном. В русском языке это, например, *лимонный цвет*, *лимонный вкус*, *лимонный запах*; в корейском языке – *ттонъ сэкаль* (букв. ‘цвет фекалий’), *ттонъ нэмсэ* (букв. ‘запах фекалий’), *ттонъ мат* (букв. ‘вкус фекалий’). Отметим, что в корейской языковой ментальности *ттонъ* (букв. ‘фекалии’) является вполне привычным образом, лексема входит в состав многих фразеологизмов, пословиц и поговорок.

Для обозначения цвета и тактильных ощущений в русском языке чаще используются прилагательные, включающие «эталон» в свою словообразовательную структуру (русск. *вишневый*, *бархатистый*, *шелковистый*), а также сравнительные обороты (русск. *мягкий, как бархат*; *нежный, как шелк*) или конструкция с так называемым родительным качества (русск. *цвет вишни*, *ощущение шелка*). Для обозначения вкусовых и обонятельных ощущений в русском языке последняя конструкция наиболее характерна.

В корейском языке чаще употребляются конструкции «существительное + существительное», содержащие в себе «эталон» для обозначения цвета: *ханьльсэж* (букв. ‘цвет неба’), *сальсэж* (букв. ‘цвет кожи’), *хыксэж* (букв. ‘цвет земли’) в значении ‘черный’, а также «прилагательное + существительное» с «эталоном» для тактильных ощущений: *бидангачхи гобта* (букв. ‘гладкий, как шелк’), *орымгачхи чхагабта* (букв. ‘холодный, как лёд’), *бульгатхи ттыгобта* (букв. ‘горячий, как огонь’).

В двух языках прилагательным, которые несут значение цвета, вкуса, запаха и т. д. (русск. *красный*, *синий*, *кислый*, *вонючий* и др.; корейск. *ппальган* (букв. ‘красный’), *хын* (букв. ‘белый’), *пхурын* (букв. ‘зеленый’), *пхаран* (букв. ‘голубой’), *норан* (букв. ‘желтый’), *ссын* (букв. ‘горький’), *дан* (букв. ‘сладкий’), *цин* (букв. ‘кислый’) и др.), свойственно образовывать переносные значения: метафорические и метонимические – русск. *сладкое слово свобода*, *белые воротнички*, *зеленые береты* и др.; корейск. *пхаран нун* – (букв. ‘голубые глаза’) – европеец; *ццан сарам* (букв. ‘солёный человек’) – жадный; *цингоун сарам* (букв. ‘пресный человек’) – легкомысленный человек, а также выступать в функции символов и «ярлыков»: русск. *белый флаг*, *белое пятно на карте*, *черная кожа*, *красный провод* (в электротехнике); корейск. *ппальгэньи* (букв. ‘красный человек’) – коммунист; *бэгин* (букв. ‘белый человек’) – европеец; *хыгин* (букв. ‘черный человек’) – африканец; *хванъинджонъ* (букв. ‘золотой род’) – азиат и др.

Некоторые исследователи определяют виды ощущений как перцептивные модусы, или модусы перцепции (см. [Рузин 1994: 79]). В зрении выделяются несколько субмодусов: восприятие света, цвета, формы,

размера и др. Понятие тактильности включает восприятие качества поверхности, а также консистенции, температуры и массы.

Русские и корейские прилагательные, которые обозначают данные признаки как относительные (русск. *изумрудный, серебряный, сахаристый, винный*), корейск. *эмонэльдысэк* (букв. 'изумрудный цвет'), *ынсэк* (букв. 'серебряный'), *гымсэк* (букв. 'золотой цвет'), используются для обозначения множества артефактов. Как правило, сферой их применения является, прежде всего, реклама.

Качества предметов, определяемые тактильно, на ощупь, в русском языке по сравнению с корейским немногочисленны, однако способность осязать осознается как одна из самых важных в характеристике личностных свойств человека и его взаимодействия с миром. Способность *чувствовать, ощущать кожей* означает в русском языке тонкую интуицию. В корейском языке то же значение выражается следующим образом: *сэпхоро (пхибуро) ныккинда* (букв. '(клеткой) кожей ощущает').

Толстокожесть в русском стереотипном мышлении имеет несколько негативную коннотацию, означает черствость, нечувствительность человека к проблемам другого и осуждается в обществе (отсутствие эмоционального отклика в русском языке метафорически передается также при помощи прилагательных *глухой* и *слепой*). Это характерно и для корейского языка: *намый ирэнын квимогорида* (букв. 'глух к чужим проблемам') – равнодушие. В корейском стереотипном мышлении *холодная кровь* также символизирует равнодушие, граничащее с жестокосердием, *нэньхёльинган* (букв. 'человек с холодной кровью') – равнодушие, отсутствие милосердия.

Отсутствие знаний в чем-либо кореец соотнесет со слепотой при открытых глазах: корейск. *нун ттын джанънимъида* (букв. 'слепой с открытыми глазами') – не ориентироваться в чужом месте; ничего не знать.

В корейском языке тактильные ощущения связываются с обозначением чрезвычайно спокойного человека, человека с крепкими нервами, например, *обогадо морыль джонъдоро дунхада* (букв. 'перетащишь его на спине, он даже не почувствует') – спокойный, равнодушный, крепкие нервы.

В русском языке, если все идет *гладко, без шероховатостей* – это характеристика нормальных, спокойных взаимоотношений. В корейском языке похожая ситуация будет выражаться следующим образом: *при будыробкэ джинхэньдвенда* (букв. 'работа идет мягко'). Прямо противоположная жизненная ситуация отражена в корейском языке так: *при гочхильгэ двиоганда* (букв. 'работа идет грубо, с шероховатостями').

Температурные ощущения образуют основополагающую эмоционально-оценочную оппозицию, которая отражается в русском языке антонимической парой *теплый – холодный*. В корейском языке – *ттыгоун* (букв. ‘теплый’) – *чхагоун* (букв. ‘холодный’).

Избыточное качество иногда переходит в свою противоположность. Так, значение русского прилагательного *горячий* амбивалентно: *горячие чувства, горячая любовь, горячее сердце, горячий привет, горячее желание*, но *горячая точка, попасть под горячую руку, всыпать горячих*. В корейском языке наблюдается схожее языковое явление: *ттыгоун саран* (букв. ‘горячая любовь’), *ттыгоун гасым* (букв. ‘горячее сердце’), но: *ольгури ттыгобта* (букв. ‘лицо горячее’) – испытывающий стыд; *тыгоун мат* (букв. ‘горячий вкус’) – тяжелый, горестный (об испытании) и др.

Как показали исследования, в словарях русского языка гораздо меньше слов для описания вкуса, чем для ощущений других модальностей. Вкусовые ощущения передаются, как правило, не прилагательными, а «родительным качества».

Основные вкусовые прилагательные определяются словарем русского языка через *вкус* так называемого эталона: *сладкий – подобный вкусу сахара*, *кислый – подобный вкусу лимона, уксуса, клюквы*, *горький – подобный вкусу хины, полыни*, *соленый – подобный вкусу соли* [СРЯ 1985].

В словаре корейского языка находим: *кислый* определяется как *подобный вкусу уксуса* [БСКЯ 1993: 2200], *сладкий – подобный вкусу меда, сахара* [Там же: 788], *горький – подобный вкусу коры *pirasma ailanthoides** [Там же: 2263], *соленый – подобный вкусу соли* [Там же: 3536].

Известно, что эталоны вкуса различаются по языкам. Например, эталоном горького выступает для русского языка *полынь, хина*, для корейского – *корень *pirasma ailanthoides**; сладкого – русск. *сахар*, корейск. *сахар* и *мед*; кислого – русск. *лимон, уксус* и *клюква*, корейск. *уксус*; соленого – для представителей обеих культур – *соль*.

В российских и корейских рекламных текстах слово *вкус* является одним из самых частотных, что приводит порой к беспорядочному его употреблению и к смешению значения слова с его омонимом.

Сочетаемость слова *вкус* в русском языке с родительным качества практически не имеет ограничения. Это ведет к появлению в языке рекламы достаточно размытых универсальных формул типа «*Возьми вкус лета!*». Этот рекламный слоган может рассматриваться, как, например, реклама даров лета, скажем, ягод или фруктов, ягодных или фруктовых соков, морсов, в этом случае наблюдается метонимическое употребление слова *лето*. Этот слоган может заканчивать и рекламный ролик,

посвященный туристической поездке, и тогда универсальной метафорой становится слово *вкус*, вбирающее в себя и зрительные, и слуховые, и температурные ощущения: красота пейзажей, пение птиц, звуки моря, тепло солнечных лучей. На самом деле это – реклама прохладительного напитка «Pepsi».

Что касается корейской рекламы, то слово *вкус* встречается там в двух значениях: ‘вкус’, ‘настроение, атмосфера’.

Слоган корейского рекламного ролика звучит так: *бадаый мащи мил-лёнда* (букв. ‘наступает вкус моря’). Это может являться рекламой морепродуктов, в этом случае имеет место метонимическое употребление слова *бада* (букв. ‘море’), однако этот слоган может быть воспринят и как реклама летней поездки на море, связанной с купанием в море, где слово *мат* (букв. ‘вкус’) является метафорой и включает зрительные образы: красоту пляжей, соснового леса, слуховые образы: плеск волн, дуновение теплого ветерка, а также температурные ощущения: солнечное тепло. Однако этот ролик является рекламой пиццы.

В туристической рекламе города Сеула: *соульый мащи ныккинда* (букв. ‘ощути атмосферу (настроение) Сеула’) слово *мат* (букв. ‘вкус’) употреблено в значении: ‘настроение, атмосфера’.

В русском языке большое количество прилагательных, обозначающих запах, в отличие от вкуса, не имеют эталона (ср. *смордный, душистый, ароматный*).

В корейском языке приятный запах будет определяться, как *чхойн* (букв. ‘хороший’): *чхойн нэмсэ* (букв. ‘хороший запах’) или словом *хяньги* (букв. ‘аромат’), неприятный запах – *наппын* (букв. ‘плохой’), *наппын нэмсэ* (букв. ‘плохой запах’) или словом *акчхи* (букв. ‘вонь’).

Запах имеет нечто общее со светом и звуком: он может быть локализованным в пространстве и распространяться. Об этом в русском языке свидетельствует общая сочетаемость существительных запах, свет и звук с глаголами *исходить, литься, доноситься, проникать*. В корейском языке с существительными *нэмсэ* (букв. ‘запах’), *кори* (букв. ‘звук’), *бит* (букв. ‘свет’) в основном используется глагол *нада* (букв. ‘появляется’).

Вызывает интерес распределение глаголов движения в русском языке: запах, например, *стоит*; свет *ложится*, а звук *плывет*. В корейском языке *нэмсэга гаранджё итта* (букв. ‘запах опускается’), *бичхи умджи-гида* (букв. ‘свет движется’), *сорига наода* (букв. ‘звук выходит’).

Общеизвестно, что слух и зрение являются одними из основных ощущений.

Оппозиция *тихий – громкий*, характеризующая звук по интенсивности, имеет некоторую аналогию с оппозицией *теплый – холодный*. В русском языке *громкий* тяготеет к развитию отрицательной оценочной

коннотации, *тихий* – к положительной. В корейском языке наблюдается аналогичная ситуация: *кын сори* в основном имеет негативную коннотацию и может обозначать: громкий голос (разговор), а также крики, брань кого-л., хвастовство' *джоёнъхан сори* (букв. 'тихий звук') имеет, как правило, положительную коннотацию.

Обращает на себя внимание тот факт, что призыв к присутствующим сохранять молчание в русском языке звучит, как «*Тише!*», в корейском это будет «*щикыровоё!*» (букв. 'громко!').

Метафоры, основанные на чувственном восприятии, играют немаловажную роль в стратегии продвижения товара на рынке, поскольку перенос свойств объекта, вызывающего положительные ощущения, на другой объект позволяет характеризовать последний, а также выразить к нему исключительно положительное отношение. Рассмотрим употребление таких метафор в текстах рекламных роликов, широко демонстрирующихся на телевидении двух стран.

Зрение

Особенностью этой группы рекламных текстов на российском и корейском телевидении является использование глаголов и глагольных сочетаний зрительного восприятия: русск. *видеть, взглянуть, смотреть, закрыть глаза* и др.

«*Смотрите шире. Телевизоры «Phillips»; «Квас «Очаковский» Смотри на жизнь с улыбкой»; «Смотри на мир по-новому. Окна «Фаворит»; «Есть вещи, которые приятно видеть каждый день. Например, хороший дизайн. «Hülsta»; «Глазные капли «Визин». Взгляните на мир красивыми глазами! «Визин». Всегда ясный взгляд!»; «Закрой глаза, открой «Danissimo» (реклама йогурта) и мн.др.*

В корейских рекламных текстах также отмечены глаголы и глагольные сочетания зрительного восприятия: корейск. *бода* (букв. 'увидеть'), *чходабода* (букв. 'смотреть, следить за кем-л. '), *барабода* (букв. 'смотреть'), *нуныль ттыда* (букв. 'открыть глаза'), *нуныль гамда* (букв. 'закрывать глаза'), *нуни битнада* (букв. 'глаз блестит') и др.

«*Optima*» *тхансэнъ, иджэ сэсанъиль нерёда бобнида, наманый джэзук «Optima»* (букв. 'рождение «Optima». Сейчас сверху вниз смотрю на мир, империя только для меня. «Optima») – реклама автомобилей фирмы «KIA»;

«*ури аппарыль чхингудыри чходабонданын гон*» (букв. 'Когда (мой) друзья следят за моим отцом') – реклама автомобиля SM5 фирмы «Самсунг»;

«*аидырын харуджонъиль чхонджанъ ман барабогэ двэмнида*» (букв. 'Целый день младенцы смотрят в потолок') – реклама осветительных приборов;

«*донъгонъи кходжиго мэкбаги ппалладжиго нуныль гамгэ двэбнида*» (букв. 'зрачок расширяется, пульс учащается, глаза закрываются') – реклама шоколада «Dove»;

«*нуньль ттымён сонгога ккеккытхэджимнида*» (букв. 'Если вы откроете глаза, то выборы будут «чистыми»');

«*нундо банццак, кходо банццак*» (букв. 'Глаз блестит, нос блестит') – реклама посудомоечной машины. Имеется в виду, что машина так чисто моет посуду, что в ней отражается и нос, и глаза домохозяйки.

«Цветовая» реклама близка по стилю «вкусовой». Она экспрессивна, в ней обязательно присутствует преувеличение. В российской рекламе цвет характеризуется следующим образом: *чарующий, солнечный, сияющий, бриллиантовый, ослепительный, переливающийся, яркий* и мн. др. Наивысшая степень проявления цвета выражена оригинальными, свойственными лишь российской рекламе словосочетаниями: *максимум цвета, 100% цвета, долгий цвет, революция цвета, виртуозные оттенки*.

«Цвет гарантирован. Сколько не мой»; «Стойкий и всегда естественный, солнечный цвет. 18 сияющих оттенков» (реклама краски для волос фирмы «Garnier»); «Формула защиты цвета»; «Максимум цвета! Бриллиантовая стойкость цвета!» (реклама краски фирмы «Schwarzkopf»); «Краска для волос «Brilliance» от «Schwarzkopf» новый чарующий цвет»; «Revlon. Революция цвета (реклама косметики фирмы «Schwarzkopf»)»; «Блески для губ «Mega Shine Extended Wear Top Coat» от фирмы «Sally Hansen. Невероятный ослепительный алмазный блеск!»; «Персил. Для совершенной ослепительной белизны!» – реклама стирального порошка.

На корейском телевидении в рекламе косметических средств главный упор делается на их отбеливающий эффект. Для корейского потребителя при выборе косметического средства осветление кожи является решающим фактором:

«*сунбэгый арымдаум*» (букв. 'белая-пребелая красота'); «*пхибу сокккаджи хванхагэ чхэуда*» (букв. 'вся кожа прозрачна и заполнена ярким светом') – реклама косметических средств по уходу за лицом; «*пхибу сокеккаджи хаякхэ*» (букв. 'вся кожа до конца становится белой') – реклама косметики «Сансим».

Цвет активно участвует в рекламе автомобилей:

«*банила хайтый ссантхапхэ сычхё джинасылъ тпуниндэ даньцини итхёджиджилъ ансымнида, ссантхапхэ*» (букв. 'Ванильно-белого цвета «Santa Fe» просто проехала мимо, но не могу забыть «Santa Fe»...'); «*намджаы быллэгын оманхада. соренто.*» (букв. 'черный цвет для мужчины – гордость. «Sorento»').

Слух

Рекламные тексты на российском телевидении, построенные на семантике звучания, менее экспрессивны, им свойственны лаконичность, употребление слов в их прямом значении. Они достаточно разнородны

по структуре и лексическому составу. Тематика этой рекламы довольно разнообразна. Прежде всего это реклама товаров, непосредственно связанных со слуховым восприятием, таких, как бытовая техника, сотовые телефоны, рекламируются таким образом моющие средства, сухарики и др. Наибольшей частотностью отличаются существительные, называющие звук: *звук, звучание, скрип, шум*, а также глагол *слышать* и наречие *тихо*:

«Кондиционеры «Монтэ». Удивительно *тихо*. «Samsung»; «Они мурлычат так *тихо*» (реклама бытовых насосов); «Отмоем по скрипа» (реклама моющих средства); «*Слышишь* город – *слышишь* Maximum!» (реклама радиостанции); «Сухарики «Хрустин». *Нахрусти* на мобильный»; «Сухарики «Хрусти-team». Живи *охрустенно*» (реклама сухариков) и т. д.

Корейская реклама этой категории изобилует междометиями, звукоподражаниями и так называемыми изобразительными словами, часто встречается существительное *сори* (букв. 'звук'):

«*ссук... игосын ибэсо нанын сорига аниё, ссук-ссук...игосын вапыльсогэ чхальттокъи*» (букв. 'Сук! Этот звук не я издаю (не из (моего) рта идет). Сук! Сук! Это вафли с начинкой из хлебцев из клейкого риса (чальтток) издают (звук)' – реклама хлебцев из клейкого риса (чальтток), которое является любимейшим лакомством корейцев.

Корейское изобразительное слово *сук* используется для выражения быстроты происходящего, например, в ситуации, когда дети вдруг быстро выросли или рис на полях быстро созрел. Здесь имеется в виду: вафли такие вкусные, что очень быстро их съел.

При помощи изобразительного слова *пасак-пасак* выражается хруст при жевании и схожие с хрустом звуки, издаваемые при ходьбе, в рекламе печенья «Sandwich strawberry»:

«*пасак пасак, ттальгига онын сори*» (букв. 'пасак-пасак, этот звук сопровождает приход клубники');

«*соджуэгэ бонэнын чхэговый чхансанын баро исорида! кхя!*» (букв. 'самый лучший комплимент водке – «кхя»') – реклама корейской водки соджу. Междометие *кхя* – выражение удовольствия во время еды, а также распития спиртных напитков;

«*джагиджонэ...ццан...о?ссибнын маци дарынэ, лоттэ матнындэ?*» (букв. 'Перед сном ... Ццан! О! Когда жуешь, то вкус другой! – Правильно, вкус «Лоттэ»') – реклама жевательной резинки. Отметим, что изобразительное слово *ццан* произносится при неожиданном появлении чего- или кого-либо, сюрпризе.

Осязание

На российском телевидении особой популярностью пользуется реклама, построенная на температурных ощущениях. Слова *тепло* и *холод* употребляются в метонимическом значении: обозначая признаки рекламируемого товара, они используются как предметные номинации:

«Русский холод» (реклама мороженого);

«Coldrex». *Горячий* ответ простуде и гриппу» (реклама средства от простуды «Coldrex»). В рекламе обыгрывается многозначность прилагательного *горячий*. С одной стороны, «Coldrex» пьют горячим, с другой стороны, по аналогии со словосочетанием *горячий привет*, здесь возникает значение ‘полный чувства, страстный’ [СРЯ 1985: 337].

Некоторые рекламные тексты содержат приемы прямого воздействия на адресат:

«Построил дом? Знаешь, как *отопить*? Котел на гранулах «Грандекс»; «*Замерзаете? Обогреем!*» (реклама печей, калориферов); «*Припекает? А мы заморозили* цены. «Мир кожи и меха в Сокольниках»».

На корейском телевидении слова температурной тематики, такие, как *ттыгоун* (букв. ‘горячий’), *цивонхан* (букв. ‘прохладный’), *ттаккынхан* (букв. ‘теплый’) и др., встречаются как в своих прямых значениях, так и в переносных:

«*ва! двегэ цивонхэ боинда*» (букв. ‘Оа! Кажется ощущением прохлады’) – реклама корейского пива «Hite»;

«*чибиран цивонхан хюциги иннын гот*» (букв. ‘Это место для прохладного отдыха’) – реклама строительной фирмы «Пхаренхаит»;

«*исунган сориккаджи цивонхада*» (букв. ‘В этот момент даже звук прохладный’) – реклама «Кока-колы»;

«*ттаккын ттаккынхан ппэигырэ чхиджырыль барынын сунган маццинын ачхими циджакдвенда*» (букв. ‘Если на тёплый багет намазать сыр, тогда начинается вкусное утро’) – реклама плавленого сыра «Филадельфия крим»);

«*ттыгоун гоци джоа*» (букв. ‘я люблю горячее’) – анонс новых фильмов.

Лексика кожной чувствительности, не связанная с температурными ощущениями, также широко используется в языке рекламы (глаголы *касаться*, *прикасаться*, *столкнуться* и др.):

«Помада от «Oriflame» «Шелковый поцелуй! Легкое *прикосновение* шелка»; «Новые блески для губ «EFFET 3D» от фирмы «Bourjois Paris». Объем, с которым хочется *столкнуться*»; «Время *не коснется* вашей кожи!» (реклама крема Skin Survival). В этом слогане зашифровано два смысла: *прикосновение*

времени (старение) и спасающее от этого *прикосновение крема*, т. е. его действие.

В корейской рекламе сотовых телефонов отмечены слова «прикосновение, прикасаться»:

«тхочхиро ссыго тхочхиро гыринда» (букв. 'Пишу при помощи «прикосновения», рисую при помощи «прикосновения»') – реклама сотовых телефонов «Suon Viewty». Здесь обыгрываются два значения слова *точхи* (букв. 'прикосновение'): прямое название кнопки *«точхи»* на панели сотового телефона.

Некоторые рекламные тексты основываются на фоновых знаниях представителей данной лингвокультурной общности. Корейцам, например, хорошо знакомо имя известной корейской артистки Джон Джи Хён:

«джонджихёнбода ёджачхингуга джовын июнын манджилъ су иссосода манджёра.баньньхара». (букв. 'Почему моя подруга лучше, чем Джон Джи Хён? (До нее) можно дотронуться. Прикоснись и среагируй!') – реклама сотового телефона «Apucall Nartic» фирмы «Samsung».

Запах

Восприятие запахов может отличаться у разных народов в связи с исторической, культурной или пищевой традицией.

В настоящее время в рекламе двух стран естественные запахи объявляются неприличными, а приемлемые запахи – это запахи «чистоты, свежести, запахи победы». В корейской и российской рекламе источником неприятных запахов является несоблюдение норм чистоты. Запахи обнаруживаются и быстро устраняются:

«Не маскируйте запахи! Oust – устраняйте их!» (реклама ароматизатора); «Стиральный порошок «Миф». Свежесть белья – заслуга моя» и др.

Изобразительное слово *ссак* со значением 'быстро, в один момент исчезает, стирается' активно используется в рекламе, связанной с разного рода запахами:

«ымщикнэмсэ, гоцильнэмсэ ханбонэ ссак» (букв. 'раз и сразу и запах еды, и запах в гостинной (исчезли)') – реклама ароматизатора «Glade Cleanair»;

ёнккочхый гипхын хяньгига момульго иссымнида (букв. 'глубокий аромат лотоса остается') – реклама холодильников «Dios». Лотос – торговый знак холодильников данной серии, изготавливаемой фирмой «LG».

Также не принимаются запахи человеческого тела, говорящие о неопрятности в отношении себя. Тому подтверждением может служить реклама духов, жевательной резинки, лосьонов, дезодорантов и др.:

«Не дай запаху пота поставить на тебе клеймо. Rexona»; «Digol. Дирольно чисто и свежо»; ««Old Spice». Двойная свежесть, двойной результат»;

гопто опкун! дамбэнэмсэ, гогинэмсэ... ттамнэмсэ, наллё боригэссо, нон саньдэга андвэ (букв. 'Ты не бойшься?! Запах сигарет, запах мяса, запах пота я выброшу на ветер. Ты не сможешь стать моим соперником') – реклама кондиционера для белья «In's Bio Free»);

ибнэмсэ ссак~ (букв. 'запах изо рта в одно мгновение исчез') – реклама жевательной резинки «Green gum».

Приятные запахи ассоциируются в российской рекламе с ароматами кофе, мыла, духов и т. п.:

«Кофе «Якобс Монарх». Аромагия истинного кофе»; «Nescafe Gold. Новый роскошный аромат. Следуй за удовольствием»; «Духи «Nüpnose» от фирмы «Lancome Paris». Новый *гипнотический аромат*»; «Мыло «Самау». Отдайся страсти *пламенных ароматов*».

Следует отметить, что корейская реклама в определении ароматов, как правило, избегает эмоциональных характеристик товара, которые свойственны российской рекламе (*роскошный, пламенный аромат* и т. п.). Реклама товаров в Корее зачастую более конкретна и прагматична в назывании ароматов, например, *аромат фруктов* в рекламе жевательной резинки, *аромат кофе «Maxit»* в рекламе кофе, *аромат розы* в рекламе зубной пасты и т.п.

В корейских слоганах встречается местоимение 1-го лица *на* (букв. 'я'). В таком случае слоган стилизуется под прямую речь «восхищенно-го» адресата: *«нарыйль ккэунын хяньгига иссымнида»* (букв. 'есть аромат, который разбудит меня') – реклама продуктов фирмы «Биданмвэ».

Как знак непосредственной адресованности потребителю в тексте рекламы используется личное местоимение 2-го лица *танъцин* (букв. 'ты'): *«хобыый хяньгырьль танъцинэгэ»* (букв. 'запах трав для тебя') – реклама геля для мытья с травами «Herb Green Bodycleanser».

На корейском телевидении активно рекламируются алкогольные напитки:

«ханьльгва танъгва барами хамккэ мандыльо нэнын гаджань хяньги-роун норэ «Chanson Bordeaux» (букв. 'Небо, земля и ветер вместе создали самую ароматную песню «Chanson Bordeaux») – реклама вина «Chanson Bordeaux».

Вкус

Российская и корейская так называемая «вкусовая» реклама отличается гиперболизацией и повышенной экспрессивностью, например:

«Зубная паста Colgate-Вишня. Попробуй найти вкусней!»; «Чипсы «Estrella». Слишком вкусно, чтобы делиться»;

«намянь дыбинчи чхиджы. Мат бора! Тсонгыб ибмацирамён чхиджы мёнъджань дыбинчи» (букв. 'Узнай вкус! Если семизвездочный вкус, то это сыр «Генерал Намянь Дыбинчи»»);

«*гыэгэсо тхэянъый маци нанда*» – (букв. ‘От него вкус солнца идет. «Ogion sun») – реклама продукции фирмы «Ogion sun».

В русской рекламе *вкус* определяется как *превосходный, отличный, неповторимый, божественный, ураганный, на грани возможного* и т. п.:

«Пиво «Три медведя». *Отличный вкус*, которым хорошо делиться на природе»; «Milagro Delux – *божественный вкус!*» (реклама кофе); «Vodka «Absolut». В абсолютном мире сама природа рождает *совершенный вкус*»; «*Восхитительный, неземной вкус* сыра «Hochland» в ванночках»; «Новый Stimorol – *вкус на грани возможного*».

Высокие вкусовые качества могут выражаться при помощи разного рода эвфемизмов, например, *беспредел*, тогда как само слово *вкус* в этих текстах не используется: «Новый «Бон Пари» с начинкой – фруктовый *беспредел!*» (реклама конфет «Бон Пари»).

Отмечены метафорические словосочетания, построенные по модели «вкус чего-либо»: ««Массоффее». *Вкус мобильной жизни*».

В качестве второго компонента иногда включаются слова эротического свойства: *нежность, любовь, чувственное наслаждение, юхок* (букв. ‘соблазн’):

«Миллионы воздушных пузырьков в шоколаде Кэдбери. Это Wispa – *вкус нежности*» (реклама шоколада); «*Вкус нашей любви* – Kaffa Elgrosso» (реклама кофе); «Nestea. *Вкус наслаждения*» – реклама чая; «Мороженое «Haagen Dars (Strawberry cheesecake)». Познайте *вкус чувственного наслаждения*»; «*соянъый санттытхан матгва хянъи ибанъль сароджабнын Absolute Pairъый сэроун юхок*» (букв. ‘европейский свежий вкус и аромат захватывают рот. Новый *вкус соблазна*... «Absolute Pair») – реклама водки «Absolute».

В текстах корейской рекламы определения *вкуса* отличаются большим разнообразием: *джинхан* (букв. ‘крепкий’); *ганътхахаль гат джабын бадаый (маци)* (букв. ‘только что пойманный морской вкус’), *гипхын* (букв. ‘глубокий’), *дан* (букв. ‘сладкий’), *пасак-пасак* (букв. ‘хрустящий’), *данбэжхан* (букв. ‘простой’), *госохан* (букв. ‘ароматный’) и мн.др. Приведем некоторые примеры:

«*чи джжинхан мат ...ноньхухан мат...а...а.. мацитта*» (букв. ‘Такой крепкий вкус... такой крепкий вкус... а... а... вкусно’) – реклама кондитерских изделий фирмы «DARS»);

«*оль ёрым ттабунхан ибмасыль ганътхахаль гат джабын бадаый маци онда*» (букв. ‘Только что пойманный морской вкус, который ударит этим летом по заскучавшему аппетиту’) – реклама «Pizza Hut».

В русских и корейских рекламных текстах иногда предпочтение отдается прилагательному *вкусный* и наречию *вкусно* без какой-либо конкретизации:

«Сам Самыч. Такой *вкусный!*» – реклама пельменей; «Orbit – самая *вкусная* защита от кариеса» – реклама жевательной резинки; «Шоколад «Алёнка». *Вкусный* повод для отдыха»; «Магги. Живите *вкусно!*»; «Ketchup Calve». Когда *вкусно* по-настоящему»;

«*мащиткэтчи?*» (букв. ‘Наверное, вкусно?’); «*мащинын мэджумэкс*» (букв. ‘Вкусное пиво. «Мах») – реклама корейского пива «Мах»; «*мащиджовын орым кквабэги*» (букв. ‘вкусные ледяные пончики’) – реклама продукции булочных «Лоттэ»; «*ююва чхиджы, мащинын сыххэндал*» (букв. ‘молоко и сыр – это вкусный скандал’) – реклама молока со вкусом сыра.

Итак, предметом нашего исследования стали тексты российских и корейских телевизионных рекламных роликов, в которых содержатся слова, обозначающие человеческие ощущения разных модальностей и способные вызывать у людей соответствующие ощущения, а также метафоры, построенные на восприятии цвета, звука, запаха, вкуса, температуры, которые широко используются в языке рекламы двух стран.

В ходе анализа было установлено, что реклама двух стран имеет как много общего, так и существенные «национально-специфические» различия. На российском и на корейском телевидении особой популярностью пользуется реклама, построенная на температурных ощущениях. Российская «цветовая» реклама очень экспрессивна, ей свойственно преувеличение, корейская же реклама такого рода сдержанна и практична (во главу угла рекламы косметических средств, например, ставится практический эффект – отбеливающий). Восприятие запахов различается у разных народов в связи с исторической, культурной или пищевой традицией, это тоже нашло отражения в рекламе двух стран.

Русские рекламные тексты, построенные на семантике звучания, менее экспрессивны, им свойственны лаконичность и употребление слов в их прямом значении. В корейском же языке рекламы с высокой степенью активности используются образительные слова, междометия и звукоподражания (например: *цан, сук-сук, пасак-пасак, омо* и мн. др.). И российская, и корейская так называемая «вкусовая» реклама отличаются гиперболизацией и повышенной экспрессивностью. Некоторые рекламные тексты основываются на фоновых знаниях представителей данной лингвокультурной общности.

Исследование русских и корейских рекламных текстов в культурологическом и лингвистическом аспектах позволяет получить более полное представление о разнице менталитетов двух народов, их национальном образе мира.

Л и т е р а т у р а

- Анисимова 2000 – *Анисимова Е.Е.* Россия между Западом и Востоком (социокультурная ориентация общества и ее отражение в современных рекламных текстах) // Перевод: язык и культура. Материалы международной научной конференции. Воронеж, 2000. С.7.
- Ароматы 2003 – Ароматы и запахи в культуре. Кн. 1 и 2. М.: НЛЮ, 2003.
- Рузин 1993 – *Рузин И.Г.* Природные звуки в семантике языка. Когнитивные стратегии именования // ВЯ. 1993. №6.
- Рузин 1994 – *Рузин И.Г.* Когнитивные стратегии именования. Модусы перцепции(зрение, слух, осязание, обоняние вкус) и их выражение в языке // ВЯ.1994. № 6.

И н т е р н е т - и с т о ч н и к и

И.С. <http://blog.naver.com/cgnory?Redirect=Log&logNo=140029320001>.

С л о в а р и

- Словарь русского языка /Под. Ред. А.П. Евгеньевой. В 4-х томах. М.: Русский язык, 1986.
- Дон Оан, Ким Хак Су. Русско-корейский словарь. Сеул: Джурюччупханса. 1987.
- Пак Ёнь Джун, Чои Гёнъ Фразеологический словарь. Сеул: Тхэхакса. 1966.
- Син Джин Сок. Гыгильджонхабильбоно. Сеул : Гонбубанъ. 1993.
- Син Ги Чоль, Син Ёнь Чоль. Сэулималь Онсаджон. Сеул: Самсонъччупханса. 1983
- Игимун. Согдамсаджон. Сеул : Ильджогак. 1997.
- И Хый Сынъ Гукодэсаджон. Сеул : Минджунъсорим. 1993.
- Большой корейско-русский словарь. М.: Русский язык. В 2-х томах. 1976.
- Чой Гёнъ Нам, Сонъ Чон Сик. Джосонмаль Сонъгусаджон. Сеул: Хангукмунхоаса. 1993.

Ольфакторные знаки переводного произведения (на материале переводов с корейского и китайского языков)

© кандидат филологических наук Е.Н. Филимонова, 2008

Запахи буквально пронизывают все стороны нашей жизни. Мы ощущаем *запахи* людей, книг, города, *запахи* представляют собой важнейший элемент социальных отношений. Они воздействуют на нас как на физическом, психологическом, так и социальном уровнях, но в большинстве случаев мы вдыхаем окружающие *ароматы*, не осознавая в полной мере их значения в нашей жизни, хотя эта «сигнальная система, основанная на ольфакторной информации, устанавливает иерархию предметов, животных и людей в пространстве, занимаемом данной группой, и одновременно определяет ее положение на оси времен года» [Люсьенн А. Рубен 2003: 168].

Запахам исследователи уделяли мало внимания как с географической, так и с культурологической точек зрения. Между тем это «важнейший элемент, который структурирует наше восприятие мира и окружающего пространства, нашу собственную идентичность» [Жирицкая 2003: 641]. По мнению Класена, *запах* – «феномен культурный» [Класен и др. 2003, Т.1: 45]. Каждая эпоха, каждая страна, каждая культура обладают своими особыми *запахами*. *Запахи* обозначают культурную целостность пространства, свидетельствуют об особенностях населяющих его жителей, их наиболее устойчивых занятиях, возмещают праздничные торжества и т. п. Оценка *запаха* – плод не только созданных собственным опытом свободных ассоциаций, но и определенной культуры. По мнению Е. Жирицкой, эмоциональная оценка *запаха* целиком зависит от традиции, воспитания, момента и контекста. Если среда обитания, образ жизни создают реальную обонятельную ауру человеческой судьбы, то культура определяет, какие *запахи* будут значимыми, а к каким быстро «принюхаются», перестав их замечать; от нее зависит, что будет считаться «ароматом», а что «зловонием» [Жирицкая 2003: 644; 267]. О.Б. Вайнштейн также считает, что на восприятие *запахов* влияет множество культурных параметров. Она называет ранние обонятельные впечатления, кулинарные традиции, гигиенические установки, проживание в крупном городе, степень терпимости по отношению к другим – представителям иной расы и др. [Вайнштейн 2003, Т.1: 8].

Русский и кореец, например, по-иному воспринимают один и тот же *запах* (соленый моллюск-чотткаль или соленая рыба хвансэгги *пахнут* для русского почти экскрементально, в корейской же ольфакторной

традиции эти *запахи* связаны с блюдами корейской традиционной кухни и воспринимаются как «вкусные» (корейск. машинын нэмсэ).

Целью данной статьи является описание некоторых ольфакторных знаков, которые встречаются в переводах с корейского и китайского языков.

Запах женщины

Аромат – неперенный элемент при описании красавиц. Ни один китаец не мог вообразить себе прекрасной женщины без полного набора декоративных атрибутов, введивших ее в поле церемонно-вежливых отношений: помады на губах, пудры и румян на лице, украшений, *аромата* благовоний (см. [Малявин 2000: 544]), так как «*ароматные флюиды* противоположного пола без помех воздействуют на воображение, выявляют симпатию, разжигают кровь». Тонкий *аромат*, окутывавший представительниц прекрасного пола, создавал вокруг них особое пространство, свидетельствовавшее о принадлежности их к избранному кругу:

«... красивая дева непременно должна источать тончайший *аромат*...» (Ли Юй 1995: 502]; «Дева *душиста*, нежна...» [«Китайская...» 1984: 233].

В дальневосточной литературе шлейфы приятных *запахов* извещают о приходе красавицы, сопровождают ее во время танца:

«Как только она появилась в зале, в воздухе разнесся дивный *аромат*» («Цветы сливы...» Т.1, 1998: 339]; «Слива была там <...> ощутив новый прилив сил, взмахнула рукавами и начала порхать по площадке, как Быстрокрылая ласточка Чжао... От ее танца поднялся ветерок, раскачивавший ветви ив, и благоуханный *аромат* наполнил воздух» [«Сон...» 1982: 689].

Зачастую это *аромат* мускуса и орхидей:

«Они еще вели разговор, как вдруг раздался мелодичный звон украшений, повеяло нежным *ароматом* мускуса и орхидей, и появилась красавица...» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 91].

Аромат духов и косметики становится частью личного пространства женщины, регулярное их использование свидетельствует о ее материальном благополучии: «... *пахнувшая* чудными духами, она была приветлива, мила и хороша ...» [«Хрестоматия...» 2004: 94].

Для *ароматизации* в воду добавляли лепестки орхидей:

«Служанка принесла таз, полный воды с благоуханными лепестками орхидей» [Би Сяошен 1992: 114].

Сосновые и кипарисовые иглы, некоторые виды трав, чай и корица также являлись *ароматизаторами*. Их вшивали в пояс или клали в рукава: «В мешочке лежали сосновые иглы и иглы кипариса, а также бутоны роз и *пахучие южные травы из Вьетнама* – знак нежности и люб-

ви» [«Цветы сливы» Т.1, 1998: 280]; «... она <...> в рукава прятала мешочки с ароматным чаем и корицей» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 258].

Случалось, что *благовония* готовили сами. В литературе можно встретить перечень ингредиентов для этого:

«Может быть, ты думаешь, что какой-нибудь архат или праведник подарил мне чудесное *благовоние*? – с язвительной усмешкой заметила Дай-юй. – Но даже если б я достала чудесное *благовоние*, все равно у меня нет родных братьев, которые добыли бы мне бутоны цветов, росу, иней и снег, чтобы его приготовить. Я располагаю лишь самыми обычными *благовониями!*» [«Хрестоматия...» 2004: 571-572].

В литературе описывается распорядок дня красавиц из высшего общества того времени, где важное место отводится «вращиванию» *аромата*. Утром: «Красотка вынуждена спать до полудня, дабы хорошо выглядеть. Затем, после того как ее вымоют и вытрут, она распускает волосы каскадом манящих ив, красит брови в стиле далеких утренних гор, поливает себя *ароматами* «девяти изгибов горного потока», накладывает румяна, тушь, тени для век, горы пудры, влезает в расшитый цветами сливы халат, юбку, чулки, надевает четыре и пять цзиней украшений, долго смотрится в зеркало, пока не убедится, что ее лицо представляет собой застывшую маску, затем прыскается *благовониями* “небесные духи дождя” и крошечными шажками входит в новый день, который, как и все предыдущие, состоит из сплетен и пустой болтовни» [Бай Кайго 2002: 121]. Днем: «Вернувшись в комнаты, она начала тщательно причесываться, наряжаться, умащать себя *благовониями*. Обычно летом она купалась после обеда, но сегодня из-за неожиданного визита не успела это сделать – лишь обтерлась цветочной росой, напудрилась. Позволила служанкам воткнуть себе в волосы магнолию и стала ждать...» [Семанов 2000: 50]. Вечером: «... служанки отвели ее в спальню, раздели и, согласно обычаю, снова умастили *благовониями*» [Там же].

В художественной литературе Кореи и Китая при описании внешнего вида молодой дальневосточной красавицы используются образные сравнения. *Аромат* является тем эталоном, которому должна соответствовать истинная восточная красавица:

«Девушка была прелестна... будто тончайший *аромат*, обретший плоть...» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 150].

Прекрасные представительницы слабого пола отождествляются с различными растительными образами, у которых, как известно, в качестве одной из основных характеристик выступает *запах*. Эти образы могут обозначать как родовое понятие (цветок): «Она напоминает *ароматный цветок*, который заранее скорбит о своем увядании. Как и предыдущую деву, ее можно считать первой красавицей Поднебесной или цветком, который превосходит своим *ароматом* все другие цветы» [Ли

Юй 1995: 75], так и видовое (орхидея): «Сперва ему думалось о благоуханных, орхидеям подобных подружках...» [Би Сяошен 1992: 71].

Образ *ароматной травы* неизменно присутствует в образных сравнениях. С *ароматной целебной травой* ассоциируется невинная молодая женщина, незаслуженно страдающая:

«С преданной женой-красавицей // за то, что она свято хранила верность, обошлись так жестоко!.. *Словно ароматную целебную траву, // отбросили вместе с сорняками*» [«Сказание о Чхунянь» 2003: 119].

Душистая груша выступает в качестве эталона красоты, так как в системе дальневосточных культурных координат фрукты и овощи – предмет эстетики:

«Эта дева в горах – как *душистая груша* она...» [«Хрестоматия...» 2004: 76].

У красавиц *благоухают* все части тела:

- ГОЛОВА: «Я желал бы быть в платье твоём и служить тебе воротничком, чтоб принять на себя неизбывный твой *запах* чудесный, идущий от ярко красивой головки» [«Классическая проза...» 2002: 154];

- ВОЛОСЫ: «Из-под накладки *ароматным облаком* вздымаются волосы, стянутые в узел» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 44].

В Корее и Китае в пору цветения сливовых деревьев, рододендронов и хризантем дамы дополняли цветами свои прически: «Будто вчера только втыкала я цветы сливы в свою причёску в башне Инсянгэ и слалала стихи в павильоне Лунцуйтан и вот уже вдруг скитаюсь где-то на краю света» [«Записки...» 1985: 146]; «Она рвет рододендроны, закалывает их в причёску» [«Верная Чхун Хян» 1960: 39]; «Хочу украсить причёску <...> хризантемами» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 257];

- ЩЕКИ: «Не мог я к *щекам ароматным* прильнуть» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 289]. Образ *ароматного персика* – эталон красоты женских щек: «Затем она появилась, но в совершенно ином облике. Это уже была не красавица певичка, а святая инокиня. Ее густые черные, словно туча, волосы были коротко острижены, на алых щечках, источающих *аромат персика*, появилось несколько глубоких надрезов ножом. Было ясно, что к прежней жизни она никогда не вернется» [Ли Юй 1995: 339]. В Китае лицо густо покрывалось белилами, на которые наносились румяна: «... на лотосы пал // румян *аромат*» [«Китайская...» 1984: 222];

- ГУБЫ, рот: «сандаловый рот» [Кравцова 2004: 95] красавиц «пахнет гвоздикой» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 230], «*благоухают* губы-вишни», «помада на устах также *благоухает*» («Цветы сливы...» Т.1, 1998: 44; 234), «из уст отверстых тонкий *аромат*» [Ли Юй 1995: 46], «... *благоуханье* мускуса и орхидей» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 45], «если хохочет – *ароматом* жасмина веет слегка» [Би Сяошен 1992: 10].

В Китае существовали различные средства для гигиены полости рта: особые, круглые по форме лепешки из чайного листа и *ароматических*

веществ, иногда с добавлением *душистой маслины* или *корицы*. После еды и перед сном такой лепешкой освежали рот (см. [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 364; 374]. Это нашло отражение в литературе:

«Симынь достал из рукава серебряную с позолотой коробочку, в которой лежал особый *ароматный чай с душистой маслиной*, положил плиточку себе на язык и отправил ее прямо в рот Цзинь-лянь»; «... уста атели и *благоухали душистым чаем и корицей...*» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 66; 355].

В качестве *ароматического вещества* использовался и плод линджи, который, по мнению Ли Юя, «цветом своим необыкновенно красив и обладает редкостным *ароматом*. Это плод способен «вращивать *аромат*». Стоит некой деве перед сном отведать сей плод, как она тут же чувствует, что неприятный привкус во рту словно исчез и, наоборот, возникает сладковатый привкус...» [Ли Юй 1995: 502].

- ГРУДЬ: «*Благоуханные от пота и пудры*, // колышутся над цитрой небрежно. // Теплые, белые и, как феникса жир, нежные» [Би Сяошен 1992: 11].

- РУКИ: «Ваши руки *ароматны*, как имбирь...» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 306].

- ТЕЛА КРАСАВИЦ *благоухают*: «На студента *пахнуло ароматом* свежих девичьих тел. Это было похоже, как если бы вы, читатель, вдруг ощутили *благоухание* весенних орхидей» [Би Сяошен 1992: 83]. *Аромат* весенних орхидей связывается в дальневосточной литературе с эротикой.

Куртизанок при китайском дворе кормили едой, в которую добавляли мускус. Считалось, что тогда во время любовных игр их разгоряченные тела покроются каплями чистого парфюма (см. [Жирицкая 2003: 488]).

- *аромат* КОЖИ красавицы – своего рода «визитная карточка» женщины, отличительный признак, иногда настолько удивительный, что не похож «на *запах ароматных лепешек, благовонных шариков и мускусных мешочков*», «вызывает опьянение и истому» [«Хрестоматия...» 2004: 571-572]: «Проходя в тот раз мимо него, она оставила *аромат*, несколько не похожий на *запахи*, которые обычно исходят от женской одежды или тела девы» [Ли Юй 1995: 137]; «Чудный *запах* донесся до его носа в день их первой встречи. – До чего приятный *запах*! Какими духами ты окропляешь свое платье? – С чего ты взял? Я не пользуюсь ни духами, ни *благовониями*! – В день первой нашей встречи я почувствовал тот же *аромат*... Ты в тот миг как раз проходила мимо меня... Но если ты не пользуешься духами, откуда этот *запах*? – Наверное, он исходит от моей кожи» [Там же: 147].

- СТАН: «Стан ее был как *ароматная орхидея*, орошенная ночной росой...» [«Гуляка и волшебник» 1970: 287].

Запахи секрета, как правило, негативно оцениваются в большинстве культур. В некотором роде шокирующим для представителей европейской культуры является обожествление некоторых продуктов выделительной деятельности человека, например, пота: «Девушки устроились на беспредельной кровати и были раскованы: кто лежал и отдыхал, кто вытирал простыней *ароматный пот*, *запах* румян, пудры, притираний веял в воздухе...» [Би Сяошен 1992: 168] или женских секреторных выделений половых органов таза: «Вот уже Чжэньнян излила *душистую влагу естества*, *аромат* которой поплыл над простынями» [Би Сяошен 1992: 84].

«Гротом, где вечная весна и дивное *благоуханье ароматов*» в Китае называют женское потайное место [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 98].

Невидимая часть человеческого тела – сердце также считается *благоуханным* или *благовонным*. Это утверждение может вызвать недоумение, русскоязычному читателю может быть не совсем понятно, что легло в основу подобного утверждения: красота душевных качеств женщины или что-либо другое.

«По истечении нескольких месяцев она получила известие о его гибели в песках пустыни. Как печалилось ее *благоуханное сердце!*» [Би Сяошен 1992: 162]; «*Благовонное сердце* выдохлось, как весна» [«Хрестоматия...» 2004: 307].

Душа, духовная сущность человека, особое начало, также *ароматна*:

«Молодому человеку и в голову не могло прийти, что его письмо произведет столь сильное впечатление. От изумления девушка приоткрыла свой ротик, чуть высунула язычок, однако не вымолвила ни слова. «Как говорится: “*Ароматная душа* улетела к Бирюзовой реке”. Справившись наконец с волнением, она проговорила...» [Ли Юй 1995: 313].

Героини дальневосточных произведений носят «*душистые*» имена. Одной их составных частей некоторых корейских женских имен является слово *хян* (русс. *аромат*):

«*Аромат изумрудный*» – Чхихян!.. // «*Благоухание* парчи» – Кымхян!.. // «*Аромат орхидеи*» – Нанхян!.. // «*Благоуханье* луны» – Волхян!» [«Корейские повести» 1954: 118]; «Как тебя зовут? – Мэ Хян... – Мэ Хян, говоришь, “*Сливовый аромат*”?» [«Золотая...» 1994: 31].

Иногда в тексте литературного произведения содержатся разъяснения по поводу выбора данного имени для девочки, которые вкладываются в уста героев:

«Цветы персика *благоухают* весной, поэтому девочку назвали Чхунхян – «*Благоухание* весны» [«Корейские повести» 1954: 76].

В Китае при обращении к любимой использовали эпитет *благоуханная*:

«Благоуханная моя! О каком деле ты говоришь?» [Би Сяошен 1992: 71].

Одежда, обувь

Известно, что дальневосточные женщины подолгу сидели возле курильницы, чтобы пропитать свою одежду *запахом* дорогих *благоний* (см. об этом [Малявин 2003: 378; 2000: 545]:

«Ян Со Ю подъехал к беседке. Белые лошади в серебряной сбруе загрозили дорогу, шумели погонщики и слуги; заглянул на верхний ярус – между небом и землей звучала музыка, на десять ли вокруг распространялся *аромат*, исходящий от шелковых одежд» [Ким Ман Чжун 1961: 70].

Сучжоуские дамы делали подошвы из специального *ароматического материала* и украшали туфли шелковой лентой. Некоторые женщины украшали их тонким изящным рисунком и даже прикрепляли сверху особый мешочек с мускусом, отчего с каждым шагом они источали *аромат*, который распространялся вокруг (см. об этом [Ли Юй 1995: 530]).

У красавиц *благоухают* украшения и аксессуары:

«Дорогие шелковые одежды слепили глаза людям, в нос ударял *запах* украшений, сделанных из *ароматных веществ*» [«Записки...» 1985: 155]; «Яшмовая шпилька...тончайший струит *аромат*...» [«Хрестоматия...» 2004: 632].

Человеческие эмоции, чувства и отношения

Мир чувств героев дальневосточной литературы связан с природными *запахами*. Традиционно на Дальнем Востоке *ароматы* одних растений оживляют чувства, *ароматы* других связываются с горестями, третьих – с болью от безответной любви. Обычно весной душа человека дает волю чувствам. *Ароматы* весны делают людей добрее: «*Благоухает* весна, стоят теплые дни, яркие цветы и нежные ивы умиротворяют сердца людей» [Ким Ман Чжун 1961: 304]; вызывают чувства восторга и счастья: «Непередаваемый *аромат* зелени и весны наполнил все вокруг, и я был готов заплакать от того неописуемого счастья, которое владело моим сердцем» [Бай Кайго 2002: 264]; пробуждают новые, еще не изведенные чувства: «И сердце ее//*Душистой весной* полно» [«Хрестоматия...» 2004: 225]; эти чувства захватывают: «*Вся слива в цвету*//*Опьяняет ее аромат*» [«Китайская...» 1984: 177]; такая неожиданно нахлынувшая буря чувств пугает: «Весенним днем // На берегу показом // Цветы переплелись // Сплошную чашей. // Шатаюсь, // *Опьяненный ароматом*, // Поистине, // Боюсь весны пьянящей» [Ду Фу 2000: 183].

Влюбленная девушка «*душистые ветки срывает морозной порой*» [«Китайская...» 1984: 40], чтобы послать в знак любви милому ее сердцу другу: «*Душистую веточку мэй сорвала я – // Хотела послать ее милому в дар*» [«Китайская...» 1984: 165].

Аромат нарцисса доставляет радость, отгоняет тяжелые мысли:

«Мой любимый цветок – нарцисс: *его небесный чистый аромат* развеивает мрачные думы и вселяет радость» [«Сон...» 1982: 521-523].

Однако весна с *запахами цветов* может стать и знаком «разлучника»:

«В прошлом году мы сошлись и расстались // в пору *душистых цветов*» [«Чистый поток» 2001: 150].

Давно забытая любовь связывается с *запахом* хризантем, а печаль – с черным виноградом:

«Старые, большие чувства // Тешит *запах* хризантем; // А печали без названья // Тешит черный виноград...» [«Классическая поэзия ...» 1977: 461].

Ароматный белый ирис – символ тоски по безвременно ушедшему любимому:

«Они в Цаньгу // оплакивали мужа, // Где ирис белый // льет свой *аромат*» [«Чистый поток» 2001: 141].

Запах трав будит воспоминания о доме:

«*Травы пахнут* – тоска по дому//и сердце, как ночь, темна» [«Классическая поэзия ...» 1977: 445].

Запах ассоциативен. Ничто так полно не воскрешает прошлого, как *запах*, когда-то связанный с ним:

«*Чудесный аромат*, который исходил от тебя, напомнил мне это древнее предание» [«Хрестоматия...» 2004: 574].

В корейском и китайском языках существует много речений фразеологического характера (далее РФХ), которые так или иначе связаны с *ароматом*, большинство из них отождествляется с сексуальными отношениями: *вкусить аромат* [Би Сяошен 1992: 104]; *вкусить аромат Небес*; *вкусить аромат мэйхуа*; *украсть яшму и умыкнуть аромат* [Ли Юй 1995: 478; 383; 36]; *сорвать ароматный цветок* [«Сон...» 1982: 702]; *похититель ароматов* [Би Сяошен 1992: 124].

Толкования РФХ содержатся в тексте и находятся в постпозиции по отношению к самому речению:

«Цзи-син был очарован кротостью и красотой гетеры, любовное томление овладело им. Когда было уже далеко за полночь, он привлек к себе драгоценную яшму и *сорвал ароматный цветок* – и была радость любовных игр, и было упоение красотой, и была сладость нежных объятий, пока не запели петухи и не наступило утро» («Сон...» 1982: 702); «Прошу господина Юэшэна посетить вместе с нами гнездышко девиц,

как говорится в таких случаях, “*вкусить аромат*”, предавшись любовной радости» [Би Сяошен 1992: 104].

Толкование РФХ *вкусить аромат Небес* – ‘узнать любовь знатной дамы’ отмечено в препозиции по отношению к самому речению:

«Жалкий ученый, я прожил жизнь настоящего бедолаги. Мне не удалось познакомиться с какой-нибудь знаменитой красавицей, то есть, как говорится, «*вкусить аромат Небес*». На своем пути я обычно встречал грубых и малоулыбчивых женщин...» [Ли Юй 1995: 478].

Вкусить аромат мэйхуа – ‘узнать любовь красавицы-служанки’:

«Раз не суждено мне соединиться с девицей Вэй, попытаюсь “*вкусить аромат мэйхуа*”. Прошу тебя, поговори с хозяином. Пусть отдаст за меня служанку...» [Ли Юй 1995: 383].

Этимологию этого образного названия служанок находим в художественной литературе:

«Издавна «*ароматом мэйхуа*» – «*мэйсян*» – называли служанку. Людям не очень серьезным такое прозвание казалось весьма изысканным. Они, видимо, не знали, что в древности это выражение имело иной смысл. Цветок “*мэй*” означал “младшая сестра”, а “*аромат*” – “сян” – душевное стремление. И еще говорилось: “Когда разливается *аромат цветка мэй*, весенние чувства бушуют, ибо сей *аромат* привлекает шмелей”. Итак, цветок как бы таит в себе весенние чувства, а шмель вьется вокруг цветка. Чувства рвутся наружу, а шмель норовит пробраться внутрь. В какой-то миг они встречаются. Вот почему важно вникнуть в суть всего выражения и каждого его слова в отдельности, чтобы со всей решительностью преградить путь к праздному легкомыслию. И наоборот, если не поймешь выражение до конца, могут возникнуть разные неприятности: падет тень на чье-то честное имя, а “*аромат*” служанки превратится в “*смад*” ее хозяйки. Разве не в этом смысл названных слов?» [Ли Юй 1995: 371-372].

Дальневосточный любвеобильный мужчина, ловелас – *ветротекучий* или *похититель ароматов*:

«В сердце каждой заползла ревность. Яонян не сдержалась: – Старшая сестрица! А ты видела, как эта Мю приторговывает себе красавчика? Только что, подавая бокал старшему брату, она коснулась его запястья! А он-то какой бесстыдник! Истинный “*похититель ароматов*”!» [Би Сяошен 1992: 124].

Украсть аромат и своровать нефрит (яшму) – образ запретной любовной связи, тайного свидания [Ли Юй 1995: 536]:

«Вы, как я поняла, принадлежите к кругу “ветротекучих”, а они частенько позволяют себе всякие вольности, например, “*крадут ароматы и воруют нефрит*”. Так вот вы должны прекратить всякие связи с певичками» [Ли Юй 1995: 397].

Аромат часто используется и в других иносказательных выражениях, обозначающих любовные отношения:

«Странно, во флигеле нет ничего ценного – зачем бы лезть туда вору? – *Бабочка летит к цветку, потому что он издает аромат*. Разве одни шелка да драгоценности прельщают мужчин?!» [«Сон...» 1982: 145]; «Когда они наконец вышли в залу, то сели рядом – не могли расстаться друг с другом хотя бы на минуту. Скажем сразу, с самой ночи весь день они были вместе: лежали ли на изголовье, *смешивая аромат киновари с благоуханием коричневого дерева*, или сидели за столом» [Би Сяошен 1992: 137].

Профессиональные запахи

Запахами в художественной литературе Дальнего Востока определяется профессиональная деятельность героев произведений. Деятельность дальневосточного аптекаря характеризует *запах* женьшеня: «От отчаяния и крепкого *аромата* женьшеня у меня заслезились глаза...» [Бай Кайго 2002: 167], а также *запах* корня силы: «Ли Као положил корень силы в пузырек с подслащенной водой и поставил на слабый огонь... Удивительно свежий и острый *запах* наполнил комнату, будто в горном лесу после дождя» [Там же: 92]; врача – *запах* чистого халата: «Сняв шарф и пальто, надела накрахмаленный и тщательно отутюженный халат и шапочку. *От* свежего *запаха*, исходившего от халата, она почувствовала себя бодрее» [Ким Джэгу 1985: 71]; в больничной лаборатории доминирует *запах* креозола: «В лаборатории, пропитанной *запахом* креозола, был один Чо Гёнгу» [Там же: 165]; у виноделов преобладают *ароматы* разных сортов вина: «И вы, слабаки называете эту мочу вином? Да у нас в Сучжоу мы делаем такое вино, что вы *понюхаете* – и свалитесь с ног! – орал он... – Вероятно, немногодохлых мух придадут букету особый *аромат*, – задумчиво произнес Одноглазый Вэн» [Бай Кайго 2002: 43]; у крестьян – *запахи* личинок шелкопряда: «Она поддерживала огонь в хижине и внезапно почувствовала какой-то странный *запах*. Заглянула за перегородку, где вили свои коконы шелкопряды...» [Там же: 19].

Запах дома

Традиционные дома Кореи и Китая отражают философию гармоничного сосуществования человека и природы. Эта гармония проявляется и во внутреннем оформлении жилья, и в строительных материалах, используемых для его сооружения. В образовании *запаха* дома участвует много факторов. Это *запах* материалов (дерево), тканей (шторы) и т. д. Некоторая информация содержится в художественной литературе:

«Ступеньки, что спускались вниз от башни, – *красного сандала*, оправлены червонным золотом»; «...были там и столбы *из коричневого дерева...*» [«Книга прозрений» 1997: 358; 419]; «Узорные *абрикосы* // Срубил и сделал стропила» [Ван Вэй 1959]; «Когда-то ханьский У-ди, потрясший Вселенную своей мощью, воздвиг террасу с балками *из кипариса*» [«Повесть о зайце» 1960: 289]; «Тут неподалеку он увидел трех пригожих девиц, которые играли в мяч в беседке, выстроенной *из душистого дерева алоэ*» [Би Сяошен 1992: 54].

Ароматизации домов на Дальнем Востоке придавали большое значение. *Благовонные палочки, ароматизированные свечи* были элементами домашнего декора, их имелось десятки сортов на все случаи жизни и на любое настроение. Курительные палочки изготовлялись из сандалового дерева, кедра и различных *пахучих трав*. Они зажигались маленькими пучками (примерно 25 штук в пучке). Если же палочки зажигались не пучками, а по отдельности, то обычно их было не более трех. Их ставили в наполненную пеплом курильницу (по-китайски «сянлу» – «*ароматическая печь*») (см. [Сидихменов 2004: 71]). В качестве *благовоний* использовались также алоэ, мускус и амбра («драконова слюна»), получаемая из Аравии и считавшаяся самым дорогим *благовонием* (см. об этом [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 408]). Подтверждение находим в художественной литературе:

«Из дорогих курильниц струится нежный *аромат* алоэ и сандала» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 225]; «После чая она провела лекаря во внутреннюю комнату, где стоял стол со всевозможными яствами, а воздух был напоен *ароматом* мускуса и орхидей» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 193]; «В жаровнях фигурный уголь тлеет, *аромат* «драконову слюну» струят курильницы» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 57].

Известный писатель XVII века Дун Юэ прославился созданием необыкновенных «бездымных *благовоний*». Его *благовония* были легки и едва ощутимы, в них как бы «сошлись *ароматы* деревьев и трав всего мироздания». Они обладали «*ароматом*, возбуждающим духовные силы», который можно назвать «*ароматом* тысячи гармоний», в нем содержатся превращения всех тысяч и десятков тысяч *запахов*, как в триграммах «Книги Перемен» содержатся все превращения мироздания [«Мудрость...» 2003: 450-452]. В «Книге *благовоний*» писателя подробно описываются удовольствия, которые можно получить, воскуривая эти *благовония*:

«Воскуриваешь сосновые иглы: словно чистый ветерок овеивает тебя, словно слышишь немолчное журчание вод, словно муж возвышенный с яшмовым жезлом в руках день напролет не ведает усталости... Воскуриваешь цветы орхидей: словно читаешь “Книгу рек” и душой уносишься далеко-далеко. Воскуриваешь хризантемы: словно вступаешь в древний храм, шагая по опавшим листьям, и в душе звучит возвышенный мотив.

Воскуриваешь сливовый *аромат*: словно видишь перед собой древние бронзовые сосуды, от времени потемневшие и покрытые старинными письменами... Воскуриваешь цветы лотоса: словно слушаешь шум дождя у бумажного окошка, и чувства теснятся в сердце... Воскуриваешь жасмин: словно в дождливый день появляется радуга и рассеивается туманная дымка, и картину такую, поистине, ни на день невозможно забыть» [«Мудрость...» 2003: 450-452].

Считалось, что человек с хорошим вкусом должен был иметь перед кроватью туалетный столик с карликовым деревцем и *благовониями* (см. об этом [«Мудрость...» 2003: 430]).

Атмосфера жилья была также насыщена растительными *ароматами*. Весь год в зависимости от сезона вдоль стен домов расставляли вазы с различными цветами:

«В медных треножниках воскуривают *аромат*. В вазах золотых цветы *благоухают*» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 123].

Жизненное пространство состоятельных людей на Дальнем Востоке было четко организовано. Каждая комната обладала своим особым *запахом*. Применение находила древесина дикорастущего мускатного дерева с острова Чеджу, из которой делали высоко ценившуюся мебель и от которой исходил освежающий *аромат* (см. ИС: http://archive.travel.ru/south_korea/84778.html). В мужской половине дома, например, *благовониями* пропитывали камни, которые становились частью интерьера. Ими украшали столы ученых, некоторые использовали в качестве подставок для курильниц. Первое место среди таких декоративных камней для интерьера минские антиквары неизменно отводили камням с гор Линсби в провинции Аньхой – прочным, причудливой формы, испещренным, словно яшма, издававшим, если ударить по ним палочкой, «чистое звучание» и к тому же впитывавшим в себя *ароматы благовоний* (см. об этом [«Мудрость...» 2003: 435]). На столе неизменно присутствовали «четыре сокровища кабинета ученого»: тушечницы, кисти, различные сорта туши и бумага, краски и т. п., которые использовали корейские и китайские каллиграфы, художники и ученые в своей работе. В тушь нередко добавлялись *ароматические вещества*. Это нашло отражение в художественной литературе:

«Ко Джук покрутил головой, озираясь; воздух комнаты ответил на это незначительное движение легкими волнами *запаха ароматической туши*. Так, быть может, *пахли* сливовые сады в древности?» [«Золотая...» 1994: 11].

В Китае существовали и изысканные сорта бумаги – например, *ароматная бумага* из сандаловой коры (см. об этом [Малявин 2000: 372]) или листьев коричневого дерева:

«Не успел он закончить трапезу, как дева написала *на бумаге из листьев коричневого дерева* стихи, созвучные по настроению стихам молодого человека» [Ким Си Сып 1972: 62].

Китайцы даже деньги печатали на пропитанном *ароматами* шелке (см. [Жирицкая 2003: 487]).

В обиходе чиновника, да и людей других социальных кругов существенное значение имел веер. Им закрывались от солнечных лучей, отгоняли мух и комаров, создавали прохладу. Особенно славились веера из сандалового дерева, отличавшиеся своеобразным *ароматом*. (см. [Сидихменов 2000: 299]).

Тонкий *аромат* табака – один из ярких *запахов*, ассоциирующихся с миром дальневосточного мужчины:

«Попыхивая табаком, юноша окинул взором комнату» [«Корейские повести» 1954: 91].

Покой китайской императрицы и знатных женщин называли «перечными». Это проистекало из обычая натирать их стены *душистым перцем*. Кора перечного дерева использовалась в Китае для приготовления *благовоний* и, кроме того, наделялась особыми целительными и магическими (охранительными) свойствами [«Хрестоматия...» 2004: 742; 664]. В покоях у обычных женщин (задняя, женская половина дома), а также женской спальне, «разнообразные *благовония* и курения также употреблялись особенно щедро» [«Китайская...» 1984, коммент.], поэтому они и получили название «*благоухающих*» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 98]:

«Ай-юэ сразу покорила Симыня и увела его, захмелевшего, к себе в спальню, где ярко горели свечи, в окно светила луна, а воздух был напоен *ароматом* мускуса и орхидей» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 204]; «Ее покой наполнял только *аромат благовоний*...» [Малявин 2000: 547].

Аромат сливы из сада проникает в спальню:

«Сон, влюбленных согревший, очень короток был... // *Запах* сливы цветущий к ним за полог поплыл» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 197].

Кровать тоже *благоухает*:

«Они выпили чаю и легли *в благоухающую ароматами постель*...» [Там же: 230].

Для создания *аромата* над кроватью развешивали *ароматические шарики*:

«Сверху с навеса ниспадал красный шелковый полог, в который была продета парчовая лента, поддерживаемая серебряными крючками. Развешанные повсюду *ароматичные шарики* наполняли ложе *благоуханием*» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 310-311].

В корейском языке существовало РФХ *служить у подушки за благоуханным пологом*, имеющее значение 'стать возлюбленной или женой':

«Прослышав о достоинствах государя, я надеюсь *предложить себя в услужение у подушки за благоуханным пологом*. Прошу государя принять меня!» [Троцевич 2004: 263].

Предметы домашнего обихода

В дальневосточной литературе источают *запахи* не только растения (цветы, деревья, кустарники), но и неодушевленные предметы, будто бы и *запах* не имеющие. Так, из сандала, мандаринового дерева, утуна, а также бамбука, грушевого дерева и магнолии изготавливали различную домашнюю утварь:

«И сандаловое блюдо // для еды вполне годится: // Хорошо для *обонянья* // пищу жирную вкушать. // Но особенно приятно – // и для носа, и для уст – // Мандариновое блюдо, // что из дерева Дунтин!» [Сон Хён 1994: 48]; «Здесь и...кувшин, вырезанный из древесины утуна...» [«Верная Чхун Хян» 1960: 59]; «...кувшин из бамбука с берегов Сяосяна и Дунтина...» [«Верная Чхунхян 1960: 60]; «Разбойники плавают в лодках из грушевого дерева и гребут веслами из магнолии...» [«История цветов» 1991: 318].

Повозка семи ароматов – образное название экипажа супруги сановника:

«Какое я счастье готовлю Ин-ин! // Вручу ей *повозку семи ароматов*, // указ, утверждающий чин» [«Хрестоматия...» 2004: 749; 646].

«Съедобные» ноты аромата

Запахи еды являются в дальневосточной традиции наиболее привлекательными по сравнению с *запахами* духов, так как в Корее и Китае существует своеобразный культ еды. Пищевые *запахи* составляют достаточно большую группу. Кухню Китая и Кореи характеризуют довольно специфические, яркие и сильные *ароматы* различных экзотических, с точки зрения русского человека, блюд национальной кухни, соусов, приправ и пряностей. В дальневосточной литературе подробно описывается меню каждого приема пищи. В этих описаниях особое место отводится *запаху* национальных блюд. Пищевые *запахи* для героев связаны, как правило, с приятными чувствами. *Запах* еды присутствует в любом доме. Едой *пахнет* в жилище бедных людей:

«В раскаленном чаду *пахло* свежей кимчи. Видимо, от удара чем-то тяжелым разбило нагретый глиняный кувшин с кимчи» [«Море крови» 1975: 89].

Особой роскошью разнообразных *запахов* отличалось меню в богатых домах. Среди часто встречающихся *запах* «желтого *ароматного лука*» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 222-223]; «Полакомившись горячими пирожками со свиной и *ароматным луком*... Ван с Симынем напра-

вились к кану» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 265]; *запахи* чеснока, имбиря и других приправ и пряностей: «Она поскребла как следует свиную голову, потом ножки, вымыла их, положила в котел, а затем добавила туда чашку соевого соуса, тмина и других пряностей... Хуэй-лянь выложила кушанье на блюдо, поставила его в большой короб, туда же поместила тарелочки с имбирем и чесноком и велела слуге отнести все это к Пин-эр» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 239; 251-252].

Большое внимание уделяется описанию соусов, их много и у каждого свой *аромат*: «коричный соус» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 295]; «*ароматный соус* из баклажанов, соя, подливки *из душистого перца* и подслащенного чеснока, а также три блюда чесночного соуса»; «*ароматный мандариновый соус*; «соус *из ароматной тыквы и баклажанов*» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 113; 62; 167] и др.

Отмечены *запахи* мясных и рыбных блюд, а также блюд, приготовленных из птицы: «Не прошло и часа, как мясо стало мягким и нежным. Оно так *вкусно пахло*, что слюнки потекли»; «Сперва подали <...> четыре блюда: свежие утиные яйца, золотистых креветок с причудливо изогнутыми огурцами, *ароматное жаркое* и вареных на пару жирных кур. Немного позднее снова подали четыре блюда: жареную утку, окорок, жареную свинину и почки. Наконец, на узорном фарфоровом блюде вынесли залитых красным маринадом, *аппетитно пахнущих пузанков*» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 251-252; 351]. Встречаются упоминания о блюдах из экзотических животных и птиц: «Жареный феникс, вареный дракон // жиром нефритовым плачут; // Шелковый полог, расшитый шатер, // *ветер душистый* кругом» [«Чистый поток» 2001: 237].

Основное блюдо для народов Дальнего Востока рис тоже имеет свой *аромат*:

«... два крапленных серебром блюда белого мягкого и *душистого риса* и две пары палочек из слоновой кости» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 222-223].

На десерт «в нос окружающим ударил *аромат*, по столу покатались персики, виноград, арбузы...» [«Повесть о Чон У Чхи» 1960: 255], также подавали «... красные финики, каштаны, земляной орех, водяной орех и *ароматный батат*» [«Хрестоматия...» 2004: 573], печенье «круглое, как луна, тонкое, как лист бумаги, белое, как снег, *ароматное* и сладкое, которое называлось печеньем взаимного счастья...» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 149-150] и пирог: «Что может быть лучше горячего пирога? // Он мягок, как дно ручья, // Он белее беленой шерсти, // От него поднимается *густой аромат* // И летит на улицу, уносимый ветром» [«Книга Дракона» 2002: 140].

Напитки

Дальневосточная культура отмечена *запахами* дорогих вин:

«*Благоухают ароматом* дорогие вина» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 316].

Большое внимание в дальневосточной литературе уделяется описанию чаев. Однако вместо собственно чая в нашем понимании корейцы пьют разнообразные отвары и настойки. Из этих настоек наиболее популярны инсамчха (из женьшеня), ттаньконьчха (из арахиса), сэнганчха (из имбиря), кйепхичха (из корицы) ючжачха (разведенный кипятком густой цитрусовый сироп) (см. об этом [Ланьков 2000: 165-166]).

В чае, как и в вине, ценится *аромат*:

«... Симынь вынул из рукава платок, зубочистку, коробку *душистого чая* и отдал их Гуй-цзе» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 133].

Аромат чая зависит от времени сбора чайного листа. Вовремя собранный чай доставит удовольствие любому, так как *аромат* этого бодрящего напитка, отличается «почти бесконечным разнообразием оттенков...» [Малявин 2000: 555]:

«Ласкал кусты весенний ветерок – // И вот он, чайный маленький листок. // Сорвешь его чуть позже – примечай: // Достоинства свои утратил лист; // А вовремя сорвешь, заваришь чай – // Напиток *удивительно душист*. // И пьяному он радость, а не блажь, // И трезвому вкуснее чая нет...» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 138].

Правила заваривания чая были разработаны и описаны Сюй Цзэшу в книге «Наставлении о чае», датированном XVI веком:

«Воду в чайник не следует заливать более двух раз. В первый раз чай будет иметь изысканно свежий *аромат*, во второй раз – *аромат* нежный и чистый, на третий же раз чай утратит свой вкус» (см. об этом [«Мудрость...» 2003: 441]).

Ароматическое средство авэй добавляли в чай, *туевый корень* подсыпали для *аромата* в огонь, на котором кипятили воду для чая:

«Затихшая келья, // *печатки сандаловой* дым; // Глубоко в печи // железный кувшин накаленный. // Я *снадобье авэй* // в согревшийся чай подмешал; // Я *туевый корень* // подсыпал в огонь *благовоновый*» [«Чистый поток» 2001: 280; 279].

Заваривали чай с различными добавками:

«На расписанном золотом красном подносе слуга принес две чашки густо заваренного чая с примесью бобов и корицы для *аромата*» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 158]; «Чай заварили с ростками бамбука, кунжутном и корицей. *Аромат* был до того *густой*, что хоть в пригоршню его собирай»; «По комнате разнесся *пряный аромат* заваренного с орехом чая» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 138; 176].

Заметим, что русский человек вряд ли найдет *запахи* сваренных бобов и ростков бамбука *ароматными*.

Запахи пространства вокруг дома

Запахи – знаки пространства. В дальневосточной литературе встречается описание некоего «обобщенного» *аромата* пространства, территории, непосредственно примыкающей к дому, например, двора:

«Ночную свежестью, прохладой // здесь наслаждаюсь я одна. // Двор полон *ароматов*, неяркий свет струит луна» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 233].

Отмечены случаи, когда речь идет об «обобщенном» *аромате*, а сами растения предстают во всем их конкретном многообразии. Такое соотношение обобщенных обонятельных и конкретных зрительных впечатлений встречается в описании корейского пейзажного сада весной, где «воздух напоен *ароматом*» [«Сон...» 1982: 518]:

«Здесь пышно распускались *пионы, китайские розы, орхидеи и гардении; цвели мандарины, лимоны, персики, вишни, яблони и сливы; радовали взгляд красавицы хризантемы, пизанги и рододендроны*» [«Корейские повести» 1954: 88].

Деревня наиболее чувствительна к более «прозаическим» *запахам*:

«А над деревней пряный *аромат* // От коконов, распаренных в котле» [«Китайская...» 1984: 146]; «Из чьей шелковарни по всей округе // *запахи* потекли?» [«Облачная обитель» 2000: 89]; «А когда в другой раз я вернулся на это же место, заметил, что *креветки* и какие-то *пахнущие червячки-многоножки* перемешались между собой, беспорядочно кружатся в воде» [Сон Хён 1994: 72].

Как известно, дорога является одним из существенных аспектов характеристики художественного пространства. В дальневосточной литературе пыль и песок на дорогах *благоухают*, однако чем они *пахнут* русскоязычному читателю остается лишь гадать:

«Даже пыль на дорогах источает *благоухание*»; «Два лотоса золотых – две ножки – ступают мягко, будто по нежному и *ароматному песку*» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 327; Т.1, 1998: 44].

Горы – это тоже часть пространства, где построил свой дом и живет человек. В художественной литературе горы – «*ароматический*» образ:

«Прозрачный, тихий воздух гор напоен был *ароматом*» [«Гуляка и волшебник» 1970: 326].

Для гор характерна обширная коллекция *запахов*:

«Горы пропитаны *пряным духом* коричневого дерева, горы *благоухают* сандалом...» [«Сказание о Чхуньян» 2003: 22]; «Есть в долине горной орхидея, // естественно хорош ее *аромат*» [Троцевич 1994: 113]; «Бирюзовые горы вдали. //<...> *запах* горных пионов» [«Китайская...» 1984: 110].

Зимой чувствительность к *запахам* умирания проявляется в том, что *ароматы* свежей травы и цветов сменяются *запахом* сухой травы:

«В первый день нового года <...> дети набирают сухой травы и сжигают ее на огородах или в садах» [Сон Хён 1994: 54].

Запахи – знаки времен года

Запахи участвуют в моделировании времени в пределах года. Они характеризуют времена года. Зимой, например, связывают с запахами цветущей камелии, созревших мандаринов и цветами дикой сливы (кор. мэхва, кит. мэй-хуа), которая цветет зимой или очень ранней весной, когда кругом снег, в первом месяце лунного календаря и которая «не только красива, но и расцветает раньше других, и *пахнет* необыкновенно» [«Сон...» 1982: 521-523]:

«... мандариновые деревья, с приходом зимы распространяющие изысканный *аромат*» [Малявин 2000: 334]; «Здесь, над звонким ручьем, // *Мэйхуа* расцвела... // *Ароматная, нежная...*» [«Китайская...» 1984: 169].

Весна – самое богатое по разнообразию *запахов*, описанных в дальневосточной литературе, время года. В это время цветут белые и фиолетовые магнолии, дикая вишня, а также красные и малиновые чхольчхук (багульник), чиндалле (рододендрон остроконечный) и др.:

«И внезапно *пахнуло* весной... // И повсюду в горах зацвела // белоснежная зимняя вишня» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 189]; «Здесь на пологих склонах, // *Кусты чхольчхук* расцветают» [«Бамбук в снегу» 1978: 258]; «У нас так много *чиндалле*, и все такие *пахучие*, что голова кружится» [Пак Ун Голь 1962: 29].

Середина весны – это период интенсивного цветения. На Дальнем Востоке это время характеризуют *запахи* различных цветов, цветущих деревьев и кустарников.

«Пьянящая картина персиков, пионов, сандалов и кориц!» [«История о верности Чхун Хян» 1960: 39].

Ива, орхидеи и розы также входят в набор элементов, из которых в корейской и китайской литературе конструируется идеальная картина весны, идеальное состояние природы в пору цветения:

«Стояла чудесная пора цветения ив – *благоуханная весна*» [«Верная Чхун Хян» 1974: 311]; «Весна! Красный *аромат* орхидеевых куп...» [Ли Бо 2000: 215]; «Дикая роза, // расту на заброшенном поле... // Дождь прошумит – // *аромат* свой подолгу храню» [Троцевич 2004: 258].

Дальневосточная литература оказывается наиболее внимательной к *запаху* цветущих трав:

«Цветущая пора зеленых теней и *благоуханных трав*!» [«История о верности Чхун Хян» 1960: 39].

Информация может конкретизироваться, раскрываются некоторые названия цветущих трав:

«Земля накрыла все ровнехонькой плитой, совком корзиночным рас-пространилась вширь. *Пахучие травы* растут на ней сетью сплошною... Другие травы – цинцюань, шэгань, цзечэ – растут, как поросль сорняка, а тонкие, нежные-нежные травы протянуты длинными нитями всюду, милы-милы. От них идущий *аромат* плывет над прочим всем глубок...» [«Классическая проза ...» 2002: 21].

Цветущий рис – элемент идеальной картины деревенской жизни в весеннюю пору:

«Иногда по дорожкам вдоль нивы брожу, // где цветущий рис *духовит*» [«Классическая поэзия...» 1977: 470].

Поздней весной еще цветут цветы:

«Стояла поздняя весна, *благоухали* цветы» [Ким Ман Чжун 1961: 250], но *ароматы* становятся менее интенсивными: «Хлопочут стрижи, // *ароматы* угасли весны» [«Китайская...» 1984: 250].

У лета свои *ароматы*. В летнюю пору доминирует *запах* цветущего лотоса:

«Тени плакучих ив лежали на перилах, над прудом, поросшим лотосами, плыло *благоухание* цветов» [«Скитания...» 1960: 338].

Запах созревающего перца также определяет палитру *ароматов* лета:

«Повсюду *благовонный перец* рос...» [«Хрестоматия...» 2004: 66].

Осень, как и другие времена года, имеет свои *запахи*:

«Это – *осень душистая*//во дворце на холодной луне» [«Китайская...» 1984: 239].

Однако осень в дальневосточной литературе не так «*ароматна*», как весна, хотя ее *запахи* по-своему привлекательны:

«Да, я в вкусил в деревне родной // *аромат* осенних садов» [«Классическая поэзия...» 1977: 470]; «Что ни день – доносится с западным ветром // увядающих трав *аромат*» [«Корейская...» 1956: 86; 452].

Осенью преобладает *запах* хризантем. На Дальнем Востоке хризантема – символ этого времени года, может выступать как символ стойкости, неподвластности обстоятельствам, обычно она противостоит непогоде, наделена постоянством, неизменностью (см. об этом [Никитина 1994: 236]). Это, возможно, и явилось причиной, по которой в дальневосточной литературе *запах* этого цветка определяется как холодный:

«Не опирается [хризантема] на весеннюю силу, // а полагается на осенний свет. // Встарь писали, что холодный *аромат* // не боится инея» [Жданова 1997: 91].

Запахи – знаки времени

Запахи также участвуют в моделировании времени в пределах суток. Заметим, что *запахи* различных цветов сопровождают любое время суток и являются как бы «сквозным» образом. Так, ранним весенним

утром можно насладиться *запахами* цветов: «Алеют цветы на ветках, куда ни глянь, // Роса *аромат* их нежный вокруг сгущает» [Ли Юй 1995: 139]. В полдень можно почувствовать не только *запахи* цветов, но и *ароматы* конопли и горькой полыни: «Был полдень. В зарослях завели свои песни цикады. Налетел ветерок и принес *аромат* цветов» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 309]; «Полдненное солнце печет вовсю//свежа конопля и тут // *Благовонные запахи* горькой полыни//в теплом ветре плывут» [«Облачная обитель» 2000: 92]. Ночи отмечены как *запахами* цветов: «... ночь в начале весны. // Чистый и сильный *запах* цветов...» [Там же: 88], так и *запахами* моря: «Ночи *пахнут* морем» [«Китайская...» 1984: 225], а также бананов: «Впрок банану солнечные дни. // Сладко *пахнет* он в ночной тени» (цит. по: [Жданова 1998: 121]).

Аромат стихий. Запах ветра

Нередко эфирность и эфемерность *запаха* словно возводится в квадрат: ибо *пахнет* то, что уже само по себе является эфиром – воздух: «*Ароматный, свежий, зеленоватый морской воздух*» [Ли Бо 2000: 219]; «Воздух в спальне был напоен дурманящим *ароматом*» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 253]; ветер: «Кувшинки собираю // под яркой луной, // *Душистый ветер* манит // в заоблачный простор» [«Китайская...» 1984: 43].

Ветер приносит с собой различные растительные *запахи*:

«От лотосов ветер // приносит *душистый запах*» [«Хрестоматия...» 2004: 232]; «Все в цвету хризантемы // у дороги сияют-стоят. // Ветер донес до меня // их пленительный *аромат*»; «Порывы ветра ко мне доносят // сосновых игл *аромат*» [«Облачная обитель» 2000: 217; 194]; «И тогда этот ветер-мужчина становится чист и прохладен... Разгуливает то там, то здесь среди *кассий* и *перцев душистых*; летает, порхает по бурной поверхности вод... Облавою идет на купы орхидей, приникнет плотно к цинь иль к астре, накроет *свежий ряд магнолий*, захватит линию *душистых тополей*» [«Классическая проза ...» 2002: 11-12].

В разные времена года у ветра свои *ароматы*:

«Весенний ветер подобен *вину*, – писал Чан Чоу, – летний – *чаю*; осенний ветер *пахнет как дым*, а зимний – *горчица* или *имбирь*» [Бай Кайго 2002: 41].

Своим чистым и свежим *ароматом* ветер лечит больных и отрезвляет пьяных:

«А *ветер чистейший, свежайший*, струями холодными действующий, больных исцеляет и хмель разрушает» [«Классическая проза...» 2002: 12].

Ветер «национально-специфичен». В Китае, например, «ветерок, подметающий улицы Пекина, был чаем с *запахом дыма*, а также *ароматами* сливы, мака, пиона, платана, лотоса, нарцисса, орхидей и диких

роз, сладких листьев банана и бамбука. Но также здесь *пахло* потом, свиным салом и прокисшим вином, как и всеми теми людьми, коих было, наверное, больше, чем во всех других городах, вместе взятых» [Бай Кайго 2002: 41]. А Сеул, по данным неофициального опроса корейских студентов и студентов из России, изучающих корейский язык в Республике Корея, «пахнет» цветами, различающимися в зависимости от времени года, блюдами корейской традиционной кухни (в качестве основных выделяются *запахи* красного перца, соевого соуса, перемешанного с *запахом* риса, *запахи* жареного кальмара, осьминога, *кислые* и *острые запахи* традиционных корейских солений кимчи, а также *запахи* пондэги (жареных личинок тутового шелкопряда), супов из бобовой пасты (чхонкукчан и двенджанттиге), обладающих очень сильными и не очень приятными для «европейского» носа *запахами*. Среди других были отмечены *запах* загазованности сеульских улиц, а также *ароматы* столичных туалетов (последнее было особо и с удовольствием отмечено нашими соотечественниками).

Запахи традиций

Применение *ароматов* на Дальнем Востоке связано с религиозной практикой буддизма. Во многих восточных культурах *запахи* выступали как непременная часть магических и религиозных ритуалов. Отшельники-даосы носили *ароматизированные шапочки*, чтобы оградить себя от суетного мира. Тибетские монахи зажигали перед медитацией сандаловые палочки, чтобы сила, хранимая деревом, помогла очиститься сознанию (см. [Жирицкая 2003: 485-486]). *Запах* был символом преодоления. Его способность проникать сквозь закрытые двери обретала символический смысл пересечения границы, перехода в новое состояние. Поэтому *ароматы* сопровождали ритуалы рождения и смерти, свадьбы и посвящения в воины.

Считалось, что рождение уникальных личностей сопровождается появлением необыкновенного *аромата*. Подтверждение находим в корейской литературе:

«Внезапно в воздухе разнесся благоуханный *аромат*, комната окуталась разноцветными облаками, и в этой необычной обстановке на свет появилась чудесная девочка, подобная фее» [«История о верности Чхун Хян» 1960: 183].

Благовония использовались при проведении благодарственного молебна по случаю рождения ребенка: «Юэ-нян не мешкая сообщила Симыню радостную весть, и он, тщательно вымыв руки, возжег *благовония* перед алтарем Неба, Земли и предков, дав обед заказать благодарственный молебен о здравии матери и младенца, о благополучном разрешении от бремени и о счастье новорожденного и принести сто двадцать жертв» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 321], на поминках по усопшему, а

также во время различных праздников, когда совершались обряды жертвоприношения в честь верховного небесного правителя и других высших божеств, небесных светил: «На столе появились всевозможные яства: подносы с засахаренными фруктами, чашки с отварным рисом, бумажные слитки золота и серебра, куски атласа и узорных шелков, жертвенная бумага, свечи и *благовония*» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 175].

В пятнадцатый день седьмой луны, день поминовения умерших буддийские монахи готовят уранбун – «блюдо *благоухания*»:

«Пятнадцатый день седьмой луны <...> буддийские монахи собирают всевозможные цветы и фрукты, приготавливают блюдо уранбун – “блюдо *благоухания*”» [Сон Хён 1994: 101; 56].

Традиция зажигать *благовония* отражена и в поговорке:

«Ведь как бывает: один боится *благовония* зажечь – мол, дым пойдет, другой пожар устроит – ему все с рук сойдет» [«Цветы сливы...» Т.2, 1998: 304].

Ароматы-врачеватели

«*Запах* – это непременно лекарство», – говорили древние китайцы. Они были искусными знатоками *ароматической медицины*. Древнейшая медицинская энциклопедия «Книга лекарственных средств» содержит сотни рецептов, как использовать *ароматические растения* при лечении [Жирицкая 2003: 487]. Большинство лечебных средств восточной медицины имеет характерные *запахи*. *Запахи* травяных отваров (корейск. ханьяк), прижиганий порошком из полыни (корейск. ттым), которые считаются воплощением чистого ян в растительном мире, распространяются из аптек, восточных поликлиник и маленьких предприятий, занимающихся изготовлением этих препаратов.

Аромат исцеляет:

«Когда Чхансир вернулась в село, почти все жители были уже в критическом положении. Она стала обходить дома сельчан, давая им понюхать *ароматный лунный цветок*. И произошло чудо. Больные вставали с постели один за другим» [«Предания гор Кымган» 1990: 36].

На Востоке корень женьшеня стоит на первом месте среди растений, наделяющихся в корейской и китайской ментальности совершенно исключительными свойствами, в течение столетий считалось, что лекарства, изготавливаемые из женьшеня, обладают «божественной способностью обеспечивать физическое и психическое равновесие». Немаловажное значение имеет *запах* этого чудодейственного корня:

«Я быстро забрался на гору сокровищ и вернулся с маленькой шкапулкой. Ли Као покрутил ее в руках так и этак, и когда наконец открыл крышку, я чуть не заплакал от счастья. Сильный *запах* женьшеня ударил мне в нос» [Бай Кайго 2002: 135].

Для лечения больных используют *благоволия*. В трактате Дун Юэ выделяются следующие целебные свойства *благоволий*:

«*Ароматы*, близкие к сладкому, поддерживают печень и подавляют селезенку. *Ароматы*, близкие к острому, поддерживают сердце и подавляют легкие. *Ароматы*, близкие к соленому, поддерживают селезенку и подавляют печень. *Ароматы*, близкие к горькому, поддерживают почки и подавляют сердце <...>. Когда в организме избыток жара, потребен *аромат* сосны, ибо сосновые иглы – это воплощение прохлады. А для того чтобы устранить избыточный холод в теле, нужно воскуривать корицу <...> необходимо воскуривать *благоволия*, чтобы восстановить гармонию энергии в теле. Чтобы укрепить ясность зрения, нужно воскуривать цветы лотоса. При болях в животе нужно воскуривать сосну и полынь. Чтобы улучшить обращение энергии в теле, нужно воскуривать цветы ивы. Чтобы снять утомление, нужно воскуривать мандариновые листья. При чрезмерном возбуждении нужно воскуривать цветы сливы. Чтобы прекратить истечение энергии вовне, нужно воскуривать белую орхидею. При болях в горле нужно воскуривать шиповник. При головной боли нужно воскуривать чайный лист. При отсутствии аппетита нужно воскуривать *сосну*. Чтобы снять усталость духа, нужно воскуривать сандал. Чтобы устранить помрачение духа нужно воскуривать сливу» [«Мудрость...» 2003: 452-453].

Неприятные запахи

К неприятным *запахам* в дальневосточной литературе следует отнести *запахи* гнилых овощей: «Жена отвечала ему: – По цвету и впрямь будто бы похоже на золото, да только что-то уж больно мерзкий *дух* идет из этой тыквы. С чего бы это?» [«Повесть о Хын Бу» 1960: 488]; мусора: «Крысы тарасились на нас жадными глазами, горы мусора перегнивали, пузырясь и источая жуткий *смад*...»; немытого человеческого тела: «Я услышал шаги и почувствовал мерзостный *запах*. Дверь в спальню распахнулась, и в комнату “вплыла” женщина. Пол трясся при каждом ее шаге, и, судя по всему, она весила не меньше пятисот цзиней (примерно 250 кг)... Одеядо слетело на пол, и *зловонная*, покрытая язвami *рука* ткнула меня в пах» [Бай Кайго 2002: 42; 56-57]; ношеной обуви соперницы: «Эта потаскуха Хуэй-лянь повесилась, а ты хранил в ящичке для благоволий ее *вонючую туфлю*, будто драгоценность – извелся от тоски» [«Цветы сливы...» Т.1, 1998: 300]; некоторые *запахи* продуктов выделения: «В этом *провонявшем мочой* зале, где крутили два фильма подряд, на жесткой лавке я все-таки мог отвлечься»; «А когда я изрядно набрался, то принялся вновь мусолить осточертевшие мысли. Ближе к полуночи я, испуская *запах* хорошо созревшей хурмы, брел по переулку» [«Золотая...» 1994: 178; 283]; крови: «Я не в силах вынести *зловоние* льющейся крови, – ответил он» [«Восточная новелла» 1963: 17]; *запах*

разложения: «Берег Южного моря//пред моим распахнулся взором. // Павших воинов столько – не сочтешь, – что соломы в поле». // Даже волны морские // источают тления *запах...*» [«Облачная обитель» 2000: 228].

Пословицы, поговорки, афоризмы

Упоминания о разного рода *запахах* встречаются в пословицах: «Как говорится, *душистое* источает *аромат*, а *смердное* – *вонь!*» [Ли Юй 1995: 378]; «Но оленя выдает *запах* мускуса, а фэнчэнский меч – яркий блеск» [«Сон...» 1982: 116], а также афоризмах: «Непреходящий вкус таится *не в душистых винах*, а в горохе и воде. Печальные думы рождаются не в мертвой тишине, а среди звуков свирели и струн. Надобно знать: *густой аромат* не продержится долго. *Благоухание* того, что лишено *аромата*, – единственно подлинное» [«Афоризмы...» 2004: 220] и мн.др.

В таких речениях особенно отчетливо вырисовывается специфика языкового мышления двух народов – китайского и корейского, и специфические особенности их культур.

Итак, как показал анализ, дальневосточные переводные произведения представляют собой сокровищницу *обонятельных образов*. В художественном мире дальневосточных произведений *запахи* выполняют многообразные функции. *Запахи* сопровождают человека со дня рождения и до последних его дней. Они формируют жизненное пространство людей, будь то дом или сад, становятся частью портрета человека или описания его чувств, состояний. В индивидуально-образной системе дальневосточных произведений представления о *запахах* выступают как знаки времен года, времени суток. *Запахи* – знаки определенных традиций, ритуалов, предметов, некоторые из них входят в «набор» *запахов*, составляющих своеобразный мифологический код дальневосточных художественных произведений. Большую группу составляют пищевые *запахи*, различающиеся в зависимости от будней или праздников. *Ароматы* являются целителями. Феномен *запаха* национально-специфичен. Представители различных культур по-иному воспринимают один и тот же *запах*. Этому служит объяснением разный образ жизни, непохожий набор *запахов*, сопровождающих жизнь того или иного народа, различные нормы чувствительности и др.

Литература

- Ароматы и запахи в культуре. В двух книгах. М.: НЛЮ, 2003.
Афоризмы старого Китая. / Сост., пер. В.В. Малявина. М.: «Изд-во Астрель», «Изд-во Аст», 2004.
Бай Кайго. Тигр в лабиринте. М.: Изд-во «София», ИД «Гелиос», 2002.
Бамбук в снегу. Корейская лирика VIII-XIX веков. М.: Наука. Гл. ред. восточ. литер., 1978.

- Би Сяошен.* Цвет абрикоса. М.: СП «Вся Москва», 1992.
- Брагина Н.Г.* Память в языке и культуре. М.: Языки славянских культур, 2007.
- Ван Вэй.* Стихотворения. М.: ГИХЛ, 1958.
- Ванштейн О.* Грамматика ароматов // Ароматы и запахи в культуре. Книга 1. М.: НЛЮ, 2003. С. 5-12.
- Восточная новелла. М.: Изд-во восточн.литер., 1963.
- Григорьева О.Н.* Цвет и запах власти. Лексика чувственного восприятия в публицистическом и художественном текстах. М.: Изд-во «Флинта», Изд-во «Наука», 2004.
- Гуляка и волшебник. Танские новеллы (VII-IX вв.). М.: Изд-во «Худож.литер.», 1970.
- Ду Фу.* Сто печалей. СПб.: «Кристалл», 2000.
- Жданова Л.В.* Цвет в стихотворении Ли Кюбо «Воспеваю хризантемы» // Вестник Центра корейского языка и культуры. Выпуск 2. СПб.: Центр «Петербургское Востоковедение» 1997.
- Жданова Л.В.* Поэтическое творчество Чхэ Чхивона. СПб.: «Петербургское Востоковедение», 1998.
- Жирицкая Е.* Ветер с Востока // Ароматы и запахи в культуре. Книга 1. М.: НЛЮ, 2003. С. 482-502.
- Жирицкая Е.* Легкое дыхание: запах как культурная репрессия в российском обществе 1917-30-х гг. // Ароматы и запахи в культуре. Книга 2. М.: НЛЮ, 2003. С. 167-269.
- Записки о добрых деяниях и благородных сердцах. Л.: Худож.литер. (Ленингр. отд.), 1985.
- Золотая птица Гаруда. СПб.: Центр «Петербургское Востоковедение», 1994.
- История о верности Чхун Хян. Средневековые корейские повести. М.: Изд-во восточ.литер., 1960.
- Ким Джэсю.* Счастье. Роман. М.: Радуга, 1985.
- Ким Ман Чжун.* Облачный сон девяти. Роман. М.-Л.: ГИХЛ, 1961.
- Ким Си Сын.* Новые рассказы, услышанные на горе Золотой Черепахи. М.: Худож. литер., 1972.
- Китайская пейзажная лирика III-IV вв.: стихи, поэмы, романсы, арии. М.: Изд-во МГУ, 1984.
- Классен К., Хоувс Д., Синнотт Э.* Значение и власть запаха // Ароматы и запахи в культуре. Книга 1. М.: НЛЮ, 2003. С. 41-49.
- Классическая проза Китая. Минск: Харвест, 2002.
- Классическая поэзия Индии, Китая, Кореи, Вьетнама, Японии. М.: Худож. литер., 1977.
- Книга Дракона. Ростов-на-Дону: «Феникс», 2002.
- Книга прозрений. Корейская классическая поэзия. М.: Гос. изд-во худож. литер., 1956.
- Корейские повести. М.: ГИХЛ, 1954.
- Кравцова М.Е.* История культуры Китая. СПб: Изд-во «Лань», 1999.
- Кравцова М.Е.* Хрестоматия по литературе Китая. СПб.: Азбука-классика, 2004.
- Ланьков А.Н.* Корея: будни и праздники. М.: МО, 2000.
- Ли Бо.* Нефритовые скалы. СПб.: «Кристалл», 2000.
- Ли Юй.* Полуночник Вэйян. М.: Худож. литер., 1995.
- Люсьенн А. Рубен.* Запаховые сигналы и пространство праздника в Евразии // Ароматы и запахи в культуре. Книга 1. М.: НЛЮ, 2003. С. 168-180.
- Малявин В.В.* Китайская цивилизация. М.: Изд-во «Астрель», 2000.
- Малявин В.В.* Китай в XVI-XVII веках. Традиция и культура. М.: «Искусство», 1995.
- Малявин В.В.* Сумерки Дао. Культура Китая на пороге Нового времени. М.: ИПЦ «Дизайн. Информация. Картография»: ООО «Изд-во Астрель», 2003.
- Молодость в пути. Сб. рассказов. Перевод с корейск. М.: Изд-во иностр.литер., 1961.
- Море крови. Роман. Пхеньян: Изд-во литер. на иностр.яз. 1975.
- Мудрость китайского быта: Успех. Здоровье. Радость. Сост., пер. В.В. Малявина. М.: ООО «Изд-во АСТ»; ООО «Изд-во Астрель», 2003.
- Никитина М.И.* Древняя корейская поэзия в связи с ритуалом и мифом. М.: Гл.ред. восточ. литер. 1982.

- Облачная обитель. Поэзия эпохи Сунн (X-XIII вв.). СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2000.
- Пак Ун Голь*. Отечество. Перевод с корейск. М.: Изд-во иностр.литер., 1962.
- Повесть о Сим Чхон // История о верности Чхун Хян» М.: Изд-во восточ. литер., 1960. С. 179-244.
- Повесть о том, что приключилось однажды с зайцем // История о верности Чхун Хян. М.: Изд-во восточ. литер., 1960. С. 288-322.
- Повесть о Чон Учхи // История о верности Чхун Хян. Средневековые корейские повести. М.: Изд-во восточ. литер., 1960. С. 245-287 .
- Предания гор Кымгынсан. Пхеньян: Изд-ство литер. на иностр. яз., 1990.
- Повесть о девице Ок. Вестник Центра корейского языка и культуры. Выпуск 2. 1997. С. 44-67.
- Повесть о Хын Бу // История о верности Чхун Хян. М.: Изд-во восточ. литер., 1960. С. 408-490.
- Светлый источник. Средневековая поэзия Китая, Кореи, Вьетнама. М.: Изд-во «Правда», 1989.
- Скитания госпожи Са по югу //История о верности Чхун Хян. М.: Изд-во восточ. литер., 1960. С. 323-407.
- Сказание о Чхунян. М.: «Бонфи», 2003.
- Семанов В.И.* Из наложниц в императрицы. М.: ИД «Муравей», 2000.
- Сидихменов В.Я.* Китай: страницы прошлого. Смоленск: «Русич», 2000.
- Сидихменов В.Я.* Маньчжурские правители Китая. Минск: «Миринда», 2004.
- Сон в нефритовом павильоне. Роман. М.: Худож. литер., 1982.
- Сон Хён.* Гроздь рассказов Ёнчжэ // Петербургское востоковедение. СПб.: Центр «Петербургское Востоковедение», 1994. Вып.5. С.25-109.
- Тань Аошуан.* Китайская картина мира. Язык, культура, ментальность. М.: Языки славянской культуры, 2004.
- Троцевич А.Ф.* История корейской традиционной литературы (до XX в.). СПб.: Из-во СПб. университета, 2004.
- Хрестоматия по литературе Китая. СПб.: Изд-во «Азбука-классика», 2004.
- Черепашовый суп. Корейские рассказы XV-XVII вв. Л.: Худож. литер., 1970.
- Чистый поток. Поэзия эпохи Тан (VII-X вв.). СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2001.
- Цветы сливы в золотой вазе или Цзинь, Пин, Мэй. М.: Терра-книжный клуб. В 2-х томах. 1998.
- ИС (http://archive.travel.ru/south_korea/84778.html)

ЛИНГВИСТИКА

Литературный чешский язык и обиходно-разговорное койне¹

© доктор филологических наук А.И. Изотов, 2008

По образному выражению известных чешских лингвистов Петра Сгалла и Иржи Гронека, «у литературного чешского языка нет естественных носителей» (*spisovná čeština nemá své rodilé mluvčí* [Sgall, Hronek 1992: 26]). Различия между кодифицированным литературным чешским языком (*spisovná čeština*) и сложившимся на базе собственно-чешских говоров обиходно-разговорным койне (*obecná čeština*) затрагивают практически все уровни языковой системы и настолько значительны, что, например, иностранцу легко может показаться, что речь идет о разных, пусть и о близкородственных языках (что-то вроде пары *русский – белорусский* или *турецкий – азербайджанский*). Чешский дошкольник знакомится естественным путем (т.е. через бытовое общение) с обиходно-разговорным койне либо диалектом (интердиалектом), а затем идет в школу и начинает там зубрить парадигмы «родного» литературного языка.

Истоки данного положения вещей следует искать в особенностях исторического развития Чехии и всего региона за последние 6-7 веков. В результате ряда исторических событий, приведших в итоге к трансформации Священной Римской империи как наднационального образования в империю наследственных земель габсбургской династии², Чехия из центрально-европейской сверхдержавы (Пршемьсл Отакар II, упомянутый в «Божественной комедии» Данте в качестве примера мудрого государя, правил землями, простиравшимися от Балтийского моря до Адриатики; так называемые «земли чешской короны» когда-то включали в себя не только королевство Богемия и маркграфство Моравию, но также силезские княжества, Лужицу и Бранденбург; чешский король был одним из курфюрстов империи – тех, кто избирал и мог быть избранным на императорский престол, а учитывая, что в соответствии с имперской «золотой буллой» курфюрстами были **король Богемский**,

¹ Статья написана на основе доклада на Всероссийской научно-практической конференции «Регионально ориентированные исследования филологического пространства» в г. Оренбурге 14 ноября 2008 г.

² Именно так официально называлось то государство, которые мы знаем как Австро-Венгрию.

маркграф Бранденбургский, герцог Саксонский, граф Пфальцский, архиепископы Майнцский, Трирский и Кельнский, он контролировал два голоса из семи) фактически превратилась к концу XVIII века в австрийскую провинцию, а чешский язык оказался вытесненным (полностью или почти полностью) из большинства сфер функционирования естественного языка – сфер науки, литературы, повседневного общения. Немецким или германизированным тогда была значительная, если не бо́льшая часть населения Чехии и Моравии. Вспомним, что в 1918 году Масарику и Бенешу, чтобы сформировать Чехословакию как мононациональное государство (с национальными меньшинствами – немцами, венграми, украинцами), пришлось изобрести национальность «чехословак», иначе немцы не укладывались в «национальное меньшинство». Даже в сельской местности на рубеже XVIII-XIX веков целые регионы были немецкоязычными, в городах же чешский язык воспринимался зачастую как *Dienerrinnensprache* – букв. «язык служанок». Видимо, чехов ждала участь полабских славян, без остатка растворившихся в немецком массиве, или лужицких сербов, растворяющихся сейчас, если бы не взлет патриотических настроений на волне романтизма после наполеоновских войн. «Патриарх славистики» Йозеф Добровский пишет *Ausführliches Lehrgebäude der böhmischen Sprache* (естественно, на немецком языке), Йозеф Юнгманн составляет многотомный чешско-немецкий словарь, в который смело включает, богемизировав их огласовку, слова иных славянских языков, прежде всего польского и русского. Читать и говорить по-чешски среди «патриотов» (*vlastenci* – самоназвание деятелей чешского национального возрождения, см. [Betsch 1998]) становится модно, постепенно складывается новая литература.

Однако Й. Добровский, составляя свою «Подробную грамматику...», ориентировался прежде всего на чешские художественные тексты так называемого добелогорского периода – периода расцвета чешской литературы в XVI-начале XVII столетий. В результате в этой грамматике оказались не отраженными вообще либо отраженными в явно недостаточной степени многие существенные изменения в фонетике, морфологии, синтаксисе, произошедшие в собственно-чешских говорах более чем за два столетия. Среди наиболее заметных изменений отметим переход долгого [ē] (графически é) в долгий [ī], а долгого [ī] (графически ú или í) – в дифтонг [eī] (графически ej), появление протетического [v] перед [o] в начале слова, упрощение групп согласных, всевозможные ассимилятивные и диссимилятивные процессы, унификацию окончаний парадигм склонения и спряжения, усечение окончаний и словоизменяемых суффиксов в целом ряде позиций, аналогическое выравнивание, переоформление 1 лица ед. числа прошедшего времени «по рус-

ской модели» (*l-причастие + презентная форма глагола 'быть' > местоимение + l-причастие*), дублирование подлежащего личным местоимением.

В результате речь современного чеха может представлять непростую комбинацию элементов литературного языка и обиходно-разговорного койне, причем доля того или другого зависит от таких факторов, как ситуация общения, возраст, образование, социальный статус говорящего и/или собеседника, степень их знакомства и т. д. Употребляющий литературных элементов больше, чем требуется в данной конкретной ситуации, рискует прослыть снобом, меньше – невежей, при этом «переключение кодов» происходит автоматически и незаметно для самого носителя языка.

Среди ответов на извечные вопросы «Кто виноват?» и «Что делать?» можно услышать и весьма радикальные. Во всем виноват Й. Добровский, который вместо того, чтобы кодифицировать живой чешский язык, почему-то взял за образец язык средневековых манускриптов и инкунабул. Давайте же хоть сейчас (лучше поздно, чем никогда) кодифицируем живой язык, ср. материалы конференции в Оломоуце [Spisovná čeština a jazyková kultura... 1995].

К сожалению, призывы подобного рода нельзя принимать всерьез. Во-первых, «живой чешский язык» – абстракция. Собственно-чешское обиходно-разговорное койне (*obecná čeština*), которое под «живым чешским языком» обычно понимается, не покрывает всей территории распространения чешского языка. Сделать обиходно-разговорный чешский язык (так переводила термин *obecná čeština* ведущий отечественный богемист минувшего столетия профессор А.Г. Широкова, ср. [Васильева, Широкова 2003]) языком литературным значило бы нарушить естественные права тех чехов, у которых другой «живой чешский язык» (например, *obecná moravština* – обиходно-разговорное моравское койне или *obecná laština* – обиходно-разговорное силезское койне). Если мы решимся игнорировать моравян и силезцев, мы всё равно никуда не уйдем от того обстоятельства, что *obecná čeština* – не язык в собственном смысле этого слова. Это скорее набор собственно-чешских интердиалектных элементов, не совпадающих с соответствующими элементами литературного языка³, причем речь идет об элементах разной степени употребительности. Например, существующая в соответствии с литературной формой *bychom* обиходно-разговорная форма *bysme*, используемая при образовании кондиционалиса 1 лица мн. числа (*Šli bychom tam / Šli bysme tam* ‘Мы бы пошли туда’) доста-

³ Такое рабочее определение обиходно-разговорного собственно-чешского койне (*obecná čeština*) не встретило возражений коллег из отдела грамматики Института чешского языка Академии наук Чешской республики, где автор статьи стажировался в 2006 году.

точно обычна, а вот обиходно-разговорная форма *bysem*, существующая параллельно литературной форме *bych* и используемая при образовании того же кондиционалиса 1 лица, но уже единственного числа (*Šel bych tam / Šel bysem tam* ‘Я бы пошел туда’) встречается крайне нерегулярно. В электронном корпусе современных чешских письменных художественных, публицистических и специальных текстов SYNEK (11 959 431 токен) представлено 67 примеров употребления формы *bysem* в соответствии с 1873 примерами употребления формы *bychom* и 10 примеров употребления формы *bysem* в соответствии с 5548 примерами употребления формы *bych*. Иначе говоря, если в случае в парой *bysem–bychom* речь идет о соотношении один к 28, то в случае с парой *bysem–bych* – о соотношении один к 555. Так какие же обиходно-разговорные формы мы будем кодифицировать **вместо** существующих литературных, а какие нет?

Если и сейчас, после масштабных унификационных процессов XX века (мировые войны; преобладание городского населения над сельским; массовая коммуникация) нет единого «живого чешского языка», которым можно было бы заменить литературный чешский язык (успешно функционирующий), справедливо ли упрекать Й. Добровского, что он не нашел подходящего для кодификации «живого чешского языка» двести лет назад, когда чешские диалекты были практически законсервированы (тогдашний крестьянин, выбиравшийся пару раз в году в город или на ярмарку, всю свою жизнь слышал своих же соседей)? Кроме того, Й. Добровский в общем-то и не собирался ничего кодифицировать, так как «не считал, что чешский язык нужно развивать для тонкого языка искусства и научного стиля» [Petr 1989: 35]. Он блестяще выполнил грандиозную задачу помочь современному ему читателю (немецкоязычному⁴) познакомиться с чешской литературой добелогорского периода. Лишь так называемое «второе поколение чешского национального возрождения» (середина XIX века) вознамерилось «сделать из чешского языка развитый национальный язык, который мог бы <...> во всех областях жизни заменить немецкий язык» [Petr 1989: 37].

Положительной стороной сложившейся ситуации являются богатейшие возможности использования оппозиции «литературный чешский язык» – «обиходно-разговорное койне» в качестве яркого стилистического средства.

⁴ В этой связи уместно вспомнить историческую комедию современного чешского автора Л. Смоляка, где в числе прочих персонажей начала XIX века действует **чешско-говорящая немецкая патриотка** Мاستилкова и **немецко-говорящий чешский патриот** Яммерваль (*Smoljak L. HYMNA ANEB URFIDLOVAČKA: Hra se zpěvy // To nejlepší ze Smoljaka, Svěráka a Járy Cimrmana II. Praha, 2006*).

Обиходно-разговорные и диалектные (интердиалектные) элементы используются в художественной литературе и кинематографе в качестве одного из важных средств создания речевых портретов персонажей именно в силу их некодифицированности, «неправильности». Как много это значит, видно на примере популярного чехословацкого сериала 70-х годов о следователе Земане. Поскольку большинство персонажей тридцати фильмов шпионско-криминального сериала не особенно искусны в изящной словесности, обиходно-разговорные, просторечные и сленговые выражения зритель слышит с экрана вполне регулярно. Однако в «чешских титрах для людей с дефектами слуха», которыми сериал снабдила фирма PRAGUE PROMOTION s.r.o, выпустившая сериал в 2008 году на пятнадцати DVD в качестве «памятника тоталитарной эпохи», идет литературный чешский язык (*spisovná čeština*). Как много теряет фильм при «переводе» на литературный чешский язык, в данном случае буквально «видно невооруженным глазом».

По нашему убеждению, значительную, если не основную долю комического в «Приключениях бравого солдата Швейка» Я. Гашека составляет именно макаронизм текста (чешский литературный язык + обиходно-разговорное койне, обильно сдобренное вульгаризмами и просторечьем + немецкий). В русском переводе П. Богатырева «степень макароничности» понижается за счет исчезновения противопоставления «литературный чешский язык» – «обиходно-разговорное койне» (однако кое-где сохранены немецкие вкрапления, хотя в оригинальном чешском тексте этих вкраплений все равно было намного больше, они приводятся там не только в немецкой орфографии, но и «по-чешски» – в разной степени исковерканности, ср. *kvér* < *Gewähr*, *frajtr* < *Gefreute* и т.д.). При переводе книги на немецкий язык исчезают последние остатки макароничности и остается один лишь авторский юмор, местами довольно сомнительный. Поэтому, наверное, не случайно многие русские и почти все немцы из круга знакомых автора статьи воспринимают данную книгу Я. Гашека как скучноватую. Отметим кстати, что при озвучивании роли Швейка в кинематографе немецкие актеры коверкают произношение, имитируя «богемский» выговор **немцев** из Чехии, Моравии, Словакии и отчасти из Вены – *Böhmakeln* (тем самым макаронический текст оригинала замещается псевдомакароническим текстом перевода), см. [Togberg 2008].

Перспективы можно видеть в постепенном сближении чешского литературного языка и обиходно-разговорного койне. Литературный чешский язык (*spisovná čeština*) постепенно демократизируется, избавляясь от одних элементов и обзаводясь другими. Обиходно-разговорные формы сначала проникают в литературный язык на правах дублетов, а затем могут стать основными (или даже единственными) вариантами, ср.

формы типа *píši* > *píši/píšu* > *píšu*. Главное, этот процесс должен быть естественным и независимым от конъюнктурной риторики.

Л и т е р а т у р а

1. *Васильева В.Ф., Широкова А.Г.* Чешский язык в новом тысячелетии (общая характеристика языковой ситуации и динамических инноваций) // Славянский вестник: Выпуск 1. М., 2003. С. 46-69.
2. *Маркс К., Энгельс Ф.* Избранные произведения в 3 томах. М., 1983.
3. *Betsch M.* Zur Entwicklung des Systems der Anredepronomina in Tschechischen 1700-1850 // Beiträge der Europäischen Linguistik (POLYSLAV) 1 / *Giger M., Wiemer B.* (Hrsg.). München, 1998. S. 37-44.
4. *Daneš Fr. et al.* Český jazyk na přelomu tisíciletí. Praha, 1997.
5. *Sgall P., Hronek J.* Čeština bez příkras. Praha, 1992.
6. *Petr J.* Preface // *Jungmann J.* Slovník česko-německý. D.1. Praha, 1989. S. 5-38.
7. Spisovná čeština a jazyková kultura: Sborník z olomoucké konference 23.-27.8.1993. Praha, 1995. 1; 2.
8. *Torberg F.* Anhang: Als noch geböhmakelt wurde // *Torberg F.* Die Tante Jolesch und die Erben der Tante Jolesch (Doppelband). München: Verlag Langen Müller, 2008. S. 615–620

Адаптивность русского как переводящего языка в англо-русском коммуникативном взаимодействии с позиций переводоведения

© кандидат филологических наук С.В. Власенко, 2008

*«Благодаря своему характеру языки могут воздействовать
не только на все поколения народов, говорящих на них,
но и на другие языки, с которыми они рано или
поздно приходят в соприкосновение»
Вильгельм фон Гумбольдт*

Глобализация мирового экономического пространства характеризуется рядом последствий, среди которых трансформирование международных и национальных финансово-экономических институтов, коммерциализация образовательных структур, а также растушевывание культурных границ. Границы коммуникативного взаимодействия языков значительно изменились, что вылилось в упрощение схем межкультурной и, следовательно, межъязыковой коммуникации. Кроме того, глобализация финансово-экономического пространства явилась событием, повлекшим за собой новые отношения между языками – главными коммуникантами на этом пространстве. Среди основных игроков на площадке межъязыкового взаимодействия, бесспорно, главенствует английский.

Обращение к вопросу о статусе русского как переводящего языка в межъязыковом взаимодействии связано с появлением новых понятий в теории перевода¹. В целях настоящей статьи полагаем целесообразным использование предложенного российским переводоведом З.Д. Львовской понятия «эквивалентной двуязычной коммуникации», под которым подразумевается собственно межъязыковой перевод [Львовская 2008]. Согласно пониманию переводческого процесса как эквивалентного взаимодействия естественных языков, отношения коммуникативной эквивалентности между исходным текстом и текстом перевода в межъязыковом переводе должны непременно сохраняться, в особенности, в той части, которая касается «коммуникативной приемлемости текста перевода в принимающей культуре» как в целом, так и фрагментарно [Львовская 2008: 157–162]. Принимающей культурой в

¹ Здесь и далее по тексту термины «теория перевода» и «переводоведение» применяются взаимозаменяемо.

случае использования русского в качестве языка перевода² выступает русская.

Межъязыковой перевод, осуществляемый в языковой паре английский–русский в условиях массовой «колонизации» переводящего русского языка заимствованными англицизмами, предлагается рассматривать как явление *глобального языкового метаболизма*. Обращаясь в предыдущих работах к вопросам, касающимся природы заимствования англицизмов и их широкого употребления в переводящем русском языке [Власенко 2007а, 2007б, 2008], мы высказывали, в частности, точку зрения, согласно которой англицизмы следует рассматривать в качестве плана выражения *глобального, или транснационального, языкового кода*. Англицизмы, транслитерируемые, наряду с русским, также и в десятки других языков-коммуникантов глобального языкового взаимодействия³, выступают в определенной мере *универсальными означающими*, как то: *смартфон, паркомат, вебсайт, секьюритизация, легитимность, электорат, хакер, спам, медиа, консалтинг* и др.

Сопоставимы с нашими некоторые мнения психолингвистов и когнитивистов, которые полагают, рассуждая о заимствованных русским языком англицизмах, что речь должна идти не столько о чисто языковой стороне номинации, сколько о содержательной, т.е. о «глобализации национальных когнитивных пространств» [Привалова 2005: 298] или импорте концептов [Карасик 2004: 210–214] как объективных процессах современности. Укажем также на мнение Г.В. Быковой о «тенденции к трансноминации» (подробнее см.: [Быкова 2003: 159], а также мнение И.В. Приваловой о «транснационализации различных видов человеческой деятельности», приводящей к созданию единого межнационального фонда новых языковых единиц, в частности, акронимов типа *DVD, Hi-Fi, DOS* и др. [Привалова 2005: 285]. Соглашаясь с данным мнением, мы по-прежнему акцентируем внимание на гибкости русского языка к изменяющимся условиям среды функционирования, что связано с гиперболическим заимствованием языкового глобального кода – английского.

Транслитерированные в кириллицу англицизмы содействуют приобщению принимающего русского языка к глобальному языковому коду. Следовательно, в процессе англо-русского коммуникативного взаимодействия реально усматриваются признаки глобального языково-

² Здесь и далее по тексту, согласно переводоведческой традиции, термины «язык перевода», «переводящий язык» и «принимающий язык» употребляются синонимически [Власенко 2006: 16].

³ О масштабе заимствований из английского языка в европейские языки на примере 16-ти языков см. исследование М. Гёрлаха [Görlach 2006: 163–167], «Словарь англицизмов в европейских языках» [Görlach 2001], а также обзор его работ в журнале «Babel» [Cairns 2006: 93–99].

го метаболизма, например: *IT-индустрия, HTML-формат и HTML-файл, SMS-сообщение, SMS-пакет и SMS-текст, VIP-клиенты банка и VIP-обслуживание, спра-индустрия, helpdesk-услуги, hi-tech рынок и hi-tech новинки, GPS-навигатор, flash-память, web-страница, IT-подразделения, GPRS-интернет, Hi-Fi оборудование и Hi-Fi разрешение* и т.п.

Многолетние наблюдения за русским как языком перевода в языковой паре английский–русский позволяют нам сделать вывод об устойчивом свойстве русского языка – его адаптивности [Власенко 2006, 2007в]. Под *адаптивностью* мы понимаем особое свойство уживчивости, гибкости, «восприимчивости» и приспособляемости принимающего языка к разным формам заимствований, которые он демонстрирует в условиях двуязычного или многоязычного взаимодействия (близкие мнения см.: [Касевич 2004: 64; Привалова 2005: 316–318]). Следует отметить, что в теории систем к *адаптивным, или самоприспосабливающимся*, системам принято относить такие, которые сохраняют работоспособность при непредвиденных изменениях свойств объекта (действительности) или условий среды путем смены алгоритма функционирования, т.е. способные приспособляться к изменяющимся условиям⁴. Русский язык вправе претендовать на причисление к «адаптирующимся» системам: он отвечает критериям системы, которая в процессе взаимодействия с окружающей и воздействующей на нее средой, сама способна изменять или модифицировать встроенные программы и регулировать механизмы, действуя по новому или измененному алгоритму⁵.

Примеры если не новых, то заметно «измененных алгоритмов» функционирования, подтверждающие наше мнение об адаптивности русского языка, избыточны. К ним мы относим, в частности, существование лексем-гибридов. При этом факты параллельного и одновременного сосуществования в русском языке гибридных сложносоставных лексем с заимствованной морфемой, транслитерированной в кириллицу, или с нетранслитерированной (оригинальной) английской морфемой встречаются и в общеупотребительной лексике, и в отраслевых субязыках: *хай-тек рынок* и *hi-tech рынок, спам-рассылка* и *спам-рассылка, ноу-хау новинки* и *know-how новинки, сидимовые семинары* и *семинары на CD-ROM, хай-фай оборудование* и *Hi-Fi оборудование, спра-курорты* и *спа-курорты* и др. (Об «окказиональных словах-

⁴ На основе значений, предложенных в словарных статьях БСЭС [БСЭС 1984: 21, 1160].

⁵ На основе значения термина «адаптирующееся устройство», предложенного в: [ЛСС 1975: 17].

гибридах» рассуждает также В.С. Виноградов, см.: [Виноградов 2004, 114–136].)

При достаточно референтной прозрачности таких лексических гибридных образований, как то: *VIP-зал*, *VIP-инвестиции*, *VIP-клиенты банка*, *IT-дистрибьютор*, *IT-решения в логистике*⁶, – они образуют также производные построения, сосуществуют с ними и параллельно употребляющиеся, например: *PR-директор*⁷ и *пиар-директор*, *группа PR-сопровождения*; *классические услуги PR-агентств* и *участие пиар-агентств*; *IT-решения* и *ай-ти-решения*⁸, а также *продукция, созданная на базе IT-технологий*. Данная тенденция распространяется все более широко в отраслевых субъязыках, где гибридные построения с английской аббревиатурой или акронимом взаимозаменяются русской производной аббревиатурой или акронимом: *«Российские IT-директора смогут выслушать доклады своих коллег из ведущих компаний России и обменяться опытом с зарубежными СТО»*⁹. В целях нашей статьи целесообразно привести еще одно высказывание В.С. Виноградова о процессе освоения заимствований, где он утверждает, что «освоение – длительный процесс, в котором участвуют многие носители языка, а создаваемая переводчиком транскрипция слова-реалии – акт единичный, – и далее заключает, – освоение нельзя рассматривать как переводческий прием. Это лексическое понятие, означающее процесс грамматической и фонетической ассимиляции заимствованного языком слова» [Виноградов 2004: 120]. В рассматриваемых примерах процесс освоения не ограничивается названными рамками, а затрагивает также синтаксический уровень.

Определение «адаптивных систем» достаточно полно вписывается в эпоху глобализма: на лицо указанные в определении «изменения объекта» языкового отражения, т.е. действительности. При этом, по-видимому, настала необходимость для самого имени «действительность» активизировать нехарактерное для него употребление множественного числа, поскольку технологические возможности создают виртуальную действительность, формы и форматы воплощения которой приумножаются пропорционально росту технологических возможностей. Как реакцию принимающего языка на изменение «среды обитания» можно расценивать популярность лексического моделирования по правилам английской синтагматики с препозицией заимствованной

⁶ Программа «В фокусе: логистическая конкуренция» на телеканале РБК от 22.10.2007.

⁷ Программа «Зарубежный бизнес» на телеканале РБК от 15.10.2007.

⁸ Программа «В фокусе: логистическая конкуренция» на телеканале РБК от 22.10.2007.

⁹ Пресс-релиз «Информационные технологии завтра» Международной конференции «СNews Forum 2007», проведенной 20 ноября 2007 г. в г. Москве.

морфемы или лексемы, например: *мейнстрим-сегмент рынка, гламур-фотографии, селебрити-культура, промоушен-акция, кросс-курс, спот-рынок, веб-страница и веб-браузер, спа-стандарты и спа-индустрия, арт-директор и арт-фестиваль, допинг-контроль и допинг-тестирование, интернет-супермаркет и интернет-ритейлер, бизнес-подготовка, бизнес-формат и бизнес-проект, гольф-индустрия, гольф-бизнес и гольф-академия* и т.п. Эти примеры, видимо, свидетельствуют о попытках русскоговорящих смоделировать новые механизмы комбинаторики «своих» и «чужих» элементов словосложения в рамках русской словообразовательной парадигмы.

Лаконизм английских лексем в части плана выражения представляется многим билингвам конструктивным для использования в качестве словообразовательной модели (об этом см., в частности, [Быкова 2003, 34–90; Гак 1979; Карасик 2004, 210–214; Привалова 2005, 279–318]). Этим во многом объясняется использование английской модели для построения лексики на кириллице, по сути являющейся транслитерированием некоторых английских акронимов или лексем и созданных на их основе гибридных словесных аранжировок. Приведем примеры: *пиар-компания, пиар-политика, форекс-торги, форекс-показатели, вип-зал, вип-обслуживание, айти-решения, стартап-стратегии, хай-фай оснащение* и т.п. Что касается самой природы лексических инноваций, представляется, что в данном явлении усматривается разновидность языковой игры, вид языкового моделирования, свидетельствующего о тенденции к изменению культурно-языковых стереотипов носителей русского языка и, как результат, перемене речевого портрета русскоязычных. Однако данный вопрос в большей степени касается русистики (см., к примеру, [Кронгауз 2008; Крысин 2008]), культурологии [Касевич 2004], этнопсихолингвистики [Красных 2003], чем собственно теории перевода.

Что касается вышеупомянутых в определении адаптивных систем *условий среды*, то, безусловно, эпоха глобализации обновила среду взаимодействия языков и культуру речевого взаимодействия¹⁰, вследствие чего на наших глазах происходит своего рода их «переналадка». На наш взгляд, подобная «переналадка» или «самореорганизация» русского языка в части лексического наполнения, преимущественно касаясь его номинативной функции, сказывается на функции обеспечения адекватного взаимодействия коммуникантов в процессе двуязычной или мно-

¹⁰ Один лишь стиль электронного письма в сочетании со стилем коротких сообщений в системе мобильной связи, так называемые «*эсмэски*» (от англ. аббр. *SMS – Short Message Service*), фактически нивелировали вековые традиции эпистолярного стиля как формы языкового-речевого взаимодействия коммуникантов в рамках одно- и двуязычного пространства.

гоязычной коммуникации. С точки зрения системы русского языка, примеры типа *ток-шоу, смарт-карта, кофе-хауз, кофе-брейк, тур-оператор, шоп-тур, секонд-хэнд, экшен-фильм, фэшин-уик и фэшин-продюсер, шорт-лист* и подобные им есть еще одно подтверждение измененного алгоритма языкового механизма словообразования в рамках изменившегося бытийного фона, т.е. условий среды функционирования языка.

Образование гнезд (кластеров) сложносоставных лексем по методу присоединения через дефис заимствованного элемента в препозиции к определяемой русской лексеме, по всей видимости, свидетельствует о том, что единицы «реальности глобального мира» представлены общим фреймом, компоненты которого имеют «семейный» след в виде транслитерированной лексемы в препозиции: *спа-индустрия* (от *spa industry*), *экслюзивный спа-продукт* (от *spa product*), *спа-сервис* (от *spa service*), *спа-стандарты* (от *spa standards*), *спа-этикет* (от *spa etiquette*), *спа-курорт* или *спа-санатории* (от *spa resorts*)¹¹; *гольф-клуб, гольф-индустрия* (от *golf club, golf industry*)¹² и т.д. и т.п. В ряде случаев адаптивность не ограничивается вышеназванной препозицией английской морфемы (лексемы, акронима) по отношению к определяемой русской лексеме, а распространяется на заимствовании словообразовательной модели как механизма словосложения, например: *ДПС-слежение*¹³.

В названных и подобных гибридах обращает на себя внимание препозиция англицизма-акронима, свойственная комбинаторике английской речи, но не свойственная русской, что можно трактовать как факты «ноологизации формы» (термин И.В. Приваловой [Привалова 2005: 284–285]).

Вариативность форм транслитерированной кириллизации англицизмов многообразна. Нижеприведенные примеры говорят в пользу меняющихся алгоритмов русского словосложения и словоупотребления в части комбинаторики на синтагматическом уровне: *dress-код, дресс-код и дресскод; хай-тек технология, hi-tech технология и технология хай-тек; Internet-провайдер, Интернет-провайдер и провайдер Интернета; flash-память и флэш-память; SMS-банкинг, мобильный банкинг, мобильное банковское обслуживание и мобильный банк*. Вместе с тем полагаем, что проиллюстрированное сосуществование в русском таких альтернативных комбинаций сложносоставных лексем

¹¹ Программа «Сфера интересов» на телеканале РБК от 09.08.2007. <sfera@rbctv.ru>

¹² Небезынтересно, что в последнем примере английских словосочетаний дефис отсутствует; он привнесен в русские словосочетания для «искусственного сращивания» «своих» лексем с «чужими» компонентами.

¹³ Программа «Сегодня» на телеканале НТВ от 19.06.2008.

подтверждает уживчивость и гибкость русского языка как переводящего, а также многообразие его словообразовательного потенциала и орфографической вариативности.

Аналогичные примеры многочисленны. Так, сосуществующие формы *SMS-сообщение* (от *SMS message*), *СМС-сообщение*, *СМС*, «*эсмэска*» – не что иное, как альтернативные варианты, используемые русским языком, для означивания одного референтно-тождественного пространства. В связи с анализом адаптивности русского языка как переводящего полагаем правомерным предположить, что увеличение фактического ряда синонимов есть «расширение ассортимента» означивания, вероятно, представляющих один из устойчивых механизмов русского языка на уровне системы, «перенастраивающейся» на новые условия среды функционирования.

Представляется, что факты сосуществования в русском гибридных сложносоставных лексем вышеуказанного типа: *хай-тек рынок* и *hi-tech рынок*, *ноу-хау новинки* и *know-how новинки*, *сидириновые семинары* и *CD-ROM семинары*, *хай-фай оборудование* и *Hi-Fi оборудование* и др. можно трактовать с другой точки зрения, как снижение ригидности языковой системы русского, противопоставляющего прежнему этапу своего развития – советскому канцеляриту – новые вариативные ряды лексических инноваций.

Креативность самовыражения русскоговорящих через лексические инновационные аранжировки единиц «своего» и «чужого» языка, по нашему мнению, демонстрирует определенный психологический эффект «свободного скрещивания» как некоторое релаксирующее упреждение коммуникативного эпатажа. Русский как язык перевода долгое время находился в условиях жестко регламентированного лингвистического «сценария», предсказуемого вследствие идеологически предписанных рамок осмысления и выражения картины мира русскоговорящими. Иными словами, стремление к языковому моделированию как творческому самовыражению русскоговорящих, вероятно, может полагаться одной из причин столь заметного пласта «присосавшихся» англицизмов. Следовательно, широко употребляемые в русской речи англицизмы – символы лингвистических инноваций, выступающие маркерами изменяющихся культурно-языковых стереотипов русскоговорящих.

Присущее русскому языку как синтетическому свойство использовать большое количество аффиксов (служебных элементов), удлиняющих среднюю протяженность словоформы и менее концентрированно распределять семантические средства выражения значения/смысла выражается в образовании длинных речевых цепочек – последовательностей высказываний, которые значительно протяженнее,

чем лексические цепи в германских языках. Вместе с тем, сколь протяженными ни были бы русские речевые последовательности в сравнении с английскими при описании референтно-тождественных пространств, здравый смысл и разумное целеполагание глобализм не упразднял. В этой связи показательны следующие примеры:

1) «**Сникерсни в своем формате!**»¹⁴

Комментарий: для этого примера подобрать русскоязычный, а не квазирусский, эквивалент непросто – непрозрачны ни смысл, ни образные ассоциации авторов этого рекламного сообщения; возможные варианты означивания по-русски зависят от понимания коммуникативного смысла, например: *Съешь шоколадный батончик «Сникерс» так, как ты сам хочешь; *Пробеги в кроссовках¹⁵ и зарядись энергией от пробега; или что-то иное;

2) «**Спа в денежном выражении начинается с 300 евро и выше в день** (помимо оплаты гостиницы, перелета и др.)»¹⁶

Комментарий: англицизм *спа* имеет следующие варианты означивания по-русски: «курорт с минеральными водами», «лечение минеральными водами, кренотерапия»¹⁷. Лаконизм англицизма англицизма позволяет многократно «сжать» пропозицию, т. к. референтно-тождественное высказывание на русском могло бы звучать следующим образом: «Стоимость отдыха, включающего лечебно-профилактическое лечение, составляет...», или «Использование санаторно-курортной инфраструктуры во время отдыха связано с расходами, составляющими...», или «Пользование минеральными источниками во время отдыха предполагает, что в денежном отношении...»;

3) «**В Институте Склифосовского открылся Симуляционный центр**»¹⁸

Комментарий: Данный случай употребления заимствованного англицизма мы расцениваем как «коммуникативный крах» вследствие его неприемлемости в принимающей культуре в предложенном контексте. В английском базовое понятие *simulation* означает моделирование, имитация, имитирование, имитационное моделирова-

¹⁴ Надпись на рекламном щите, установленном на главном корпусе Российской государственной библиотеки в июле 2008 г.

¹⁵ Американская лексема *snickers* помимо значения «шоколадный батончик с начинкой из карамели, нуги из арахисового масла и дробленного арахиса» (на основе [Americana 1996]), может иметь значение *кроссовки*.

¹⁶ Рекламный проспект туристической компании с описанием предлагаемого обслуживания в зарубежных гостиницах.

¹⁷ На основе значений в: [АВВУУ 2006].

¹⁸ Программа «Вести» на телеканале РТР от 30.10.2007.

ние, моделирование посредством имитации¹⁹, следовательно, *simulator* означает моделирующее устройство, имитатор, тренажер, устройство имитационного моделирования, модель²⁰. Исходя из этого, варианты означивания англицизма *симуляционный центр* по-русски могут быть следующими: «тренажерный учебный центр для подготовки врачей», или «учебный центр профессиональной врачебной подготовки», или «учебный центр для подготовки врачей с использованием тренажера – имитационного устройства, моделирующего поведение пациентов». Данный пример в особенности показателен, поскольку здесь «коммуникативная неудача» выливается в явное «смысловое фиаско» в результате использования тележурналистом в контексте медицины лексемы «симулятор», созвучной с английской вместо «имитатор» (в данном контексте употребленную в значении «модель пациента») может иметь негативные коннотации в русском языке, породить недоверие к медицине или повысить уже существующее недоверие к качеству медицинского обслуживания в стране. Заметим, что в русском «симуляция» используется со значением *притворство для создания ложного представления о чем-либо, как преднамеренно ложное утверждение для искажения существа дел, введения в заблуждение*²¹.

В контексте наших рассуждений важно указать на возможность проверки понимания заимствованной лексемы посредством приема обратного перевода лексемы «симуляция», т.е. через варианты ее английского означивания, представленных в следующих словосочетаниях: *симуляция преступления – pretended crime, rigged crime, staged crime; симуляция несчастного случая (в преступных целях) – arranged accident, illegitimate accident, prearranged accident*²², что подтверждает коммуникационную неприемлемость англицизма в принимающей культуре. Кроме того, сопоставление разноязычных лексем в переводящем и исходном языке в целях анализа отношений коммуникативной эквивалентности между исходным текстом и текстом перевода (по З.Д. Львовской) еще раз подтвердило свою инструментальность для «реабилитации» смысла последнего примера.

Приведенные выше и многие другие примеры не могут и не должны рассматриваться как факты креативности носителей русского языка по

¹⁹ С использованием техники логического вывода на основе значений в: [АРССА 1982: 133].

²⁰ С использованием техники логического вывода на основе значений в: [АРССА 1982: 136].

²¹ На основе значений, предложенных в словарных статьях «симуляция» и «симулировать» [СРЯ: 716].

²² На основе значений, предложенных в: [АВВУУ 2006].

одной простой причине – они априорно лакунарны и для говорящего, и для слушающего. Согласно концепции З.Д. Львовской, подобные высказывания коммуникативно неприемлемы в принимающей русской культуре. Другими словами, наблюдаемый в этих примерах механический перенос заимствований в русский язык, без осмысленной «сцепки» с денотативной ситуацией не может служить целям эффективного коммуникативного взаимодействия. В этом смысле прав А.Д. Швейцер, призывавший всякий раз четко разграничивать, с какими случаями англо-русского взаимодействия мы имеем дело – с переводом или квазипереводом [Швейцер 1988: 4]. Здесь также уместно процитировать Ю.А. Сорокина, писавшего о некачественном переводе как о следствии «денотативной расфокусировки», т.е. акцентуации в тексте перевода тех признаков денотата, которые факультативны и, потому, искажают структуру денотатного пространства оригинального текста [Сорокин 2003: 76]. Крайним случаем «денотативной расфокусировки» можно считать проанализированный выше пример (3).

Фактически трудно найти сферу, в которой отсутствовали бы англицизмы: *таунхаусы* (от *townhouses*) вместо *загородные дома*; *диджестивы* (от *digestives*) вместо «аперитивы» или «острые блюда»; *эппетайзеры* (от *appetizers*) вместо «закуски» или «острые закуски для повышения аппетита»; *финализация соглашения* вместо «подготовки окончательного варианта соглашения»; *линия, продуктовая линия, линия продуктов* (от *line, product line*) вместо «номенклатура (выпускаемой) продукции» или «торговый ассортимент»; *тинейджерс* (от *teenagers*) вместо «подростки»; *билборд* вместо «рекламный щит»; *минивэн* (от *minivan*) вместо «мини-грузовик», «мини-фургон» и др. Оставаясь до конца непонятными в русскоязычном контексте, англицизмы затрудняют понимание и снижают эффективность коммуникативного взаимодействия.

С позиций переводоведения принимающие языки, обслуживающие интересы своей культуры, в нашем случае русской, фактически оказываются в роли «гостеприимных хозяев» английской номинативной традиции. При простом идентифицирующем именовании предмета, используемого в мире и отсутствующего в нашей стране, трудно не признать оправданность заимствований. Однако, заимствовать при наличии в русском языке односложного наименования неразумно не только с позиций лингвоэкологии и здравого смысла, но самое важное – с позиций идентичности русского как переводящего языка принимающей культуры. Обращает на себя внимание предпочтительность употребления англицизмов в тех случаях, для которых в русском языке существуют свои исконные способы означивания. Приведем примеры: *валид-*

*ная операция*²³ вместо «правомерная», «надлежаще совершенная», «юридически действительная»; *банк-эквайер кредитных карт* вместо «банк, обслуживающий торговую точку (торговое предприятие) при операциях с банковскими картами», «банк торговой точки», «банк приёмной сети» или «обслуживающий банк»; *хеджирование корпоративных рисков* вместо «страхование продукции компании от риска изменения цен», «страхование компании от потерь». Кроме того, укажем на оперативность и множественность гнездования англицизмов: так, последний из указанных терминов обрастает контекстами употребления, образуя разнообразные комбинации типа *захеджировать риски компании, захеджированный курс облигаций, преимущества хеджа* и т.п. И здесь уместно вспомнить термин А.А. Реформатского «былая чужеземность», которой он называл ассимилированные заимствования, имея в виду, что «чужеземность» со временем становится незаметной, неощущаемой в случае их укоренения в принимающем языке. Однако, представляется сомнительным, что мы вправе говорить об ассимиляции, имея в виду вышеприведенные примеры (цит. по: [Виноградов 2004: 118]).

Русские языковые средства выражения в большинстве своем несколькословные (о законе экономии речевых усилий как одном из аргументов заимствований подробнее см.: [Гак 1989; Быкова 2004: 34–90; Привалова 2005: 279–318]), вместе с тем, лаконичность англицизмов не может оправдывать частотность их употребления. Безусловно, лаконичнее лексемы *киберпреступления, киберпреступность* (от *cybercrime*), чем «преступления или преступность в сфере компьютерной информации». Однако, об обратном свидетельствуют следующие примеры: «*Движению в Европу и Штаты мешает микс политических целей и недоверия и непонимания российских компаний в зарубежных сделках*»²⁴, где *микс* (от *mix*) – «сочетание, комбинация»; «*Добыча нефти стагнирует*»²⁵, где *стагнировать* (от *stagnate*) – застаиваться, останавливаться; «*Снизить объемы продаж в Азиатский регион, где цены на продукцию достаточно волатильны*», где *волатильный* (от *volatile*) означает «неустойчивый, непостоянный, изменчивый»; «*В ближайшие несколько лет металлурги останутся значимыми ньюсмейкерами на рынке слияний и поглощений*», где *ньюсмейкеры* употреблено вместо «заметные явления; события, находящиеся в центре внимания средств массовой информации».

²³ Программа «Капитал. Банкомат: Зона риска» на телеканале РБК от 26.10.2007.

²⁴ Программа «Сфера интересов» на телеканале РБК от 02.04.2008.

²⁵ Программа «В фокусе. Нефтяная отрасль: итоги года» на телеканале РБК от 06.01.2008.

Итак, в настоящей статье была предпринята попытка показать свойство адаптивности, или самоприспособления, русского языка как переводящего языка и сохранение им работоспособности при изменениях параметров объекта, т. е. действительности. При этом в ходе анализа конструктивным оказалось понятие эквивалентной двуязычной коммуникации, разработанное З.Д. Львовской в рамках теории перевода. Приведенные примеры позволили показать, что принимающая культура независимо от адаптивности системы переводящего языка имеет много «встроенных» ограничений, выраженных в контекстной приемлемости как фрагменте принимающей культуры.

Изменения условий среды функционирования русского языка вызвали «самоналадку» определенных языковых-речевых механизмов, которую можно квалифицировать как модификацию некоторых алгоритмов функционирования путем расширения набора моделей комбинаторики на синтагматическом уровне. Модификация алгоритма коснулась лексического пласта, в частности, процессов ассимиляции заимствований-англицизмов, вхождение которых в русский сопровождается появлением нескольких вариативных моделей словообразования и комбинаторики заимствованных с исконными русскими элементами (лексемами) на синтагматическом уровне. В данном случае русский как переводящий язык отвечает на запросы глобального языкового кода, каким, по нашему убеждению, является английский.

В заключение отметим, что разделяем сбалансированное мнение В.Б. Касевича об осторожном отношении к заимствованиям и превращении родного языка в транслитерацию [Касевич 2004: 64], а также о том, что «не переходящие определенных границ процессы заимствования естественны и служат обогащению языка» [Касевич 2004: 65]. Приведенные в статье примеры показали, что русский как переводящий язык демонстрирует повышенную гибкость, уживчивость и выраженную «гостеприимность» в отношении к языковому глобальному коду, к англоязычной номинативной традиции, в ряде случаев в ущерб своей, принимающей, культуре. С другой стороны, не впадая в крайние оценки языковых предпочтений, представляется возможным трактовать адаптивность русского языка как особый потенциал креативности в контексте *глобального языкового метаболизма*. Креативность как присущее свойство русского языка далеко не исчерпывается его внутренними системными механизмами языкового моделирования, а является не исследованным до конца ресурсом столь востребованного языка перевода, каким стал в эпоху глобализации русский язык.

Л и т е р а т у р а

1. *Быкова Г.В.* Лакунарность как категория лексической системологии. Благовещенск, 2003.

2. *Виноградов В.С.* Перевод: Общие и лексические вопросы. М., 2004.
3. *Власенко С.В.* Теория и практика перевода в сфере профессиональной коммуникации: толковый словарь // Власенко С.В. Договорное право: практика профессионального перевода в языковой паре английский–русский. М., 2006.
4. *Власенко С.В.* Массовая «колонизация» англицизмами языкового сознания русскоговорящих как проблема когнитивной фильтрации // Вопросы психолингвистики / ИЯ РАН. 2007а. № 6. С. 82–90.
5. *Власенко С.В.* Англо-американские учебники как источники англизации языкового сознания русскоязычных студентов-юристов // Вопросы адаптации зарубежных учебников для преподавания иностранных языков. Матер. Межвуз. конф. М.: ДА МИД России, 2007б. С. 6–11.
6. *Власенко С.В.* Отраслевой перевод: синонимизация терминологии как метод компенсации системного диссонанса англо-русских терминосистем // Теория и практика лексикологических исследований. Вестник МГЛУ. Вып. 532. Серия «Лингвистика». М., 2007в. С. 171–183.
7. *Власенко С.В.* Что англизируется: русский язык или русское языковое сознание? (Взгляд переводчика–психолингвиста на заимствованные англицизмы с позиций профессиональной коммуникации) // Система языка и языковое мышление. М., 2008. (в печ.).
8. *Гак В.Г.* Семантическая экономия и избыточность как средство преодоления интерференции при переводе // *Interferenz in der Translation*. Leipzig, 1989. P. 73–80.
9. *Гумбольдт В. фон.* Характер языка и характер народа // Гумбольдт В. фон. Язык и философия культуры / Пер. с нем. М., 1985. С. 370–381.
10. *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М., 2004.
11. *Касевич В.Б.* Язык экологии и экология языка // Семиотика, лингвистика, поэтика: К столетию со дня рождения А.А. Реформатского. М., 2004. С. 57–68.
12. *Красных В.В.* «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М., 2003.
13. *Кронгауз М.* Русский язык на грани нервного срыва. – М., 2008.
14. *Крысин Л.П.* Лексическое заимствование и калькирование // Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX – XXI веков. М., 2008. С. 167–184.
15. *Львовская З.Д.* Современные проблемы перевод / Пер. с исп. М., 2008.
16. *Привалова И.В.* Интеркультура и вербальный знак. Лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации. М., 2005.
17. *Сорокин Ю.А.* Переводоведение: статус переводчика и психогерменевтические процедуры. М., 2003.
18. *Швейцер А.Д.* Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. М., 1988.
19. *Cairns J., M. Görlach.* English Words Abroad // *Babel*. Netherlands: John Benjamins Publishing Company. Vol. 52, N. 1. 2006. P. 93–99.
20. *Görlach M.* Dictionary of European Anglicisms. L.: Oxford University Press, 2001.
21. *Görlach M.* English Words Abroad. Netherlands, 2003. P.163–167.

Словарные издания

22. АМЕРИКАНА: Англо-русский лингвострановедческий словарь. М., 1996.
23. АРССА: Англо-русский словарь по системному анализу / Сост. Е.В. Вышинская, др. М., 1982. – 186 с.
24. БСЭС: Большой Советский энциклопедический словарь. М., 1984.
25. ЛСС: *Кондаков Н.И.* Логический словарь–справочник. М., 1975.
26. СРЯ: *Ожегов С.И.* Словарь русского языка. М., 1990.

Электронный ресурс

27. ABBYY LINGVO 12: Electronic Multilingual Dictionary, Version 5, 2006.

О некоторых явлениях изоморфизма в английском языке

© кандидат филологических наук И.В. Гусева, 2007

М.В. Панов в своей статье об изоморфизме пишет, что изоморфизм – математический термин (от греч. ἴσος – ‘равный, одинаковый, подобный’ и μορφή – ‘вид, образ, наружность, лат. форма’), который употребляется лингвистами метафорически для обозначения подобия, неслучайного сходства в строении качественно различных единиц языка. По его мнению, изоморфизм возник как отклик на поиск закономерностей, которые объединяют все стороны языка, создают его целостность¹.

Данная работа представляет собой попытку установить подобие между такими разными единицами языка, как артикли в составе аналитических форм с существительными и вспомогательными глаголами to be, to have в составе аналитических глагольных форм.

Структурное сходство этих единиц в составе аналитических форм обнаруживается в похожем строении: артикль + существительное; вспомогательный глагол + глагольная форма. Между артиклями и существительными могут употребляться другие слова, что не нарушает целостности аналитической формы. Между вспомогательными глаголами и смысловым глаголом тоже возможно употребление других слов.

*Miss Honey moved **the now-empty glass** to the middle of the table* (R. Dahl).

*The voice she was hearing **was surely crying** out for help* (R. Dahl).

В отдельных случаях эти слова могут меняться местами с артиклями / вспомогательными глаголами.

Артикли отделяют синтаксически группу слов существительного от других членов предложения. Вспомогательные глаголы отделяют группу слов глагола от других членов предложения. Артикли являются формальными признаками существительного, вспомогательные глаголы являются формальными признаками глагола.

И артикли, и вспомогательные глаголы в составе своих аналитических форм способны связывать предложения в тексте.

*He **has lost** a son. I **have found** one.*

*A man entered the room. **The man** was wearing dark spectacles.*

Артикли и вспомогательные глаголы выполняют коммуникативную функцию, являясь ремой или темой в предложении.

¹ Энциклопедический словарь юного лингвиста / Сост. М.В. Панов – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2006.

Matilda's brother Michael was a perfectly normal boy, but the sister, as I said, was something to make your eyes pop (R. Dahl).

I haven't done anything, miss Trunchball, honestly I haven't (R. Dahl).

Артикли (неопределенный *a (an)*, определенный *the*), являясь грамматическими словами в составе аналитических форм, сохраняют тем не менее остатки своего лексического значения, происходя от слов *one (ān)* и *that (se)* соответственно. Эти прежние значения единичности и указательности оказались им очень кстати в их новой функции. Выполняя свое главное назначение выражать категорию определенности / неопределенности у существительных, они вступают с ними в очень сложные взаимоотношения, которые к тому же очень динамичны и способны меняться в зависимости в первую очередь от характера существительных, контекста, намерений автора и др. Они характеризуют существительные, классифицируют их, уточняют, дополняют, обобщают, расширяют или сужают, могут усиливать их и оценивать.

Третий, нулевой, артикль возник на территории той лексики, которая оказалась неохваченной первыми двумя артиклями, плюс нарастил свои собственные значения, с одной стороны, – оппозицией двум другим артиклям, с другой – может иногда брать на себя функцию то одного, то другого артикля.

Похожая ситуация обнаруживается и в глагольных формах. Есть три видовременных формы – Continuous, Perfect и нулевая Indefinite/Simple, которая со временем также приобрела видовые характеристики, находясь в оппозиции к другим видовременным формам (эффект существования в системе). Есть также четвертая – Perfect Continuous, которая является комбинацией этих форм и сохраняет все их характеристики. Отличие данной ситуации в том, что вспомогательные глаголы в составе аналитических форм характеризуют глагол (в форме причастия I или причастия II), вступая с ним в сложные отношения, зависящие от лексического значения глагольной формы, авторской интенции, конкретной речевой ситуации и др. факторов.

My father is working now. / Normally, Philip didn't like being in bed. But it is nice to lie in bed doing nothing when you know that everyone else is working.

В первом предложении имеется в виду конкретный факт. Во втором описываются умозрительные представления мальчика.

Механизм взаимодействия между компонентами аналитических форм ярче всего проявляется у перфектных форм, особенно у формы Present Perfect. Название формы вызывающе противоречиво. Настоящее совершенное. Как настоящее может быть совершенным? Верное ли это описание реалий? В общем-то, верное.

He has come. She has written two letters. I have done my lessons.

“Has”, “have” – формы настоящего времени, передают настоящее. “Come”, “written”, “done” – причастия II, передают прошедшее действие. Как же они могут сочетаться? Наверное, есть какая-то диалектика, объясняющая данный парадокс. Сами действия произошли в прошлом, а знаки грамматического оформления – в настоящем. Можно форму перфекта сравнить со срезом дерева. Годовые кольца среза мы видим сейчас, но они знаки прошлого существования дерева. Перфект – это и есть временные кольца прошлого. Это то из прошлого, что перешло или переходит в настоящее. Поскольку не все прошлое описывается формами перфекта, а только некоторые его моменты, то можно предположить, что “has” и “have” выполняют еще и некоторую роль крючков, вытягивающих из прошлого то, что важно для настоящего. Т.е. перфект в итоге рассматривает прошлое и настоящее в их диалектическом единстве, сосредотачиваясь на описании их взаимоотношений, связей, взаимопроникновении. Перфект – единственная в английском форма, которая одновременно описывает два временных периода – прошлое и настоящее. Все остальные, даже имеющие значения разных времен (настоящее неопределенное и настоящее продолженное для обозначения будущего), описывают один временной период. Поскольку аналитическая форма перфекта представляет знак знака (“has”, “have” знаки “come”, “written”, “done”), то знаковость его выше, чем у синтетических форм, напр. Present Indefinite. Тем самым и выше его энергетический потенциал.

Перфект имеет основную нагрузку среди других форм по выражению ремы. Он – главный «нюсмейкер».

“The Plane Has Crashed in the Atlantic”, “The Words have Changed, But the Grammar Is the Same”; “The Spice Girls have sold 30 millio albums around the world”.

Перфект исключительно богат подразумеваемыми значениями, подразумеваемым скрытым смыслом, связями с другими событиями. Он часто является нервом повествования.

*“I’m glad **it’s happened**”, Matilda said. “I wouldn’t want to go through life as a miracle-worker”.*

*“**You’ve done** enough”, miss Honey said. “I can still hardly believe you made all this happen to me”.*

Первая форма “it’s happened” отсылает нас к событиям, описанным на предыдущих 30 страницах, а вторая форма “you’ve done” отсылает нас к последствиям, которые будут описываться на следующих 6 страницах.

Такой динамизм и энергетика перфекта, возможно, связаны с сохранившимся отчасти лексическим значением вспомогательного глагола “to have” – ‘иметь, обладать, располагать, владеть чем-то’, очень сильным значением, дающим большие возможности. А «чем-то» – это, как

правило, завершённое действие (прочитанный, созданный, распечатанный, отправленный...), которое «наготове» – получается «ружье, которое должно выстрелить».

Некоторой аналогией данной глагольной форме, возможно, является аналитическая конструкция с неопределённым артиклем, который также обладает огромным разнообразием проявлений, связей и виртуозными возможностями.

В нижеприводимом примере двое молодых людей – выпускники университета – высказываются о девушке, которую они встретили, бродя по сельской местности на юге Англии, и которая поразила их своей эмоциональностью, чистотой и поэтичностью.

That girl is a very subtle study psychologically.

Ashurst's lips twitched. Garton seemed to him an ass just then. Subtle study! She was a wild flower. A creature it did you good to look at. Study! (J. Galsworthy).

По форме употребление неопределённого артикля носит здесь классифицирующий характер. Оба дают девушке свое определение. Первое действительно близко научной классификации и носит обобщающий характер, чему способствует также употребление глагола в Present Indefinite, который придает суждению постоянный характер. Второе диаметрально противоположно первому, оно вообще отвергает возможность научной классификации, но утверждает её (девушки) непосредственное присутствие в мире как дикого цветка. Употребление глагола в Past Indefinite подчеркивает это как объективную данность.

Значения неопределённого артикля, как и форм Present Perfect, относятся к сигнификативной семантике, выражают субъективную точку зрения говорящего, его личные переживания и опыт.

Иногда такая субъективная точка зрения, оформляемая с помощью неопределённого артикля, который придает этой точке зрения законченность целого, превращается в настоящее программное заявление:

Being a woman is worse than being a farmer – there is so much harvesting and crop spraying to be done: legs to be waxed, underderarms shaved, eyebrows plucked, feet pumiced, skin exfoliated and moisturized, spots cleansed, roots dyed, eyelashes tinted, nails filed, cellulite massaged, stomach muscles exercised (H. Fielding).

«Быть женщиной» здесь истолковывается не как биологический статус, но как профессия, более тяжелая и изматывающая, чем профессия фермера. Неопределённый артикль возвышает здесь свою функцию классификации до перенесения её в плоскость философских и социальных проблем.

Если между перфектом и неопределённым артиклем наблюдается значительное сходство в их значениях, в передаче ими субъективного,

различных углов зрения, характеристике личного опыта и описании переживаний, а также в их функции членения мира на единицы, которые представляют собой единое целое (в случае Present Perfect это действия, представляющие как значимые события, в случае неопределенного артикля + сущ. – это стороны, проявления, виды, модификации, превращения предметов, событий, явлений, представляющие каждый раз как новое законченное целое: “a woman of substance”, “a strange world of my own”, “a bearded Schiller”, “a vague but very real uneasiness”, “a setting sun”, “Was there a moon?”, “a natural liar”, etc.), то определенная близость есть и между формой Continuous и определенным артиклем (в составе аналитической формы). Главными значениями определенного артикля являются его указательное, индивидуализирующее значения, а также его более обобщающее значение – название класса (generic meaning).

Then, **the kiss** he had seen her give the pillow afflicted him with sudden headiness, and he went up to her (Galsworthy) (тот поцелуй, который герой видел).

....but her grey eyes were **the wonder** – dewy as if opened for the first time that day (ее главная особенность).

Ashurst looked, and **the poet** in him moved (Galsworthy) (поэт как класс, явление).

Как правило, существительное с определенным артиклем вызывает картинку в голове, конкретный, либо достаточно яркий осязаемый мысленный образ.

Better bend **the neck** than bruise the forehead.

The burnt child dreads the fire.

That suspicious breath from **the matter-of-fact-world** somewhat tarnished the **brightness** of his vision (Galsworthy).

Главным назначением формы Continuous является передать (представить) действие как конкретный процесс, длительность, наблюдаемые прямо или косвенно.

The newt was still squirming in the tall glass of water.

Continuous описывает как реальные процессы, так и воображаемые и совсем умозрительные, которые сопровождаются в сознании слушающего или читающего картинками, сценами, образами.

«You seemed so far away», Miss Honey whispered, awestruck.

“Oh, I was. **I was flying** past the stars on silver wings”, Matilda said. “It was wonderful”. (R. Dahl).

The Trunchbull sensed what the child **was thinking** and she didn't like it (R. Dahl).

Because we **are playing** with mysterious forces, my child, that we know nothing about (R. Dahl).

Если говорить об остаточном лексическом значении вспомогательного глагола to be в этой форме, то ближе всего оно, вероятно, к указательному значению: «Смотрите, вот» (что происходит).

“I am telling you the truth, Headmistress”, she said (R. Dahl). (Смотрите, видите, я говорю правду)

“I’m getting it! I’m starting to do it!” (R. Dahl) (Вот, сами видите...)

“To be” указывает – вот в каком состоянии кто-то находится (состояние выражается PI).

Таким образом, оказывается, что все главные значения определенного артикля присутствуют в формах Continuous: предельная конкретизация, индивидуализация и указательность, которые могут иметь разные уровни абстракции.

Поиск сходства, параллелей, подобия в разных областях языка интересен тем, что может проявить, показать те механизмы, приемы, стратегии, которые язык использует в освоении реальности нашего мира.

Л и т е р а т у р а

1. *Александрова О.В., Комова Т.А.* Современный английский язык: морфология и синтаксис = Modern English Grammar: Morphology and Syntax: учеб. пособие для студ. лингв. вузов и фак. ин. языков / *О.В. Александрова, Т.А. Комова.* М.: Издательский центр «Академия», 2007.
2. *Бармина Л.А., Верховская И.П.* Учимся употреблять артикли: Учебное пособие для ин-тов и фак-тов ин. яз. М.: Высшая школа, 1989.
3. *Блох М.Я.* Теоретические основы грамматики: Учеб. 3-е изд. испр. М.: Высшая школа, 2002.
4. *Кобозева И.М.* Лингвистическая семантика: Учебное пособие. М.: Эдиториал УРСС, 2000.
5. *Штелинг Д.А.* Грамматическая семантика английского языка. Фактор человека в языке: Учебное пособие. М.: МГИМО, ЧеРо. 1996.
6. *Dolgina E.* Articles in ELT: a Cognitive Approach. LATEUM 2008: Язык. Речь. Коммуникация. Культура. Материалы 9-ой международной конференции Лингвистической ассоциации преподавателей английского языка МГУ имени М.В. Ломоносова / Отв. ред. *Назарова Т.Б.* М. МАКС Пресс, 2008. С. 51-54.
7. *Tutchuk E.* On the Cognitive Approach to Article Deixis in English. LATEUM 2008: Язык. Речь. Коммуникация. Культура. Материалы 9-ой международной конференции Лингвистической ассоциации преподавателей английского языка МГУ имени М.В. Ломоносова / Отв. ред. *Назарова Т.Б.* – М. МАКС Пресс, 2008. С. 32-40.
8. *Quirk R., Greenbaum S.* A Comprehensive Grammar of the English language. – Longman, 1985.

ЛИНГВОПОЭТИКА

Ономастикон текста как проявление языковой личности автора (на примере антропонимов малой прозы Леонида Добычина)

© Л.Ю. Горнакова, 2008

Известно, что имена занимают одно из важнейших мест в структуре художественного текста, представляя немаловажную часть сюжетной и стилистической линии произведения. Роль имени персонажа в творчестве Леонида Ивановича Добычина огромна, «порой даже сложно понять, герой ли представляет свое имя, или же имя представляет героя» [Ерофеев 1988: 111]. Единственной возможностью разгадать авторский антропонимический замысел становится выведение его на уровень идейно-художественного замысла в целом.

Добычин пишет на исторически конкретном языке современной ему действительности. Характерные приметы его стиля – «краткость, синтаксическая и лексическая бедность абзаца и фразы», «неразвитость диалога» [Московская 1999: 28]. Возможно, этот новояз, который стал распространенным явлением в речевой жизни общества 1920-1930-х годов, генетически связан с глобальной языковой утопией авангарда, в частности, с футуристическими проектами языковых преобразований.

После 1917 года в отечественной литературе появляется установка на «развенчание» эталонных художественных образов, и, в частности, бедной Лизы, как якобы обнаружение её подлинной сути в лице преемниц, «поскольку литературная Лиза была враждебной всему новому строю, жизни и идеалам, что вполне отвечало духу времени» [7, с.481]. Возможно, лаконичнее и глубже других описал эту драму литературных Лиз Леонид Добычин в рассказе «Встречи с Лиз» (1924), появившемся в 1927 году в одноименном сборнике. Добычин избрал для героини имя, уже занявшее место в литературе и связанное с определенным комплексом идей. Заметим, что к моменту написания (в России 1920-х годов) имя относилось к редким: антропоним Елизавета носили в этот период лишь 0,9 % российских женщин [Бондалетов 1982: 12].

Номинативная парадигма героини рассказа составляет 5 антропонимических единиц, 4 местоименных и 11 аппеллятивных (всего 20 единиц). В тексте фигурируют модель имя + фамилия *Лиз Курицына* – (1 факт употребления); модель «имя» *Лиз* – (6), модель «фамилия» *Курицына* – (1), аппеллятивное эмотивное именование *девка* – (1), аппеллятив-

ная модель «существительное + приложение» *девушка с образованием* – (1). Основной единицей для номинации избрано имя (*Лиз*) – 5 фактов в дискурсе автора и 1 – персонажа (Жоржа Кукина). Деминутив *Лиз* образован усечением, связан со структурной моделью не русской, а английской антропонимической деривации, ассоциативно связан с артистическими именами певиц и актрис, нарочито краток, поэтому – маргинален, однако при этом имя продолжает оставаться благозвучным и женственным, что подтверждает его фоносемантический анализ (оним обладает следующими фоносемантическими признаками из 25 возможных: *женственное, хорошее, безопасное, весёлое, доброе, красивое, нежное, яркое, светлое, радостное, округлое*) (для вычислений использованы формула и статистические данные из [Журавлев 1991]). Фамилия же для героини избрана контрастная, сниженная, с прозрачной семантикой (*Курицына*), мотивированная апеллятивом со значением «домашняя птица, самка петуха» и маловыразительная с точки зрения фоносемантических показателей (компьютерный анализ онима показал, что оно обладает одним фоносемантическим признаком из 25 возможных: *угловатое*). С долей осторожности можно допустить, что семантика фамилии играет определенную роль в тексте (наряду с приданием неблагозвучности ониму): нарицательное «курица» может выступать своеобразной характеристикой героини, метафорически характеризуя девушку как недалёкую, немного ограниченную (ср.: *мокрая курица – о жалком на вид или бесхарактерном человеке*) либо указывая на объект, не умеющий плавать (напомним, что рассказ заканчивается гибелью Лиз в воде). Стихия воды в творчестве Добычина эротична и смертоносна, этот «индивидуальный знак» писателя – трагическая проекция семантического биннома вода/смерть (самоубийство) из сферы искусства – в пространство жизни и судьбы писателя.

Важно, с нашей точки зрения, и контекст, в котором функционирует оним Лиз. Интересные оттенки смысла даёт рассмотрение слов с семантикой цвета. Особенно яркие образы создают импрессионистические сравнения и метафоры: «*Лиз, лиловая, с лиловым зонтиком...*», «*с улыбкой на лиловом от пудры лице, Лиз...*». Вероятно, интерпретировать их можно двояко: уместно провести параллель с художниками-импрессионистами, которые по-особому, по-новому видели мир, открывая его для зрителей. Например, человеческую кожу они не рисовали телесного цвета: под солнцем они видели её в разных оттенках красного (К. Петров-Водкин), а под луной – зеленоватой, иногда голубой (Э. Дега), розовой (О. Ренуар). Творчество Леонида Добычина находилось в русле современных ему тенденций авангардного искусства, широко распространившихся в живописи неопримитивистов и кубистов, хотя писатель не примыкал ни к одной из многочисленных в 20-е годы

группировок. Текст его рассказа – чрезвычайно тонкая и искусная словесная ткань, пронизанная лирикой и какой-то ожесточенной иронией.

Нельзя не заметить и звуковой инструментовки отрывков – комбинации созвучий *л-з*, дающих в результате своеобразное удвоение имени Лиз, что определяет и двойственный характер смысловых связей, которые исходят то от прямого значения, то от метафоры, а это удваивает в конечном счете смысловую глубину поэтического текста. Такого рода фонетически отмеченные микротексты, в центре которых – оним Лиз, встречаются в тексте дважды. Цвет становится доминантой героини – цветовая лексика употребляется для того, чтобы выделить её из окружающего фона, а употребляясь в переносном и нетрадиционном значении, начинает приобретать новые смыслы – авторские, становится символом – характерной деталью, которая всплывает из памяти при воспоминании о девушке прежде всего, при этом оним Лиз и лиловый цвет благодаря звуковому составу воспринимаются как однородные/родственные объекты. Возможно, уместно обратиться и к психологической интерпретации цвета для раскрытия характера героини: лиловый цвет обычно обозначает слияние всех противоречий. Добавим, что лиловый цвет причисляется некоторыми исследователями к символическим доминантам прозы Добычина наряду с символами сада, зеркала, женщины и церкви.

Подобная яркая индивидуально-авторская метафора хороша еще и тем, что при её восприятии возникает целый сонм ассоциаций, которые способны обогатить образ. За семантикой слов, которые создают смысл в сознании читателя, возникают и чисто субъективные, добавочные ассоциации, связанные со спецификой воспринимающей личности (опытом, психикой читателя и т. д.).

«Партия» Лиз предельно лаконична. Рассказ – более о Кукине и его представлениях о Лиз, но все-таки именно Лиз – в центре рассказа, и она – полюс ориентации. Лаконичность же обнаруживается и в количественном и в качественном отношении. Имя *Лиз* упомянуто в рассказе всего восемь раз (причем в первый раз – в названии рассказа), фамилия *Курицына* – один раз (последнее проявление ономастического образа Лиз в рассказе), модель «имя + фамилия» (*Лиз Курицына*) – один раз в первой фразе рассказа. Лишь восемнадцать фраз во всем тексте – о Лиз, и все они лаконичны и часто характеризуются каким-то особым аскетизмом описания. Только пять фраз описывают Лиз в актуальном, но очень однообразном действии; а остальные фразы – высказывания об уже погибшей Лиз или, что важнее, о том, что думает о Лиз Кукин или как он её представляет. Все фразы о Лиз кроме «*Девка утонула!*» акцентируют что-то поверхностной, второстепенное, «кинетическое» – дви-

жение, походку, выражение лица, скорее даже косметику и две-три детали эллиптически обозначенных аксессуаров [Топоров 1995: 486].

Литературный партнёр Лиз – Эраст 1920-х – носит «офрануженное» имя *Жорж* (Георгий) – галлицизм (слово, заимствованное из французского языка). Фамильный антропоним *Кукин* – нарочито контрастный, сниженный, образован от прозвища Кука. Слово *кука* в русском языке имеет несколько значений: 1) пирог с кашей, 2) кулак, 3) рычаг для завертки винта; от любого из этих вариантов могло быть образовано прозвище. Однако каким бы апеллятивом не был мотивирован фамильный антропоним, его семантика однозначно снижена, характеризуя персонажа иронически либо негативно. Подобные формы имен – это всегда выразители эмоционально-экспрессивного плана, причем нельзя забывать о том, что за этими, относительно «поверхностными», мотивациями могут быть скрыты более глубокие культурные и семиотические коллизии, без осознания которых вряд ли возможно приблизиться к пониманию замысла писателя.

Смутно угадываемая история отношений героев Добычина – не что иное как предельно обедненный, вырожденный вариант истории любви Эраста и Лизы, чистой, возвышенной, страстной независимо от того, чем она кончилась. Ведь в истории Лиз и Жоржа Кукина тоже есть «третья» – Фишкина, которая тоже могла стать разлучницей [Топоров 1995: 488]. Сравнивая Лиз с бедной Лизой, можно сказать, что, если последняя простодушна, чиста и нежна душою, наивна и ей чужды какие-либо уловки, чтобы привлечь к себе внимание Эраста, то первая – Лиз – по крайней мере во внешних своих проявлениях «вульгарна» и поневоле груба, настроена на привлечение внимания Кукина; назвать её кокетливой было бы не совсем точно: кокетливость – достояние, уровня которого Лиз не достигла; она скорее «вертлява», и слова с корнем *верт-*, *ворот-* не раз используются автором для определения её динамического образа (свернула, повертелась, вертела поясницей, «знаете её обыкновение: повертеть хвостом перед мужчинами»), сравним также: она размахивала, как кадиллом <...> мешком; размахивая под музыку руками и т. п.

Читатель может догадаться, что Жорж бросил Лиз, променяв её на Фишкину. И, конечно, «утонула» (о Лиз) в составе целого Лизина текста не может быть полностью отделено от «утопилась» (о бедной Лизе). Но что кроется за этим «утонула», остается неизвестным. Несчастный случай? Самоубийство? В этих сомнениях оставляет писатель своего читателя, и эти сомнения остаются у читателя и в связи с уходом из жизни самого писателя, не раз подчеркивавшего в своих рассказах гибельность водной стихии, своего рода «водный» комплекс. Возможно, эта неопределенность – характерный знак –предзнаменование ситуации, когда

космос вот-вот растворится в хаосе? А может быть, предназначением Лиз тоже была любовь, осуществлению которой тотально мешала всё более деградирующая и насильственно внедряемая злобой дня планируемая «свыше» жизнь, торопящаяся забыть свой собственный смысл, себя подлинную? [Топоров 1995: 488]. При таком подходе текст предстает как некоторый конгломерат наслаивающихся друг на друга информационных уровней.

Текст рассказа предельно упрощён, почти без придаточных предложений и представляет собой как бы бесстрастный перечень незначительных происшествий, однако он читается с напряжением, и это – поиски тех внутренних, подчас еле уловимых психических сдвигов, ради которых автор взялся за перо – ненависть к мещанскому равнодушию. Крошечный рассказ представляет собой образец бережливости по отношению к каждому слову, пересказать его невозможно. Стиль Добычина был в начале 30-х годов предметом оживленных споров.

В тексте упоминается церковь *святого Евпла*, её колокола звучат на протяжении рассказа, в ней же отпевают утонувшую Лиз. Интересна в связи с вышесказанным этимология имени святого, избранного автором для именованя церкви: редкое даже в старину крестильное имя Евпл (греч. εὖ- ‘хорошее’ и πλέω – ‘плыть’) произошло от греческого εὐπλοεῖω (εὐπλοος) ‘благополучно совершать плавание’. С известной долей осторожности можно предположить, что этимология имени святого, перекликающаяся со стихией воды, важна для авторской концепции в целом. Имя могло иметь форму Евплан (по аналогии с Евланом см. Евланов). Мученик архидиакон Евпл пострадал в 304 году при императорах Диоклитиане и Максимиане (284–305). Праздник в честь святого приходится на 24 августа. В этот же день, по народной примете, на болотах и на кладбищах загораются блуждающие огни, вид которых смущает суеверных людей: считается, что это бродят души покойников и утопленников. Образ церкви, присутствующий и во многих других рассказах Добычина, является органичным состоянием художественного мира писателя. Функция церкви в тексте – кодирующая; объект упоминается дважды, присутствует и в зашифрованном виде в других сегментах текста (например, при упоминании кадила, с которым сравнивается мешок).

Подобные неожиданные и далекие сравнения («...Лиз размахивала, как кадилом <...> мешком») особенно экспрессивны. Сближение столь разнородных лексем – *мешок* и *кадило* – активизирует психическую деятельность реципиента (читателя), создает эмоциональное напряжение внутри текста, строит образ, делая экспрессивным данный отрезок текста. Сравнение-метафора *кадило*, безусловно, выполняет не только изобразительную функцию, но и является средством создания нового

смысла. Такие сравнения оживляют существующие в сознании языковой личности редуцированные, нечеткие образы, которые, составляя систему, слагаются в один образ современной прозы, какой её видит автор. Используя контраст или оксюморон, Добычин усиливает абсурдные черты реальности и обнажает существование разных представлений о ней. Какова прагматическая функция этого сравнения? Вероятно, оно нужно для иллюстрации сложных глубинных идей. Яркий и неожиданный образ помогает запоминанию, в нем сильно убеждающее начало.

Добычин понимает жизнь мещан как самостоятельный «антимир», существующий неофициально наряду с официальным миром государства и противопоставленный ему как более духовный, не потерявший связи с корнями. Писатель тщательно программирует читательские реакции. Провоцируя традиционно критическое восприятие, автор выводит узнаваемых типично чеховских героев – мещан, провинциалов, крайне детализировано и отстраненно подает их быт. Добычин создает карикатурными сцены послереволюционного быта провинциальной жизни, действующие лица которой оказывались выразительней любой карикатурной изобразительности в жестокой абсурдности своих судеб.

В антропонимиконе художественного текста самым разнообразным способом реализуется и преломляется общенародная ономастическая традиция, т.е. индивидуальный язык писателя представляет собой фрагмент языка общенародного. Индивидуальность авторского языка возникает как совокупность фактов, освоенных в результате языкового опыта писателя. Если рассматривать общенародную и индивидуальную языковую системы, то несовпадение некоторых элементов, лежащих в их основе, может не только дать представление о социокультурных установках автора, но и помочь полнее постичь как созданные им художественные образы, так и общую направленность его произведений. У Добычина индивидуальным, номиналистическим в описываемом им бесконечно копошащемся мире остается только одно имя, что свидетельствует о драматической невозможности осуществить свой принцип индивидуализации в коллективистской системе. Закономерно большинство его рассказов названы «номинально», по фамилии героя: кроме как в имени, их «я» никак не проявляется.

Свидетельством системной организации ономастического пространства текста можно считать и связь антропонимов с топонимами, хремотонимами и другими разрядами онимов, участвующих в формировании картины мира писателя. В добычинских произведениях отражены уже свершившиеся переименования сакральной топографии провинциального города. Переименованная и переименованная религиозная действительность концентрируется вокруг прежних сакральных центров и соседствует с новыми, ничуть им не противореча: «Лиз Курицына сверну-

ла с улицы Германской Революции на улицу Третьего Интернационала», «на крыльце у святого Евпла», «... и под тиканье часов «*ле руа а Пари*» стали пить чай», «... дочитав «*Бланманже...*». Добычин пишет о пореволюционном захолустье, где улицы с прогнившими домиками уже торжественно переименованы, где в клубе штрафного батальона ставится «антирелигиозная» пьеса, где романтический герой Кукин идет в библиотеку, чтобы взять «что-нибудь революционное», но смысл этих преобразований, по мысли Добычина, остается внешним, не затрагивает сознания, которое оперирует старыми вечными понятиями (моченые яблоки торговки, голубой таз с желтыми цветами, сравнение сетки с кадиллом – все это неслучайно, все это не только приметы быта, но и непоколебимые устои жизни) [Ерофеев 1988: 111].

Разноречивые и часто противоречивые мнения авторов научных статей говорят о том, что секрет добычинской прозы не разгадан. «Нейтральное» письмо Л.И. Добычина выражает не пафос отрицания, к чему склоняется большинство исследователей его творчества (И. Мазилкина, И. Серман, В. Эйдинова и др.), а является приемом, актуализирующим архаичное мышление. Причем плоскостность, «нейтральность» текста Добычин совмещает с внутренней экспрессивностью – передачей множества голосов населяющих мир его произведений предметов и героев. Каждый элемент мира заявляет о собственной, самостоятельной экспрессивности. Поэтические антропимы вызывают читателя на контакт с самим автором как создателем текста, представляются не просто ступком информации о персонаже, но авторский позицией по отношению к герою. Таким образом определяется единый информационный фон, общий для писателя и читателя, и являющийся залогом взаимопонимания между ними, что приводит к адекватному восприятию литературного произведения.

В результате имя собственное не просто присутствует в произведении, занимает свою нишу, а живет, наполняется особым смыслом и содержанием, поддерживает традиции и выражает миропонимание, свойственное автору.

Л и т е р а т у р а

1. *Арьев А.* Встречи с Л. // *Новый мир*, 1996. №12.
2. *Бондалетов В.Д.* Русский именник, его состав, статистическая структура и особенности изменения // *Ономастика и норма*. 1983.
3. *Ерофеев В.* О Кукине и мировой гармонии // *Литературное обозрение*, 1988. №3.
4. *Журавлев А.П.* Звук и смысл. М., 1991.
5. *Маслова В.А.* Лингвокультурология. М., 2001
6. *Московская Д.* В поисках Слова: «странная» проза 20-30-х годов // *Вопросы литературы*, 1999. №6.
7. *Топоров В.Н.* «Бедная Лиза» Карамзина. Опыт прочтения. М., 1995.

Характер литературных персонажей и идиоматическая фразеология в романе С. Моэма «На острие бритвы»

© кандидат филологических наук А.А. Изотова, 2008

На последующих страницах на материале романа С. Моэма «На острие бритвы» (Maugham W.S. *The Razor's Edge*. Moscow: Manager, 1998) будут рассмотрены некоторые случаи функционирования идиом, способствующие раскрытию характера героев и отражающие их отношение к другим персонажам и к происходящему. Обратимся к некоторым примерам (шрифтовое выделение наше. – А.А.).

‘Well, what did you think of him?’ Elliott asked me as we walked away after the Maturins had left us to go back to the office.

‘I’m always glad to meet new types. I thought the mutual affection of father and son was rather touching. I don’t know that that’s so common in England.’

‘He adores that boy. He’s a queer mixture. What he said about his clients was quite true. He’s got hundreds of old women, retired service men, and ministers whose savings he looks after. I’d have thought they were more trouble than they’re worth, but he takes pride in the confidence they have in him. But when he’s got some big deal on and he’s up against powerful interests there isn’t a man who can be harder and more ruthless. There’s no mercy in him then. **He wants his pound of flesh** and there’s nothing much he’ll stop at to get it. Get on the wrong side of him and he’ll not only ruin you, but get a big laugh out of doing it.’

В данном примере описывается характер Генри Мэтьюрина – биржевого магната, отца одного из центральных персонажей романа. С одной стороны, он показан как любящий отец, с другой, когда речь идет о сделках, – как безжалостный человек, который готов, подобно шекспировскому Шейлоку, вырезать у не заплатившего вовремя должника сердце (причитающийся в таком случае по договору «фунт мяса»).

I understood by this that Elliott meant that then they would have no time for the likes of me and I laughed. Elliott gave me a glance in which I discerned a certain hauteur.

‘But of course you’ll generally find us here about six o’clock and we shall always be glad to see you,’ he said graciously, but with the evident intention of putting me, as an author, in my humble place.

But **the worm sometimes turns**.

‘You must try to get in touch with the St Olpherds,’ I said. ‘I hear they want to dispose of their Constable of Salisbury Cathedral.’

‘I’m not buying any pictures just now.’

В данном примере мы становимся свидетелями беседы рассказчика-писателя с Эллиотом Темплтоном – меценатом, гордящимся своими возможностями и поэтому нередко ведущим себя высокомерно, хотя по натуре он человек добродушный. Ирония повествователя отражена обыгрыванием идиомы *tread on a worm and it will turn* ‘Самого кроткого человека можно вывести из себя’.

While I asked these questions my mind was busy. I noticed that the cuffs of his trousers were ragged and that there were holes in the elbows of his coat. He looked as destitute as any beachcomber I had ever met in an Eastern port. It was hard in those days to forget the depression and I wondered whether the crash of ’twenty-nine had left him penniless. I didn’t much like the thought of that and not being a person **to beat about the bush** I asked outright:

‘Are you down and out?’

‘No, I’m all right. What makes you think that?’

‘Well, you look as if you could do with a square meal and the things you’ve got on are only fit for the garbage can.’

‘Are they as bad as all that? I never thought about it. As a matter of fact I have been meaning to get myself a few odds and ends, but I never seem able to get down to it.’

I thought he was shy or proud and I didn’t see why I should put up with that sort of nonsense.

‘Don’t be a fool, Larry. I’m not a millionaire, but I’m not poor. If you’re short of cash let me lend you a few thousand francs. That won’t break me.’

В данном случае описывается встреча писателя-рассказчика и его давнего знакомого Ларри Даррела, отправившегося на поиски истины в дальние страны. Видя, что Ларри испытывает нужду в деньгах, рассказчик задает ему прямой вопрос и предлагает помощь. Характеризуя себя как человека, говорящего без обиняков, рассказчик использует идиому *to beat about the bush* ‘говорить не по существу дела’.

I told Larry I had seen Isabel.

‘Gray will be glad to get back to America,’ he said. ‘He’s **a fish out of water** here. He won’t be happy till he’s at work again. I dare say he’ll make a lot of money.’

‘If he does it’ll be due to you. You not only cured him in body, but in spirit as well. You restored his confidence in himself.’

‘I did very little. I merely showed him how to cure himself.’

В приведенном примере Ларри Даррел сравнивает Грея Мэтьюрина с рыбой, вытасненной из воды (идиома *feel like a fish out of water*). Грей в

Америке разорился и долгое время жил у дяди своей жены Эллиота Темплтона, что было для него крайне тягостно.

Как показывают проведенные исследования (см. Izotova A. *English Idioms. Usage and Tradition*. Moscow, 2001), оппозиция словарной формы идиомы и ее деформации в рамках речевого портрета персонажа в современной художественной литературе имеет семиотический характер. Воспроизведение идиом не в словарном, а в деформированном виде выступает как неотъемлемый атрибут культурной английской речи, свойственной представителям образованных слоев английского общества. Особый интерес в этом плане представляют речевые портреты двух центральных персонажей – Изабель Брэдли и ее мужа Грея Мэтьюрина.

Для речи Изабель Брэдли – тонкой, изысканной и высокообразованной дамы – характерно отсутствие идиоматических выражений. В тех же редких случаях, когда идиома все же встречается, она всегда подвергается обыгрыванию, ср. следующий пример, в котором описывается визит Ларри Даррелла в дом Изабель Брэдли, с которой он был даже когда-то помолвлен, после многих лет разлуки.

‘I’ll have a cup of tea.’ he said.

‘Oh, gosh, you don’t want tea,’ cried Gray. ‘Let’s have a bottle of champagne.’

‘I’d prefer tea,’ smiled Larry.

His composure had on the others the effect he may have intended. They calmed down, but looked at him still with fond eyes. I don’t mean to suggest that he responded to their natural exuberance with an ungracious coldness; on the contrary, he was as cordial and charming as one could wish; but I was conscious in his manner of something that I could only describe as remoteness and I wondered what it signified.

‘Why didn’t you come and see us at once, you horror?’ cried Isabel, with a pretence of indignation. ‘I’ve been hanging out of the window for the last five days to see you coming and every time **the bell rang my heart leapt to my mouth** and I had all I could do to swallow it again.’

Говоря о том, с каким нетерпением она ждала визита, она обыгрывает идиому *to make someone’s heart leap* ‘заставить чье-то сердце дрогнуть’, оживляя лексическое значение компонента идиомы *leap*.

Грей Мэтьюрин, не получивший, в отличие от его жены, блестящего образования, употребляет идиомы в изобилии, сравни:

Gray’s conversation was composed of clichés. However shop-worn, he uttered them with an obvious conviction that he was the first person to think of them. He never went to bed, but **hit the hay**, where he **slept the sleep of the just**; if it rained, it **rained to beat the band and to the very end**, Paris to

him was **Gay Paree**. But he was so kindly, so unselfish, so upright, so reliable, so unassuming that it was impossible not to like him. I had a real affection for him. He was excited now over their approaching departure.

‘Gosh, it’ll be great **to get into harness** again,’ he said. ‘I’m feeling my oats already.’

‘Is it all settled then?’

‘I haven’t **signed on the dotted line** yet, but **it’s on ice**. The fella I’m going in with was a room-mate of mine at college, and **he’s a good scout**, and **I’m dead sure** he wouldn’t **hand me a lemon**. But as soon as we get to New York I’ll fly down to Texas **to give the outfit the once-over**, and you bet I’ll **keep my eyes peeled** for a **nigger in the woodpile** before I **cough up** any of Isabel’s **dough**.’

‘Gray’s a very good businessman, you know,’ she said.

‘I wasn’t **raised in a barn**,’ he smiled.

Как мы видим, реплики Грея подтверждают слова рассказчика о том, что его речь изобилует избитыми клише, причем произносимыми с таким апломбом, как будто сам он их и изобрел, что создает комический эффект.

Привлеченный материал еще раз подтверждает положение о том, что использование идиом обогащает и делает более самобытной как собственно-авторскую речь, так и речь персонажей, а в некоторых случаях может служить социальным маркером речевого портрета персонажа.

ЛИНГВОДИДАКТИКА

Путь к европейскому многоязычию

© доктор философии Мария Хадкова / *Hadková* (Чехия), 2008

Развитие человечества можно представить как историю коммуникации, а кризисные явления в поступательном движении общества рассматривать как кризис коммуникативных форм, кодов, каналов и т.п. Коммуникация пронизывает жизнь каждого человека во всем многообразии своих проявлений, от официальных и неофициальных встреч, рабочих контактов и сферы образования до обмена опытом между представителями человеческого сообщества во времени и пространстве. Любой прогресс напрямую зависит от качества коммуникации, поэтому проблемы, связанные с коммуникацией, необходимо рассматривать не только на теоретическом уровне, но и тесно увязывать с ее практической реализацией.

Включение индивидуума в совместную деятельность, его положение (статус) в обществе и его развитие зависят от его коммуникативной подготовленности, знания правил коммуникации и владения коммуникативными стратегиями. Если рассматривать все коммуникативные связи человеческой личности (участника всевозможных контактов), то они не поддаются строгой систематизации вследствие своего чрезвычайного многообразия. Одни коммуникативные контакты являются вынужденными, в других человек участвует добровольно, порой выступая их инициатором, но всегда контакт обусловлен определенными намерениями и всегда ему сопутствует определенный ожидаемый и т.наз. побочный эффект. Но ни один человек не в состоянии заранее определить, какие роли и в каких коммуникативных ситуациях ему придется сыграть в течение жизни.

В XXI веке люди, как правило, вынуждены устанавливать контакты не только с представителями того сообщества, к которому они принадлежат. Сложность коммуникативных отношений обусловлена сложно-организованным сообществом, к которому индивид относится независимо от его желаний. Затруднять коммуникацию могут и межкультурные различия¹.

¹ *Průcha J.* Multikulturální výchova. Praha, 2001. S. 177–184.

Коммуникацию можно разделить на монокультурную и межкультурную на основании культурной принадлежности ее участников². В этой связи необходимо рассматривать коммуникативную компетенцию и подготовленность каждого к выполнению определенных коммуникативных ролей³ (прежде всего знание коммуникативного этикета), поскольку эти факторы оказывают влияние на взаимодействие представителей разных сообществ⁴. В литературе часто приводятся примеры возникновения конфликтов как следствие существования межкультурных коммуникативных барьеров⁵. Речь идет о случаях недопонимания не только на официальном международном уровне, но также и в ходе общения с национальными меньшинствами и мигрантами внутри страны⁶. В частности, интеграционные процессы являются той областью, в которой совокупность знаний о трудностях, вызываемых межкультурными различиями, играет ключевую роль, т.к. может способствовать устранению противоречий, обусловленных разными социальными нормами, которые являются самым частым источником коммуникативных конфликтов. В последнее время в этой связи используется широко распространенный термин «социальная когезия».

Трудно детально определить, как обеспечить человека знаниями и умениями так, чтобы он был коммуникативно успешным в тех ситуациях, в которых он может оказаться. Описание коммуникации (коммуникативных актов, процессов и т.д.) должно не только представлять собой констатацию состояния определенного языка, общества и т.п. в определенный исторический период, оно должно также способствовать тому, чтобы процесс коммуникации становился более качественным, чтобы люди были готовы к тем ситуациям, в которых они захотят или будут вынуждены оказаться.

Именно поэтому целью западноевропейских лингвистов в 70-х гг. XX века стало повышение качества обучения иностранным языкам, то есть создание такой концепции, которая дала бы возможность быстро и эффективно сформировать необходимые коммуникативные компетенции и использовала бы новые данные и новые учебные материалы.

² Lehmanová Z. Mezikulturní komunikace a evropský proces // Interkulturní vzdělávání ve sjednocující se Evropě / Red. P. Urbánek. Liberec, 1999. S. 20–28.

³ Dresser N. Multicultural Manners. New York. 1996.

⁴ Ср., напр.: „Má-li být komunikace efektivní v celé široké škále střetnutí různých kultur, vyžaduje to porozumět ostatním kulturám. Váš úspěch ve verbální komunikaci s druhými, s malými skupinami nebo s veřejností – jak v práci, tak ve společenském životě – závisí z velké části i na vaší schopnosti komunikovat s lidmi, kteří se od vás kulturně odlišují.“ (De Vito J.A. Základy mezilidské komunikace. Praha 2001. S. 35).

⁵ Salzmann Z. Jazyk, kultura, společnost. Praha, 1997.

⁶ Ср. напр.: Menšiny a migranti v České republice / Ed. Šišková T. Praha, 2001; Průcha J. Multikulturní výchova. Praha, 2000.

Эти задачи первоначально решал Совет по культурному сотрудничеству при Совете Европы. Но уже в 1975 году возник целевой проект для обучения английскому языку *Threshold Level*. Он установил пороговый уровень знаний, необходимых для повседневного общения на этом языке. Эта целевая коммуникативная компетенция была определена на основе общепризнанных предполагаемых коммуникативных потребностей группы так называемых временных резидентов. Проект возглавили занимавший тогда должность руководителя отделения лингвистики Кембриджского университета J.L. M. Trim и директор Института прикладной лингвистики Утрехтского университета J. A. van Eke.

Threshold Level стал первым проектом общеевропейской концепции языкового образования, но не единственным в своем роде⁷. Цель Совета Европы была более глобальной – разработать общие основы, базовые программы и опорные тезисы для студентов с разным уровнем подготовки – от «нулевого» до «продвинутого». Так был разработан проект *Common European Framework (Общеевропейские компетенции владения иностранным языком)*, определяющий их изучение, преподавание, оценку⁸. После долгих предварительных согласований эти требования были сформулированы на межправительственном симпозиуме в ноябре 1991 г. в швейцарском городе Rüschiikon. Темой симпозиума была «прозрачность» и единство языкового образования в Европе, с точки зрения его целесообразности, а также способы его оценки и контроля. Самым важным требованием стало создание Европейской системы уровня владения иностранными языками (*Common European Framework – CEF*), которая должна стимулировать личностный и профессиональный рост индивида, а также способствовать развитию международного и межкультурного сотрудничества.

Создатели CEF задали себе вопрос: чему научить студента, чтобы он был коммуникативно успешным в тех ситуациях общения, к которым он хотел бы быть подготовлен, как достигнутый уровень определить и адекватно оценить. Так были определены три уровня владения языком⁹, разработаны их содержание, описание и образцовые блоки тестов. Следующим шагом стало появление Европейского языкового портфеля, личного документа, который ведет и заполняет сам учащийся. Портфель

⁷ V letech 1989 – 1996 probíhal Modern Languages Project Language Learning for European Citizenship.

⁸ Council of Europe: Modern Languages: Learning, teaching, Assessment. A Common European Framework of reference (Draft 2 of a Framework proposal), Strasbourg 1996. S. 2.

⁹ Общая европейская система уровней владения языком выделяет элементарный уровень (A1 – Breakthrough и A2 – Waystage), самостоятельный уровень (B1 – Threshold и B2 – Vantage) и компетентный уровень (C1 – Effective Operational Proficiency и C2 – Mastery). Ср.: Little D., Perclová R. Evropské jazykové portfolio. Praha, 2001.

содержит три части¹⁰: языковой паспорт (международно признанный документ, определяющий уровень языковых умений в официальных и неофициальных ситуациях), т. наз. культурно-языковую автобиографию, в которой ученики фиксируют свой языковой опыт и знание изучаемых языков, и, наконец, языковой альбом с образцами собственных работ.

Для развития отдельного человека и общества такой подход в целом эффективен. Перед сообществом стоит задача ознакомления личности на разных этапах ее развития с особенностями различных функциональных стилей, возникает необходимость системно включать в ее сознание информацию о нормах использования определенного естественного языка, а также о правилах языкового поведения. Каждое коммуникативное взаимодействие в действительности производит субъект, он же влияет на других участников коммуникативного акта, на понимание, отражение и осознание им его собственного внутреннего, а также окружающего мира. Каждое состоявшееся коммуникативное взаимодействие словно вписывается в структуру существующей картины мира и изменяет ее частично или целиком.

Необходимость решить вопрос языкового образования и обучения в определенной степени связана с лидирующей ролью отдельных языковых сообществ в мире, и, как нам представляется, актуальна прежде всего для Европы. Самым сложным при этом является воздействие сообществ, оказывающих принципиальное влияние на экономическое и общественное развитие всего региона, а потому их целевая привлекательность для других сообществ многократно возрастает. Объединяющая роль языка этих экономически доминирующих сообществ обусловлена не только современной ситуацией, она является результатом длительного экономического, политического и культурного развития.

Знание языков так называемых «больших народов», обычно экономически развитых сообществ, дает ключ к последним открытиям в науке, к новейшим технологиям. Они являются наиболее востребованными языками еще и потому, что могут служить коммуникативным кодом в самых разных странах мира. По этим причинам сегодня в наибольшей степени разработана лингводидактика английского языка, и его описание служит образцом для исследователей многих других языков¹¹.

Ситуация с языками так называемых «малых народов», социумов с менее влиятельной экономикой, языков, реже изучаемых, была принципиально иной. До появления инициатив Совета Европы, направленных на развитие многоязычия (речь о которых шла ранее), они находились

¹⁰ Ср.: http://www.msmt.cz/cpl1250/erj/pages/erj_infobalik.htm (29.10.2001)

¹¹ В этой связи следует вспомнить, например, роль латыни при формировании национальных европейских языков или роль русского языка в многонациональном Советском союзе.

на периферии. CEF предоставил возможность стандартного описания самых разных языков, без учета числа их потенциальных пользователей. Новизна подхода заключается в том, что эти описания касаются не только носителей малых языков, как это было раньше в большинстве случаев. Предлагаемые описания малых языков, построенные по моделям больших языков, дают новые возможности для формирования коммуникативной компетенции теперь и у тех, для кого эти языки не являются родными.

В последние десятилетия это дало возможность оживить интерес к чешскому языку как иностранному, к предмету, истории и традиции преподавания которого восходят к XVII веку и связаны с именем Яна Амоса Коменского.

Взаимосвязь языка, мышления и культуры и преподавание иностранного языка

© кандидат филологических наук М.М. Филиппова, 2008

*Не было случая, чтобы язык не
выразил мысли, которую пытались
передать при его помощи.
Ж. Вандриес*

Проблема взаимоотношения языка и мышления охватывает множество специфических вопросов, интересующих представителей философии, логики, психологии и более узких дисциплин, таких, как психолингвистика, нейролингвистика и т.п. и рассматриваемых по-своему представителями каждой отдельной дисциплины. Соотношение языка и культуры также является чрезвычайно сложным и многосторонним. Современный мир представлен огромным разнообразием культур, которые постоянно контактируют между собой, конфликтуют, сотрудничают, заимствуют черты друг у друга и т.п. Каждая культура связана с определенным языком, который является преобладающим средством общения для ее представителей, поэтому и говорят, что владение тем или иным языком является частью определенной культуры. Каждая культура развивалась на протяжении многих веков, если не тысячелетий. В данной статье проблема их взаимосвязи рассматривается в основном на материале английского языка и культуры с привлечением некоторых сопоставлений, параллелей и контрастов с русским языком и культурой. Целью статьи является попытка вычлнить те аспекты проблемы, которые существенны для преподавания языка. В какой степени преподаватель и студенты, изучающие иностранный язык (скажем, английский), должны осознавать эти сложные взаимоотношения? И наоборот, насколько изучение иностранного языка помогает осознать их?

С точки зрения когнитивной науки объяснение сложностей, стоящих на пути желающих изучить иностранный язык, может быть следующим. Одним из основных препятствий в эффективном овладении языком другой нации является расхождение в языковом мышлении. Это связано с тем, что «картина мира», отраженная в языке, не совпадает у разных народов. Это проявляется в принципах категоризации действительности и, следовательно, получает выражение как в лексике, так и в грамматике.¹ Поэтому, изучая иностранные слова, человек как бы извлекает кусочки мозаики из неизвестной ему еще картины и пытается совместить их с картиной мира, заданной ему родным языком.

С. Г. Тер-Минасова, например, говорит о том, что слово нельзя рассматривать как просто «название» предмета или явления, определенного «кусочка» окружающей человека действительности. Этот «кусочек» действительности как бы «пропускается» через сознание человека и в процессе отражения приобретает некоторые специфические черты, свойственные данному национальному общественному сознанию. Разные народы находят различные пути от внеязыковой реальности к понятию и, далее, к словесному выражению. Эти различия обусловлены прежде всего различиями в условиях жизни этих народов, а также различиями в их общественном сознании. Поэтому, изучая иностранные слова, человек как бы извлекает кусочки мозаики из неизвестной ему еще картины и пытается совместить их с картиной мира, заданной ему родным языком.

Если бы называние предмета или явления окружающего нас мира было простым, механическим фотографическим актом, в результате складывалась бы не «картина», а именно «фотография» мира. Эта «фотография» неизбежно оказалась бы одинаковой у разных народов и не зависела бы от особенностей их бытия и сознания. В результате получилась бы фантастическая ситуация (имеющая отношение скорее к роботам, нежели к человеку), при которой изучение иностранных языков и перевод с языка на язык превратились бы в простой, механический процесс переключения с одного кода на другой. На самом же деле с каждым новым иностранным словом в сознание учащихся как бы «транспонируется» понятие из другого мира. Чаще всего именно это «транспонирование» и является тем камнем преткновения, который до сих пор представляет огромную проблему как для преподавателя, так и для изучающего иностранный язык. Именно недостаточное внимание к установлению важнейшего соотношения между родными и чужими «понятийными картинами мира» так обедняет словарь иностранцев, изучающих неродной язык. Таким образом, воссоздание понятийной картины мира, присущей изучаемой культуре, является одной из самых важных задач преподавателей иностранного языка.

Явления, вынесенные в заглавие статьи, настолько тесно взаимосвязаны, что авторы некоторых пособий по лингвистике находят нужным разбирать вопрос о том, чем язык отличается от мышления и чем он отличается от культуры, хотя навряд ли кому-нибудь придет в голову воспринимать эти три явления как синонимичные или взаимозаменяемые. Так, объясняется, что отличие языка от культуры заключается в том, что в основе культуры лежит идеология, а язык к идеологии не относится (при этом ясно, что идеологические понятия выражаются прежде всего через язык, то есть что язык служит идеологическим оружием); культура может быть классовой, а язык всегда общенароден (хотя некоторые разновидности языка могут быть идеологически нагруже-

ны больше, чем другие, и принадлежать определенным классам или слоям общества). Очевидное отличие языка от мышления заключается в том, что мышление отражает действительность и является идеальным – т.е. не имеет свойств материи: массы, протяженности, плотности; тогда как язык, хотя он и является абстрактной системой, выражает действительность и материален, поскольку все его единицы облечены в звуки. Кроме вопроса о взаимоотношениях языка, мышления и культуры, можно также говорить об их взаимоотношениях с национальным сознанием.

Люди интересуются соотношением языка и мышления с давних времен. Задача исследовать взаимосвязи языка и материальной культуры, как известно, ставилась еще в «Кратиле» Платона. Часто говорят о том, что материалистическая теория отражения рассматривает язык и мышление в диалектическом единстве. Но, даже не обладая специальными философскими познаниями, мы знаем, что усвоение родного языка, в частности, идет одновременно с познавательным развитием ребенка. И нельзя не согласиться с тем, что язык оказывает огромное влияние на формирование представлений о мире, является основой развития мышления. Ведь это тот код, которым человек пользуется, чтобы обозначить предметы, образы, явления, идеи, с которыми он сталкивается в символическом универсуме культуры, окружающем его. Язык является орудием и средством передачи от поколения к поколению знаний, культурно-исторических и иных традиций.

Таким образом, язык – не просто форма личного познания, это, кроме того, и форма общественного познания. Язык и мышление неразрывно связаны как виды общественной деятельности. Язык образует единство с мышлением, так как без мышления не может быть языка и мышление без языка невозможно. Однако следует сразу оговориться, что мышление может быть как вербальным, так и невербальным (наглядно-образным). Когда мы говорим о взаимоотношениях языка и мышления, мы, прежде всего, разумеется, имеем в виду не предметно-образное, а языковое мышление. И именно языковое мышление имеется в виду, когда говорят о близости языка и мышления. Эта связь языка с мышлением позволяет ему осуществлять коммуникативную и когнитивную функции.

Тем не менее, два вышеназванных вида мышления отнюдь не отделены друг от друга Великой китайской стеной, и именно поэтому определенные лексические единицы часто вызывают у нас в сознании яркий образ некоего предмета. Например, *zebra crossing* – пешеходный переход. С другой стороны, при частом или небрежном употреблении смысл некоторых единиц начинает стираться, и они начинают употребляться в менее точном и буквальном смысле.

Проиллюстрировать это можно фразой, сказанной продавцом чистых DVD-дисков покупателю: «Я дам вам пожизненную гарантию на пять

лет». На первый взгляд это абсурдно противоречивое высказывание, однако ему можно найти осмысленную интерпретацию. Одна из возможных мыслей, которая стоит за этим высказыванием, вероятно, расшифровывается так, что пять лет – это такой долгий срок для данного вида товара, что его можно рассматривать как пожизненную гарантию. Аналогичный пример: название американского безалкогольного напитка root beer, который является пивом только по названию, поскольку слово «пиво» употреблено в нем как бы в фигуральном смысле – это напиток вроде лимонада, изготавливаемый из различных «корешков». Эти примеры – иллюстрация одной из причин исторических языковых изменений, которая заключается в стремлении к цели, к идеалу, к общему и частному соответствию мира слов миру понятий (принцип универсальности языковых средств).

Итак, в самом широком смысле, на макроуровне, если можно так выразиться, нам известно, что язык – это орудие общения, средство обмена мыслями, орудие познания окружающего мира, а также достоинство коллектива, которое складывается и существует веками и, соответственно, является средством хранения нужной информации о любых явлениях духовной и материальной жизни человека. На микроуровне же, присмотревшись повнимательнее, даже в самых банальных повседневных словах, кажущихся совершенно незамысловатыми, часто можно обнаружить довольно прозрачную внутреннюю форму, являющуюся уникальной для данного языкового сообщества. Например, *окно* в русском языке – это «око» дома, а в английском window – это «отверстие, через которое входит ветер (wind)»; русское слово *подснежник* означает цветок, который вырос из-под снега, а английское snowdrop – это цветок, похожий на снежную каплю. Примеры такого рода подтверждают мысль о том, что созданию слова предшествует долгий опыт и классифицирующая работа человеческого ума. Они также показывают, что для осмысления лексических единиц иностранным учащимся полезно обращаться к этимологии слов, которые они пытаются усвоить.

Обратившись к внутренней форме слова или к этимологическому анализу, мы можем увидеть почти в каждом слове в сжатом виде ту мысль, которая подтолкнула людей, говорящих на данном языке, к творческому акту его создания, в результате которого это слово стало достоянием целого языкового коллектива. Таким образом, слово является результатом вербализации ими окружающей их внеязыковой действительности, отражая их мысль, заложенную в нем. Попутно отметим, что большинство лингвистов наверняка согласятся, что можно провести целое серьезное филологическое исследование на основе одного-единственного слова (особенно если оно отражает ядро некоего концепта): можно исследовать генезис этого слова, развитие его значений, особенности семантики; специфику лексико-фразеологической и морфосинтак-

сической сочетаемости; частотность его употребления в различных регистрах; то, как воспринимают это слово носители языка, какие ассоциации оно вызывает и т. п. И язык – это совокупность единиц различных уровней, большинство из которых представляют собой кристаллизацию мысли, изначально стоявшей за ними.

Однако не все слова имеют прозрачную внутреннюю форму, разумеется. Так, в русском языке *подушка* – это то, что кладется «под ухо», а английское слово *pillow*, в отличие от русского эквивалента, не имеет прозрачной формы, поскольку заимствовано из латыни, в которой было слово *pulvinus* «подушка». А вот слово *завтрак* в русском и его английский эквивалент *breakfast* оба имеют прозрачную внутреннюю форму. Однако она разная: первоначальный смысл английского слова образовывался из смысла его компонентов *break + fast*, т. е. «нарушать (прекращать) пост; перестать поститься (в фигуральном смысле, т. е. перестать голодать)», тогда как в русском это «заутрок», т. е. прием пищи утром. Можно предполагать, что у исконного носителя языка в уме подсознательно (а у людей с высокой степенью языкового сознания и осознанно тоже) в более или менее четком виде присутствует смысл таких лексических единиц. Следует отметить, что в процессе освоения языка человек усваивает множество сведений такого рода, так что владение языком состоит, в частности, из огромного количества таких мелких деталей, и ни одну из них нельзя проигнорировать, если мы хотим полностью выявить закономерности постижения мира какой-нибудь нацией и отражение результатов этого постижения в языке.

Если обратиться еще к одному лексическому комплексу в качестве иллюстрации, слово для обозначения одеяла в русском языке одно, хотя одеяло может быть стеганым, ватным, шерстяным, пуховым, байковым и т. п. В английском же языке есть много разных слов: *blanket* «шерстяное одеяло»; *coverlet* «покрывало (на кровати); одеяло»; *counterpane* «(стеганое или вязаное) одеяло (на кровати)»; *quilt* «стеганое одеяло; лоскутное одеяло»; *eiderdown* «стеганое пуховое одеяло», *duvet* «пуховое одеяло». Таким образом, в данном случае можно говорить о большей степени обобщенности в обозначении предметов такого рода средствами русского языка (ведь слово-то мы всегда используем одно, только с разными определениями) или, возможно, о меньшем разнообразии самих этих предметов в жизни русских. А если познакомиться с самими предметами, обозначаемыми этими словами, то разные представления, которые имеют о них носители этих языков, станут еще более очевидными.

Так, русский, как кажется, едва ли вообще назвал бы словом *одеяло* ажурное шерстяное покрывало, которое у англичан имеет название *blanket* и переводится на русский именно как «одеяло». Русский точно так же навряд ли назовет одним и тем же словом (*coverlet*) и покрывало,

и одеяло – по его представлениям, т.е. представлениям человека, живущего в стране с довольно суровым климатом, у одеяла одна функция, у покрывала – совсем другая. (Попробуйте укрываться покрывалом зимой, даже необязательно в тридцатиградусный мороз, даже когда на улице всего лишь пять или десять градусов мороза!) С другой стороны, если посмотреть на внутреннюю форму слова *coverlet*, то все становится логичным и понятным: *coverlet* – это либо покрывало, либо одеяло, которое используется, чтобы накрывать (*cover*) кровать. То есть главный признак здесь – это то, что предмет используется для накрывания (кровать, постели). Это еще раз подтверждает, что сущность одного и того же явления, понятия, предмета выражается в разных языках разными признаками. Это также доказывает, что слово создается в результате длительного процесса вычленения характеристик предмета, являющихся наиболее важными для данного языкового сообщества.

О взаимосвязи языка и мышления говорит Л.В. Щерба, подчеркивая важность изучения иностранного языка для понимания родного: «...язык и мышление составляют одно неразрывное целое, расчленив которое у человека, владеющего только своим родным языком, нет никаких поводов. Только когда появляется термин для сравнения – иностранный язык, начинается делаться возможным освобождение мысли из плена слов; только тогда мы начинаем понимать мысль как таковую, только тогда мы можем возвыситься до подлинной абстракции, только тогда мы можем преодолеть все пережитки в языке, которые сковывают по рукам и ногам и самую нашу мысль»².

Рассуждая о специфике стиля национального мышления, обратим внимание на то, что многие единицы в англоязычной системе наименований мер и весов специфичны именно для данной культуры: an inch «дюйм», a round «фунт», a mile «миля», an ounce «унция». Для других наций они являются непривычными, экзотичными. Естественно, что, поскольку эти слова активно использовались в данной культуре в течение веков, в результате в ней функционирует ряд фразеологических единиц с этими словами, в которых они приобретают фигуральный, метафорический смысл: **every inch of her (him, it)** – вся (весь), целиком; во всех отношениях, полностью; ~ до мозга костей, с головы до ног; **give somebody an inch and he (she) will take a mile** ~ дай ему (ей) палец, он(а) и всю руку отхватит; **an inch breaks no square** посл. ~ мелочам не стоит придавать значения; незначительные промахи можно простить; ~ не всякое лыко в строку; **within an inch of sth.** – на волосок от, чуть не, вот-вот; **within an inch of one's life** – до полусмерти, чуть ли не до смерти; **an inch of cold iron (или steel)** – удар кинжалом, шпагой (или каким-либо другим холодным оружием); **one's pound of flesh** – законное, но жесткое требование (уплаты, возврата) (и первая ассоциация, возникающая здесь у исконного носителя английского языка и

культуры – это «Венецианский купец» Шекспира); **a pound to a penny** разг. «*ставлю фунт против пенни*», *держу пари* (подразумевается: ...и убежден в том, что выиграю его); *конечно, еще бы*; **take care of the pence and the pounds will take care of themselves** посл. *береги пенсы – целы будут и фунты*; *~ копейка рубль бережет*; **in for a penny, in for a pound** посл. *~ взявшись за гуж, не говори, что не дюж*; **miles better (или worse)** – разг. *в тысячу раз лучше (или хуже)*; **an ounce of discretion is worth a pound of wit** посл. *~ капля такта дороже потоков острословия*; **she looked as bright and sparkling as a brand-new penny** – *она выглядела веселой и блестящей, как новенькая монетка*. В этих случаях также отчетливо заметно, что как фразеологические единицы и устоявшиеся выражения, так и их эквиваленты в другом языке (в данном случае русском) являются наглядной иллюстрацией специфичности национального мышления, а вся их семантика есть отражение закрепленного в языке знания, принадлежащего данному народу.

Наименования денежных единиц так же частотны, как и наименования мер и весов. Если проанализировать устоявшиеся выражения и фразеологические единицы, содержащие их, опять-таки, можно почувствовать специфику национального мышления, которому приходится опираться на частотные понятия такого рода. Так, посмотрев на названия денежных единиц, таких, как a shilling (шиллинг), a farthing (уст. фартинг; грош), a guinea (гинея), обнаруживаем следующие выражения: **it's not worth a farthing** – *гроша ломаного не стоит*; **it doesn't matter a farthing** – *это ровно ничего не значит*; **the uttermost farthing** – *последний грош*; **not to care a (brass) farthing** – *ни в грош не ставить, совершенно не интересоваться*; **not a brass farthing** – *ни гроша*; **play chuck farthing with something** – *необдуманно, бессмысленно рисковать чем-либо*. **Every shilling** – *все до последнего шиллинга*; **to cut sb. off with a shilling** – *лишить кого-л. наследства*; **to take the King's (Queen's) shilling** – *поступить на военную службу*; **shilling shocker** – *дешевый бульварный роман*.

Приведенные примеры в основном относятся к лексическому запасу, поскольку проявление внешних законов развития языка непосредственнее всего обнаруживает себя в лексике, ведь она теснее всего связана с общественно-политическими и культурными изменениями в обществе, с познавательной деятельностью людей.

Любопытным образом проявляется в лексике языка то, что англичане – это нация мореходов, жизнь которой всегда была связана с морем. Так, русской фразеологической единице *свет клином не сошелся* соответствуют английские **there are other fish in the sea** (*в море есть и другие рыбки*); **there are other pebbles on the beach** (*на пляже есть и другая галька*), внутренняя форма которых прозрачна (отметим мысль о множественности экземпляров и, соответственно, легкой доступности

того, что является объектом желания, отсутствующую в русском выражении). Понимание же внутренней формы русского выражения требует специального этимологического исследования – неспециалисту непонятно, что за клин имеется в виду и что такое «сойтись клином». Русскому выражению *странный тип* соответствуют **a queer fish, an odd fish**, опять-таки с морской семантикой. То же и с выражениями *он бесчувственный человек* – **he's a cold fish**; *мне не до этого* – **I have other fish to fry**; *не в своей стихии* – **like a fish out of water**; *напрашиваться на комплименты* – **to fish for compliments**; *пьет как сапожник* – **drinks like a fish** и т.п. Таким образом, сопоставление фразеологических единиц, устойчивых словосочетаний, пословиц и т.п., содержащих похожие мысли, но выраженных различными средствами двух разных языков, позволяет более отчетливо увидеть мысль, стоящую за этими выражениями, в ее национальной специфике.

Интересно сопоставить устойчивые сравнения с некоторыми прилагательными в английском и русском языках. Такое сопоставление также может дать нам ценные подсказки относительно особенностей национального мышления, типичных воззрений и взглядов на окружающий мир. Если взять, скажем, прилагательное *счастливый*, то в английском языке можно обнаружить ряд устойчивых сравнений, показывающих нам, какие живые существа, какие категории людей воспринимаются как счастливые: **as happy as a clam at high tide** (*счастливый, как ракушка во время прилива*) ...**in a seaweed** (*как ракушка в водорослях*), **as happy (jolly or merry) as a sand-boy** (*жизнерадостный (беззаботный), как торговец песком*), ...**as a bug in a rug** (*как клоп в ворсинках ковра*), **as happy as a king** (*счастливый, как король*), ...**as a lark** (*как жаворонок*), **as happy as Larry (Sam)**, **as happy as the day is long** (*счастливый, как долгий день*).

Хотя их смысл не воспринимается буквально и, в общем, скорее сводится к тому, чтобы передать идею «очень беспечный, беззаботный или жизнерадостный», отсутствие устойчивых сравнений такого же рода в русском языке заставляет задуматься над этим фактом. Пожалуй, единственное выражение, хотя бы отдаленно имеющее похожий смысл – это «довольный, как слон»³.

Как это ни парадоксально, некоторые русские студенты предложили сравнение «счастливый, как дурак (как идиот)». Очень непросто ответить на вопрос о том, почему единственное сравнение, которое приходит в голову носителям русского языка, имеет негативный характер, почему у русских сохраняется устойчивое впечатление, что счастливы только дураки и идиоты⁴. Для того чтобы ответить на этот вопрос, опять-таки необходимо было бы как минимум провести целое исследование, привлекая данные лингвистики, психологии, истории, социологии и прочих гуманитарных дисциплин, что вытекает из взаимосвязи

общей истории языка с историей общества, из связи форм существования языка с исторической общностью людей, составляющей нацию, из зависимости развития языка от конкретно-исторических и территориально-географических условий его функционирования. Иными словами, нужно было бы провести анализ концепта «счастье» в терминах лингвоконцептологии.

Попутно можно заметить, что очень многие устойчивые сравнения имеют весьма яркую и образную внутреннюю форму и так же заслуживают лингвоконцептологического анализа: **her spirits were as light as air** (настроение у нее было воздушно-легким); **you've got a face like a wet weekend** (у тебя лицо пасмурное, как дождливый выходной); **as quiet as a lamb** (тихий /спокойный, как ягненок) (по-русски мы скорее скажем «кроткий /безобидный, как ягненок»); **as deaf as mutton** (глухой, как баранина); **as plump as a partridge** (пухленький /-ая, как куропатка); **as greedy as a pig** (жадный, как свинья) (по-русски скорее «жирный / грязный, как свинья»); **as cold as charity** (холодный, как благотворительность); **as dead / deaf as a doornail** (мертвый /глухой, как гвоздь в дверной притолоке, т.е. не имеющий никаких признаков жизни / \approx глухой, как пень); **as drunk as a lord** (пьяный, как лорд \approx пьяный, как сапожник); **to swear like a lord** (материться, как лорд \approx ругаться, как извозчик); **to sleep like a log** (спать, как бревно \approx спать, как убитый); **as safe as a church / a house / a bank / the Bank of England** (надежный /безопасный, как церковь /дом /банк / Английский банк) и т.п. Отметим, что данные устойчивые сравнения являются стандартными и весьма ходовыми, т.е. являются своего рода языковыми клише и, соответственно, автоматически приходят в голову большинству исконных носителей языка, но вместе с тем говорящему на русском языке они скорее всего покажутся очень экзотичными.

В общем и целом, можно сказать, что большинство людей интуитивно чувствует, что язык, культура и мышление взаимосвязаны, особенно когда им приходится сталкиваться с фактами, подобными вышеприведенным, которые столь ярко демонстрируют различия языков и культур. Однако объяснить это не так просто, ведь и язык, и мышление, и культура – это чрезвычайно сложные, многомерные и многоуровневые структуры. Более того, точнее было бы говорить о полиструктурности, разветвленности, иерархичности самой их знаковой организации, о том, что они являются своего рода «мегаконструктами», причем взаимопроницаемыми мегаконструктами, сплетенными в единое целое.

Если в этой связи взять даже просто звучание языка (артикуляционные особенности, тембральная окраска, ритмика, громкость), то и оно недвусмысленно связано в сознании других народов с той культурой, частью которой данный язык является. Более того: поскольку английский язык обслуживает несколько различных национальных культур

(британскую, американскую, австралийскую, канадскую и п.д.), в каждой из них могут быть свои понятия о нормах и эталонах каждого отдельного параметра звучащей речи. Скажем, норма громкости в двух диалектических вариантах английского языка – британском и американском – является чуть ли не диаметрально противоположной. Громкость речи, приемлемая в США, чаще всего совершенно неприемлема в Великобритании, где приемлемым считается гораздо более низкий уровень громкости.

Легко предположить, что, не будь эта задача столь объемной, можно было бы выделить те особенности каждого из уровней языковой организации, которые являются отличительной особенностью именно данного языка и воспринимаются как индикаторы связанной с ним культуры. Частотные сочетания звуков, фонемы или определенные морфологические элементы в словах, заимствованных из данного языка, также ассоциируются с ним (например, *дриблинг*, *петтинг*, *спарринг*, *пирсинг*, *шоппинг*, *маркетинг*, *поллинг*, *толлинг*, *аутсорсинг*, *консалтинг* однозначно являются английскими).

Великолепную иллюстрацию приводит Н. Певзнер в своей монографии «Английское в английском искусстве»: хоть это и поверхностный пример, говорит он, достаточно произнести строчку из «Ромео и Джульетты» Шекспира «То соловей – не жаворонок был» по-английски (*It was the nightingale and not the lark*), по-немецки (*Es ist die Nachtigall und nicht die Lerche*) и по-итальянски (*È l'usignol, non è la lodola*)⁵, как перед нами встают три различных и вполне узнаваемых национальных характера, т.е., если сформулировать это более точно, совокупность тех специфических черт, которые обуславливают общность каждой национальной культуры. Еще один его пример – «баранья отбивная» по-английски (*chop*) и по-итальянски (*costoletta di montone*): итальянское название для английского слуха звучит почти как строчка из поэтического произведения.

Нет необходимости доказывать, и мало кто усомнится в том, что язык – это орудие мышления, материальная опора мышления. Недаром классик сказал: «Кто ясно мыслит, ясно излагает». Несомненно, построение речи любого вида в процессе изучения языка происходит через мышление, т.е. мы строим любые высказывания, оформляя свою мысль, только когда эта мысль уже оформилась у нас в сознании. Строго говоря, когда мы строим свою речь, первична именно мысль, которая стоит за нашим высказыванием, и именно на ее основе мы его и строим. Разумеется, успешное владение речью подразумевает соответствие формы речи ее содержанию, что означает, что в течение всего процесса построения речи мы стараемся соотносить те идеи, которые хотим выразить, с выстраиваемой речью.

Довольно легко привести примеры, как мы это сделали выше, демонстрирующие, что названия вещей, предметов, явлений, действий и понятий в разных языках являются результатом разного видения мира, и дополнить их многочисленными новыми примерами. Так, русские говорят о «художественной литературе», т.е. подчеркивают эстетический, артистический компонент смысла в этом понятии, а англичане для обозначения того же явления говорят *fiction*, т.е. «вымысел», или фикция. В английском языке также есть заимствованное из французского *belles lettres* (фр. *belles-lettres* «художественная литература; беллетристика; художественная литература, словесность»), в котором также подчеркивается эстетический компонент. Этот пример наглядно демонстрирует то, как отдельное слово может окрашивать национальное восприятие того или иного понятия. Для англичан основой восприятия литературы является то, что это вымысел (а не реальность); то, что в английском языке есть выражение *belles letters*, добавляет в него экзотический компонент – понимание того, что в литературе присутствует красота, изящество и т.п. Однако тот факт, что это выражается заимствованным иностранным словом, которое пока еще даже не подверглось процессам фонетической ассимиляции, свидетельствует о том, что это – привнесенное, иностранное понятие.

Национальный стиль мышления проявляется не только в лексике и фразеологии, но и на всех уровнях владения языком. Например, в выборе предлога: англичане говорят *A bird is sitting in the tree*, а русские говорят «Птица сидит **на** дереве», имея в виду одну и ту же ситуацию. В английском языке положение осложняется зачастую еще и тем, что в отдельных англоязычных культурах или разновидностях языка выбирают разные предлоги. Так, американцы скажут *He lives on Baker Street*, а англичане скажут *He lives in Baker Street*. Англичане говорят *to speak (talk) to someone*, как бы подчеркивая направленность речи к получателю, а американцы говорят *to speak (talk) with someone*, как бы подчеркивая совместность, сотрудничество говорящего и слушающего в процессе речи. Чтобы выбрать правильный артикль, учащийся должен научиться категоризировать предметы и явления так, как это делает англичанин, т.е. фактически научиться мыслить как исконный носитель языка. Ему приходится помнить о том, что некоторые существительные относятся к категории *pluralia tantum* или *singularia tantum*, причем есть довольно много существительных, которые в этом плане имеют прямо противоположную принадлежность: *news sing.* – новости; *information* – сведения; *fruit* – фрукты; *money* – деньги; *advice* – советы и т.п.

На вышеприведенных примерах видно, что сопоставление и противопоставление даже таких «мелких» лингвистических единиц, как слова различных языков, не говоря уже о целостных высказываниях, представляет собой весьма сложную задачу: существование даже прос-

тейших понятий нельзя принимать а priori, их необходимо формулировать лишь после тщательного и кропотливого исследования. Тем более это относится к широким обобщениям. Однако при сопоставлении языков, имеющих длительную традицию исследований, такие обобщения все-таки часто делаются.

Так, например, когда сравниваются английский и русский языки, часто говорят о более высокой степени абстрактности английской лексики и большем количестве лексических единиц, обозначающих абстрактные понятия. Еще одна область, часто упоминаемая исследователями – термины родства. В этой сфере в русском языке имеется разветвленная система специфических терминов типа «зять», «шурин», «свояк», «свекровь», «теща» и пр., в которой подчас не так-то легко разобраться и в которой и в самом деле не разбираются даже многие исконные носители языка. В английском же языке имеется довольно четкая и логичная система in-laws, т.е. названий тех же родственных отношений, в которых состоит супруг(а), но которые партнер приобретает благодаря закону, т.е. (законному) вступлению в брак, например mother-in-law, brother-in-law. В английском языке также есть слово siblings, т.е. сестры и братья, имеющие одного или двух общих родителей, которое обладает признаками более высокой степени обобщения по отношению к аналогичным словам, обозначающим представителей младшего поколения семьи в русском (брат, сестра).

Часто говорят также о большей или меньшей детальности в обозначении некоторых предметов, понятий и т.д. Очень популярный у лингвистов пример – слова для обозначения руки и ноги в русском и английском. Там, где в русском у нас есть всего лишь одно слово, у англичан их два – hand и arm, foot и leg. Однако можно привести и противоположные примеры, когда в русском языке для обозначения какого-либо явления, понятия и т.п. есть два слова, а в английском – лишь одно: «правда» и «истина» как аналоги слова truth, «самостоятельный» и «независимый» как аналоги слова independent и т.п. Данный аргумент очень удобен, как это часто делается с английским, для попыток доказать превосходство одного языка над другими: вот посмотрите, какой у этого языка богатый словарный запас, какая развитая синонимика, как он гораздо более детально и скрупулезно отражает все оттенки окружающего мира! Однако, если мы обратимся к случаям типа вышеприведенного примера с одеялом, возникает вопрос о том, какой язык в такой ситуации считать более «богатым»: тот, у которого есть много разных слов для обозначения различных предметов, выполняющих в быту эту функцию, или тот, у которого есть одно слово с множеством различных эпитетов? Можно ли говорить, что русский язык беднее, раз глаголы в нем могут иметь множество приставок (**из**учить, **за**учить, **вы**учить, **об**учить, **на**учить, **под**учить...), тогда как в английском тот же смысл

может передаваться разными лексемами (learn, study, memorize, teach, train, ...)?

Еще одним вопросом, представляющим исключительный интерес с точки зрения взаимосвязи языка и мышления, является вопрос о том, как наиболее яркие черты национального характера, национальной культуры отражаются в языке. И наоборот: отражением каких национальных особенностей являются наиболее яркие черты языка? И насколько вообще правомерны спекуляции на эту тему? Например, правы ли те, кто в сложной системе форм английского глагола, содержащей 16 времен, видят отражение активного, энергичного национального характера англичан, нацеленного на деятельность, действия всякого рода и, соответственно, требующего обилия разнообразных форм глагола, передающих всевозможные нюансы и оттенки различных аспектов действия?

Здесь следует отметить, что сам процесс образования понятий в культуре, по-видимому, вообще-то не подчиняется рациональным законам. Это можно подтвердить тем, как различные языки делят совокупность имен по родам – явление, которое не сможет рационально объяснить ни один лингвист. Почему в русском языке «дверь» женского рода, «пол» мужского, а «окно» среднего? В языке много таких фактов, которые не поддаются объяснению. Вместе с тем у многих знатоков иностранных языков есть смутное ощущение, что, например, то, что во французском языке есть только два грамматических рода – мужской и женский, некоторым образом связан с национальным менталитетом.

И можно ли однозначно истолковывать тот факт, что в русском языке порядок слов относительно свободный, тогда как в английском он фиксированный? Можно ли согласиться с исследовательницей, которая пишет: «Закрепившаяся в языке определенная закономерность организации слов в предложении создает... достаточно четкую рамку для формирования национальной картины мира»⁶.

Подводя итоги рассуждений на эту сложную тему, можно констатировать, что все изучение иностранного языка пронизано взаимосвязью языка и мышления, поскольку если такое изучение направлено на практическое, активное владение им, последнее (т.е. осознанное использование языковых форм) возможно только после осмысления всех существенных закономерностей построения речи на этом языке. Однако не случайно кто-то из современных лингвистов сказал о различных грамматических теориях: 'Every grammar leaks' («Ни одна грамматика не является 'водонепроницаемой', т.е. полностью неопровержимой»), имея в виду, что ни одна грамматическая теория не объясняет до конца все реальное многообразие форм и видов речевых построений. Это высказывание помогает нам понять, что осознать до конца все многообразие речевых построений во всех мельчайших деталях невозможно. Это зна-

чит, что некоторая часть владения языком является сферой действия интуиции, а не интеллекта. Недаром говорят «у нее потрясающее чувство языка» или «у него феноменальное языковое чутье». Недаром некоторые философы (например, И.А. Василенко⁷) говорят о невозможности рационально истолковать социокультурное ядро других цивилизаций, поскольку культурные формы – суть символические, а значит, априорно нерациональные. «Только после того, как мы начнем изучать мир культуры как символический, а не предметный универсум, путь нерационального понимания будет окончательно признан как адекватный для культурного восприятия».

Интересно, что лингвисты также часто отмечают «невербализуемость», невозможность полностью выразить словесно невербальные коды культуры того лингвокультурного сообщества, для которого используется язык является родным (несмотря на то, что именно это является условием успешного общения с носителями данного языка).⁸ Так что можно констатировать, что в обсуждаемой проблеме, возможно, больше вопросов, чем ответов.

Примечания

1. См., например: *Тер-Минасова С.Г.* Синтагматика речи: онтология и эвристика. М., 1980; *Тер-Минасова С.Г.* Синтагматика функциональных стилей и оптимизация преподавания иностранных языков. М., 1986.
2. *Щерба Л.В.* Языковая система и речевая деятельность. Л., 1974. С. 340.
3. См., например: *Лебедева Л.А.* Устойчивые сравнения русского языка. Краткий тематический словарь. Краснодар, 2003.
4. Ср., например, то, что пишет о типичной для русских «глубокой грусти» В. Вульф. *Virginia Woolf. The Russian Point of View // Virginia Woolf. Mrs. Dalloway and Essays.* М., 1984. Р. 253.
5. Цит по: *Филиппова М.М.* Английский национальный характер. М., 2007. С. 164-165.
6. *Мельникова А.* Язык и национальный характер. Взаимосвязь структуры языка и ментальности. СПб, 2003.
7. *Василенко И. А.* Диалог цивилизаций: социокультурные проблемы политического партнерства. М.: Эдиториал УРСС, 1999. С. 13.
8. См., напр., *Гудков Д.Б.* Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. С. 7.

**Программа
факультативных занятий по чешскому языку.
Уровни А1, А2, В1**

© доктор филологических наук А.И. Изотов, 2008

Настоящая программа рассчитана на факультативные занятия по чешскому языку с учениками 8, 9, 10 и 11 классов школ и предусматривает изучение грамматического, лексического и страноведческого материала, соответствующего требованиям уровней **А1**, **А2**, **В1**, разработанных специалистами Института языковой и профессиональной подготовки (Ústav jazykové a odborné přípravy) при Карловом университете в Праге на основе действующих в Евросоюзе критериев оценки языковой подготовленности иностранных учащихся (учитывается четыре аспекта владения языком: аудирование, чтение, говорение, письмо)¹. Занятия проходят 2 раза в неделю.

На уровне **А1** в качестве базового используется учебник чешского языка для начинающих коллектива чешских авторов, вышедший в 2008 году в московском издательстве «Филоматис» восьмым изданием:

ISBN 978-5-98111-105-4

Чешский язык: Учебник-самоучитель для начинающих / Под ред. А.И. Изотова. 8-е изд. М.: Филоматис, 2008.

На уровнях **А2**, **В1** используется классический учебник чешского языка под редакцией профессора А.Г. Широковой, подготовленный коллективом авторов из МГУ, МГИМО, Карлова университета в Праге:

ISBN 5-06-001334-0

Чешский язык: Учебник для I и II курсов. 2-е изд. испр. и доп. М.: Высшая школа, 1988. [с тех пор учебник несколько раз репринтно переиздавался; его электронный вариант доступен в Интернете].

В качестве дополнительного учебного пособия используется учебный чешско-русский словарь, включающий в себя около 5 тысяч наиболее употребительных чешских слов и выражений:

ISBN 978-5-903184-16-2

Изотов А.И. Учебный чешско-русский словарь. – М.: Филоматис, 2008.

¹ См. статью М. Хадковой (Marie Hadková) в настоящем сборнике

УРОВЕНЬ A1 8 класс

Уровень **A1** предполагает такое владение языком, при котором изучающий способен понимать и употреблять в речи простые повседневные выражения, направленные на решение насущных задач, может поддержать беседу, если собеседник говорит медленно и отчетливо, составить простой текст (поздравительная открытка; формуляр при регистрации в гостинице и т.п.).

В течение учебного года изучаются следующие темы:

1. Буквы A, E, O, U, B, D, J, K, L, M, N, S, T.
Ударение.
Глагол-связка.
2. Буквы I, Y, P, R, V, Z.
Долгие гласные.
Спряжение глагола **být** 'быть' в настоящем времени.
Образование прошедшего времени.
3. Буквы H, C, Ch, F, G, X, Ř.
Отрицательная частица.
4. Буквы Š, Š, Ž, Ď, Ť, Ň, Ě.
Спряжение глагола **mít** 'иметь' в настоящем времени.
Мягкие согласные
5. Будущее время.
Инфинитив.
Чешско-русские омонимы.
6. Дифтонги.
Числительные 1–20.
Спряжение глаголов типа **nést**.
7. Род имен существительных.
Окончания имен прилагательных.
Тема разговора: Завтрак, обед, ужин.
8. Пары согласных n–ň, t–ť, d–ď.
Числительные 10–100.
Тема разговора: **Гостиница**.
9. Слоγοобразующие l и r.
Спряжение глаголов типа **prosit**.
Текст: **Прага**
10. Смыслоразличительная роль долгих и кратких гласных.
Спряжение глагола **chtít**.
Тема разговора: **Вокзал**
11. Буквы Q, W.
Спряжение глаголов типа **kupovat**.
Тема разговора: **Почта**.

12. Вокализация предлогов.
Придыхание.
Спряжение глаголов типа **dělat**.
Текст: **Курорт**.
13. Чередование согласных.
Чешские соответствия русским сочетаниям **оро, оло, ере, еле**.
Склонение существительных женского рода.
Тема разговора: **Каникулы**.
14. Склонение существительных среднего и мужского рода (ед. число).
Тема разговора: **Кино. Театр. Концерт**.
15. Склонение существительных среднего и мужского рода (мн. число).
Текст: **Пражские куранты**.
16. Порядковые числительные.
Указательные местоимения.
Текст: **Календарь. Время**.
17. Чередования гласных.
Условное наклонение.
Текст: **Покупки**.
18. Склонение прилагательных твердой разновидности.
Текст: **Чешская Республика**.
19. Склонение прилагательных мягкой разновидности.
Страдательный залог.
Текст: **Карлов мост в Праге**.
20. Личные местоимения.
Текст: **Хобы – чешские казаки**.

УРОВЕНЬ A2

9 класс

Уровень **A2** предполагает такое владение языком, при котором изучающий способен понимать предложения и часто употребляющиеся выражения, связанные с основными сферами жизни, общаться на бытовые темы, в простых выражениях рассказывать о себе, своих родных и близких.

В течение учебного года изучаются следующие темы:

1. Род, число и падеж имен существительных.
Склонение существительных типа **žena**.
Склонение прилагательных женского рода твердой разновидности.
Спряжение глаголов типа **pracovat, žít**.
Предлоги **v, na**.
Союзы **a** и **ale**.
Лексическая тема: **Семья**.
2. Склонение существительных типа **byt**.

- Склонение прилагательных мужского рода твердой разновидности.
 Главные члены простого двусоставного предложения.
 Глагол **být** и его соответствия в русском языке.
 Предлоги **do, od, u, z, vedle**.
 Лексическая тема: **Квартира**.
3. Склонение существительных типа **student**.
 Настоящее время глаголов типа **prosit, umět, dělat**.
 Образование наречий.
 Предлоги **podle, před**.
 Лексическая тема: **Университет**.
4. Склонение существительных типа **město**.
 Склонение прилагательных среднего рода твердой разновидности
 Спряжение глаголов **nést, tisknout, psát, brát** в настоящем времени.
 Предлоги **kolem, přes, za, k, proti, po**.
 Лексическая тема: **Город**.
5. Будущее время.
 Возвратные глаголы.
 Спряжение возвратных глаголов в формах настоящего времени.
 Количественные числительные от 1 до 100.
 Синтаксическая связь числительных с существительными.
 Временные предлоги **během, o, po, za, před**.
 Лексическая тема: **Мой день**.
6. Склонение существительных типа **pole**.
 Модальные глаголы.
 Прошедшее время.
 Предлог **pro**. Союз **až**.
 Лексическая тема: **Каникулы**.

УРОВЕНЬ B1 10-11 классы

Уровень **B1** предполагает такое владение языком, при котором изучающий способен общаться в большинстве ситуаций, возникающих во время пребывания в стране изучаемого языка; способен рассказывать о своем прошлом, настоящем, планах на будущее; включиться в спонтанно возникший диалог и аргументированно отстаивать свое мнение; пересказать сюжет прочитанной книги или увиденного фильма; написать письмо о своих впечатлениях или простое эссе на хорошо знакомую тему.

В течение двух учебных лет изучаются следующие темы:

1. Склонение существительных типа **ruže**.
 Спряжение глаголов **vědět** и **jíst**.
 Повелительное наклонение.

- Склонение личных местоимений **já, ty**, возвратно-личного местоимения **se**. Союзы **nebo, než, nýbrž, ačkoli**.
Лексическая тема: **Ресторан**.
2. Склонение существительных типов **muž** и **stroj**.
Склонение местоимений **on, ona, ono**.
Место энклитических форм местоимений в предложении.
Склонение притяжательных местоимений **naš, naše, naše**.
Союзы **proto, protože**.
Лексическая тема: **Гости**.
3. Склонение существительных типа **stavení**.
Склонение указательных местоимений **ten, ta, to**.
Количественные числительные от **10** до **1000**.
Склонение количественных числительных **jeden, jedna, jedno**.
Склонение числительных **dva, dvě, tři, čtyři**.
Склонение числительных от **5** до **99**.
Союз **že**.
Лексическая тема: **Универсальный магазин**.
4. Склонение существительных типов **píseň** и **kost**.
Склонение прилагательных мягкой разновидности.
Образование и употребление кондиционалиса.
Лексическая тема: **Продовольственный магазин**.
5. Склонение существительных, обозначающих месяцы и дни недели.
Склонение существительных **den** и **týden**.
Неопределенно-личные и безличные предложения.
Порядковые числительные. Склонение порядковых числительных.
Конструкции, употребляющиеся для обозначения времени.
Лексическая тема: **Времена года. Погода. Время**.
6. Склонение существительных типов **předseda** и **soudce**.
Притяжательные прилагательные.
Спряжение глагола **vzít**.
Союз **nejen ... ale**.
Предлог **podle**.
Лексическая тема: **Кино. Театр**.
7. Вид глагола.
Образование глаголов совершенного и несовершенного вида.
Притяжательные местоимения **jeho, její, jejich**.
Существительные, не имеющие форм единственного числа.
Лексическая тема: **Почта**.
8. Глаголы движения.
Многочастные глаголы.
Склонение существительных мужского рода тип **průvodčí**.
Склонение географических названий, не имеющих форм ед. числа.

Частица **zda**.

Лексическая тема: **Путешествие**.

9. Склонение существительных, обозначающих парные предметы.

Неопределенные числительные.

Неопределенно-собирательное местоимение **všechen, -a, -o**.

Союз **pokud (dokud)**.

Лексическая тема: **Болезнь**.

10. Склонение субстантивированных прилагательных.

Лексическая тема: **Физкультура и спорт**.

11. Степени сравнения прилагательных.

Образование страдательных причастий.

Страдательный залог.

Лексическая тема: **Прага**.

Работа над уровнем **B1** предполагает также занятия с видеоматериалами для закрепления навыков аудирования. Рекомендуются лёгкие комедии с минимальными включениями просторечной и сленговой лексики (Dívka na koštěti; Jak svět přichází o básníky; Adéla ještě nevečeřela; Rozpuštěný a vypuštěný; S tebou mě baví svět; O chytrém Honzovi; Byl jednou jeden král; Císařův pekař a pekařův císař).