

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ

**ХАРЬКОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени В.Н. КАРАЗИНА**

КОГНИЦИЯ, КОММУНИКАЦИЯ, ДИСКУРС

Направление “Филология”

№ 9

Международный электронный сборник научных трудов

Основан в 2010 г.

**Харьков
2014**

Статьи данного выпуска содержат результаты исследований лингвистов Украины, Германии, Армении и Казахстана, рассматривающих методологические принципы экспликации архетипов, проблемы концептуализации базовых понятий Геноцида армян (1915), англоязычной рекламы продуктов питания. Предложены принципы общей теории развивающихся систем и законов эволюции языка; коммуникативные стратегии англоязычной бизнес-коммуникации в аспекте синергетики и русскоязычного дискурса Казахстана, а также принципы деятельности переводчика как творчества.

Для лингвистов, преподавателей, аспирантов и магистрантов.

Утверждено решением Ученого совета
Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина
(протокол № 14 от 26 декабря 2014 г.)

Редактор:

И.С. Шевченко, докт. филол. наук (Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, Украина)

Ответственный секретарь:

Е.В. Бондаренко, докт. филол. наук (Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, Украина)

Редакционная коллегия:

Л.Р. Безуглая, докт. филол. наук (Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, Украина)

А.П. Мартынюк, докт. филол. наук (Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, Украина)

Л.М. Минкин, докт. филол. наук (Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, Украина)

Е.И. Морозова, докт. филол. наук (Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, Украина)

В.Г. Пасынок, докт. пед. наук (Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, Украина)

В.А. Самохина, докт. филол. наук (Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, Украина)

Л.В. Солощук, докт. филол. наук (Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, Украина)

А.Д. Белова, докт. филол. наук (Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина)

С.А. Жаботинская, докт. филол. наук (Черкасский национальный университет имени Богдана Хмельницкого, Украина)

Е.А. Карпиловская, докт. филол. наук (Институт украинского языка Национальной академии наук Украины, Украина)

А.Н. Приходько, докт. филол. наук (Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара, Украина)

Е.А. Селиванова, докт. филол. наук (Черкасский национальный университет имени Богдана Хмельницкого, Украина)

Д. Александрова, доктор философии (университет Климента Охридского, г. София, Болгария)

Д. Вандервекен, доктор философии (университет Квебека, г. Труа-Ривьер, Канада)

В.И. Карасик, докт. филол. наук (Волгоградский государственный педагогический университет, Россия)

Г. Коллер, доктор философии (университет имени Фридриха Александра, г. Эрланген-Нюрнберг, Германия)

Г.Н. Манаенко, докт. филол. наук (Ставропольский государственный педагогический институт, Россия)

Ф.Д. Матито, доктор философии (университет Ла Риоха, г. Мадрид, Испания)

С.А. Моисеева, докт. филол. наук (Белгородский государственный университет, Россия)

Г.Г. Слышкин, докт. филол. наук (Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия)

М. Фриман, доктор философии, почетный профессор (Вэлли Колледж, г. Лос-Анжелес); со-директор (Мэрифилд институт когниции и гуманитарных наук, г. Хит, США)

Н. Чабан, доктор философии (университет Кентербери, г. Крайстчерч, Новая Зеландия)

В.Е. Чернявская, докт. филол. наук (Санкт-Петербургский государственный политехнический университет, Россия)

Адрес редакционной коллегии:

Украина, 61022, г. Харьков, пл. Свободы, 4
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
Факультет иностранных языков Тел.: (057) 707-51-44
irina.shevchenko7@gmail.com

Интернет-страница журнала: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

Текст дается в авторской редакции.

Статьи прошли внутреннее и внешнее рецензирование.

Выпускается ежегодно.

© Харьковский национальный университет имени
В.Н. Каразина, оформление, 2014

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В.Н. КАРАЗІНА

КОГНІЦЯ, КОМУНІКАЦЯ, ДИСКУРС

Напрямок “Філологія”

№ 9

Міжнародний електронний збірник наукових праць

Започаткований у 2010 р.

Харків
2014

Статті даного випуску містять результати досліджень лінгвістів України, Німеччини, Вірменії і Казахстану, які розглядають методологічні принципи експлікації архетипів, проблеми концептуалізації базових понять Геноциду вірмен (1915), англомовної реклами продуктів харчування. Запропоновано принципи загальної теорії систем, що розвиваються, і законів еволюції мови; комунікативні стратегії англомовної бізнес-комунікації в аспекті синергетики і російськомовного дискурсу Казахстану, а також принципи діяльності перекладача як творчості.

Для лінгвістів, викладачів, аспірантів та магістрантів.

Затверджено рішенням Вченої ради
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
(протокол № 14 від 26 грудня 2014 р.)

Редактор:

І.С. Шевченко, докт. філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)

Відповідальний секретар:

Є.В. Бондаренко, доктор філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)

Редакційна колегія:

Л.Р. Безугла, докт. філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)

А.П. Мартинюк, докт. філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)

Л.М. Мінкін, докт. філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)

О.І. Морозова, докт. філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)

В.Г. Пасинок, докт. пед. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)

В.О. Самохіна, докт. філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)

Л.В. Солощук, докт. філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)

Д. Александрова, доктор філософії (університет Климента Охридського, м. Софія, Болгарія)

А.Д. Белова, докт. філол. наук (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна)

Д. Вандервекен, доктор філософії (університет Квебека, м. Труа-Рив'єр, Канада)

С.А.Жаботинська, докт. філол. наук (Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, Україна)

В.І. Карасик, докт. філол. наук (Волгоградський державний педагогічний університет, Росія)

Є.А. Карпіловська, докт. філол. наук (Інститут української мови Національної академії наук України, Україна)

Г. Коллер, доктор філософії (університет імені Фрідріха Александра, м. Ерланген-Нюрнберг, Німеччина)

Г.М. Манаєнко, докт. філол. наук (Ставропольський державний педагогічний інститут, Росія)

Ф.Д. Матіто, доктор філософії (університет Ла Риоха, м. Мадрид, Іспанія)

С.А. Моїсеєва, докт. філол. наук (Белгородський державний університет, Росія)

А.М. Приходько, докт. філол. наук (Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна)

О.О. Селіванова, докт. філол. наук (Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, Україна)

Г.Г. Слишкін, докт. філол. наук (Російська академія народного господарства і державної служби при Президентові Російської Федерації, м. Москва, Росія)

М. Фріман, доктор філософії, почесний професор (Веллі коледж, м. Лос-Анжелес); співдиректор (Мерифілд інститут когніції та гуманітарних наук, м. Хіт, США)

Н. Чабан, доктор філософії (університет Кентербері, м. Крайстчерч, Нова Зеландія)

В.Є. Чернявська, докт. філол. наук (Санкт-Петербурзький державний політехнічний університет (Росія)

Адреса редакційної колегії:

Україна, 61022, м. Харків, майдан Свободи, 4
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет іноземних мов. Тел.: (057) 707-51-44
ishev7@gmail.com

Інтернет-сторінка журналу: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

Текст подано в авторській редакції.

Статті пройшли внутрішнє та зовнішнє рецензування.

Видається щорічно.

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

V.N. KARAZIN KHARKIV NATIONAL UNIVERSITY

COGNITION, COMMUNICATION, DISCOURSE

Series “Philology”

9

International on-line journal

<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/>

Published since 2010

Kharkov
2014

Articles in this issue include the results of studies of Ukrainian, German, Armenian and Kazakh linguists, the methodological principles of explicating archetypes, problems of conceptualizing the basic concepts of the Armenian Genocide (1915), the English-language foodstuffs advertising; the principles of the general theory of developing systems and evolutionary linguistic laws; communication strategies of English business discourse in terms of synergy and Russian discourse in Kazakhstan; principles of the interpreter's activity viewed as creativity.

For linguists, teachers, graduate students and undergraduates.

Editor:

Irina Shevchenko, Doctor, Professor (V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine, irina.shevchenko7@gmail.com)

Executive Secretary:

Y.V. Bondarenko, Doctor, Professor (V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine; ievgeniia.bondarenko.2014@gmail.com)

Editorial Board:

L.R. Bezugla, Doctor, Professor (V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine)
 A.P. Martyniuk, Doctor, Professor (V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine)
 L.M. Minkin, Doctor, Professor (Kharkiv National Pedagogical University, Ukraine)
 E.I. Morozova, Doctor, Professor (V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine)
 V.G. Pasynok, Doctor, Professor (V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine)
 V.A. Samokhina, Doctor, Professor (V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine)
 L.V. Soloschuk, Doctor, Professor (V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine)
 Donka Alexandrova, Doctor, Professor (University St. Kliment Ohridski, Sofia, Bulgaria)
 A.D. Belova, Doctor, Professor (Kyiv National Taras Shevchenko University, Ukraine)
 Natalia Chaban, PhD, Associate Professor (University of Canterbury, Christchurch, New Zealand)
 V.E. Chernyavskaya, Doctor, Professor (St. Petersburg State Research Polytechnical University, Russia)
 Margaret H. Freeman, PhD, Co-director of Myrifiel Institute for Cognition and the Arts, Health; Professor Emeritus (Valley College, Los Angeles, USA)
 Alina Israeli, PhD, Associate Professor, Department of World Languages and Cultures, (American University, Washington, D.C., USA)
 Vladimir Karasik, Doctor, Professor (Volgograd State Pedagogical University, Russia, vladimir_karasik@mail.ru)
 Y.A. Karpilovska, Doctor, Professor (Ukrainian Language Institute, National Academy of Sciences, Kyiv, Ukraine)
 Gerhardt Koller, PhD, Professor (Friedrich Alexander University, Erlangen-Nuremberg, Germany)
 G.N. Manaenko, Doctor, Professor (Stavropol State Pedagogic Institute, Russia)
 Dominguez Matito, F., PhD, Professor Titular (University of La Rioja, Spain)
 S.A. Moiseyeva, Doctor, Professor (Belgorod State Research University, Russia)
 A.M. Prikhodko, Doctor, Professor (Dnepropetrovsk National University, Ukraine)
 O.O. Selivanova, Doctor, Professor (Bogdan Khmelnytsky Cherkassy National University, Ukraine)
 G.G. Slyshkin, Doctor, Professor (The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Russia)
 Daniel Vanderveken, PhD, Full Professor (University of Quebec at Trois-Rivières, Canada)
 S.A. Zhabotinska, Doctor, Professor (Bogdan Khmelnytsky Cherkassy National University, Ukraine)

Editorial Address:

Ukraine, 61022, Kharkov, Svobody square, 4
 (V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine)

Faculty of Foreign Languages

Tel.: (057) 707-51-44

Internet-page: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/>

All articles are peer reviewed
 Published annually

Recommended by the Academic Council of V.N. Karazin Kharkiv National University
 (Minutes № 6 of 28 May 2010)

СОДЕРЖАНИЕ

Л.И. Белехова МЕТОДИКА ЭКСПЛИКАЦИИ АРХЕТИПОВ, ВОПЛОЩЕННЫХ В АМЕРИКАНСКИХ ПОЭТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ	8
S.K. Gasparyan “ARMENIAN” AND “TURK” AS COGNITIVE CONCEPTS	33
Г.Г. Гиздатов РИТОРИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ РУССКОЯЗЫЧНОГО ДИСКУРСА КАЗАХСТАНА	47
Г.В. Ейгер, В.М. Эпштейн ОБЩАЯ ТЕОРИЯ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СИСТЕМ И ЗАКОНЫ ЭВОЛЮЦИИ ЯЗЫКОВ	59
Д.М. Павкин АНГЛОЯЗЫЧНАЯ РЕКЛАМА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ: ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ	86
О.В. Ребрій CONCEPTIONS OF CREATIVITY IN TRANSLATION	108
Y.V. Tarasova COMMUNICATIVE STRATEGIES OF INTERNATIONAL BUSINESS NEGOTIATIONS (IBN) VIEWED SYNERGISTICALLY	125
Редакторы	137
Рекомендации по оформлению статей.....	140

УДК 801.42+81'38=111

МЕТОДИКА ЭКСПЛИКАЦИИ АРХЕТИПОВ, ВОПЛОЩЕННЫХ В АМЕРИКАНСКИХ ПОЭТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

Л.И. Белехова (Херсон, Украина)

Л.И. Белехова. Методика экспликации архетипов, воплощенных в американских поэтических текстах. В статье предлагается систематизация научных взглядов, касающихся понятий архетипа как коллективного бессознательного и архетипического словесного образа как осознанного воплощения архетипных смыслов в поэтическом тексте, в результате чего установлены критерии разграничения психологических и культурных архетипов и составлен их каталог. На основе анализа предконцептуальной, концептуальной и вербальной стороны словесных образов раскрыты лингвокогнитивные механизмы формирования архетипических словесных поэтических образов в американском поэтическом дискурсе. В рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы лингвистики разработана методика экспликации архетипов в поэтическом тексте, включающая ряд последовательных когнитивных операций и стратегий интерпретации, направленных на извлечение скрытых смыслов текста.

Ключевые слова: архетип, архетипический словесный образ, когнитивные операции, коллективное бессознательное, лингвокогнитивные механизмы, скрытые смыслы, стратегии.

Л.І. Белехова. Методика експлікації архетипів, втілених в американських поетичних текстах. У статті систематизовано наукові погляди стосовно понять архетипу як колективного позасвідомого і архетипного словесного образу як усвідомленого втілення архетипних смислів у поетичному тексті, встановлено критерії розрізнення психологічних й культурних архетипів й наведено їх каталог. На основі аналізу передконцептуальної, концептуальної і вербальної іпостасі словесних поетичних образів розкрито лінгвокогнітивні механізми формування архетипних словесних образів та встановлено особливості їх функціонування в американському поетичному дискурсі. У рамках когнітивно-дискурсивної парадигми лінгвістики розроблено методику експлікації архетипів у поетичному тексті, що включає низку послідовних когнітивних операцій і стратегій інтерпретації, які уможливають виявлення прихованих смислів тексту.

Ключові слова: архетип, архетипний словесний образ, когнітивні операції, колективне позасвідоме, лінгвокогнітивні механізми, приховані смисли, стратегії.

L.I. Bieliekhova. Methodology of explicating archetypes embodied in American poetic texts. This article presents systematization of scientific views on the notions of archetype as collective unconscious and archetypal verbal image as textual construal, which results in differentiation of psychological and cultural archetypes, and in compiling their catalogue. The methodology of explicating archetypes embodied in poetic texts, elaborated in the framework of cognitive and discourse paradigm of linguistics, consists of the sequence of cognitive operations intended on revealing the mechanisms of formation of archetypal verbal poetic images in American

poetic discourse and establishing a set of interpretative strategies of their functioning in a poetic text, which ensure elucidation of its novel and hidden senses.

Key words: archetype, collective unconscious, cognitive operation, verbal poetic image, mechanism of formation, interpretive strategies, hidden senses.

Постановка проблемы. Теоретической предпосылкой выбора проблематики исследования послужила дискуссия на международной конференции в Кардиффе “Downscaling Culture: Revisiting Intercultural Communication” (Cardiff University, Great Britain, 18–19 September 2014) относительно роли и места архетипов в порождении и осмыслении культурной и этнокультурной информации, характера взаимодействия рационального и иррационального в лингвокреативной деятельности автора и читателя при порождении и интерпретации текста.

Всплеск интереса к раскрытию механизмов лингвокреативной деятельности, основанной не только на рациональных способах мышления, но и на иррациональных: интуиции, воображении, фантазии, связанных с предкатегориальной деятельностью человека в освоении мира, – определяет **актуальность** статьи. Предкатегоризация – это установление предконцептуальной основы исследуемых языковых фактов [Tsur 1992: 56], мыслительная деятельность, базирующаяся на интуиции и когнитивных операциях декодирования эмоциогенного предзнания, активируемого архетипами, сигналами которых в поэтическом тексте выступают воплощенные в словесной ткани архетипические символы. Креативность автора, равно как и эвристическая деятельность читателя во многом зиждется на воображении и интуиции, автоматических, бессознательных операциях поэтического мышления, в большей степени опирающихся на иррациональное, чем на рациональное начала. Суть предкатегориальной деятельности человека состоит в раскрытии и объяснении процессов быстрой (rapid) и отложенной (delayed) категоризации, неосознаваемых, автоматических, и сознательных когнитивных операций, которые ведут к распредмечиванию семантики словесной формы (thing-free) и улавливанию ее негештальтного качества (gestalt-free quality) [Tsur 2012: 34], то есть отыскивание семантических признаков слова наивысшей степени абстракции, абстрагирования от предметных характеристик понятия, обозначенного словесной поэтической формой.

В современной когнитивной науке общепризнанным является тот факт, что человек сознательно использует лишь небольшую часть ресурсов мозга, в то время как основная его часть связана с бессознательным, в котором присутствует и то, что К. Юнг называл “коллективным бессознательным”. Таковое является не бездеятельным состоянием, а праформой сознания, способной воздействовать на внутренний мир человека [Jung, Franz 1964: 102].

Понятие “архетип”, разработанное К.Г. Юнгом в 1919 году, прочно вошло в парадигму современного научного знания. По мнению С.С. Аверинцева, архетипы не что иное, как эйдосы Платона в психике бессознательного, и ещё до К.Г. Юнга П.А. Флоренский пользовался термином

“схемы человеческого духа” применительно к анализу предконцептуальной основы образов христианской мифологии [Аверинцев 1972: 27]. В XIX веке А.Н. Веселовский указывал на решающее значение для поэтического языка отстоявшихся формул, корнями уходящих в культовое мышление, в народное творчество, в память человечества [Веселовский 1989: 295]. Сегодня говорят, что архетипы – это эмоциональный след в эйдетической памяти человека [Шаховский 2012: 44]. В мире нет ни одной существенной идеи либо воззрения без их исторических праобразов, и все они восходят в конечном счете к лежащим в их основании “архетипическим праформам” [Юнг 1991: 121].

На языке современной когнитологии архетипы К. Юнга можно назвать предконцептуальной основой для формирования структур представления знаний. Вероятно, это генетически наиболее древние формы мышления, вносящие свой вклад в адекватную обработку информации человеком. Важно подчеркнуть, что архетип представляет собой не ту или иную семантическую конструкцию, а априорно-когнитивное условие её формирования. В этом смысле архетипы есть чистая направленность мышления, базовый уровень ментальности человека, в котором весь опыт природной (докультурной) самоорганизации снят в виде этих самых смыслообразующих направленностей или предконцептуальных моделей структурирования. Архетипы коллективного бессознательного можно рассматривать как своеобразные когнитивные образы, на которые ориентируется человек в своем инстинктивном поведении: интуитивное схватывание архетипов предшествует любому его действию, “спускает курок” инстинктивного поведения человека; это – когнитивная структура, в которой в краткой форме записан родовой опыт [Руткевич 1998: 38].

К. Юнг сравнивал архетипы с системой осей кристалла, которая преформирует кристалл в растворе, будучи неким невещественным полем, распределяющим частицы вещества [Юнг 1991: 234]. В психике таким “веществом” является внешний и внутренний опыт человека, организуемый согласно врожденным образам [Lakoff 1987: 39]. В чистом виде архетип не входит в сознание, он всегда соединяется с какими-то представлениями человеческого опыта и подвергается сознательной обработке. Ближе всего к собственно архетипу стоят архетипические образы сознания, проявляющиеся в сновидениях, галлюцинациях. Это путанные, темные образы, воспринимаемые как что-то жуткое, чуждое, но в тоже время переживаемое как нечто бесконечно превосходящее человека, божественное, нуминозное. Встреча с ними вызывает сильные эмоции, ведет к трансформации индивидуального сознания [Юнг 1997: 66, 67].

Способами проявленности архетипов бессознательного являются религия, мифы, легенды, сказки, поэзия [Campbell 1988: 18]. В этих культурных формах происходит постепенная шлифовка путанных и жутких образов, они трансформируются в темы, сюжеты, символы, все более совершенные по форме и всеобъемлющие по содержанию [Frye 1957].

Неоднозначность трактовок и разнообразие подходов к архетипическому образу как в отечественных, так и в зарубежных исследованиях [см, напр.: Мелетинский 1995; Маслова 1997; Нямцу 1992; Слухай 1996; Топоров 1995; Vodkin 1934; Campbell 1988; Frye 1957], амбивалентность понятия архетипа и необходимость его лингвокогнитивного анализа как основы словесного поэтического образа обуславливает **актуальность** исследования. В статье предпринимается попытка уточнения и разграничения понятий психологического архетипа как коллективного бессознательного по К.Г. Юнгу и культурного архетипа как базисного элемента культуры, формирующего нравственные императивы духовной жизни, а также архетипического словесного образа как лингвокогнитивного текстового конструкта. Обоснование такого разграничения осуществляется путем изучения эволюции взглядов на понятие архетипа и выявления списка или каталога архетипов, используемых в художественной практике, на основе анализа работ, посвященных архетипическим образам, темам и сюжетам. Основная **цель** исследования – разработка методики извлечения архетипических смыслов в стихотворных текстах американской поэзии, обеспечивающей более глубокое проникновение в содержание поэтического текста и выявление его новых и скрытых смыслов. **Объектом** исследования являются архетипы и архетипические словесные образы в американской поэзии, **предметом** – когнитивные операции и стратегии, обеспечивающие раскрытие лингвокогнитивных механизмов формирования и функционирования архетипических образов в поэтическом тексте и ведущие к извлечению дополнительных смыслов поэтического текста.

К истории изучения архетипов. Учитывая хронологию и характер эволюции взглядов на понятие архетипа, в истории его изучения, выделяем пять основных направлений: *антропологическое* [Frazer 1922; Ackerman 1991; Benedict 1934; Block 1952; Eliade 1969], *психологическое* [Jung 1923; Campbell 1988; Jones 1979; Pratt 198; Юнг 1991, 1996, 1997], *литературоведческое* [Vodkin 1934, 1951; Frye 1957, 1996; Нямцу 1992], *культурлогическое* [Маслова 1997; Мелетинский 1995; Топоров 1995; Eliade 1969] и *лингвистическое* [Близнюк 2008; Бурова 2000; Гринько 2013; Даниленко 1994; Мароши 1996; Слухай 2011; Старовойтова 2008; Топорова 1994, 1996].

Первой к понятию архетипа обратилась антропология, в частности Кембриджская школа сравнительной антропологии Джеймса Фрэзера и его последователей: Уильяма Батлера, Гилберта Меррея, Джона Харрисона и др. Поставив своей целью собрать мифы и ритуалы различных культур с тем, чтобы выявить в них фундаментальные сходства, Дж. Фрэзер в своей “Золотой ветви” представил архетипические параллели сюжета Нового Завета и христианской мистериальной обрядности [Frazer 1922]. Описанные Фрэзером мифы и обряды привлекли внимание не только этнографов, но и писателей благодаря драматической проблематике человеческого страдания как пути к смерти и обновлению, параллелизму между жизнью

человека и природы, цикличности, соответствующей представлению о вечном круговороте в природе и человеческом существовании [Мелетинский 1995: 33]. Исследования Кембриджской школы стимулировали литературоведов к поиску архетипов в художественных текстах. Так, например, в знаменитом стихотворении Т. Элиота “The Waste Land” Х. Блок выявил архетип чаши Святого Грааля [Block 1952: 116]. Концептуальные импликации (*поиск смысла жизни, стремление к возвышенному, к постижению истины*), составляющие содержание этого архетипа, проявляются в основных темах рыцарских баллад средневековья, культов плодородия в Древней Греции и даже прослеживаются в древних индийских ведах [Ackerman 1991: 116].

Психологическая школа ввела термин архетип, дав объяснение его природы и проведя грань между архетипом и инстинктом, архетипом и символом [Юнг 1997: 57], что в дальнейшем послужило основой изучения рационального и иррационального в мышлении человека. По мнению К.Г. Юнга у поэтов имеется интуиция, далеко превосходящая сознательный ум. Они улавливают праформы коллективного бессознательного спонтанно и благодаря необыкновенной фантазии и воображения транслируют их в поэтический текст [Юнг 1997: 60-64]. Коллективное бессознательное – это родовая память человечества, оно присуще всем людям, передается по наследству, служит основой индивидуальной психики и ее культурного своеобразия [Юнг 1991: 122; Юнг 1996-а: 148]. Иными словами, архетипы коллективного бессознательного – это познавательные модели и образы. Они всегда сопровождают человека и являются источником мифологии и поэзии [Юнг 1997: 60–64, 90–98].

Представители литературоведческого направления наметили пути изучения проявления архетипов в мифологии, фольклоре, религиозных писаниях и художественной литературе, очертив круг наиболее распространенных архетипических тем, сюжетов, персонажей символов и дав толчок к изучению архетипа не только как явления познавательной, но и лингвокреативной деятельности человека. Поэтому предметом исследования архетипов в лингвистическом ракурсе стали способы их словесного оформления в художественных текстах [Слухай (Молотаева) 1996], лингвокогнитивные механизмы их воплощения в поэзии [Белехова 2002: 223–243].

Базовыми ориентирами нашего исследования служат положения когнитивной поэтики о креативности когнитивных процессов в создании новых смыслов текста, о доминировании когнитивного бессознательного, предопределяющего предкатегориальную обработку информации, которая опредмечена в словесных образах [Tsur 1992: 56-61; Белехова 2002: 148–159].

Классификация архетипов. Систематизация взглядов К.Г. Юнга и его последователей на природу архетипа как коллективного бессознательного и архетипического образа как проявленного сознания позволяет очертить круг архетипов и разделить их на психологические и культурные. В свете когнитивной лингвистики **психологические архетипы** представляют собой

результат эмоционального опыта человечества. Это – предконцептуальные структуры, довербальные концептуальные импликации, определенный набор которых составляет содержание того или иного архетипа. К психологическим относим следующие, выявленные в работах представителей различных направлений, архетипы: Самость, Эго, Тень, Дух, Анима, Анимус, Мать/Женщина, Свет, Тьма, Огонь, Вода, Земля, Воздух, Море, Ориентация, Регенерация или Трансформация [Юнг 1991: 93–95, 109, 112, 123, 124, 126, 139, 145–148; Юнг 1997: 422; Маслова 1997: 108, 169; Топоров 1995: 577; Frye 1957]. Психологический архетип сам по себе пуст, формален, это только возможность представления, данная a priori [Jung, Franz 1964: 216], его содержание – свернутые знания, скорее предзнания, данные от рождения [Campbell 1988: 97], “психофизиологический компонент человека, его пренатальное сознание” [Топоров 1995: 577], когнитивное бессознательное [Lakoff, Johnson 1999: 10].

Культурный архетип – это сознательно переработанный психологический архетип в суждениях и оценках индивидуумов. Его содержание составляют концептуальные признаки, которые проявляются в словесных образах и символах через соотнесение с мифом, религиозным учением, сказкой. Анализ работ вышеназванных авторов позволил составить каталог культурных архетипов, включающих архетипы Троицы, Богоматери/Мадонны, Персоны/Маски, Героя/Трикстера, Вечного Странника, Мирового Древа, Мирового Яйца, Мудрого Старца/Старухи, Жизни, Смерти, Развития, Метаморфозы и т. п. Если список психологических архетипов более или менее очерчен, то каталог культурных архетипов может быть дополнен. Говорят, например, об архетипе Алкесты, воплощенном в поэтической драме Т. Элиота “Коктейльная вечеринка” (Cocktail Party) [Frye 1957] или даже об архетипе Гамлета, Золушки [Dictionary: 23, 56, 121]. По существу, в этом случае речь идет не об архетипе, а об архетипическом образе, концептуальные признаки которого проявляются при описании того или иного персонажа художественного произведения. На наш взгляд, следует отличать понятия архетипа как коллективного бессознательного и архетипического образа как осознанного использования концептуальных импликаций в содержании архетипа для построения художественного образа. Список культурных архетипов не бесконечен, он может быть дополнен лишь этнокультурными архетипами.

Для уяснения различий между психологическими и культурными архетипами необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1) психологический архетип – это форма коллективного бессознательного, результат эмоционального опыта человеческого рода, его генетическая память, в которой хранится эмоциональный след освоения им мира.

2) Психологические архетипы амбивалентны [Юнг 1991: 123], то есть в их содержании заложена энантиосемия различных имплицитных признаков. Например, в архетипе Вода содержатся концептуальные импликации жизни и смерти, возрождения, очищения и гибели. Это самый узнаваемый архетип,

его ключевыми концептуальными импликациями являются: текучесть, изменчивость, динамизм, цикличность (лед – вода – пар), движение (река, поток, ручей), покой (озеро, пруд), застой (болото), необузданность, стихия (водопад, море, океан), чистота (роса, родник), губительность (потоп, наводнение). Все эти качества и свойства по-разному преломляются в художественном творчестве в архетипических сюжетах, темах, словесных образах. В мировой культуре архетипические свойства воды проявились в огромном количестве символов: фонтан, озеро, ручей, благодатный дождь, туман, снег [см., напр.: Bodkin 1934: 141–163; Fry 1982: 83–96; Нямцу 1992: 147; Frye 1957].

3) Культурный архетип – результат культурно-исторического опыта человечества. Его содержание представляют концептуальные признаки типического в культуре. Так, типичное для человека *стремление к поиску истины* заключено в содержании культурного архетипа Бога, Концептуальные признаки архетипа Трикстера: *жажда приключений, конфликтность, ёрничанье, плутовство* – воплощены в художественных образах шутов.

4) Различие состоит и в назывании имени архетипа. Психологический архетип, как правило, употребляется в именительном падеже: архетип Огонь, Свет, а культурный – в родительном: архетип Троицы, Богоматери или Мадонны. Культурные архетипы активируются фоновыми и энциклопедическими знаниями читателя.

Культурные архетипы выступают в качестве спонтанно действующих устойчивых структур обработки, хранения и репрезентации коллективного культурно-исторического опыта. Среди них можно выделить универсальные и этнокультурные архетипы. Сохраняя и репродуцируя коллективный опыт культурогенеза, универсальные культурные архетипы обеспечивают преемственность и единство общекультурного развития.

5) Этнокультурные архетипы представляют собой константы национальной духовности, выражающие и закрепляющие основополагающие свойства этноса как культурной ценности. В каждой национальной культуре доминируют свои этнокультурные архетипы, существенным образом определяющие особенности мировоззрения, характера художественного творчества и исторической судьбы народа. В германской духовности К. Юнг выделяет архетипический образ Вотана – “наиболее истинное выражение и непревзойденное олицетворение того фундаментального качества, которое присуще немцам” [Юнг 1996-а: 389]. Согласно К. Юнгу, актуализация архетипа есть шаг в прошлое, возвращение к архаическим качествам духовности [Юнг 1991: 108], однако усиление архетипического может быть и проекцией в будущее, ибо этнокультурные архетипы выражают не только опыт прошлого, но и чаяния будущего, мечту народа [Забияко 1998: 39].

Методика анализа архетипических образов в поэтическом тексте. Архетип сам по себе еще не является образом, это только эмоциогенное предзнание, концептуальные импликации, вызванные бессознательной

реакцией первобытного человека на тайные силы природы, неспособностью человека объяснить причину эмоционального состояния, обусловленного окружающей действительностью [Юнг 1997: 64, 90–98]. Аксиомой современной науки является признание единства и взаимодействия эмоции и когниции [Данеš 1987: 180]. Познание сопровождается эмоциями, в свою очередь, эмоции мотивируют познание [Шаховский 2009: 672]. Категоризация эмоций, концептуализация эмоционального опыта человека формирует, по В.И. Шаховскому, “внутренний эмоциональный лексикон”, который воспринимается как обязательная часть сложной структуры знаний, представленных в сознании [Шаховский 1997: 132].

В контексте нашей работы внутренний эмоциональный лексикон учитывается при описании компонентов предконцептуальной структуры словесного образа в виде схемных образов архетипов как форматов представления знаний о них. В целом методика экспликации архетипов и их смыслов, воплощаемых в поэтическом тексте, состоит из нескольких этапов, включающих ряд когнитивных операций и процедур по обработке семантики поэтического текста и интерпретационных стратегий его прочтения.

Первый этап – идентификация архетипов и моделирование схемного образа архетипа – включает ряд автоматических и сознательных операций, направленных на активирование, активацию и активизацию знаний об архетипических признаках, воплощенных в семантике номинативных единиц поэтического текста. Этот этап предполагает осведомленность читателя /интерпретатора с теорией архетипов, их классификацией и содержанием, а также с основным положением когнитивной теории образности, заключающемся в трактовке словесного поэтического образа как лингвокогнитивного текстового конструкта, трехмерной величины, инкорпорирующей предконцептуальную, концептуальную и вербальную ипостаси [Белехова 2002: 145–146]. Предконцептуальную ипостась словесного поэтического образа формируют концептуальные импликации архетипов, лежащие в его основе и являющиеся ядром образа. Такое понимание ядра словесного образа согласуется с понятием образ-схем Дж. Лакоффа [Lakoff 1987: 283–284] и М. Джонсона [Johnson 1987: xxi]. Моделирование схемного образа архетипа предполагает выявление содержания архетипа, представление его образ-схемы.

Методика описания образ-схем или схемных образов разработана в когнитивной лингвистике [см. напр.: Lakoff, Johnson 1999: 161–164; Жаботинская 2002; 2009; Потапенко 2004: 20–24]. Используя эту методику с некоторыми модификациями, мы предлагаем метаязык семантического описания образ-схем архетипов и базовых концептов в терминах семантических узлов или слотов, содержащих информацию о физическом или эмоциональном опыте, структурных элементах, выражающих внутренний эмоциональный лексикон, и базовой логике. С помощью слота “*физический опыт*” описывается телесный опыт человека, в результате которого признаки, свойства и качества

предметов, явлений и событий становятся компонентами значений концепта и используются в номинативной деятельности. Слот “эмоциональный опыт” заполняется описанием лингвокогнитивных процедур активации эмоциогенного знания в формировании предконцептуальной структуры словесного образа. Слот “внутренний эмоциональный лексикон” содержит набор концептуальных признаков, присущих базовому концепту и концептуальные импликации, активируемые архетипами. В слоте “базовая логика” объясняется логика связей и отношений между концептуальными признаками концепта и физическим опытом человека, имплицативными признаками архетипа и активирующих их эмоциональным опытом.

Описание **предконцептуальной** структуры представим на примере анализа словесного поэтического образа Э. Паунда “*a new day glistens in the old day’s room*” (Pound NA: 987). Основой приведенного словесно-поэтического образа выступает базовый концепт области источника ВМЕСТИЛИЩЕ и архетип Свет. Слот “внутренний эмоциональный лексикон” заполняется следующими концептуальными импликациями архетипа Свет: *причастность к космосу бытия, стремление к возвышенному, стремление к познанию сути бытия, стремление к знаниям, ощущение радости, вдохновение, ожидание лучшего, ощущение жизненной энергии, чистоты, величия, вечности мироздания*. В словесном поэтическом образе объективируются лишь некоторые импликации – *ощущение радости, вдохновение, ожидание лучшего*, что и составляет его смысл. Из образ-схемы базового концепта ВМЕСТИЛИЩЕ в словесном образе реализуется лишь концептуальный признак *помещение вовнутрь*, воплощенный вербально в предлоге *in*, и признак *ограниченное пространство*, который актуализируется в семантике слова *room*.

Концептуальная ипостась является когнитивным кодом словесного образа, отражающим его обобщенное содержание. Формирование концептуальной ипостаси образа осуществляется через трансформации образ-схем областей источника и цели (source and target domain) на базе различных видов поэтического осмысления с помощью лингвокогнитивных операций картирования (mapping) и лингвокогнитивных процедур расширения, обобщения, перспективизации, компрессии, сталкивания, комбинации и интертекстуализации [Lakoff, Johnson 1999; Fauconnier, Turner 1998; Freeman 2000].

Вербальная ипостась словесного поэтического образа – это словесное воплощение архетипных признаков и концептуальных схем (метафорических, метонимических или оксюморонных) в поэтическом тексте.

В тексте актуализируется не все содержание архетипа, а лишь некоторые его концептуальные импликации, то есть имплицативные признаки архетипа. Сигналами активирования архетипа в сознании читателя выступают лексические единицы в составе словесных поэтических образов, синонимичные имени архетипа. Дальнейшая активация архетипических признаков осуществляется путем анализа словарных дефиниций лексем-сигналов с привлечением этимологических словарей.

Например, в ряде словесных поэтических образов из различных поэтических текстов: “*in the river of life*” (Finkel ВАР: 55); “*Life is a sticky river*” (Milley MV: 365) “*by life’s unresting sea*” (Holmes WW: 306); “*The world is a stagnant river, a scummy creek’s damned pool*” (Buzbee ВАР: 29); “*Струмусе струменем кипучим, / Моє життя, мій снів і кров*” (Рильський: 161); “*в реке катящихся веков*” (Кюхельбеккер АРП: 76); “*Мы все – лишь беглый блеск на вечном море лет*” (Брюсов АРП: 34), – жизнь осмысливается через смыслы архетипа Вода, воплощенные в номинативных единицах *the river. a sticky river, unresting sea, a stagnant river, a scummy damned pool, струменем кипучим*. Каждая из названных единиц актуализирует определенный имплицативный признак из всего содержания архетипа Вода.

Второй этап направлен на выявление механизмов формирования и особенностей функционирования архетипических словесных поэтических образов в текстах американской поэзии и связан с установлением стратегии **освоения образного пространства** поэтического текста. Образное пространство – это совокупность типологически различных словесно-поэтических образов. В образном пространстве американской поэзии выделяются архетипные, стереотипные, идиотипные и кенотипные словесные поэтические образы на основе комплекса критериев, разработанных в работе с учетом их функционального, семантического, синтаксического и когнитивного параметров. Ведущим оказывается *когнитивный критерий*, учитывающий типы знаний, опредмеченных в словесной ткани образов. Архетипные словесные поэтические образы воплощают эмоционально нагруженные *предзнания и знания фольклора, библейских и мифологических сюжетов*, стереотипные образы – аксиологически окрашенные *знания о мире* вообще, а для создания новых словесных образов, идиотипов и кенотипов, кроме знания о мире необходимо привлечение *знаний о языке*, о возможностях манипулирования языковыми сущностями в рамках лингвистической и поэтической компетенции автора и читателя [Белехова 2002: 81–84, 190, 274–279, 296].

Следует различать понятия “архетип” и “архетипический словесный образ”. Архетип, вернее, отдельные его имплицативные признаки служат основой любого словесного образа, это его внутренняя форма по А.А. Потебне. Архетипические словесные образы отображают фрагменты мифопоэтической картины мира. Они классифицируются нами на образы-сюжеты и образы-символы, в которых путем нарративного картирования воплощаются мифологические, библейские и фольклорные знания о мире.

Человеческое мышление прибегает к нарративному воображению – иносказанию постоянно, но незаметно, поскольку сам повседневный жизненный опыт организован в виде нарративного потока. Даже абстрактные понятия человек осознает иносказательно, моделируя их в тропеических терминах: *время не ждет, любовь зла, надежда умирает последней* и т. д. [Молчанова 2007: 35]. Нарративное картирование возможно благодаря

присущему человеку особому типу мышления – параболическому, состоящего в умении категоризировать окружающий мир с помощью упаковывания своего опыта в сценарии или истории. Параболическое мышление лежит в основе создания параболических словесных образов, основным механизмом формирования которых является нарративное картирование – проецирование известных мотивов, сюжетов путем прямого цитирования известных выражений или же использования говорящих имен и перифразирования [Белёхова 2002:190].

Архетипические словесные поэтические образы-сюжеты выполняют *познавательно-творческую* функцию, поскольку, отображая известные, архаические сюжеты и мотивы, активизируют фоновые, культурно-энциклопедические знания читателей и тем самым доставляют удовольствие от прочтения текста. Например: “*Elija rode up into the sky in a chariot of fire*” (Sandburg CP: 640) – “*Илья вознесся на небо в колеснице огня*”. Сигналом активирования знания об архетипическом сюжете служит библейское имя собственное *Elija* и словесный символ *a chariot of fire*.

Архетипические образы-символы характеризуются *суггестивной* функцией, создавая эмоциональное напряжение, ведущее к замедлению обработки информации. Например, для осмысления словесного образа “*Life is a bowl of cherries*” (Sandburg CP: 660) – “*Жизнь – это чаша с вишнями*” – необходимо знание содержания символов в англосаксонской и скандинавской традициях, где *вишня*, также как и *яблоко*, символизируют *плоды познания добра и зла, дары* [Холл 1997: 43]. Незнание символов приводит к неоднозначным интерпретациям. Как правило, тексты, в которых есть архетипические образы, воплощающие общеизвестные сюжеты и глобальные символы, способствуют прототипическому прочтению. В то время как тексты, содержащие этнокультурные словесные образы, требуют более глубокого прочтения. Степень экспликации смысла таких образов зависит от фоновых и энциклопедических знаний читателя.

Ядром архетипических словесных образов является *мифема*, свернутый смысл совокупности мифов, объединенных общей мифологемой (сотворения мира, происхождения человека, природы и т.п.). Развертывание мифологемы осуществляется путем нарративного картирования через параболическое осмысление сюжетов, мотивов и символов, содержащиеся в Библии, мифах и фольклоре. Маркерами архетипических образов служат имена собственные и цитации из названных источников, используемые поэтами в качестве стилистического приема аллюзии. Так, в словесном образе: “*Mother Marie Theresa / Like Proserpina, who fell / Six months a year from earth to flower in hell*” (Lowell NA: 1046) – образ Матери Терезы создаётся при помощи аллюзии на архетипический сюжет о римской богине растительности Прозерпины, аналога греческой богини Персефоны, которая символизирует ежегодное возрождение природы, плодovitость, доброту и благотворительность.

Нарративное картирование архетипического сюжета предполагает его

проецирование на словесный поэтический образ как в неизменном, так и перефразированном виде. Так, например, Г. Лонгфеллоу пользуется прямой цитацией из Библии *“Life is real! Life is earnest! / And the grave is not its goal; / Dust thou art to dust returnest, / Was not spoken of the soul”* (Longfellow AP: 94). А в словесном поэтическом образе К. Сэндберга цитации из Библии адаптированы к современному английскому языку: *“Dust to dust, and ashes to ashes and then an old silence and a useless silence”* (Sandburg CP: 460) и используются для создания иронии: *“In the poolrooms the young hear, “Ashes to ashes, dust to dust, If the women don’t get you then the whisky must”* (Sandburg CP: 460).

Третий этап нацелен на *экспликацию архетипов и архетипических значений* в поэтических текстах, в которых нет архетипических словесных образов. Тем не менее имплицативные признаки архетипов могут быть вычленены. Разделяя мнение О.П. Воробьёвой о вписанности, встроенности стратегий интерпретации в художественном тексте [Vorobyova 1996: 165], мы считаем, что прочтение текста, ориентированное на извлечение скрытых архетипных смыслов, требует выявления коммуникативно-прагматической стратегии текста и применения интерпретационной стратегии, направленных на декодирование не только общего содержания текста, но и на углубленный анализ структуры и семантики его номинативных единиц, включающий когнитивные процессы предконцептуального и концептуального характера: **симуляции, эмпатии и инференции.**

Симуляция рассматривается как когнитивное основание предкатегориальной деятельности [Fauconnier 2012], т.е. имитация ментального образа в сознании читателя, возникающая во время архетипного анализа семантики поэтического текста и сопровождаемая когнитивными операциями активации и активизации структур знаний об архетипических символах, мотивах и сюжетах путем привлечения фоновых и энциклопедических знаний, почерпнутых в результате тезаурусного анализа справочной литературы по архетипам.

Эмпатия трактуется как способность человека узнавать эмоциональные состояния другого человека и сочувствовать им [Веккер 1998: 121]. Она является необходимым условием сотворчества автора и читателя.

Эмпатизация понимается нами как коммуникативно-прагматическая стратегия текста, способствующая реализации авторской интенции и возникновению читательского эмоционального отклика, эстетической оценки. Такая стратегия реализуется благодаря когнитивным операциям ассоциации и бисоциации (вычленение и согласование противоположных архетипных смыслов словесных образов), при помощи которых происходит активация априорных и фоновых эмоциогенных знаний, опредмеченных в семантике поэтического текста. Операция бисоциации применяется при анализе словесных поэтических образов, построенных на контрастивных стилистических средствах (оксюморне, парадоксе, антитезе). Так, например,

в словесном образе У. Стивенса: “*The imperfect is our paradise*” (Stevens AP: 278), – наблюдается столкновение противоречивых признаков, активируемых номинативными единицами *the imperfect* (несовершенство, беспорядок, хаос) и *paradise* (рай, совершенство, покой, блаженство, гармония). Однако смысл образа постигается не только вычленением ассоциатов из содержания архетипического символа рай и его антипода хаос, но и в большей степени благодаря контексту, путем связывания и согласования имплицативных признаков, содержащихся в стоящих рядом словесных поэтических образах:

*The imperfect is our paradise.
Note that, in this bitterness, delight
Since the imperfect is so hot in us,
Lies in flawed words and stubborn sounds.*

Оксюморон и метафора в последующих словесных образах накладывают ограничения на выбор негативных признаков лексемы *imperfect*. В результате номинативная единица *the imperfect* осмысливается как *стремление к активной деятельности*, а смысл всего словесного образа “Несовершенство – наша благодать” заключается в том, что *для достижения благодати, гармонии необходимо бороться за исправление недостатков и несовершенства мира*.

Реализацию стратегии эмпатизации продемонстрируем и на примере стихотворения К. Сэндберга “Потерянный” (Lost):

*Desolate and lone
All night long on the lake
where fog trails and mist creeps
The whistle of a boat,
Calls and cries unendingly
Like some lost child
In tears and trouble
Hunting **the harbor’s breast**
And **the harbor’s eyes**. (Sandburg CP: 5).*

Ощущение потерянности, грусти и бесконечной тоски создается в тексте конвергенцией различных стилистических средств. Активизации сопереживания способствует симуляция картинки визуального образа одинокой лодки на озере, затянутого беспроглядным туманом. Синонимический повтор архетипных символов Смерти, выраженных метафорой-персонификацией *fog trails, mist creeps*, и слуховой образ плачущего ребенка, созданный художественным сравнением и метафтонимией, усиливают впечатление, активируя концептуальные импликации архетипов Мать и Свет. Стратегия эмпатизации, реализуемая тактиками экспликации архетипных признаков: *поиск приюта, материнской теплоты и защищенности*, – обеспечивает перлокутивный эффект – создание эмоционального сопереживания у читателя.

Имплицативные признаки архетипов могут активироваться не только словесными образами, но и конструироваться в поэтических текстах, относящихся к так называемой нарративной поэзии, характеризующейся

наличием диалогов, императивных, вопросительных и риторических конструкций. Интерпретативная стратегия инференции, направленная на получение выводного знания о содержании и скрытых смыслах поэтического текста, включает ряд когнитивных операций по обработке его семантики на разных уровнях (фонетическом, морфологическом, лексическом и синтаксическом).

Для иллюстрации того, как экспликация архетипов способствует выявлению дополнительных, неявных смыслов текста, обратимся к поэтическому тексту К. Сэндберга “Sea-Wash” (CP: 204):

The sea-wash never ends.

The sea-wash repeats, repeats.

Only old songs? Is that all the sea knows?

Only the old strong songs?

Is that all?

The sea-wash repeats, repeats.

В данном поэтическом тексте отсутствуют оригинальные метафоры, метонимии или оксиморон, тем не менее образность и эмоциональное напряжение создаётся за счет стилистических приёмов аллитерации (повтор согласных – *sea-wash never ends, sea-wash repeats, repeats; strong songs*) и ассонанса (повтор гласных – *sea-wash never ends, sea-wash repeats, repeats; only old songs*), взаимодействие которых создает ономотопею – звуковую имитацию плеска морских волн. Концептуальные признаки неологизма К.Сэндберга *sea-wash* – морская стихия, бесконечное движение волн, круговорот воды, – активируют архетип Море. Его концептуальные импликации – энергия, стихия, очищение, возрождение, постоянное движение – способствуют извлечению смысла словесных поэтических образов “*The sea-wash never ends. The sea-wash repeats, repeats*”, заключающегося в ощущении бесконечности бытия, постоянном круговращении жизни. Особенное эмоциональное настроение спокойного философского рассуждения о вечности бытия передаётся позитивными эмсемами номинативных единиц *never ends, repeats, old songs* и риторическими вопросами: *Only old songs? Is that all the sea knows? Only the old strong songs?*, а персонифицированная метафора “*ноющее море*” активизирует мифологические образы и символы, связанные с мифологемой моря. Последняя представляет собой понятийный смысл ряда мифологических сюжетов о море в сокровищнице мировой культуры.

Выводы и перспективы. Подводя итоги, следует отметить, что систематизация и осмысление взглядов относительно понятий “архетип” и “архетипический образ” позволили выявить критерии разграничения психологических и культурных архетипов, составить их список. К психологическим относим архетипы Самость, Эго, Тень, Дух, Анима, Анимус, Мать/Женщина, Свет, Тьма, Огонь, Вода, Земля, Воздух, Море, Ориентация, Регенерация или Трансформация. Культурными считаем архетипы Троицы, Богоматери/Мадонны, Персоны/Маски, Героя/Трикстера, Вечного

Странника, Мирового Древа, Мирового Яйца, Мудрого Старца/Старухи, Жизни, Смерти, Развития, Метаморфозы.

В тексте актуализируется не все содержание архетипа, а лишь некоторые его концептуальные импликации, то есть имплицитивные признаки архетипа. имени архетипа. Образное пространство поэтических текстов включает разные типы словесных поэтических образов: стереотипные, идиотипные, т.е. индивидуально-авторские, и архетипические. Архетипическими словесными поэтическими образами считаем такие, которые воплощают сюжеты, мотивы мифопоэтической картины мира. Сигналами таких образов служат аллюзии, выраженные именами собственными, цитациями или парафразами из мифологических текстов, Библии и фольклора.

Различные типы словесных поэтических образов, подчиненные общей эстетической функции в поэтическом тексте, выполняют свои специфические функции, обеспечивая тем самым целостность и связность поэтического текста. Определение функций и механизмов формирования архетипических словесных поэтических образов американской поэзии способствует адекватной интерпретации поэтического текста, пониманию движения поэтической мысли и способов её воплощения в ткань поэтических произведений, характера взаимодействия лингвистических и экстралингвистических факторов в становлении и Сигналами активирования архетипа в сознании читателя выступают лексические единицы в составе словесных поэтических образов, синонимичные развитию словесных поэтических образов.

Методика экспликации архетипов в поэтическом тексте включает целый ряд когнитивных операций и стратегий, направленных на извлечение новых и скрытых смыслов поэтического текста.

Стратегии интерпретации поэтического текста осуществляются через когнитивные операции активации знаний об архетипах, экспликации способов их активизации и актуализации в тексте, выявление видов картирования как механизмов создания образности, а также путем инференционного анализа семантики поэтического текста. Коммуникативно-прагматическая стратегия текста, способствующая реализации авторской интенции и возникновению читательского эмоционального переживания, реализуется посредством операций симуляции, ассоциации и бисоциации.

Перспективу дальнейших исследований видим в разработке стратегий интерпретации текстов различных жанров и форматов, а также обнаружении характера ограничений на свободу интерпретации тех или иных имплицитивных признаков архетипов, ведущих к искажению смысла текста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аверинцев С.С. Аналитическая психология К.Г. Юнга и закономерности творческой фантазии / С.С. Аверинцев // О современной буржуазной эстетике. – Вып. 3. – М. : Искусство, 1972. – С. 110–155.

2. Бернштейн И. Новая жизнь вековых образов / И. Бернштейн // Вопросы литературы. – 1985. – № 7. – С. 86–113.
3. Белехова Л.И. Словесный поетичний образ в історико-типологічній перспективі: лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі американської поезії) : монографія / Л.И. Белехова. – Херсон : Айлант, 2002. – 368 с.
4. Бруно Дж. О причине, начале и едином / Дж. Бруно // Антология мировой философии: В 4-х томах. – М. : Мысль, 1970. – Т. 2. – С. 156–169.
5. Бурова В.Л. Когнитивный аспект мифа в составе художественного текста (на материале англоязычных художественных текстов): автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / В.Л. Бурова. – М., 2000. – 26 с.
6. Веккер Л.М. Психика и реальность: Единая теория психических процессов / Л.М. Веккер. – М. : Гнозис, 1998. – 604 с.
7. Веселовский А.Н. Историческая поэтика / А.Н. Веселовский. – М. : Высшая школа, 1989. – 406 с.
8. Гринько О.С. Концепти-архетипи в прозі В. Холдінга : автореф. дис. на здобуття вчен. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / О.С. Гринько. – Одеса, 2013. – 20 с.
9. Даниленко В.Г. Архетип, монотип, стереотип як формотворчі структури художнього тексту (на матеріалі прози Григора Тютюника) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / В.Г. Даниленко. – К, 1994. – 160 с.
10. Жаботинская С.А. Ономаσιологические модели в свете современных школ когнитивной лингвистики / С.А. Жаботинская // С любовью к языку : сб. науч. трудов, посвященных Е.С. Кубряковой. – М., Воронеж, 2002. – С. 115–123.
11. Жаботинская С.А. Принципы создания ономаσιологических моделей и событийных схем / С.А. Жаботинская // Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство : сб. в честь Е.С. Кубряковой. – М., 2009. – С. 381–400.
12. Забияко А.П. Архетипы культурные / А.П. Забияко // Культурология XX век / Энциклопедия. Т. 1. – СПб. : Университетская книга; “Алетей”, 1998. – С. 38–41.
13. Косарев А. Философия мифа: Мифология и её эвристическая значимость / А. Косарев. – СПб. : Университетская книга, 2000. – 304 с.
14. Лебедева Л.Б. Бессознательное в языковом стиле / Л.Б. Лебедева // Логический анализ языка: Образ человека в культуре и языке. – М. : ИНДРИК. – 1999. – С. 135–145.
15. Мамардашвили М.К. Стрела познания / М.К. Мамардашвили. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 396 с.
16. Мароши В.В. Архетип Арахны: мифологема и проблемы текстообразования : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.08 / В.В. Мароши. – Екатеринбург, 1996. – 22 с.
17. Маслова В.А. Введение в лингвокультурологию / В.А. Маслова. – М. :

- Наследие, 1997. – 208 с.
18. Мелетинский Е.М. Аналитическая психология и проблема происхождения архетипических сюжетов / Е.М. Мелетинский // Бессознательное. Многообразие видения. – Новочеркасск : Агентство Сагуна. – Т. 1. – 1994. – С. 159–167.
 19. Молчанова Г.Г. Английский язык как неродной: текст, стиль, культура, коммуникация : учеб. пособие / Г.Г. Молчанова. – М. : ОЛМА Медия Групп, 2007. – 384 с.
 20. Нямцу А.Е. Миф и легенда в мировой литературе: Теоретические и историко-литературные аспекты традиционализации. Ч. 1. / А.Е. Нямцу. – Черновцы : Черновиц. гос. ун-т, 1992. – 214 с.
 21. Нямцу А.Е. Традиционные сюжеты и образы в литературе XX века / А.Е. Нямцу. – К. : УМК ВО, 1988. – 84 с.
 22. Потапенко С.І. Мовна особистість у просторі медійного дискурсу (Досвід лінгвокогнітивного аналізу) : монографія / С.І. Потапенко. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2004. – 360 с.
 23. Руткевич А.М. Архетип / А.М. Руткевич // Культурология XX век. Энциклопедия. Т. 1. – СПб. : Университетская книга; “Альтейя”, 1998. – С. 37–38.
 24. Слухай (Молотаева) Н.В. Художественный образ в зеркале мифа этноса: М. Лермонтов, Т. Шевченко (лингвосомиотический аспект) : дис. ... доктора филол. наук : 10.02.02, 10.02.01 / Н.В. Слухай (Молотаева). – К., 1996. – 450 с.
 25. Слухай А.С. Етнічний міф в образних парадигмах давньоанглійських епіко-міфологічних текстів : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / А.С. Слухай. – К., 2011. – 254 с.
 26. Старовойтова Х.В. Архетип *Матері* в сучасній французькій драмі: лінгвокогнітивний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / Х.В. Старовойтова. – К, 2008. – 20 с.
 27. Топоров В.Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ. Исследования в области мифопоэтического / В.Н. Топоров. – М. : Прогресс, 1995. – 624 с.
 28. Топорова Т.В. Об архетипе “воды” в древнегерманской космогонии / Т.В. Топорова // Вопросы языкознания. – 1996. – № 6. – С. 39–48.
 29. Топорова Т.В. Отражение архетипов начала и конца в древнегерманской лингвокультурной традиции / Т.В. Топорова // Литературный язык и культурная традиция [Отв. ред. Н.И. Семенюк, В.Я. Порхомовский]. – М. : Стела. – 1994. – С. 200–216.
 30. Успенский Б.А. Поэтика композиции. Структура художественного текста и типы композиционной формы / Б.А. Успенский. – М. : Искусство, 1970. – 225 с.
 31. Фрейд З. Художник и фантазирование: пер. с нем. / З. Фрейд. – М. : Республика, 1995. – 400 с.

32. Шаховский В.И. Эмотиология в свете когнитивной парадигмы языкознания / В.И. Шаховский // К юбилею ученого : сб. науч. трудов, посвященных юбилею Е.С. Кубряковой. – М., 1997. – С. 130–135.
33. Шаховский В.И. Эмоции в коммуникативной лингвистике / В.И. Шаховский // Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство : сб. в честь Е.С. Кубряковой. – М., 2009. – С. 671–683.
34. Шаховский В.И. Эмоции: Долингвистика, лингвистика, лингвокультурология / В.И. Шаховский. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 128 с.
35. Юнг К.-Г. Архетипы и символ / К.-Г. Юнг. – М. : Renaissance, 1991. – 306 с.
36. Юнг К.-Г. Душа и миф: Шесть архетипов / К.-Г. Юнг ; [пер. с англ.]. – К. : Гос. библиотека Украины для юношества, 1996-а. – 324 с.
37. Юнг К.-Г. Сознание и бессознательное / К.-Г. Юнг ; [пер. с англ.]. – СПб. : Университетская книга, 1997. – 544 с.
38. Ackerman R. The Myth and Ritual School / R. Ackerman. – Cambridge (Mass.) : Cambridge University Press, 1991. – 234 p.
39. Benedict R. Patterns of Culture / R. Benedict. – L. : Routledge, 1934. – 189 p.
40. Block H.M. Cultural Anthropology and Contemporary Literary Criticism / H.M. Block. – Cambridge : Cambridge University Press, 1952. – 304 p.
41. Bodkin M. Archetypal Patterns in Poetry / M. Bodkin. – Stanford : Stanford University Press, 1934. – 324 p.
42. Bodkin M. Studies in Type-Images in Poetry, Religion and Philosophy / M. Bodkin. – Stanford : Stanford University Press, 1951. – 356 p.
43. Boyer R. Archetypes / R. Boyer // Companion to Literary Myths, Heroes and Archetypes. – L.; N.Y. : Routledge. – 1996. – P. 110–117.
44. Campbell J. The Inner Reaches of Outer Space: Metaphor as Myth and as Religion / J. Campbell. – N. Y., Toronto : Harper and Row Publishers, 1988. – 286 p.
45. Daneš F. Cognition and emotion in discourse interaction: A preliminary survey of the field / F. Daneš // Proceedings of the Fourteenth International Congress of Linguists : [ed. by W. Barner, J. Schmidt, D. Viehweger]. – Berlin, 1987. – P. 168–179.
46. Eliade M. Images and Symbols / M. Eliade. – N. Y. : Harcourt, Brace & Co, 1969. – 414 p.
47. Fauconnier G. Mappings in Thought and Language / G. Fauconnier. – Cambridge : Cambridge University Press, 1997. – 205 p.
48. Fauconnier G. Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language / G. Fauconnier. – Cambridge : Cambridge University Press, 1994. – 190 p.
49. Fauconnier G. Principles of conceptual integration / G. Fauconnier, M. Turner // Discourse and Cognition: Bridging the Gap : [ed. by J. R. Koenig]. – Stanford, 1998. – P. 269–283.
50. Fauconnier G. The dark matters of semantics / G. Fauconnier // 4-th Cognitive Linguistics Conference (London, King's College, 10-12th July, 2012) : Book of

- Abstracts. – London, 2012. – P. 1.
51. Fauconnier G. *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities* / G. Fauconnier, M. Turner. – N.Y. : Basic Books, 2002. – 440 p.
 52. Frazer J.G. *The Golden Bough: A Study in Magic and Religion* (abridged edition) / J.G. Frazer. – New York : Macmillan, 1922. – 784 p.
 53. Freeman M. *Poetry and the scope of metaphor: Toward a cognitive theory of literature* / M. Freeman // *Metaphor and Metonymy at the Crossroads. A Cognitive Perspective.* – Berlin, N.Y., 2000. – P. 253–283.
 54. Frye N. *The Great Code: The Bible and Literature* / N. Frye. – Toronto : Academic Press Canada, Cop, 1982. – 261 p.
 55. Frye N. *The realistic oreole: A study of Wallace Stevens* / N. Frye // *Modern Poetry: Essays in Criticism* : [ed. by J. Hollander]. – Oxford, 1968. – P. 267–284.
 56. Frye H.N. *Anatomy of Criticism: Four Essays* / H.N. Frye. – Princeton, NJ : Princeton UP, 1957. – 383 p.
 57. Johnson M. *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination* / M. Johnson. – Chicago : Chicago University Press, 1987. – 227 p.
 58. Jones J.M. *Jungian Psychology and Literary Analysis* / J.M. Jones. – Stanford : Stanford University Press, 1979. – 234 p.
 59. Jung C. *Man and his symbols.* Garden City / C. Jung, M. Franz. – N.Y. : Doubleday, 1964. – 610 p.
 60. Lakoff G. *Metaphors We Live By* / G. Lakoff, M Johnson. – Chicago : Chicago University Press, 1980. – 242 p.
 61. Lakoff G. *More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor* / G. Lakoff, M. Turner. – Chicago : The University of Chicago Press, 1989. – 230 p.
 62. Lakoff G. *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and its Challenge to Western Thought* / G. Lakoff, M. Johnson. – N. Y. : Basic Books, 1999. – 624 p.
 63. Lakoff G. *Women, Fire and Dangerous Things. What Categories Reveal About the Mind* / G. Lakoff. – Chicago : The University of Chicago Press, 1987. – 614 p.
 64. Tsur R. *Playing By Ear and the Tip of the Tongue: Precategorical Information in Poetry* / R. Tsur. – John Benjamins, 2012. – 309 p.
 65. Tsur R. *Toward a Theory of Cognitive Poetics* / R. Tsur. – Amsterdam : Elsevier Science Publishers, 1992. – 549 p.
 66. Turner M. *The Literary Mind: The Origin of Thought and Language* / M. Turner. – N.Y., Oxford : Oxford University Press, 1998. – 187 p.
 67. Vorobyova O.P. *Linguistic Signals of Addressee-Oriented in the Source and Target Literary Text: A Comparative Study* / O.P. Vorobyova // *CLS 32: Papers from the Parasession on "Theory and Data in Linguistics"* (April 11–13, 1996, University of Chicago). – Chicago : Chicago Linguistic Society, 1996. – P. 165–175.
 68. Weston J.L. *From Ritual to Romance* / J.L. Weston. – Cambridge : Cambridge

University Press, 1920. – 94 p.

СПРАВОЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Тресиддер Дж. Словарь символов / Дж. Тресиддер; [пер. с англ.]. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 1999. – 448 с.
2. Холл Дж. Словарь сюжетов и символов в искусстве / Дж. Холл : [пер. с англ.]. – М. : КРОН-ПРЕСС, 1997. – 656 с.
3. A Comprehensive Dictionary of Literature [Chief Editor & Compiler: Julien D. Bonn]. – Dehli : Abhishek Publications, 2010. – 192 p.

ИСТОЧНИКИ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. **AP** – Американская поэзия в русских переводах. XIX – XX вв. / Сост. С.Б. Джимбинов. На англ. яз. с параллельным рус. текстом. – М. : Радуга, 1989. – 672 с.
2. **BAF** – The Best American Poetry 1995 / [ed. by R. Howard]. – N.Y.; L.; Toronto, etc. : A Touchstone Book, Publ. by Simon & Shuster, 1996. – 303 p.
4. **EAP** – Early American Poetry – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1965. – 514 p.
5. **MV** – The Pocket Book: Modern Verse / [ed. by O. Williams]. – N.Y. : Washington Square Press, Inc., 1958. – 635 p.
6. **NA** – The Norton Anthology of American Literature: Third Edition – N.Y., L. : W.W. Norton & Company, 1989. – 2856 p.
7. **OB** – The Oxford Book of American Verse – N. Y. : Oxford University Press, 1950. – 1132 p.
8. **Sandburg CP** – Sandburg C. The Complete Poems / C. Sandburg. – San-Diego; N. Y.; L. : Harcourt Brace Jovanovich Publishers, 1970. – 797 p.

REFERENCES

- Ackerman, R. (1991). *The Myth and Ritual School*. Cambridge (Mass.): Cambridge University Press
- Averincev, S.S. (1972). Analiticheskaja psihologija K.G. Junga i zakonomernosti tvorcheskoj fantazii [C. G. Jung's "Analytic psychology" and patterns of creative imagination]. *O sovremennoj burzhuaznoj jestetike – On Modern Bourgeois Aesthetics*, 3, 110-155 (in Russian)
- Benedict, R. (1934). *Patterns of Culture*. L.: Routledge
- Bernshtejn, I. (1985). Novaja zhizn' vekovyh obrazov [New life of centuries-old images]. *Voprosy literatury – Problems of Literature*, 7, 86-113(in Russian)
- Bieliekhova, L.I. (2002). *Slovesnyi poetychnyi obraz v istoryko-typologichnii perspektivi: linhvokohnityvnyi aspekt (na materialy amerykanskoj poezii) [Verbal poetic image in the historical and typological perspective: lingvo-cognitive aspect (on the material of American poetry)]*. Kherson: Ailant
- Block, H.M. (1952). *Cultural Anthropology and Contemporary Literary Criticism*. Cambridge: Cambridge University Press

- Bodkin, M. (1934). *Archetypal Patterns in Poetry*. Stanford: Stanford University Press
- Bodkin, M. (1951). *Studies in Type-Images in Poetry, Religion and Philosophy*. Stanford: Stanford University Press
- Boyer, R. (1996). Archetypes. In: R. Boyer *Companion to Literary Myths, Heroes and Archetypes*. L.; N.Y.: Routledge, pp. 110–117
- Bruno, Dzh. (1970). *O prichine, nachale i edinom Antologija mirovoj filosofii: V 4-h tomah*. T. 2. [On cause, beginning and the entity]. In: *Anthology of world philosophy in 4 vol.*. V.2. Moscow : Mysl' Publ., pp.156–169.
- Burova, V.L. (2000). Kognitivnyj aspekt mifa v sostave hudozhestvennogo teksta (na materiale anglojazychnyh hudozhestvennyh tekstov). Avtoref. diss.kand. filol. nauk [The cognitive aspect of the myth as part of a literary text (based on the English-language literary texts). Cand. philol. sci. abstract]. Moscow. 26 p. (in Russian)
- Campbell, J. (1988). *The Inner Reaches of Outer Space: Metaphor as Myth and as Religion*. N.Y., Toronto: Harper and Row Publishers
- Daneš, F. (1987). Cognition and emotion in discourse interaction: A preliminary survey of the field. In: F. Daneš and W. Barner, J. Schmidt, D. Viehweger (eds.). *Proceedings of the Fourteenth International Congress of Linguists*. Berlin, pp. 168–179
- Danylenko, V.H. (1994). Arkhetyp, monotyp, stereotyp yak formotvorchi struktury khudozhnoho tekstu (na materialy prozy Hryhora Tiutiunyka). Diss. kand. filol. nauk [Archetype , monotype , stereotype as formative structure of literary text (based on Grigor Tyutyunyk's prose). Kand. philol. sci. diss.]. Kyiv. 160 p. (in Ukrainian)
- Eliade, M. (1969). *Images and Symbols*. N.Y.: Harcourt, Brace & Co
- Fauconnier, G. (1994). *Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language*. Cambridge: Cambridge University Press
- Fauconnier, G. (1997). *Mappings in Thought and Language*. Cambridge: Cambridge University Press
- Fauconnier, G. (2002). *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. N.Y.: Basic Books
- Fauconnier, G. (2012). The dark matters of semantics. *4th Cognitive Linguistics Conference, 10-12 July 2012 London*. London, p.1.
- Fauconnier, G., Turner, M. (1998). Principles of conceptual integration In: G. Fauconnier, M.Turner *Discourse and Cognition: Bridging the Gap*. Stanford, pp. 269–283.
- Frye, H. Northrop. (1957). *Anatomy of Criticism: Four Essays*. Princeton, NJ : Princeton UP.
- Freeman, M. (2000). Poetry and the scope of metaphor: Toward a cognitive theory of literature. In: M. Freeman *Metaphor and Metonymy at the Crossroads. A Cognitive Perspective*. Berlin, N.Y.: pp. 253–283
- Freud, Z. (1995). *Hudozhnik i fantazirovanie: per. s nem. [Creative writers and day-*

- dreaming*]. Moscow: Respublika
- Frazer, J.G. (1922). *The Golden Bough: A Study in Magic and Religion (abridged edition)*. New York : Macmillan
- Frye, N. (1968). The realistic oreole: A study of Wallace Stevens. In: N. Frye and J. Hollander (ed.) *Modern Poetry: Essays in Criticism*. Oxford, pp. 267–284
- Frye, N. (1982). *The Great Code: The Bible and Literature*. Toronto: Academic Press Canada
- Hrynko, O.S. (2013). Kontsepty-arkhetypy v prozi V.Holdinha. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [Archetypal concepts in W. Golding's prose fiction. Cand. philol. sci. abstract]. Odesa. 20 p. (in Ukrainian)
- Johnson, M. (1987). *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination*. Chicago : Chicago University Press
- Jones, J.M. (1979). *Jungian Psychology and Literary Analysis*. Stanford: Stanford University Press
- Jung, K.G. (1991). *Arhetipy i simvol [Archetypes and symbol]*. Moscow: Renaissance
- Jung, K.G. (1996-a). *Dusha i mif: Shest' arhetipov : per. s angl. [Soul and myth: 6 archetypes]*. K.: Gos. biblioteka Ukrainy dlja junoshestva
- Jung, C., and Franz, M. (1964). *Man and his symbols*. Garden City, N.Y. : Doubleday.
- Jung, K.G. (1997). *Soznanie i bessoznatel'noe [Conscious vs unconscious]*. SPb.: Universitetskaja kniga
- Kosarev, A. (2000). *Filosofija mifa: Mifologija i ejo jevristscheskaja znachimost [Philosophy of Myth: Mythology and its heuristic significance]*. SPb.: Universitetskaja kniga
- Lakoff, G. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: Chicago University Press
- Lakoff, G. (1987). *Women, Fire and Dangerous Things. What Categories Reveal About the Mind*. Chicago: The University of Chicago Press
- Lakoff, G. (1989). *More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago: The University of Chicago Press
- Lakoff, G. (1999). *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and its Challenge to Western Thought*. N.Y.: Basic Books
- Lebedeva, L.B. (1999). *Bessoznatel'noe v jazykovom stile [Unconscious in language style]*. In: L.B. Lebedeva. *Logicheskij analiz jazyka: Obraz cheloveka v kul'ture i jazyke [Logical language analysis: the image of person in culture and language]*. Moscow: INDRIK, pp. 135–145
- Mamardashvili, M.K. (1996). *Strela poznaniya [The arrow of cognition]*. Moscow: Jazyki russoj kul'tury
- Maroshi, V.V. (1996). Arhetip Arahny: mifologema i problemy tekstoobrazovanija. Avtoref. diss. kand. filol. Nauk [Archetype of Arachne : myth and problems of text formation. Cand. philol. sci. abstract]. Ekaterinburg. 22 p. (in Russian).
- Maslova, V.A. *Vvedenie v lingvokul'turologiju [Introduction into cultural linguistics]*. Moscow: Nasledie
- Meletinskij, E.M. (1994). *Analiticheskaja psihologija i problema proishozhdenija*

- arhetipicheskikh sjuzhetov [Analytical psychology and origin problem in archetype plots]. In: E.M. Meletinskij Bessoznatel'noe. Mnogoobrazie videnija.[The unconscious. Variety of vision]. Novocherkassk : Agenstvo Saguna Publ., pp. 159–167*
- Molchanova, G.G. (2007). *Anglijskij jazyk kak nerodnoj: tekst, stil', kul'tura, kommunikacija : uchebnoe posobie [English as a second language : the text , style, culture, and communication]. Moscow: OLMA Medija Grupp*
- Njamcu A.E. (1988). *Tradicionnye sjuzhety i obrazy v literature XX veka [Traditional subjects and imagery in literature of the XX century]. K.: UMK VO*
- Njamcu, A.E. (1992). *Mif i legenda v mirovoj literature: Teoreticheskie i istoriko-literaturnye aspekty tradicionalizacii [Myth and legend in the world literature: theoretical and historical literary aspects of traditionalization]. Chernovcy: Chernovickij gosudarstvennyj universitet*
- Potapenko, S.I. (2004). *Movna osobystist u prostori mediinoho dyskursu (Dosvid lnhvokohnityvnoho analizu) [Linguistic identity in the space of media discourse (Cognitive analysis experience)]. Kyiv: Vyd. tsentr KNLU*
- Rutkevich, A.M. (1998). Arhetip. Jenciklopedija. T.1. [Archetype]. In: *Kul'turologija XX vek [Culturology oft the XX century]. SPb.: Universitetskaja kniga Publ.; "Al'tejja"Publ., pp. 37–38*
- Shahovskij, V. I.(2009). Jemocii v kommunikativnoj lingvistike [Emotions in cognitive linguistics]. In: *Gorizonty sovremennoj lingvistiki: Tradicii i novatorstvo: Sb. v chest' E.S. Kubrjakovoj [Horizons of modern linguistics: traditions and innovations]. Moscow, pp. 671–683*
- Shahovskij, V.I. (1997). Jemotologija v svete kognitivnoj paradigmy jazykoznanija [Etymology in cognitive paradigm of linguistics]. In: *Sb. nauch. trudov, posvjashennyh jubileju E.S. Kubrjakovoj [Collected works dedicated to E.S. Kubrjakova]. – Moscow, pp. 130–135*
- Shahovskij, V.I. (2010). *Jemocii: Dolingvistika, lingvistika, lingvokul'turologija [Emotions: pre-linguistics, linguistics, linguistics and culturology]. Moscow: Knizhnyj dom «LIBRIKOM»*
- Sluhaj (Molotaeva), N.V. (1996). *Hudozhestvennyj obraz v zerkale mifa jetnosa: M.Lermontov, T. Shevchenko (lingvosemioticheskij aspekt). Diss. dokt. filol. nauk [Artistic image in the mirror of myth of ethnos: M.Lermontov, T. Shevchenko (lingvosemiotic aspect). Dr. philol. sci. diss]. Kyiv. 450 p. (in Russian)*
- Slukhai, A.S. (2011). *Etnichni mif v obraznykh paradyhmakh davnoanhliiskyx epiko-mifolohichnykh tekstiv. Diss. kand. filol. nauk [Ethnic myth in figurative paradigms of Old English epic and mythological texts. Cand. philol. sci. diss.]. Kyiv. 254 p. (in Ukrainian)*
- Starovoitova, Kh.V. *Arketyp Materi v suchasni frantsuzkii dramy: lnhvokohnityvnyi aspekt. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [Archetype of the Mother in modern french drama: linguistic and cognitive aspects. Cand. philol. sci. abstract]. Kyiv. 20 p. (in Ukrainian)*

- Toporov, V.N. (1995). *Mif. Ritual. Simvol. Obraz. Issledovanija v oblasti mifopojeticheskogo* [Myth. Ritual. Character. Image. Research in the field of mythic and poetical]. Moscow: Progress
- Toporova, T.V. (1994). Otrazhenie arhetipov nachala i konca v drevnegermanskoj lingvokul'turnoj tradicii [The reflection of archetypes “start” and “end” in the Old English lingvocultural tradition]. In: *Literaturnyj jazyk i kul'turnaja tradicija*. [Literary language and cultural tradition]. Moscow: pp. 200–216
- Toporova, T.V. (1996). Ob arhetipe “vody” v drevnegermanskoj kosmogonii [On the archetype of water in the German cosmogony]. *Voprosy jazykoznanija – Problems of Linguistics*, 6, 39-48 (in Russian)
- Tsur, R. (1992). *Toward a Theory of Cognitive Poetics*. Amsterdam: Elsevier Science Publishers
- Tsur, R. (2012). *Playing By Ear and the Tip of the Tongue: Precategorical Information in Poetry*. John Benjamins B.V.
- Turner, M. (1998). *The Literary Mind: The Origin of Thought and Language*. N.Y., Oxford: Oxford University Press
- Uspenskij, B.A. (1970). *Pojetika kompozicii. Struktura hudozhestvennogo teksta i tipy kompozicionnoj formy* [Poetics of composition. The structure of a literary text and types of compositional forms]. Moscow: Iskusstvo Publ.
- Vekker, L.M. (1998). *Psihika i real'nost': Edinaja teorija psihicheskikh processov* [Mentality and reality: Uniform theory of mental processes]. Moscow: Gnozis.
- Veselovskij, A.N. (1989). *Istoricheskaja pojetika* [Historical poetics]. Moscow: Vysshaja shkola.
- Vorobyova, O.P. (1996). Linguistic Signals of Addressee-Oriented Literary Text: A Comparative Study. *CLS 32: Papers from the Parasession on “Theory and Data in Linguistics”, 11-13 April 1996, Chicago*. Chicago, 165–175.
- Weston, J.L. (1920). *From Ritual to Romance*. Cambridge: Cambridge University Press
- Zabijako, A.P. (1998). Arhetipy kul'turnye [Cultural archetypes]. In: *Kul'turologija XX vek. Jenciklopedija. T. 1.* [Culturology of the XX century].– SPb. : Universitetskaja kniga; “Aletejja” Publ. pp.38–41
- Zhabotinskaja S.A. (2009). *Principy sozdanija onomasiologicheskikh modelej i sobytijnyh shem* [Principles of onomasiologic modelling and event schemas]. In: *Gorizonty sovremennoj lingvistiki: Tradicii i novatorstvo: sb. v chest' E. S. Kubrjakovoj* [Modern linguistics horizons: traditions and innovation: collected works dedicated to E.S. Kubrjakova]. Moscow, pp. 381–400.
- Zhabotinskaja, S.A. (2002). *Onomasiologicheskie modeli v svete sovremennyh shkol kognitivnoj lingvistiki* [Onomasiologic models in modern schools of cognitive linguistics]. In: *S ljubov'ju k jazyku: sb. nauch. trudov, posvjashhennyh E.S. Kubrjakovoj* [With love to language: collected works dedicated to E.S. Kubrjakova]. Moscow, Voronezh, pp. 115–123.

DICTIONARIES

- Bonn, J.D. (2010). *A Comprehensive Dictionary of Literature*. Dehli: Abhishek Publications
- Holl, Dzh. (1997). *Slovar' sjuzhetov i simbolov v iskusstve: per. s angl. [Dictionary of subjects and symbols in art]*. Moscow: KRON-PRESS
- Tresidder, Dzh. (1999). *Slovar' simbolov: per. s angl. [Dictionary of symbols]*. Moscow: FAIR-PRESS

SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL

- BAP** – Howard R. (ed.). (1996). *The Best American Poetry 1995*. N.Y.; L.; Toronto, etc.: A Touchstone Book, Publ. by Simon & Shuster
- EAP** – *Early American Poetry* (1965). Cambridge: Cambridge Univ. Press
- MV** – Williams O. (ed.). (1958). *The Pocket Book: Modern Verse*. N.Y.: Washington Square Press, Inc.
- NA** – *The Norton Anthology of American Literature: Third Edition*. (1989). N.Y., L.: W.W. Norton & Company
- OB** – *The Oxford Book of American Verse* (1950). N. Y.: Oxford University Press
- Sandburg CP** – Sandburg C. (1970). *The Complete Poems*. San-Diego; N. Y.; L.: Harcourt Brace Jovanovich Publishers
- AP** – Dzhimbinov S.B. (ed.). (1989). *Amerikanskaja poezija v russkih perevodah XIX – XX vv. [American poetry in Russian translation 19-20 centuries]*. – Moscow: Raduga Publ.

Белехова Лариса Ивановна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английского языка и методики его преподавания Херсонского государственного университета (ул. 40-летия Октября, 27, г. Херсон, 73000, Украина); e-mail: lorabelehova@mail.ru

УДК 801:941(479.25)

**“ARMENIAN” AND “TURK”
 AS COGNITIVE CONCEPTS
 S.K. Gasparyan (Yerevan, Armenia)**

S.K. Gasparyan. “Armenian” and “Turk” as Cognitive Concepts. The focus of the present article is the fabricated nature of some denialists’ interpretations of the Armenian Genocide brought out by the theory of frame – a reliable instrument widely applicable in cognitive linguistics. Referring to the information accumulated and stored in the memory of humanity and actually reflected in different dictionaries, literary works, official correspondence and documents, the author draws the readers’ attention to the background significance of the concepts Armenian and Turk in the cognizance and evaluation of the genocidal events in Western Armenia at the beginning of the 20th century.

Key words: the Armenian Genocide, cognitive linguistics, denialists’ interpretations, human consciousness, knowledge forming mechanism, planned action, the theory of frame.

С.К. Гаспарян. “Армянин” и “турок” как когнитивные концепты. В статье раскрывается необоснованность интерпретаций, отвергающих факт Геноцида армян в Западной Армении в начале прошлого века. Широкий лингвокогнитивный подход к изучению вопроса позволяет автору с применением теории фрейма выявить значимость концептов “армянин” и “турок”, наполненных соответственно положительными и отрицательными стилистическими коннотациями и ассоциативными оттенками значения. Сформированные в сознании человечества когнитивные модели служат точкой отсчета в восприятии, понимании и правдивой интерпретации одной из величайших трагедий в истории современного мира.

Ключевые слова: Геноцид армян, интерпретация отрицания Геноцида, когнитивная лингвистика, механизм формирования знаний, планированная акция, теория фрейма, человеческое сознание.

С.К. Гаспарян. “Вірменин” і “турок” як когнітивні концепти. У статті розкривається необґрунтованість інтерпретацій, що відкидають факт Геноциду вірмен у Західній Вірменії на початку минулого століття. Широкий лінгвокогнітивний підхід до вивчення питання дозволяє автору із застосуванням теорії фрейма виявити значимість концептів “вірменин” і “турок”, наповнених відповідно позитивними і негативними стилістичними конотаціями і асоціативними відтінками значення. Сформовані у свідомості людства когнітивні моделі слугують точкою відліку в сприйнятті, розумінні і правдивої інтерпретації однієї з найбільших трагедій в історії сучасного світу.

Ключові слова: Геноцид вірмен, інтерпретація заперечення Геноциду, когнітивна лінгвістика, людська свідомість, механізм формування знань, планована акція, теорія фрейма.

Introduction

Today, in the 21st century, in the era of human rights, freedoms A r m e n i a and responsibilities and the right of nations to self-determination and democracy the issue of the Armenian Genocide is still one of the most debated among officials at

the highest echelons of the international community. This is the issue of a genocide carried out about a century ago, but unfortunately still subject to debates due to political considerations and calculations by some. Genocides, regardless of national and time measurements, should, undoubtedly, be constantly discussed, and perpetrators punished so that further generations of humanity do not even think of executing one or passively watching the powerful in arms do it, so that they learn whence and how genocides emerge and what outcome and consequences they have both for the victims and the executors, as well as for the international community. But if the issue of the Armenian Genocide has been disputed for almost 100 years this, certainly, gives rise to serious reflections.

The international community, particularly the influential political bodies and organizations are never tired of appealing to solidarity and peace. Meanwhile, today's Turkey, the successor of the Ottoman Empire, possesses a substantial part of the habitat of the Armenian people, usurps the property and cultural wealth stolen from them, denies the fact of the Genocide, bullies all over the world, and schemes against the Armenians.¹ How then can solidarity be achieved between the two countries, in this region, in this world, and eventually in peoples' souls?

The Armenian Genocide has, indeed, been recognized in dozens of countries and by international bodies; they have confirmed it by numerous resolutions and adopted laws. They also condemn the executors and legally prosecute the deniers. However, there are countries, political leaders and, unfortunately, "scholars" who deny it, preferring geopolitical, economic and often also personal interests at the expense of justice and morality, sometimes in fear of Turkish threats which actually generate and lead the denial campaign.²

The Theory of Frame as an Instrument of Cognizance

In this part of the linguocognitive examination³ of some interpretations of the Armenian Genocide, I intend to make use of the opportunities offered by the theory of frame widely applied in cognitive linguistics and reveal the contrived and fabricated nature of the denial propagated through those interpretations.

The advocated denial, apart from everything else, overlooks a very important factor: the information stored in the memory of not only Armenians but humanity at large, and that information is by no means in favour of the Turks, for the events of the dawn of the century in Western Armenia and the Turkish policy in general have forged certain cognitive models in the field of human perception and left such a deep imprint on the worldview of mankind (first of all on the worldview and cultural outlook of the dispersed Armenian ethnicity) that the neglect of this issue is unacceptable, to say the least. Indeed, in the process of proper perception and interpretation of the events the adequate evaluation of the terms *Armenian* and *Turk* has an important background significance, and in this very matter the theory of frame comes to aid.⁴ The cognitive model may be defined as a knowledge forming mechanism, a structure comprising the total of knowledge and experience in the

human consciousness which has a situational cultural background; it can contribute to the cognition of various typical situations and phenomena presenting the essential, inherent and possible set of various concepts.

The first stage of investigating the concepts *Armenian* and *Turk* reveals the stylistic neutrality of these units. In other words, they are concepts which first and foremost indicate ethnic identity.⁵ Nevertheless, the names of both nations are destined to be interrelated. In the Armenian linguistic conscience the first member of this pair is positive, while the second one is perceived as most negative. This contrast exists in the Turkish mindset as well but with the opposite placement of the members. Yet in the first case it is the result of a bloody collective experience which has engendered an adequate state of mind in Armenians to become an integral part of their national identity, while in the latter it is the result of misleading propaganda caused by the psychological impediments and pragmatic concerns, which together preclude their taking the responsibility for crimes committed by their ancestors. Perhaps it can be said that *Armenian* and *Turk* are not merely separate concepts; their contraposition forms a complex conceptual sphere on the cognitive level. And if the concept *Turk* is presented with conceptual frames like *Turk – enemy*, *Turk – barbarian*, *Turk – murderer of a nation*, which may be generalized by the frame *Turk – menace*, the concept *Armenian* in the Armenian linguistic conscience and in general exists in frames like *Armenian – creator*, *Armenian – Christianity / Christian*, *Armenian – victim*, *Armenian – grief*. I should hasten to add that it took quite a long time for Armenians to overcome the last two complexes.

Deep in the national conscience of Armenians are also rooted the frames *Armenian – subsistence*, *Armenian – survival*. If we rely upon the image of an Armenian depicted in Byzantine sources (the concepts *Armenian* and *brave* were known to be synonymous in the Byzantine Empire⁶), the mentioned sequence of conceptual frames will be completed with *Armenian – valour* the validity of which is also borne out by our national liberation movement, as well as the freedom struggle of Artsakh.

In the semantic structure of the word *Turk* the following metaphorical meanings are highlighted: “*one who is cruel, hardhearted, or tyrannical*”⁷ or “*applied to anyone having qualities attributed to Turks: a cruel, savage, rigorous, or tyrannical man.*”⁸ Interestingly, in various surveys, studies and fiction as well these two concepts indicating the two ethnic identities have almost always been presented in two diametrically opposed ways.

As early as in 1853 in an article in the *American Daily Tribune* Karl Marx expresses the idea that the Turkish presence in Europe seriously hampers the development of the region (*the presence of the Turks in Europe is a real obstacle to the development...*), and the unreasoned religious fanaticism of the Turkish mob is able to undermine any progress (*the fanaticism of Islam supported by the Turkish mob ... to overturn any progress...*).⁹

Another mention of the image of Turk is found in Victor Hugo's poem "L'Enfant" (The Child): "*Les Turcs ont passe` la. Tout est ruine et deuil*" (*Turks went through there; All is ruin and sorrow*). In these lines the stylistically neutral narrative utterance *Turks went through there* followed by the utterly negative image *all is ruin and sorrow* indirectly, yet clearly, draws the picture of a Turk in the reader's imagination – ferocious as it could be that it would brutally trample even the juvenile innocence on its way to suppress the liberation struggle of the Greeks.¹⁰

It is important to note that the concepts *Armenian* and *Turk* have been elucidated in a similar way also in works by other foreign authors and eyewitness testimonies,¹¹ as well as in voluminous archival and contemporary documents.¹²

On July 16, 1915, US Ambassador to Turkey Henry Morgenthau in a confidential telegram informs the Secretary of State:

Deportation of and excesses against peaceful Armenians are increasing and from harrowing reports of eyewitnesses it appears that a campaign of race extermination is in progress under a pretext of reprisal against rebellion.

Morgenthau's point is that the Armenian people are a peaceful population without any destructive ambitions, whereas they were being treated extremely harshly, and the acts of cruelty were increasing on and on. As the American high-ranking official qualifies, the eyewitness testimonies were heartbreaking and soul-tearing (*harrowing*), and it was clear that a campaign of extermination of a whole human race was being executed under the Turkish government pretext of retaliation against rebellion.

On August 8, 1915, Ambassador Morgenthau reports about his conversation with Talaat. He informs of the desolated Armenian settlements and the hateful attitude of the Turks towards Armenians.

<...> they had already disposed of three quarters of them, that there were none left in Bitlis (Arm. Baghesh – S.G.), Van, Erzerum (Arm. Karin – S.G.), and that the hatred was so intense now that they have to finish it.

There are similar testimonies in Austrian documents, too. On September 30, 1915, the Austrian charge d'affaires Count Trauttmansdorff writes to Imperial Foreign Minister Baron Stephan Burian from Constantinople:

With great satisfaction Talaat bey has recently told me that hardly any Armenians were left in Erzerum ...

In 1915, Leslie Davis, US Consul to Turkey, in a message from Harpoot (Arm. **Kharberd** – S.G.) to Ambassador Morgenthau in Constantinople qualifies the expulsion of Armenians from the region as a very large scale slaughter. He notes that Armenians were designed to be exterminated as a race by a special plan (***the plan was to destroy the Armenian race as a race***), and that goal was being accomplished with such a cold-blooded and barbaric prudence that they at first did not even realize what was going on.

*<...> it has been no secret that **the plan was to destroy the Armenian race as a race**, but the methods used have been more cold-blooded and **barbarous**, if not more effective, than I had at first supposed <...>*

*<...> it seems to be fully established now that practically all who have been sent away from here **have been deliberately shot or otherwise killed** within one or two days after their departure. This work has not all been done by bands of Kurds but has for the most part been that of the gendarmes who accompanied the people from here or of **companies of armed tchetehs (convicts) who have been released from prison for the purpose of murdering the Armenian exiles.***

<...> I do not believe there has ever been a massacre in the history of the world so general and thorough as that which is now being perpetrated in this region or that a more fiendish, diabolical scheme has ever been conceived by the mind of man <...>

The US diplomat's speech clearly indicates the widespread nature of the massacres – not a mere deportation or expulsion but rather a planned action to eliminate Armenians as a nation. He qualifies the methods applied as more cold-blooded and **barbarous** than he could ever imagine. By using the unit **deliberately** (*especially of something bad / done on purpose or as a result of careful planning, intentional¹³*), the US Consul highlights the intentional abhorrence of the genocidal plot which was nothing other than a diabolical machination of the human brain (*...I do not believe there has ever been a massacre in the history of the world so general and thorough ... or that a more fiendish, diabolical scheme has ever been conceived by the mind of man...*).

The US Consul also gives a detailed account of the “displaced” population driven through the Harpoot valley (Arm. **Kharberd** – S.G.) to Deir-el-Zor.

Many Turkish officers and other Turks visited the camps to select the prettiest girls and had their doctors present to examine them < . . . >

All in the camp were beyond help.

The quotes make clear for the reader that Turks were enemies of Armenians, yet nothing is said to assure the contrary. It was from the Turkish side that came the gross hatred towards Armenians, and the hatred was so intense that

Talaat pronounced with great satisfaction: *hardly any Armenians are left in Erzerum* (Arm. **Karin** – S.G.). Pretty Armenian girls were being chosen by Turks after medical examination. And when Leslie Davis writes: *all in the camp were beyond help*, he writes it about the Armenians, not the Turks. Armenians were the victims smitten with sorrow and confined to grief. Turks were the enemy, barbarous and murderous.

While the massacres were proceeding under the same methods, the Austro-Hungarian Ambassador to Turkey Pallavicini was informing his country's Foreign Minister Ottokar Czernin on the situation in Turkey (as of 22 December, 1917).

Most parts of Armenia, Kurdistan and Mesopotamia have become a theatre of barbarous and horrible sights.

Once again we come across the reference **barbarous**, this time in the speech of a high-ranking Austro-Hungarian diplomat. In the expression *a theatre of barbarous and horrible sights*, the adjective **barbarous** complements the noun **sights** on the sentence level but on the pragmatic and cognitive levels **barbarous** refers also to the Turks, for the executors of barbaric scenes are barbarous themselves.

On May 24, 1915, Great Britain, Russia and France issued a joint declaration clearly indicating that Turks and Kurds massacred the Armenians with the approval and assistance given by the Ottoman government:

For about a month the Kurd and Turkish populations of Armenia have been massacring Armenians with the connivance and often assistance of Ottoman authorities. Such massacres took place in middle April (new style) at Erzerum (Arm. Karin – S.G.), Dertchun (Arm. Derjan – S.G.), Eguine, Akn, Bitlis (Arm. Baghesh – S.G.), Mush, Sassun, Zeitun, and throughout Cilicia. Inhabitants of about one hundred villages near Van were all murdered. In that city Armenian quarter is besieged by Kurds. At the same time in Constantinople Ottoman government ill-treats inoffensive Armenian population. In view of those new crimes of Turkey against humanity and civilization, the Allied governments announce publicly to the Sublime-Porte that they will hold personally responsible for these crimes all members of the Ottoman government and those of their agents who are implicated in such massacres.

Essentially important is the fact that in international documents the Turkish-Kurdish actions against the Armenians are expressed with verbs like *massacre, murder, besiege, ill-treat*, whereas the Armenian population is defined with the adjective *inoffensive*. Such linguistic actualization in speech immediately forms the dichotomy *murderer – victim* on the cognitive level and still intensifies it by

the statement *new crimes of Turkey against humanity and civilization* which confirms that the Turkish state followed a consistent policy and a regular practice.

Hans von Wangenheim, the Ambassador of Germany to Constantinople, reports to Chancellor Bethmann-Hollweg on July 7, 1915:

*Apart from the material damage incurred by the Turkish state as a result of the deportation and expropriation of a **hard-working and intelligent element of the population, for which the Kurds and Turks who are preliminarily taking their places do not constitute worthy substitutes**, our trade interests and the interests of the German welfare institutions existing in those parts of the country are also being severely damaged.*

As described by the German official serving in Turkey, Armenians were a *hard-working* and *intelligent* element of the population for which the Kurds and Turks ... did not constitute *worthy substitutes*. In the context of Wangenheim's statement it is quite visible that Armenians with their industry and gift of creativity have made a significant contribution to the country's economy. This has prompted foreign witnesses and officials to speak words of respect and appreciation both for the Armenian people and certain individuals. A case in point is the official letter of Marcel Cachin, a French MP representing the Seine, sent to the Foreign Minister Aristide Briand on December 19, 1915:

The foreign affairs committee of the chamber was informed by respectable Mr. Aharonyan about the new attempt of extermination of the whole nation. The tragic story of this prominent Armenian was confirmed by the reports of American and Swiss missionaries and consuls, and they are involved in the last book of honorable lord Bryce.

In another official Austrian document, sent from Constantinople on September 30, 1915, the disastrous state of the Armenians in Ottoman Turkey is mentioned:

*The situation of the Armenians in Turkey is **hopeless**; it seems that the Turkish government has planned the extermination of the entire Armenian race.*

The passages show that there were more than enough grounds for the formation of the frame *Armenian – victim*, and this is borne out by the use of such statements as *the new attempt of extermination of the whole nation, the tragic story, the situation of the Armenians in Turkey is hopeless, etc.* Among many others, they come to testify that the occurrence of the frame *Armenian – victim* was not a mere chance, but based on individual and national experience. There were no obstacles for the Turkish leaders to realize their plan and achieve their

goal, fast and final. The butcher himself – Talaat pasha – the Interior Minister of the Ottoman Empire, states in his order-messages that the *Armenocide* **should** be executed however tragic the means may be; and there must be no hesitation or objection to his demands. Thus, for example,

September 3, 1915 To the Prefecture of Aleppo:

*We advise that you **include the women and children also in the orders which have been previously prescribed as to be applied to the males of the intended persons.** Select employees of confidence for these duties.*

Minister of the Interior, TALAAT

September 16

To the Prefecture of Aleppo:

Their existence (the existence of Armenians – S. G.) **must come to an end, however tragic the means may be; and no regard must be paid to either age or sex, or to conscientious scruples.**

Minister of the Interior, TALAAT

Another order-message by Talaat reveals the Turkish attitude towards orphaned Armenian children who were being treated in the same cruel way for they were rendered as at least harmful.

*We are informed that certain orphanages which have opened also admitted the children of the Armenians. Should this be done through ignorance of **our real purpose**, or because of contempt of it, the Government **will view the feeding of such children or any effort to prolong their lives as an act completely opposite to its purpose**, since **it regards the survival of these children as detrimental.** I recommend the orphanages **not to receive such children; and no attempts are to be made to establish special orphanages for them.***

Minister of the Interior, TALAAT

The phrase *our real purpose* and the statement *will view as an act completely opposite to its purpose* directly point to the fact that Turkey acted with purposeful cruelty, and it is obvious enough that it was a plan agreed upon, supported and executed by the government.

The examples provided make the description of *Turks* quite clear – murderous, barbarous, extremely cruel, full of hatred and violence, enslaving though possessing lower intellectual qualities and work skills than those they subject to slaughter. The linguistic expression of all this is the direct reflection of the existence of the frames *Turk – barbarian, Turk – assassin / murderer of a nation*. Quite the opposite of this are the characteristics given to the *Armenians* by the authors of the passages adduced above: harmless, hard-working and intelligent, respectable, but tormented and helpless against the brutal force which devours in order to extirpate.

One of the main reasons for the decision of eradicating Armenians was the difference in religious identity. There is plenty of evidence spreading light on this aspect of the issue, too. The following is a quote from the German Ambassador Wangenheim's report (June 17, 1915) to the Head of his government, Chancellor Bethmann-Hollweg.

... it becomes obvious that deportation of the Armenians arises not only from military necessity. The internal minister Talaat bey told about it honestly to doctor Mortsman, who is employed at the empire embassy now. Talaat said: "The Sublime Porte intends to make use of the world war for cleaning the whole country from internal enemies, the local Christians <...>"

Mr. Wangenheim's report overtly shows that it is the Turkish side that puts a "mark" of hostility between themselves and the "internal enemies," i.e. the local Christians. Although in the initial phase of the Genocide an exception was granted to Catholic Armenians because the Turks acknowledged that Catholicism penetrated into Armenia from the Western countries, however, this did not prevent them from breaking the promise, and most of the exceptions were revoked once again. The Special Envoy Wolf-Metternich's report (July 10, 1916) to Chancellor Bethmann-Hollweg gives evidence of the fact that the Catholic and Protestant Armenians were eventually also being subjected to clearing up, although the Porte had repeatedly assured that the latter would not be deported:

But they are also clearing up among the old established population and among the Catholic and Protestant Armenians, although the Porte has repeatedly assured that the latter will be spared. The remainder will be deported partly to Mesopotamia, partly converted to Islam. <...>

In Marasch and Aleppo the deportation is in full action; in Marasch not even the families were spared who had formerly been granted special permits by the Minister of the Interior. In Angora the Vali, Reschid Bey, well-known for his deeds in Diarbekir, is engaged in tracing the last Armenians (solely Catholics) and expelling them. The remaining Protestant and Catholic Armenians in Eskischehir and in the areas around Ismir are being treated in the same way. Despite all official denials, Islamization plays a great role in this last phase of the persecution of the Armenians. Already at the end of April, Father Christoffel from Siwas (Arm. Sebastia – S.G.) reported that he had met the last Christian Armenians in Eregli (Arm. Aragil – S.G.); from there to Siwas the Armenians had been completely cleared away, "either deported, or converted or murdered. There was not one Armenian sound to be heard anywhere."

The following are excerpts from the Austro-Hungarian Ambassador Pallavicini's report to the Foreign Minister Ottokar Czernin on December 22, 1917. Once again they confirm the Turks' religious fanaticism and the decisive role of Turkish religious expansionism underlying the execution of both the Armenian Genocide and the Genocide of other Christian national minorities, subjects of the Ottoman state, for the sole reason that a *Christian* meant somebody different, and that was not to be tolerated.

*Vilayet of Diarbekir – Veren Shehir is a small town in the neighborhood of Urfa (Arm. **Urha, Yedesia** – S.G.) and had a population consisting of 1400 Armenian and 140 Assyrian families; the 400 families entirely were exiled at the beginning of the summer. All the men were slaughtered. Rich families with women and children were exterminated.*

*...Diocese of Sgert (Arm. **Sghert** – S.G.): **there were 450 Armenian, 120 Caldian, 30 Jakobian families here. All of them were pillaged, slaughtered or deported...***

*<...>Urfa, formerly Yedesia, king Abgar's capital, had a more cruel fate. **The Christians, the number of which was above 25000, were cruelly pillaged, massacred and tortured three times, the quarters of the town were bombarded and destroyed. Their bishop and priests together with the prominent citizens of the town, nearly 500 people in number, were put into prison before being killed, it is said, then they were exiled to Diarbekir but they were massacred on the way. Thousands of orphan slaves are now in Mohammedan families: great number of these unfortunates are starving in the streets of Urfa. The Mohammedans of Urfa together with the authorities** personally took part in massacres, they looted the property of the Christians.*

In other parts of Turkey the fate of Christians is indefinite. They are always subjected to the threat of being killed.

The Apostolic Christian faith has always been the most important component of the Armenian national identity since 301 AD when Armenia, first among the countries of the world, adopted Christianity as a state religion. The Armenian Apostolic Christianity and the Armenian language, being the two pillars of the Armenian national identity,¹⁴ have always been in the focus of our enemies' attention.¹⁵ Thus, it is not a mere chance that Armenian Christian faith, church and its leaders have been under special scrutiny of the Turkish authorities. The church was the active circle around which the Armenian people gathered especially under lost statehood. This was the reason for the special Turkish hatred towards the Armenian spiritual leaders. This fact is confirmed by Smirnov's (the Russian Envoy to Cairo) report to the Russian Foreign Minister Sazonov on June 25, 1915, where we can read:

Especially the Armenian clergy are pursued cruelly:

the priests are haunted, tortured, their nails are pulled out.

The significant value of Christianity to the Armenian nation accounts for the fact that the concept *Armenian* in the Armenian self-identification and perception is first and foremost associated with the basic, underlying frame *Armenian – Christianity / Christian* through which in the prevailing majority of cases an ethnic *Armenian* is perceived also by non-Armenians.

Conclusion

The illustrations given make the Turkish condemnable behaviour quite tangible. They come to confirm the importance of the above-mentioned conceptual models in the cognizance and evaluation of Armenian-Turkish relations and the actual social- psychological background of the Armenian Genocide. They also reveal the explicit artificiality and vainness of promoting denial on false and fabricated grounds.

The documentary material presented above draws our attention to another fact as well: it is no secret at all that the world powers knew what was going on in Ottoman Turkey during the massacres. In their official statements, documents, reports, correspondence representatives of these countries have given detailed descriptions and true evaluations calling the events by their proper names. Some of those governments have been more honest in their evaluations than they actually are today, in the 21st century. As for Turkey, it denies, dessembles and deludes today just as it used to do yesterday.

Notes:

¹

A vivid illustration of the vicious mechanisms of behaviour inherited by the present Turkish government from their predecessors is Turkey's active support and participation in the recent events in Kessab – a region in Syria inhabited by Christian population, prevaillingly Armenian.

<<http://armenpress.am/eng/news/755363/turkish-intellectuals-condemn-ongoing-events-in-kessab.html>>Retrieved [15.04. 2014, 18 : 30]

²

See, e.g. [Melson 1892: 481-509; Shaw 1976; Lewy 2004; Suny 1993; A Question of Genocide. Armenians and Turks at the End of the Ottomann Empire 2011], etc.

³

In surveys on problems of gnoseology and cognitive linguistics in particular, the anthropocentric approach and the cognitive orientation of studies allow to reveal the correlation of linguistic phenomena and the human knowledge accumulated from the objective reality by personal experience as well as expose the mechanisms underlying the cognitive processes. As a result, speech is viewed as a process reflecting public behaviour which rests upon cognitive structures fixed in human brain and deduces the “inner mind” formed therein. Particularly in the matters of cognitive-pragmatic aspect the key to their solution is in the intersection of lexicology and a number of other sciences. Cf. E.C. Кубрякова [Кубрякова 1994]; Հ. Պարոյան, ԼԵՉՎԱՃԱՆԱԾՈՊՈՒԹՅՈՒՆ – ԴԻՍԿՈՒՐԻ [Lezvachanachoghutyun yev diskurs], Եր., ԵՊՀ ՀՐԱՏ., 2011 [Paronyan 2011], etc.

⁴

Cognitive models form the world outlook of a human and direct his or her behaviour. On this issue cf. E.C. Кубрякова, В.З. Демьянков, Щ.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина [Краткий словарь

КОГНИТИВНЫХ ТЕРМИНОВ 1997]; М. Минский [Minsky 1980]; Ч. Филлмор [Fillmore 1982].

⁵ In most English dictionaries the mentioned units are interpreted as follows:

Armenian – a member of a people dwelling chiefly in Armenia but also dispersed throughout the Middle East and emigrated to the New World; Turk – a member of any of numerous Asiatic peoples speaking Turkic languages who live in the region ranging from the Adriatic to the Okhotsk and who are racially mixed but are held to have risen in the Altai mountains and western Siberia. (Cf. *Webster's Third New International Dictionary* [Webster 1981: 119]).

⁶ Cf. «Բյուզանդական աղբյուրներ» [“Byuzandakan aghbyurner”], Վ. Ե, ԹԵՌՓՈՒՄՆԵՐ ՇԱՐՈՒՄԱՅԻՆ, ԹԱՐԳԱ. Հ ԲԱՐԹԵՐԿՅԱՆ, ԷՁ 313, ԾԱԹ. 56 ըՍՏ՝ Ա.ԱՎԱԶՅԱՆ, ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԻՆՔՆՈՒՄՅԱՆ ՀԻՄՆԱԲԱՐԵՐՈՒ. ԲԱՆԱԿ, ԼԵԶՈՒ, ՊԵՏՈՒՄՅԱՆ [Haykakan inknutyan himnakarery: banak, lezu, petutyun], ԵՐ., 2007, էՁ 28.

⁷ *Webster's Third New International Dictionary*. [Webster 1981: 2465]

⁸ *The Shorter Oxford English Dictionary on Historical Principles* [The Shorter Oxford English Dictionary on Historical Principles 1978].

⁹ <<http://ziontruth.blogspot.com/2007/11/was-karl-marx-zionist-neocon-bat-yeor.html>> Retrieved [15.04. 2014, 18:17]

On this issue cf. also Ս.ԳԱՍՊՈՒՅԱՆ, Գ. ՀԱՐՈՒՄՅԱՆ, Լ. ԳԱՍՊՈՒՅԱՆ, ՀԱՅՈՒ ԺԵՂԱՍՊԱՆՈՒՄՅԱՆ ԱՐԾԱՐԾՈՒՄՆԵՐԻ ԼԵԶԱԿԱՆԱԶՈՂԱԿԱՆ յՈՒՐԱՀԱՏԿՈՒՄՅԱՆՆԵՐՈՒ // ԼՐԱՔԵՐ ՀԱՍԱՐԱԿԱԿԱՆ ԳԻՏՈՒՄՅԱՆՆԵՐԻ [Gasparyan 2012: 184-199].

¹⁰ V. Hugo, *Les Orientales* / Ed. Charles Gosselin, Paris, 1829. Cf. also A. Ekrem, *L'image du Turc dans les Orientales de Victor Hugo* // *Francofoni* 2003, N^o 15, pp. 91-100.

¹¹ Vivid cases in point are: Գ. ԳՈՒՐԶ, ՀԱՅԿԱԿԱՆ ՏՈՀԱԾՕՒՄ [Haykakan tohmatsary], ԹԱՐԳԱ. ԻՍՊԱՆԵՐԵՆԻՅ Մ. ՍՈՒՔԻԱՅԱՆ, ԵՐ., ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԳՐՈՂՆԵՐԻ ՄՐՈՒՄՅԱՆ ՀՐԱՏ., 2005; Գ. ԳՈՒՐԶ, ՀԱՅՈՒ ԿՏԱԿ [Hayots ktak], ԹԱՐԳԱ. ԻՍՊԱՆԵՐԵՆԻՅ Մ. ՍՈՒՔԻԱՅԱՆ, ԵՐ., ԵՊՀ ՀՐԱՏ., 2011; Г. Гуарч, *Белая гора* [*Belaya gora*], перевод с испанского В. Гуренко. М., изд-во Фитон XXI, 2013; ² ԱՐՏՅԱՆ, ԱՐՏՅԱՆԻ ԱԳՐԱԿ [Artutyneri agarak], ԹԱՐԳԱ. ԻՍՊԱՆԵՐԵՆԻՅ Մ. ՀԱՐՈՒՄՅԱՆ, ԵՐ., ՍԱՀԱԿ ՊԱՐԹ– ՀՐԱՏ., 2007; etc.

¹² The documentary English texts used in this article have been derived from the website of the Museum-Institute of the Armenian Genocide: <<http://genocide-museum.am/eng/>>

¹³ Cf. *Longman Dictionary of English Language and Culture* [Longman Dictionary of English Language and Culture 1998: 340].

¹⁴ Cf. Ա.ԱՎԱԶՅԱՆ, ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԻՆՔՆՈՒՄՅԱՆ ՀԻՄՆԱԲԱՐԵՐՈՒ. ԲԱՆԱԿ, ԼԵԶՈՒ, ՊԵՏՈՒՄՅԱՆ [Ayvazyan 2007: 47-97].

¹⁵ Nevertheless, the Armenian people rose every time and defended their vital values also by force, when necessary. A brilliant illustration is the Vardanants struggle to death headed by military leader Vardan Mamikonyan in 451 AD.

LITERATURE

1. A Question of Genocide. Armenians and Turks at the End of the Ottomann Empire [Ed. R. Suny, F. Gücek, N. Naimark]. – Oxford : Oxford University Press, 2011. – 275 p.
2. Ayvazyan A. Haykakan inknutyan hinmakarery: banak, lezu, petutyun [ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԻՆՔՆՈՒՄՅԱՆ ՀԻՄՆԱԲԱՐԵՐՈՒ. ԲԱՆԱԿ, ԼԵԶՈՒ, ՊԵՏՈՒՄՅԱՆ] / A. Ayvazyan. – Yerevan : Lusakn Publishers, 2007. – 310 p.
3. Fillmore Ch. Frame semantics / Ch. Fillmore // *Linguistics in the Morning*

- Calm [The Linguistic Society of Korea (ed.)]. – Seoul : Hanshin Publ. Co., 1982. – P. 111–137
4. Gasparyan S. Hayots tsegha- spanutyun artsartsumneri lezvachanachoghakan yurahatkutyunnery [Հայոց ՅԵՂՈՏ ԵՍԿՆՈՒՄՆԵՐԻ ԼԵՉՎԱՇԱՆԱՇՈՂԻՎՈՒՄՆԵՐԻ ՎԵՐԱԿԱՏՎՈՒՄՆԵՐԸ] / Gasparyan S., Harutyunyan G., Gasparyan L. // *Lraber hasarakakan gitutyunneri*, – № 1(633). – Yerevan : Gitutyun Press of RA NAS, 2012. – P. 184–199.
 5. Кубрякова Е.С. Парадигмы научного знания в лингвистике и ее современный статус/ Е.С. Кубрякова // *Изв. РАН, серия Литература и язык*. – 1994. – Том 53. – С. 122–140/
 6. Краткий словарь когнитивных терминов / [Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина]. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – 248 с.
 7. Lewy G. *The Armenian Massacre in Ottoman Turkey: A Disputed Genocide* | G. Lewy. – Salt Lake City : University of Utah Press, 2004. – 370 p.
 8. *Longman Dictionary of English Language and Culture*. – England : Pearson Education Limited, 1998. – 980 p.
 9. Melson R. A Theoretical Inquiry into the Armenian Massacres of 1894–1896 / R. Melson // *Comparative Studies in Society and History*. – 3 July, 1892. – № XXIV. – P. 481–509.
 10. Minsky M.A. A Frame for Representing Knowledge / M.A. Minsky // *Frame conceptions and text understanding* [D. Metzging (ed.)]. – Berlin, NY : Walter de Gruyter, 1980. – P. 1–25
 11. Paronyan Sh. *Lezvachanachoghutyun yev diskurs* [ԼԵՉՎԱՇԱՆԱՇՈՂՈՒՄՆԵՐԻ ԵՎ ԴԻՍԿՈՒՐՍ] / Sh. Paronyan. – Yerevan : YSU Press, 2011. – 270 p.
 12. Shaw S. *History of the Ottoman Empire and Modern Turkey*, vol. 1. / S. Shaw. – Cambridge : Cambridge University Press, 1976. – 297 p.
 13. Suny R. *Looking Toward Ararat: Armenia in Modern History* / R. Suny. – Bloomington and Indianapolis : Indiana University Press, 1993. – 350 p.
 14. *The Shorter Oxford English Dictionary on Historical Principles*, vol. 2. – Oxford : Clarindon Press, 1978. – 720 p.
 15. Webster N. *Webster's third new international dictionary of the English language unabridged: With seven language dictionary* / N. Webster. – Chicago : Encyclopaedia Britannica, 1981. – 1450 p.

REFERENCES

- Ayvazyan, A. (2007). *Haykakan inknutyan hinmakarery: banak, lezu, petutyun* [Fundamentals of Armenian Identity: Army, Language, State]. Yerevan: Lusakn Publ.
- Fillmore, Ch. (1982). Frame semantics. In: The Linguistic Society of Korea (ed.). *Linguistics in the Morning Calm*. Seoul : Hanshin Publ. Co., pp. 111-137
- Gasparyan, S., Harutyunyan, G. and Gasparyan, L. (2012). Hayots tsegha- spanutyun artsartsumneri lezvachanachoghakan yurahatkutyunnery [Linguo-

- Cognitive Peculiarities of the Armenian Genocide Studies] // *Lraber hasarakakan gitutyunneri*, no 1(633). Yerevan: Gitutyun Press of RA NAS, pp. 184-189
- Kubr'akova, E.S. (1994). *Paradigmy nauchnogo znani'a v lingvistike i yeyo sovremennyy status [Paradigms of scientific knowledge in linguistics and its current status]*. Moscow: RAN Publ.
- Kubr'akova, E.S., Dem'ankov, V.Z., Pankrats, U.G. and Luzina, L.G. (1997). *Kratkiy slovar' kognitivnykh terminov [Concise dictionary of cognitive terms]*. Moscow: MSU Publ.
- Lewy, G. (2004). *The Armenian Massacre in Ottoman Turkey: A Disputed Genocide*. Salt Lake City: University of Utah Press
- Longman Dictionary of English Language and Culture*. (1998). England: Pearson Education Limited
- Melson, R. A. (1892). Theoretical Inquiry into the Armenian Massacres of 1894–1896. *Comparative Studies in Society and History*, XXIV, 3 July, pp. 481-509
- Minsky, M.A. (1980). *A Frame for Representing Knowledge. In: D. Metzinger (ed.). Frame conceptions and text understanding*. Berlin, NY : Walter de Gruyter, pp. 1-25
- Paronyan, Sh. (2011). *Lezvachanachoghutyun yev diskurs [Linguistics and Discourse]*. Yerevan: YSU Press
- Shaw, S. (1976). *History of the Ottoman Empire and Modern Turkey, vol. 1*. Cambridge: Cambridge University Press
- Suny, R. (1993). *Looking Toward Ararat: Armenia in Modern History*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press
- Suny, R., Güçek, F. and Naimark, N. (eds.). (2011). *A Question of Genocide. Armenians and Turks at the End of the Ottoman Empire*. Oxford: OUP
- The Shorter Oxford English Dictionary on Historical Principles, vol. 2*. (1978). Oxford: Clarindon Press
- Webster, N. (1981). *Webster's third new international dictionary of the English language unabridged: With seven language dictionary*. Chicago : Encyclopaedia Britannica [u.a.].

Седя Керобовна Гаспарян – доктор филологических наук, профессор, заслуженный деятель науки РА, член-корреспондент НАН РА, заведующая кафедрой английской филологии Ереванского государственного университета (ул. А. Манукяна, 1, г. Ереван, 0025, Армения); e-mail: sedagasparyan@yandex.ru

УДК 81'1

**РИТОРИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ
 РУССКОЯЗЫЧНОГО ДИСКУРСА КАЗАХСТАНА
 Г.Г. Гиздатов (Алматы, Казахстан)**

Г.Г. Гиздатов. Риторические стратегии русскоязычного дискурса Казахстана. В статье представлен анализ риторических стратегий, определяющих современный казахстанский дискурс. Русский язык в постсоветском дискурсе, как это доказывается в данной работе, перестает быть феноменом культуры и выступает лишь как средство фиксации и передачи информации. В статье (на материале публицистического, бытового и художественного дискурсов) выявлены риторические стратегии постсоветского дискурса. К таковым относятся резонерство, канцелярит и симулятивный антропоцентризм истолкования.

Ключевые слова: антропоцентризм, дискурс, когнитивные модели, речевые стратегии, риторические особенности.

Г.Г. Гиздатов. Риторичні стратегії російськомовного дискурсу Казахстану. У статті представлено аналіз риторичних стратегій, що визначають сучасний казахстанський дискурс. Російська мова в пострадянському дискурсі, як це доводиться в даній роботі, перестає бути феноменом культури і виступає лише як засіб фіксації та передачі інформації. У статті (на матеріалі публіцистичного, побутового та художнього дискурсів) виявлено риторичні стратегії пострадянського дискурсу. До таких належать резонерство, канцелярит і симулятивний антропоцентризм тлумачення.

Ключові слова: антропоцентризм, дискурс, когнітивні моделі, мовні стратегії, риторичні особливості.

G.G. Gizdatov. Rhetorical strategies of Russian discourse in Kazakhstan. The paper presents an analysis of the rhetorical strategies of modern Kazakh discourse. The language in the post-Soviet discourse, as this paper proves, is no longer a phenomenon of culture and serves only as a means of fixating and transmitting information. On the material of publicistic, domestic and fiction discourses, the article revealed verbal strategies of post-Soviet discourse. These include logic-chopping, language of beauracracy and simulative anthropocentric interpretation.

Keywords: anthropocentrism, discourse, cognitive models, speech strategies, rhetorical features.

Перспективы развития языков на постсоветском пространстве специалистами из разных областей обозначены достаточно точно, в том числе с уже традиционным указанием «варваризации» («американизации») всех языков, в том числе и русского, и казахского и т.д. Согласимся в этом случае с очевидным отражением в языковой практике явления глобализации на всем постсоветском пространстве и в Казахстане в частности. Последнее объясняет и то, что основное различие (и соответственно – объединение) в постсоветской

республике происходит не по национальному, религиозному, языковому и другим признакам, а в первую очередь – по социальному статусу.

Здесь и сейчас речь пойдет о некоторых явлениях, наблюдаемых в языковой жизни в Казахстане. Тенденции эти вполне закономерны и выглядят, на первый взгляд, пристойно. Казахский и русский языки в деловой, научной и культурной жизни Казахстана заняли свои ранжированные места. В большинстве своих проявлений казахский и, возможно, русский язык в политической и деловой сферах страны адекватны статусу, заявленному официальной риторикой.

Что тогда есть в казахстанском русскоязычном дискурсе как определяющая когнитивная стратегия?

Безусловно, введение идеализированной когнитивной модели в парадигму изучения речевой деятельности является определенным средством обобщения решаемых в ней задач. Человек обычно не осознает структур, направляющих его языковое мышление: познавательные структуры не являются осознаваемым содержанием мышления, однако именно они навязывают мышлению одну форму, а не другую. В психологической парадигме важно понятие «когнитивное состояние носителя языка», вне которого мы не можем рассматривать любые модели представления знаний. Заметим, что подобный аспект исследования свойственен и социальной теории П. Бурдьё, в которой использование языка приравнивается использованию концепций: «Среда, ассоциируемая с определенным классом условий существования, производит *habitus*, то есть систему прочных, приобретенных предрасположенностей, структурированных структур, предназначенных для функционирования в качестве структурированных структур, то есть в качестве принципов, которые порождают и организуют практику и предоставления» [Bourdieu 1979: 17–18]. В определенной мере *habitus* в концепции П. Бурдьё объективен, он отличен от индивидуальных когнитивных систем, он над ними.

Когнитивные модели в подобной интерпретации могут и должны выступать как «стратегические правила» скрытой за восприятием практики. Закономерно, что в психологической теории деятельности, которая операционализируется – доводится – американскими психологами, указывается: «Иметь сознание – владеть языком. Владеть языком – владеть значением. Значение есть единица сознания» [Леонтьев 1994: 35].

В современном казахстанском дискурсе относительно ко всем его конкретным проявлениям (бытовому, политическому, судебному, публицистическому и пр.) наиболее очевидна следующая когнитивная модель – **антропоцентризм истолкования**. «Я – схемы» (в терминологии Л. Хьелла и Д. Зиглера [Hjelle, Ziegler 1992]) во многом обеспечивают быстроту принятия решения, воспоминания и реконструкции, оценку и отрицание того, что не очень подходит под «я-схемы». Операции по отождествлению и сопоставлению структур знания, отраженные в ассоциативном мышлении, позволяют увидеть не только набор, содержащихся в семантической памяти человека знаний

о мире, но и когнитивные способности динамического характера – стратегии обращения с готовыми структурами знания. Традиционно признается, что в ассоциативной характеристике слова заключены как представления о предмете, так и его ментальная оценка.

Наиболее вычисляемо следующее – в казахстанском варианте русского языка нет «мифов», нет культурологических стереотипов.. Чтобы не быть голословным, приведем пример того, как русский язык отражен в ассоциативном мышлении русских в России и русскоязычных в Казахстане (РАС – ассоциации, полученные в России на слова-стимулы [Русский ассоциативный словарь 1994], КАС – ассоциации, зафиксированные при опросе на те же слова в Казахстане [Гиздатов 1998]).

Слова-ассоциации расположены по степени частотности, количество ассоциативных реакций в обоих случаях близкое (приводятся наиболее частотные реакции):

Жизнь – РАС: смерть 62, прекрасна 30, долгая, хороша 16, коротка 13, жестянка, тяжелая 12, моя, прожить 9, длинная 8;

Жизнь – КАС: смерть 20, счастье 17, долгая 16, радость 13, короткая 7.

Добрый – РАС: человек 72, дядя 52, злой 46, день 29, друг, малый 26, хороший 13, вечер 12, папа 9, молодец 8;

Добрый – КАС: человек 69, друг 54, родители 27, доктор 11, волшебник, мама, папа, сильный, супруг 10, злой, дядя 8.

Вода – РАС: холодная 48, чистая 42, пить 20, море 18, прозрачная 15, родниковая 14, жидкость, река 11, мокрая, питьевая 9, живая, земля 8

Вода – КАС: море 38, река 13, кран 12, озеро, прозрачная 11, чистая, холодная 10, жизнь 8.

Слова были одни и те же, но образы, которые они вызвали, разные и смысл, который им придается, также не идентичен. Безусловно, коллективные стереотипы и системы ценностей присутствует и в первом, и во втором случае, но значимо иное. Несмотря на определенную логичность казахстанского «варианта» речи, слово в речи не выражает полного атрибута положения вещей, «идеального» события нет. Пожалуй, именно по отношению к ассоциативным рядам, зафиксированным в Казахстане, можно говорить об отсутствии этнических стереотипов. В них в первую очередь зафиксировано «мышление толп» – стереотипные и повторяющиеся образы.

Любой язык как некая духовная субстанция всегда меняется и не имеет свойства застывать от точки до точки. В первую очередь в языковой практике казахстанского постсоветского дискурса очевидны процессы обеднения и стандартизации русского языка. Но любое содержание, в том числе и языковое, должно изменяться, иначе оно просто «ускользнет» из сознания. В современном варианте «казахстанского слова» вновь, также как и в недавние и уже забываемые советские годы, обнаруживаемы лишь речевые штампы, когда все верно, нет ничего неопределенного, расплывчатого, недоговоренного.

В этом «варианте» языка очевидны лишь массовые представления, стереотипные и повторяющиеся образы. Первое и самое явное: тяга к общепринятым стереотипам, стандартность и тусклость языка.

По этой причине, в языке большинства официальных русскоязычных и казахских СМИ Казахстана преобладает исключительно книжная лексика, столь отличающая язык советского времени. В казахстанском публицистическом дискурсе налицо второе «пришествие» **канцелярита**. Это плохо хотя бы потому, что отупляет сознание. Все обозначенное присутствует как на республиканском телеэкране, так в государственных «посылах» и в местечковой социальной рекламе, казахстанской газетно-журнальной публицистике. Во всем этом нет «идеального» события, а есть лишь массовые образы. Таковым и является в большинстве случаев современный язык казахстанской публицистики, теледискурса и судебных прений. Самые последние образчики, адресованные от государства населению, звучат так: «молодежный кадровый резерв», «фактор культуры в эпоху кризиса», «прорывные проекты», «программы на развитие потенциала молодежи» и пр.

Проблема в том, что дальше за этими громоздкими словесными клише ничего не стоит, и они ничего не пробуждают в сознании тех, кому они адресованы. Как правило, минимизация понятий в казахстанском официальном дискурсе дополняется бесконечным повторением и апелляцией к чувствам слушателей, зрителей. Когнитивные структуры сохраняются в сознании, если они трансформируются. Сошлемся в этом ряду на феномен семантической сатиации: многократное повторение одного и того же слова или группы слов приводит к субъективному ощущению утраты смысла этих слов. Действительно, любое осознанное содержание должно непрерывно изменяться, иначе оно «ускользнет» из сознания. Налицо явление из когнитивной сферы, получившее в патопсихологии, название **«резонерство»**. Резонерство во многих, и в этом примере также, выступает как определяющая черта казахстанского дискурса. В характеристику этого явления входят: слабость суждений, многоречивость, претенциозно-оценочная позиция, многозначительность.

Ряд примеров, подтверждающих резонерство как отличающую черту казахстанского дискурса, может быть приведен их научного и художественного стиля. Так, книга, посвященная языкам народов Казахстана, полностью состоит из таких маловразумительных наборов предложений: *«На платформе суверенитета в последние десятилетия прошлого века на первый план вышел вопрос функционирования языка»*; *«Во вновь приобретшем независимость государстве поддерживается такое социально значимое начинание как языковое движение в контексте восстановления справедливости языков в правах функционирования с целью достижения многостороннего языкового развития Казахстана, которое включает в себя развитие государственного языка как одного из самых ущемленных в правах функционирования языков*

и языков других национальностей и на их базе двуязычия, многоязычия с участием государственного языка» [Хасанов 2005: 213].

Таковыми же являются и примеры словесных конструкций из «Типовой учебной программы» для журналистов (Алматы 2007) по курсу «Основы публицистического творчества»: *«Этот предмет развивает в журналисте коммуникативную роль и изучает формам диалога, полемики, идеям публицистики, оценочному мышлению, выборке фактов»; «Мастерство – это правильная методика владения терминами, а также обучение подачи действительности» (процитировано дословно).*

Конечно, можно отнести приведенные примеры только к речевым погрешностям их авторов. Но подавляющее большинство научных и публицистических текстов с неизбежной закономерностью будут отличаться **резонерством, канцеляритом и симулятивным антропоцентризмом истолкования.**

Впрочем, и в казахстанской художественной повести [Есенаман 2010], претендующей на некое место в современной казахстанской литературе, та же смесь канцелярита с просторечной лексикой:

«Тема наркоты для меня была знакома»;

«Я пыталась совершить суицид, но меня спасли»;

«Мне, например, не дано что-либо писать, а ты, имея этот дар, просто засовываешь его в жопу»;

«Кроме того, мне предстояло соблюдать режим, и посещать курс гимнастики по йоговской системе»;

«Армия, это хорошо. Там ты перестанешь чувствовать депрессию. Тебе будет некогда».

Можем ли мы говорить о каком-нибудь риторическом пространстве слов этой повести? В любом случае рассуждать о рождении особого языка молодежи не приходится. В литературном дискурсе Казахстана есть философский наив, есть примитивное графоманство, включающее в себя плохой литературный слог. Это и есть язык нашего медиального пространства, скудного, космополитичного и поверхностного. Вне всяких сомнений, таков дискурсивный выбор автора литературного текста. Так, по версии автора, выражаются казахстанские подростки. Но кроме определенной начитанности самого автора и несколько надуманного подросткового излома, «Хардкор», как и многие казахстанские литературные тексты последних лет, запоминается странным, но весьма типичным и показательным для «взрослой» речи сочетанием канцелярита с молодежными словечками. Они, кстати, совсем простенькие и вовсе не абсурдистки вызывающие, как того хотелось бы от современной прозы. Совсем не важны наши предположения о том, что так современные подростки не говорят. Характер «движения» от предмета к обобщающему слову нарушен: отсутствуют адекватные связи между конкретными наименованиями и обобщающими понятиями. При таком преобладающем «вербализме» мышления сущностные характеристики уходят

в сторону, снижая в итоге и саму речевую продуктивность. Сравните у С. Московичи: «Существуют два и только два типа мышления, предназначенные для объяснения реальности: первый нацелен на идею-понятие, второй – на идею-образ. Первый действует по законам разума и доказательств, второй взывает к законам памяти и внушения» [Moscovici 1985: 139].

В речи здорового носителя языка выстраивается следующая иерархия: идея-понятие + идея-образ; в приведенных казахстанских примерах идея-понятие сливается с идеей-образом. В результате это приводит:

1) к изменению форм категоризации: от социально-нормированных культурой форм категоризации к нестандартным (от понятийных структур к чувственным образам);

2) изменяется эмоциональная окраска отражаемого в сознании внутреннего опыта;

3) к изменению личностного смысла.

Казахстанские слова, вызывающие образы или хотя бы претендующие на это, явно изношены и в сознании читателей/ слушателей/ потребителей уже ничего не пробуждают. Одновременно они избавляют тех, кто их употребляет, от обязанности думать. Заметим, и то, что в реальной речевой практике Казахстана практически не зафиксированы образчики сленга хиппи, зато в значительной мере и во взрослой, и в молодежной речи присутствует влияние уголовного жаргона

В русскоязычном казахстанском дискурсе идеально зафиксирована центральная черта всего постсоветского дискурса – его «сниженность» и «пластмассовость». Качества языка, которые можно вычислять в написанном и произнесенном кем-то. Для «пользователя» казахстанского слова очевидны постсоветские социальные шаблоны языка и мысли. Нет эволюции языка, а есть стандартность и тусклость языка. Из пресс-релиза партии «Адилет»: *«В своем выступлении Сыдыхов Т.С. отметил, что в свете всем известных за последнее время трудовых конфликтов существует острая необходимость плотного взаимодействия лидера профсоюзной организации и работодателя».*

Неизбежные вопросы – что подразумевается под «светом трудовых конфликтов»? что подразумевается под «плотным взаимодействием лидера и работодателя»? – скорее всего, останутся без внятного ответа.

Автор книги «Русский язык на грани нервного срыва» М. Кронгауз, анализируя российские реалии, замечает: «После перестройки мы пережили как минимум три словесные войны: бандитскую, профессиональную и гламурную... три периода, три моды» [Кронгауз 2008: 132]. Но эти порицаемые сейчас многими «моды» обогатили русский язык в России. Казахстан они благополучно миновали, хотя элементы компьютерной лексики и гламурного «щебетания» все же можно встретить.

Пожалуй, именно по этой причине в казахстанском молодежном сленге оказывается более популярным слово «грамотный» (толковый) как неполная

замена российского эквивалента «правильный»). Показательны в российской речевой культуре слова-лидеры последних лет: «*правильный*», «*пафосно*», «*жесть*» (за каждым из слов – протестные жизненные установки). В казахстанском молодежном дискурсе пока не задаются подобные стандарты и стереотипы социального поведения. Последние казахстанские речевые образчики ближе всего к провинциальному брюзжанию по поводу всего окружающего. Самые типичные слова-клише следующие: *цивильно* (там все хорошо, но только не дома), *беспонтовый* (простой или же бестолковый), *нечто* (как высшая оценка чего-либо) – популярные в 90-е года слова в российской молодежной среде: «*И вообще, там (в Лондоне, Париже, Блумингтоне) все так цивильно*».

Не обнаруживается самое важное в молодежном социолекте Казахстана – продуманное следование определенной идеологии. В конечном счете, казахстанский молодежный дискурс не есть феномен постмодерновой культуры (как оно зафиксировано во всех иных странах), он большей частью болезненно спокоен и глубоко провинциален и он же вне этнических и культурологических стереотипов.

Слова уже становятся скорее фикцией, но никак не событием. Быть может, поэтому в последнее время в казахстанской массовой культуре, также, как и в российской последних пяти лет, наблюдаемы риторические принципы и приемы манипулирования массовой аудиторией (рекламные тексты, пропагандистские компании и т.п.) с суггестивными принципами речевой терапии. К таковым относится, во-первых, упрощение смысла. Действительно потребительская или избирающая кого-либо масса избавлена от лишних усилий. По отношению к публичному речевому поведению в Казахстане происходит упрощение смысла. В лексике обличителя-антиглобалиста это принято обозначать как «оболванивание болванов». Стандартность образа – стандартность построения мысли и речи. При этом все правильно и нет ничего расплывчатого. Пожалуй, в принципе невозможны в нашем случае так называемые «противоречивые языковые структуры». Наподобие следующих: «*Невыносимая легкость бытия*» (название кинофильма), «*Я отомщу Украине любовью*» (фраза С. Параджанова). Игра с размытым смыслом при упрощении смысла просто невыносима и недопускаема сознательно.

Из чего, например, складывается речевая динамика в любом казахстанском молодежном и взрослом ток-шоу на телевидении (их кстати очень мало)? Что и как говорят уважаемые дебаты? То, что на поверхности, сводится к следующему.

Лексика их бедна и невыразительна. В ряде случаев это исключительно газетная публицистика или выхваченная незадолго до выступления околонучная терминология. Почему «около»? Ораторы не всегда понимают значения слов (экономических, юридических, политических терминов), коими они оперируют. Тусклая аргументация в ток-шоу «обогащена» вульгарной манерой спора. В риторике это понятие включает в себя следующее:

отсутствуют переходы и связи мыслей; не выявляется главное в предмете рассуждения; главенствует излишняя категоричность; используются популистские аргументы к личности. Для любого социолога и политолога, да и для обывателя тоже, подобная аудитория, которую мы можем наблюдать в казахстанских ток-шоу, это реальная молодежь, а не тот, кислотный суррогат которой нам предлагают либо в музыкальном телеэфире или глянцево-парадных репортажах официозных программ.

Любой общественный сдвиг потрясает язык, но что «изменилось» в казахстанском риторическом проявлении, в том числе и в его молодежном исполнении?

Вразумительный ответ на этот вопрос пока затруднителен. А потому демагогия подменяет собой реальное искусство ведения спора. Собственно сами образцы речевого мышления казахстанских молодежных дебатеров вновь наглядно демонстрируют явление «восточного резонерства»: слабость суждений, многоречивость, претенциозно-оценочная позиция, склонность в большом обобщениям по поводу незначительных объектов суждения, неуместный пафос. С той же долей вероятности вместо молодежных дебатеров можно подставить чиновников, депутатов, а выводы будут относиться и к ним.

В любой культуре типичной реакцией на абсурд всегда является смех. Именно это и было, и присутствует в должном избытке в молодежной речевой культуре, а в наше время в российском молодежном дискурсе наиболее явно выражено в языковом пародировании в «албанском языке» или «языке падонков», это то, что можно отнести к протестной культуре. Постсоветскому пространству свое понимание жизни и речи в ней с недавних 90-х годов тотально навязал КВН, с размахом выродившийся в поп-культуру. В России это коммерчески состоявшиеся «Камеди Клуб» и «Наша Раша», в Казахстане – «Кыз кылыгы» и «Наша KZАША». Априори отнести все это к проявлениям наступающей мещанской культуры было бы слишком просто. Современные речевые КВН-приколы, как правило, одновременно криминальны и экспрессивны. Этот фрагмент молодежного социолекта большей частью является только скрытой или явной агрессией (политической, этнической, сексуальной).

Что все-таки свойственно казахстанскому дискурсу: речевой вандализм или риторический баланс?

Казахстанский постсоветский дискурс на наших глазах складывается из трех неравных составных: западная модель риторики, восточное (мусульманское) ораторское искусство и советская речевая манера. Причудливое соединение, но оно оказалось жизнеспособным. Речевой этикет и речевое поведение конкретных людей позволяют увидеть нечто большее, чем просто языковые пристрастия эпохи. Закономерно, что этнопсихологи различают высоконтекстные культуры (с главенствующим принципом *что говорить*) и низконтекстные (*как говорится, с кем, в какой ситуации происходит общение*). Именно по этому принципу противопоставляются

индивидуалистические западные и коллективистские восточные культуры. Столь же очевидно то, что в образчиках речей отражается общественное сознание своего времени. Для казахстанского оратора западная манера говорения – больше своеобразное «прикрытие». Объясню, когда казахстанского топ-менеджера просишь определить его риторические пристрастия, то американская модель признается приемлемой только при необходимости выступить на английском языке и не более. Вывод только такой: западная модель речи хороша только для наружного употребления и пока в казахстанских реалиях является больше антуражным дополнением. Отдельные исключения, которые встречаются, не составляют закономерности.

Восточная модель красноречия предполагает иное отношение к слову. С одной стороны мусульманские мыслители верили в воспитательную, облагораживающую силу слова. С другой стороны, ислам, рассматривая знания и науку как общее наследие всего человечества, запрещал имитировать образ жизни людей другой веры. Объясняется это тем, что, по мнению исламских теологов, психология имитирования исходит из чувства неполноценности и униженности и культивирует сознание пораженцев. Отсюда автономность ораторской речи исламского мира.

Все это вошло в культуру современных исламских стран. В Казахстане бытовые проявления исламской культуры вряд ли можно отнести к реальному речевому влиянию. Тем более, когда духовные лица нередко ближе к стилю советской эпохи: своей безадресностью обращения, абстрактностью рассуждений и внешней правильностью. Называть это восточным резонерством тоже нельзя – уж слишком очевидны советские ушки. Более интересны стилевые устремления у тюркоязычной молодежи: формулы обращения, уважительный тон, отсутствие сквернословия.

К чему это приведет? Пока – неизвестно. Однако желание видеть только один мир, возможно, ограничивает и упрощает жизненные ценности.

Действительно советская модель выражения себя близка или хотя бы понятна тем, кому за сорок и далее. Дело совсем не в ушедших в архаику словах-советизмах, а в той речевой манере, которая была и не исчезла. Безусловно, тоталитарная риторика 20–40-х уже невозможна. С другой стороны, можно и должно согласиться с тем «диагнозом», который вынесен современному Казахстану: «Нельзя забывать, что как конкретный ресурс, который был непосредственно прожит, как часть объемного опыта, только советский опыт является тем плацдармом, от которого Казахстан отталкивается при выборе самоидентификационных ориентиров после обретения независимости» [Коктейль Молотова 2014: 34].

Высокий уровень публичного выступления возможен только в тех культурах, в которых есть исходные предпосылки: демократическая форма государственного правления, независимый суд и соответствующий уровень развития риторики как учебной дисциплины. Есть ли все это у нас? Положительный ответ вряд ли возможен. У нас речевая манера не служит

маркером социального статуса человека, в отличии, например, от марки автомобиля. Наш чиновник или политик по-прежнему не имеет контуров просто человека, а, скорее, обладает узнаваемыми речевыми штампами советского администратора. Тогда обличие – расплывчато, вместо позитивных идей – фраза о подготовленном распоряжении. Изначальная причина последнего, возможно, в полученном образовании, а личность только воспроизводит статичные формы речевого мышления. Язык массовой коммуникации сиюминутен и мимолетен, однако только он создает свой мир, который кажется «публике» реальностью. В телевизионных и медийных «текстах», в том числе и в интернет-медиа, трудно обнаружить желание казахстанских практиков-коммуникаторов видеть своих слушателей (и собеседников) как равноценных партнеров по общению, живыми и действующими субъектами; мы для них больше «сосуды», которые нужно наполнить своим содержанием.

Традиционно на первых шагах наши функционеры демонстрируют косноязычие и речевую неуклюжесть. Но на продвижении к властному Олимпу появляется специфическая осанка и лоск в одежде, в речи он проявляется хуже. По-прежнему отступления от шаблона мысли слова подвергаются хотя бы внутренней самоцензуре. Те казахстанские чиновники и бизнесмены, которые прошли длительные стажировки в американских университетах (даже когда говорят на русском или казахском языках) все же порой демонстрируют западную форму выражения себя. На субъективный взгляд автора, «массовые кумиры» (mass idol) в Казахстане отсутствуют. Те из них, которые на это претендуют, демонстрируют все три типа риторики в их причудливом сплетении. В них все больше от запада, с несомненными советскими корнями и в отдельных случаях – микроскопические дозы исламского духа. Одно из возможных, но никак не последних объяснений специфики казахстанского русскоязычного дискурса – слабое качество преподнесения русского языка в казахстанских учебниках и программах. Впрочем, это является одновременно и последствием сложившейся ситуации.

По всей видимости, утверждение «границы моего языка – это границы моего мира» справедливо во всех случаях, когда человек говорит. Откуда же статичность казахстанского речевого мышления? Чем это обусловлено?

Любопытно привести пространную цитату из толковой работы Б. Ахатовой: «Исследование этнического сознания групп респондентов – представителей 22-х этносов Казахстана – дало возможность научно обосновать лояльное отношение народа к власти, невозможность «цветных» революций в электоральный период в Казахстане. Языковое сознание респондентов отразило непопулярность оппозиции и ее идей среди большинства населения» [Ахатова 2006: 221].

Язык связан с постижением действительности. Именно диалога по исходному условию и не хватает казахстанским речевым образчикам.

Замечу, диалогичность может присутствовать даже в одной фразе, брошенной на митинге: «Бабы, не рожайте коммунистов».

Казахский дискурс имеет свои отличия от русскоязычного медиального пространства. Его принципиальное отличие стало более очевидным в последние два-три года. Различия обусловлены и разнящимся пониманием социально-политической действительности, и несходными культурологическими концептами.

Русскоязычный дискурс Казахстана складывается на наших глазах. По-прежнему он отражение наследия советской империи, но он уже имеет отличия от нынешнего российского дискурса. Как такой язык может навязывать человеку нормы мышления, познания и социального поведения? Позитивно ли такие языковые практики отражаются на поведении носителей языка, в том числе поведении профессиональном (политическом, судебном, научном, бытовом)? Вопросы, на которые еще только предстоит ответить.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахатова Б.А. Политический дискурс и языковое сознание / Б.А. Ахатова. – Алматы : Экономика, 2006. – 302 с.
2. Гиздатов Г.Г. Когнитивные модели в речевой деятельности / Г.Г. Гиздатов. – Алматы : Гылым, 1998. – 176 с.
3. Есенаман Зара. Хардкор / Зара Есенаман. – Алматы, 2010 – 180 с.
4. Леонтьев А.Н. Философия психологии: из научного наследия / А.Н. Леонтьев ; [под ред. А.А. Леонтьева, Д.А. Леонтьева]. – М. : Изд-во МГУ, 1994. – 228 с.
5. Коктейль Молотова. Анатомия казахстанской молодежи. – Алматы : Альянс Аналитических организаций, 2014 – 194 с.
6. Кронгауз М. Русский язык на грани нервного срыва / М. Кронгауз. – М. : Языки славянской культуры, 2008. – 232 с.
7. Русский ассоциативный словарь. Книга 1. Прямой словарь: от стимула к реакции. – М. : «Помовский и партнеры», 1994. – 224 с.
8. Хасанов Б. Языки народов Казахстана / Б. Хасанов. – Алматы, 2005 – 345 с.
9. Bourdieu P. Le Sens pratique / P. Bourdieu. – Paris : Minuit, 1979. – 670 p.
10. Hjelle L. Personality Theories: Basic Assumptions, Research, and Applications / L. Hjelle, D. Ziegler. – [3th ed.]. – New York : McGraw-Hill Publ, 1992. – 608 p.
11. Moscovici S. The age of the crowd: a historical treatise on mass psychology / S. Moscovici. – Cambridge : Cambridge University Press, 1985. – 460 p.

REFERENCES

Abisheva, M., Alijarov, E., Zhusupova, A. (2014). *Koktejl' Molotova. Anatomija kazahstanskoj molodezhi [Molotov cocktail. Anatomy of Kazakh youth]*. Almaty: Al'jans Analiticheskikh organizacij, Publ.

- Ahatova, B.A. (2006). *Politicheskij diskurs i jazykovoe soznanie [Political discourse and linguistic consciousness]*. Almaty: Jekonomika Publ.
- Bourdieu, P. (1979). *Le Sens pratique*. Paris : Minuit.
- Esenaman, Z. (2010). *Hardkor [Hardcore]*. Almaty Publ.
- Gizdatov, G.G. (1998). *Kognitivnye modeli v rechevoj dejatel'nosti [Cognitive models in speech activity]*. Almaty: Gylym Publ.
- Hasanov, B. (2005). *Jazyki narodov Kazahstana [Languages of the peoples of Kazakhstan]*. Almaty Publ.
- Hjelle, L., and Ziegler, D. (1992). *Personality Theories: Basic Assumptions, Research, and Applications*. 3th ed. New York : McGraw-Hill Publ.
- Krongauz, M. (2008). *Russkij jazyk na grani nervnogo sryva [The Russian language on the verge of a nervous breakdown]*. Moscow: Jazyki slavjanskoj kul'tury, Publ.
- Leont'ev, A.N. (1994). *Filosofija psihologii: iz nauchnogo nasledija [Philosophy of psychology: from scientific heritage]*. Moscow: MGU Publ.
- Moscovici, S. (1985). *The age of the crowd: a historical treatise on mass psychology*. Cambridge : Cambridge University Press
- Russkij asociativnyj slovar'. Kniga 1. Prjamoj slovar': ot stimula k reakcii* (1994) [*Russian associative dictionary. Book 1. Direct dictionary: from stimulus to response*]. Moscow: «Pomovskij i partnery» Publ.

Гиздатов Газинур Габдуллавич – доктор филологических наук, профессор кафедры международных коммуникаций Казахского университета международных отношений и мировых языков имени Абылай хана (ул. Муратбаева, 200, г. Алматы, 050022, Казахстан); e-mail: gizdat@mail.ru

УДК 811

ОБЩАЯ ТЕОРИЯ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СИСТЕМ И ЗАКОНЫ ЭВОЛЮЦИИ ЯЗЫКОВ

Г.В. Ейгер (Хамельн, Германия), **В.М. Эпштейн** (Германия)

Г.В. Ейгер, В.М. Эпштейн. Общая теория развивающихся систем и законы эволюции языков. В статье рассматриваются категории общей теории развивающихся систем в рамках биолингвистики. На основе сопоставления категорий биологии и лингвистики описывается аксиоматическая система языкознания, излагаются аксиомы и теоремы общей теории развивающихся систем, которые потом трансформируются в законы лингвистики. Устанавливаются 19 законов языкознания, объединенные в четыре группы: законы об эволюции языка, законы о развитии языка, как адаптиогенез, законы об основных направлениях и путях развития языков, закон о механизмах эволюции языков.

Ключевые слова: аксиома, биолингвистика, развивающаяся система, теорема, языковой закон.

Г.В. Ейгер, В.М. Эпштейн. Загальна теорія систем, що розвиваються, та закони еволюції мов. У статті розглядаються категорії загальної теорії систем, що розвиваються, у межах біолінгвістики. На основі співставлення категорій біології та лінгвістики описано аксіоматичну систему мовознавства, викладено аксіоми та теореми загальної теорії систем, що розвиваються, які потім трансформовано в закони лінгвістики. Установлено 19 законів мовознавства, які об'єднані в чотири групи: закони про еволюцію мови, закони про розвиток мов як адаптиогенез, закони про головні напрямки і шляхи розвитку мов, закон про механізми еволюції мов.

Ключові слова: аксіома, біолінгвістика, мовний закон, система, що розвивається, теорема.

G.V. Yeyger, V.M. Epshtein. General theory of developing systems and laws of the language evolution. The article deals with categories of general theory of developing systems within the framework of biolinguistics. On the basis of comparison of biologic and linguistic categories the axiomatic linguistic system is described, axioms and theorems of developing systems are represented, which are then transformed in laws of linguistics. 19 linguistic laws are stated, which are combined in four groups: laws about language evolution, laws about development of languages as adaptaziogenesis, laws about the main directions and ways of language development, the law about mechanisms of language evolution.

Key words: axiom, biolinguistics, developing system, language law, theorem.

*К 150-летию со дня публикации письма
Августа Шлейхера Эрнсту Геккелю
«Теория Дарвина и языкознание»*

*«Без понимания развития языка
нельзя понять развитие человека»*

1. Постановка проблемы. Проблема, рассматриваемая в предлагаемой статье, находится в пределах биолингвистики – междисциплинарного направления в науке, целью которого является сравнение описаний, классификаций и реконструкций генезиса в биологии и языкознании с целью решения сходных задач.

Как известно, Ч. Дарвин в работе «Происхождение видов» впервые обратил внимание на сходство эволюции биологических видов и языков. Ч. Дарвин писал по этому поводу следующее: «Этот взгляд на классификацию заслуживает того, чтобы быть поясненным на примере, взятом из области лингвистики. Если бы у нас была полная генеалогия человеческого рода, то генеалогическое размещение рас человека дало бы и наилучшую классификацию разных языков, употребляемых в настоящее время во всех странах света; для включения всех исчезнувших и всех переходных, слегка различающихся наречий это была бы единственная возможная система. Но возможно, что один из древних языков изменился очень мало и дал начало немногим новым языкам, тогда как другие изменились очень сильно в зависимости от расселения, изоляции и степени цивилизации разных рас, связанных общим происхождением, и дали таким путем начало многим новым языкам, наречиям и языкам. Разные степени различия между языками одного и того же корня могут быть выражены установлением групп, подчиненных друг другу, но истинная, даже единственно возможная система все же должна быть генеалогической; и она была бы естественной в самом строгом смысле, потому что она могла бы связать вместе все языки, как исчезнувшие, так и современные, на основании их родства и представить разветвления и происхождение каждого языка» [Дарвин 1939: 613].

В сущности, в этом фрагменте содержится гипотеза о направлении работ в языкознании в связи с эволюционной теорией. Однако, считается, что заслуга использования эволюционной теории применительно к проблемам языкознания принадлежит Августу Шлейхеру (1821–1868). По настоянию Эрнста Геккеля он прочитал «Происхождение видов» в немецком переводе и высказал свои взгляды по этому поводу в открытом письме своему другу.

Известно, что натуралистические идеи в языкознании высказывались давно. Знаменательно, что Конрад Геснер (1516–1565) – великий энциклопедист Эпохи Возрождения, философ, зоолог, ботаник и лингвист – в своей книге «Митридат» перечислил 130 языков, известных европейцам того времени. Дальнейшая история этих идей хорошо известна.

Во второй половине прошлого века многим ученым казалось, что образцом для биологии как науки должна служить классическая физика. В результате такого подхода сложилось мнение о том, что биология – слабо развитая наука, которая должна идти вслед за физикой. Однако позже стало ясно, что биология гораздо ближе к гуманитарным наукам. В 2005 году мы выступили с предложением развить идеи А. Шлейхера в современной науке, опубликовав две статьи – в Трудах 13-го Международного Конгресса по кибернетике и системам [Yeuger, Epshtein 2005] и в журнале «*Studia germanica et romanica*» [Ейгер, Эпштейн 2005], где были подведены первые результаты исследований в указанном направлении.

Если принять во внимание связь с физикой молекулярной биологии – фронта новейших исследований, то можно предположить, что в настоящее время она играет наиболее важную роль на эмпирическом уровне развития биологии, тогда как на теоретическом уровне биология более близка к гуманитарным наукам. Эта позиция излагается в настоящей статье, в которой мы предприняли попытку, исходя из опыта теоретической биологии, предложить систему законов лингвистики. В прошлом основной поток информации был направлен из эволюционной биологии в языкознание. В настоящее время целесообразно разрабатывать обратные связи между этими науками, поскольку в некоторых фундаментальных вопросах теоретические решения лингвистов характеризуются достаточной ясностью, в то время как в эволюционной биологии аналогичные проблемы рассматриваются с диаметрально противоположных точек зрения. Организация совместных исследований может привести к нетривиальным решениям в обеих областях науки. Поскольку предлагаемая статья рассчитана и на лингвистов, и на биологов, мы посчитали целесообразным по ходу изложения давать определения основных понятий из обеих областей науки.

Некоторые понятия понимаются в разных науках по-разному. Поскольку в дальнейшем при рассмотрении заявленной темы используется «мягкий» вариант аксиоматики, по-видимому, подходящий для анализа нематематических и гуманитарных наук, приходится определять (эксплицировать) эти понятия. Так, аксиома – это 1) считающийся абсолютно правильным принцип, истинное утверждение; 2) принцип (закономерность), который не анализируется с точки зрения истинности. Из аксиом дедуктивно выводятся другие утверждения. Аксиомы устанавливаются на основе анализа фактов или произвольно. Аксиомы для определенной области науки имеют фундаментальный характер и справедливы до тех пор, пока на основе их не возникают противоречия.

Аксиоматический метод применялся в некоторых разделах языкознания. В коммуникативной лингвистике П. Вацлавик в 1980 г. сформулировал пять прагматических аксиом [Watzlawick 1993]. И.И. Ревзин выдвинул для этой же области шесть постулатов [Ревзин 1978]; Н.Г. Комлев [Комлев 2006] и некоторые другие изложили несколько аксиом относительно лексики.

Аксиоматически подошла к описанию орфографем А.Е. Кашеварова [Кашеварова 1973: 118–136]. Аксиоматического описания языков в целом нами не обнаружено. Впрочем, изложенные выше работы страдают несистематичностью и неполнотой.

2. Общая теория развивающихся систем и проблема законов в языкознании. С. Раутиан [Раутиан 1988] выделил ряд закономерностей эволюции. Несколько лет тому назад из ряда многочисленных закономерностей эволюционной биологии были выделены 23 закона биологической эволюции, которые соответствуют современному определению «закона природы» [Эпштейн 2009; Эпштейн 2011]. К ним были добавлены 16 постулатов эволюционной систематики. В процессе дальнейшей работы стало ясно, что указанные законы и постулаты связаны различными отношениями. Поэтому оказалось возможным часть этих законов рассматривать в качестве исходных, тогда как остальные законы оказалось возможным вывести из них. Первым был придан статус аксиом, вторые доказывались, исходя из них, в качестве теорем. Разумеется, на данном уровне исследований о математической интерпретации этих понятий не могло быть и речи. Они сформулированы соответственно обычной логике, причем оказалось предпочтительным использовать математические понятия, потому что они дали хороший результат, а также потому, что использование нематематических понятий вызвало бы не меньше нареканий. Дедуктивная теоретическая система эволюционной систематики (ДТС ЭС) содержит 12 аксиом и 26 теорем. В дальнейшем удалось установить, что многие из социальных явлений описываются теми же понятиями. В результате была сформирована дедуктивная теоретическая система Общей теории развивающихся систем (ДТС ОТС). При превращении ДТС ЭС в ДТС ОТС пришлось добавить еще одну аксиому – аксиому о развивающихся системах. В итоге ОТС содержит 13 аксиом и 26 теорем. Из этого числа к проблемам онтологии относятся 7 аксиом и 16 теорем.

При подготовке настоящей статьи были удалены две теоремы – о бесконечности прогресса на индивидуальных системах и об обратной связи в их эволюции, поскольку эти сведения содержатся в формулировках аксиом. Три теоремы – о кризисах надежности, кризисах устойчивости и эквифинальности, не приняты во внимание в связи с сомнениями о возможности теорем, которые преобразуются в 19 законов языкознания.

Возникает вопрос: не следует ли повторить индуктивный путь в языкознании – от закономерностей к законам, от законов эволюции к аксиоматической системе языкознания? Однако можно думать, что если бы этот путь был доступен, законы развития языков и взаимосвязи между ними были бы давно изучены и сформулированы. Поэтому было решено пойти противоположным путем – путем дедукции: от аксиоматической системы ОТС к аксиоматической системе языкознания, а от нее – к общим законам этой науки, т.е. в последующем изложении следовало бы изложить аксиомы

и теоремы ОТС, затем аксиомы и доказательства теорем языкознания, а последние – трансформировать в виде законов лингвистики. Например:

Теорема языкознания о необратимости эволюции языков: «Если эволюция наиндивидуальных систем необратима, а язык является наиндивидуальной развивающейся системой, то эволюция языка необратима».

Формулировка этой теоремы преобразуется в закон языкознания:

Закон VII языкознания о необратимости эволюции языков: «Эволюция языков в их пространственно-временном континууме необратима».

При таком изложении одну и ту же мысль приходится излагать трижды в разной редакции. Учитывая ограниченность объема статьи, в последующем тексте излагаются только аксиомы и теоремы ОТС и выведенные из них указанным способом формулировки закона лингвистики. Дедуктивная теоретическая система для языкознания (ДТС ЯЗ) представлена в Таблице 1.

Предлагаемая работа рассчитана на организацию взаимодействия специалистов двух далеко отстоящих одна от другой областей науки. Мы считаем своей главной задачей организацию диалога между ними. Излагаемые в статье элементарные понятия одной области предназначены для понимания специалистами другой. Поэтому их не следует принимать в качестве изложения тривиальных истин. Как мы надеемся, предлагаемая статья может явиться началом регулярных исследований в этом направлении.

3. Общие законы о языках и их эволюции. Группа из 8-ми языков (I – VIII) образована в результате трансформации 4-х аксиом и 4-х теорем ОТС.

Аксиома ОТС о развивающихся системах: «Живые системы – сложные, иерархические, открытые, вероятностные, регулирующие по принципу обратной связи».

Закон I языкознания, о языках как живых системах: «Языки – живые системы – сложные, иерархические, открытые, вероятностные, регулирующие по принципу обратной связи».

Поскольку язык является неотъемлемым свойством Человека разумного (*homo sapiens*), мы считаем целесообразным рассматривать его в качестве живой системы, которая должна отражать свойства человека как системы.

Аксиома ОТС об индивидуальных развивающихся системах: «Индивидуальные системы – реально существующие конечные живые системы».

Закон II языкознания, о языке индивидуума: «Язык каждого человека является индивидуальной языковой системой» (онтогенез языков).

Изучение индивидуальных языковых систем деятелей культуры является важнейшей исследовательской задачей языкознания.

Аксиома ОТС о наиндивидуальных системах: «Наиндивидуальные системы – потенциально бесконечные живые системы, состоящие из индивидуальных языковых систем, взаимодействующих как целое».

Закон III языкознания, о языках как наиндивидуальных системах: «Языки являются наиндивидуальными системами, состоящими из множества индивидуальных языковых систем, взаимодействующих как целое (филогенез языков)».

Исследования языков и диалектов различных групп (популяций) населения является основной задачей языкознания.

Аксиома ОTRC об историческом развитии наиндивидуальных систем: «Наиндивидуальные живые системы находятся в состоянии исторического развития, основным результатом которого является прогресс этих систем».

Закон IV языкознания, об историческом развитии языков: «Языки находятся в состоянии исторического развития (филогенез языков), основным результатом которого является их прогресс».

Теорема ОTRC о непрерывности эволюции развивающихся систем: «Эволюция развивающихся систем в их пространственно-временном континууме происходит непрерывно».

Закон V языкознания, о непрерывности эволюции языков: «Эволюция языков в их пространственно-временном континууме происходит непрерывно».

Теорема ОTRC о неравномерности эволюции развивающихся систем: «Эволюция развивающихся систем в их пространственно-временном континууме происходит неравномерно».

Закон VI языкознания, о неравномерности эволюции языка: «Эволюция языков в их пространственно-временном континууме происходит неравномерно».

Эта неравномерность заключается в следующем: 1) сами языки в целом развиваются неравномерно – быстрее или медленнее; 2) подсистемы языка также развиваются неравномерно: лексика (лексика и значение слов) значительно быстрее, чем грамматика, словообразовательные модели медленнее, чем значения; фонетика медленнее, чем лексика и словообразование, но, по-видимому, быстрее, чем грамматический строй; морфология медленнее, чем синтаксис. Функции языка (в связи с развитием языка) также развиваются неравномерно.

Теорема ОTRC о необратимости эволюции развивающихся систем: «Эволюция развивающихся систем в их пространственно-временном континууме необратима».

Закон VII языкознания, о необратимости эволюции языков: «Эволюция языков в их пространственно-временном континууме необратима».

Исчезнувшие языки, так же, как вымершие биологические виды, не возвращаются к жизни. В этой связи целесообразно ввести коррективу в определение мертвых языков. По-видимому, целесообразно разделить «мертвые» языки на «вымирающие» и «мертвые». Языки, которые сохраняются некоей группой людей, могут считаться вымирающими, но не мертвыми

языками (о вымирании см. ниже). «В исключительных случаях возможно превращение мертвого языка культа в разговорный, как это произошло в Израиле» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 294]. Однако в статье «Иврит» в ЛЭС читаем: «Иврит – современная модификация древнееврейского языка, сформировавшаяся на базе языка мишнаитского периода. Относится к семитским языкам новой ступени. Официальный язык Государства Израиль (наряду с арабским языком). Число говорящих свыше 3,5 млн. человек. К середине 1-го тысячелетия до н. э. древнееврейский язык вышел из употребления как разговорный язык и оставался языком религиозной практики духовной и светской литературы высокого стиля. Во второй половине 18–19 вв. на его основе сформировался иврит, главным образом, у евреев Восточной Европы как язык просветительской и художественной литературы. Со второй половины 19 в. иврит стал также языком постоянного общения. До начала 20 в. бытовал в нескольких произносительных нормах» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 171].

Отсюда можно сделать вывод, что иврит никогда не был мертвым языком в буквальном смысле слова. Он был сохранен в диаспоре евреями ашкенази и сефардами, хотя область его применения была резко сужена. Теперь в случае использования схемы А.Г. Мюллера [Müller 1955] (Рис. 1) для иллюстрации судеб развивающихся систем, в приведенную на рис. 1 схему из его книги следует ввести фигурку, имеющую форму гантели. Возможно, учитывая не только степень дивергенции, но и роль в биоценозах, вероятно, таким же образом можно было бы представить историю хрящевых рыб.

Теорема ОТРС об ограничениях эволюции развивающихся систем на каждом ее этапе: «Преобразования развивающихся систем на каждом этапе эволюции в их пространственно-временном континууме ограничены их структурой и социально-политическими условиями жизни общества».

Закон VIII языкознания, об ограничениях эволюции языков на каждом ее этапе: «Преобразования языков на каждом этапе эволюции в их пространственно-временном континууме ограничены их структурой и социально-политическими условиями жизни общества».

Этот закон свидетельствует о том, что все преобразования языков исторически обусловлены: во-первых, уровнем развития языков, а во-вторых, состоянием социума. Приведенные ниже сведения из максимально сокращенных сведений из истории латинского и английского языков, представляющих два диаметрально противоположных типа эволюции языков, содержат целый ряд примеров зависимости развития языка от войн, нашествий, революций, борьбы за рынки и т. п. Например, в годы, предшествовавшие Второй мировой войне, глобализация английского языка была бы невозможна. В то же время язык как «надстройка» не столь жестко связана с «базисом», как это следует из догматически воспринимаемого марксизма. Можно предположить, что глобализация английского языка, который тоже на определенный период стал основным языком контактов человечества,

объясняется его внутренними качествами и роли англоязычных стран в науке и образовании, а не вследствие прямого влияния Великобритании и США на международной арене. Некоторые авторы, учитывая бурный рост и развитие Китая, предсказывают будущее китайскому языку. Исходя из ОТРС, можно думать, что структура европейской культуры, достоянием которой является английский язык, сохранит свою роль и в дальнейшей глобализации мира.

4. Законы развития языка как адаптиогенез. Группа из 3-х законов (IX–XII) образована в результате трансформации одной аксиомы и двух теорем ОТРС.

Аксиома ОТРС о «цели» развивающихся систем: «Материальным аналогом цели или целью развивающихся систем является адаптация к условиям жизни».

Адаптиогенез связан со следующим общесистемным **законом необходимого разнообразия**. Он имеет большое значение для успешности любого действия или процесса: он достигается тем, что постоянно варьируются используемые средства и операции по изменению обстановки. Этот закон предполагает, что для успешной адаптации системы или ее элемента необходимо, чтобы они обладали определенным (минимальным) запасом гибкости и эта гибкость должна быть пропорциональной вариабельности или неопределенности части системы [Дилтс 2000: 29–30]. Заметим, что гибкость на одних участках системы требует во многих случаях жесткости на других участках. Это может быть соотношение в рамках «лексика – грамматика» или соотношение разных подсистем внутри лексики и грамматики. Другой стороной рассматриваемого закона является утверждение о том, что элемент системы, обладающий наибольшей гибкостью, является также каталитическим элементом системы (там же). Применительно к языку, по нашему мнению, таким элементом является лексическая подсистема. Конкретное исследование этого утверждения представляет собой важнейшую и интереснейшую проблему истории любого языка.

Закон IX языкознания, о цели развития языков: «Цель развития языков – постоянная адаптация к жизни человека в изменяющихся условиях его существования и психофизиологических возможностей».

Формулировка данного закона и отражает общепринятые представления о рассматриваемой проблеме, и фактически лишь фиксирует их в виде закона. В статье о законах развития языка Б.А. Серебренникова эта адаптация рассматривается в качестве «абсолютного прогресса», в отличие от конкретных изменений языковой техники, которые называют «относительным прогрессом»: «Абсолютный прогресс в области языковой техники выражается в приспособлении языка к усложняющимся формам общественной жизни и вызываемом новыми потребностями общения. Рост производительных сил общества, развитие науки, техники и общечеловеческой культуры, постоянное проникновение в тайны окружающего мира и увеличение сведений о нем, усложнение форм общественной жизни людей и установление новых

отношений между ними – все это вместе взятое вызывает к жизни большое количество новых понятий, для которых язык вынужден найти выражение, ведет к увеличению общественных функций языка и расширению его стилевой вариативности [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 159–160].

Мы полагаем, что для этой формы прогресса предпочтительнее термин «общий прогресс». Характеризуя «относительный прогресс» языка и рассматривая различные частные примеры языковой техники, приходим к принципиально важному выводу: «Относительный прогресс в языке – это прогресс, осуществляющийся на определенное время». Это обстоятельство позволяет провести четкую грань между указанными формами прогресса. Общий прогресс языка необратим, тогда как относительный прогресс – целесообразнее называть его термином «частный прогресс» – обратим. Соответствующие ему процессы могут иметь различные направления.

Аналогичная ситуация имеет место в биологической эволюции. Например, известно, что в процессе эволюции черепахи неоднократно утрачивали панцирь, оставаясь черепахами. То же относится и к принципам упрощения, компенсации и др., имеющим место в биологической эволюции. Разумеется, все эти сопоставления должны проводиться на определенном уровне абстракции – на теоретическом уровне научного знания. Вряд ли кто рискнул бы искать в биологической эволюции аналогии фонетическим законам лингвистики. Иными словами – исходя из теории уровней научного знания, сравнение объектов, изучаемых разными науками, на эмпирическом уровне всегда ведет к редукционизму. Именно это произошло в результате сравнения языка с организмом и предопределило представления о том, что язык рождается, развивается и умирает подобно человеку. То, что язык проходит некие стадии развития, несомненно. Однако эти стадии должны сравниваться со стадиями в развитии биологических *видов*, а не организмов.

С аксиомой ОТРС об адаптациогенезе связаны три теоремы: о дивергенции, конвергенции и эквифинальности филогенеза. Первые две теоремы ниже трансформированы в законы языкознания. Третья теорема пока не используется.

Теорема ОТРС о дивергенции наиндивидуальных систем: «Прогресс эволюции наиндивидуальных систем начинается с формирования архетипа и продолжается в формировании развивающихся на его основе новых систем в зависимости от качества и количества возможных адаптаций как целей их развития (дивергенция)».

Закон X языкознания, о дивергенции языков: «Процесс эволюции языков начинается с формирования архетипа – праязыка, и продолжается формированием развивающихся на его основе новых языков в зависимости от качества и количества адаптаций как целей их развития (дивергенции языков)».

Как известно, «дивергенция (от ср.-латинского *divergo* – ‘отклоняюсь’, ‘отхожу’) – расхождение, отдаление друг от друга двух и более языковых

сущностей. Термин «дивергенция» используется в двух аспектах: глоттогоническом и структурно-диахроническом. В первом случае дивергенция означает расхождение родственных языков или диалектов одного языка вследствие особых социально-исторических условий (миграции, контакты с другими языками, географическое и политическое обособление и т.п.). Процесс дивергенции – основной путь формирования семьи языков после расщепления общего для них праязыка. Дивергенция может затрагивать также варианты одного языка (например, наблюдается расхождение двух вариантов немецкого литературного языка в бывших ГДР и ФРГ)» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990].

В контексте сравнения языка с биологическим видом наиболее важны холистические аспекты развития языка, языка как целого. Рассмотрение проблем структурно-диахронической дивергенции является объектом более низкого уровня организации языков и видов и выходит за пределы задач статьи, хотя и в данном отношении между языками и видами имеется немало общего – например, явления компенсации частей организации языка и вида в пределах их организации как системы.

Теорема ОТС о конвергенции наиндивидуальных систем: «Наиндивидуальные системы разного происхождения в одних и тех же условиях приобретают черты сходства, обусловленные адаптацией к данным условиям, сохраняя свою структуру».

Закон XI языкознания, о конвергенции языков: «Языки разного происхождения в одних и тех же условиях приобретают черты сходства, обусловленные адаптацией, сохраняя свою структуру».

В учении о биологической эволюции конвергенция неродственных видов (собственно конвергенция) и конвергенция близкородственных видов (параллелизм). Во всех случаях адаптациям подлежат только те признаки, которые непосредственно с ними связаны, тогда как главные черты их организации остаются без изменения или сохраняют свои основные особенности. То же самое наблюдается при синтезе культур. Передовые азиатские страны воспринимают все новшества европейской цивилизации, но сохраняют основные инварианты своих культур – менталитет, религию, язык и т.д.

Конвергенция в ЛЭС характеризуется следующим образом: «Конвергенция (от лат. *convergo* – ‘приближаюсь’, ‘схожусь’) – сближение или совпадение двух и более лингвистических сущностей. Понятие конвергенции имеет два аспекта – глоттогонический и структурно-диахронический. Конвергенция – возникновение у нескольких языков (как родственных, так и неродственных) общих структурных свойств вследствие достаточно длительных и интенсивных языковых контактов, а также на базе общего для конвергирующих языков субстрата. Конвергенция охватывает либо отдельные фрагменты языковой системы (например, фонологическую систему или

лексику), либо весь язык в целом» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 234].

Сравнивая проблему конвергенции в биологии и лингвистике, целесообразно обратить внимание на различия в конвергенции родственных и неродственных биологических видов и языков. Главная особенность конвергенции – ее возникновение, независимое от общего происхождения, в данном определении оно объясняется языковыми контактами. Конвергенция родственных форм в эволюционной биологии рассматривается как одна из возможных и определяется термином «параллелизм». В этом случае конвергенция возникает независимо, но на общей основе, в отличие от конвергенции далеких форм. Чем дальше формы друг от друга, тем сильнее различаются конвергентные адаптации. Параллелизм в биологии – крылья птиц и летучих мышей – конвергенция на основе адаптации к полету, однако в обоих случаях на основе передних конечностей. Конвергенция – крылья птиц и насекомых, которые не имеют ничего общего, кроме того, что в обоих случаях они являются плоскостями, приспособленными к полету.

Немецкое «Schlosser» и русское «слесарь» – результат дивергенции. Таково же множество слов, появляющихся в неродственных языках вследствие заимствования, но приобретающих изменения, свойственные нормам языка-реципиента. В данном случае слово «слесарь» сохраняет форму исходного термина, но утрачивает смысл «Schlosser» – от «Schloss» – «замок», «Schlosser» – «замочник». «Schloss» – «за́мок» и «замòк» и русское «за́мок» и «замòк» – смысловые конвергенции, не связанные с исходными словами. Таковы же смысловые конвергенции в не связанных происхождением словах «Tischler» и «столяр», смысловая конвергенция от слова «Tisch» и «стол». Немецкое слово «Termin» – «срок», однако русское слово – «срочно» в украинском – «терміново», в немецком – «dringend», «eilig» и т.д. «Терміново» происходит от немецкого слова, но не соответствует немецкому наречию, которое имеет другое происхождение. Сравнительный анализ параллелизмов и конвергенций в эволюционной биологии и лингвистике представляет несомненный интерес.

Конвергенция дополняет дивергенцию, но не замещает ее. Нет ни одного вида, который бы возник вследствие конвергенции (гибридизация – не конвергенция), и, по-видимому, нет языка, который бы образовался путем естественного слияния языков. Всегда преобладает один из языков или диалектов одного языка.

В пользу этой точки зрения свидетельствуют языковые союзы и пиджины. Языки, входящие в языковые союзы (например, балканский или волжско-камский) имеют общие для них все черты, но тем не менее, сохраняют свою самостоятельность. Известно около 50-ти пиджинов, которые сформировались на основе английского, португальского и французского языков в бывших колониях. «Пиджины обладают обычно лексикой языка-источника с добавлением местных слов и грамматикой, упрощенной под влиянием

языков-субстратов; фонетический облик слов европейских языков подвергается значительной модификации под воздействием родных языков местного населения» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 374].

Тем не менее, изменения, связанные с адаптацией исходных европейских языков, не приводят к возникновению нового смешанного языка. Эта ситуация подтверждает справедливость соответствующей теоремы в ОТРС.

Очевидно, таким языком является эсперанто. Этот язык успешно развивается во многих странах. В нем использованы многие лучшие стороны разных языков, имеются специальные организации эсперантистов, проводятся ежегодные Международные конгрессы, издаются переводы классиков и т.д. Однако и эсперанто строится на основе лексики романских языков с элементами германских и славянских [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 594]. И все же роль международного языка все больше принимает на себя естественный язык – английский, а не эсперанто.

Хотя нет этноса, который бы использовал эсперанто, но все же есть социум любителей, который использует этот язык. Пока эсперанто остается успешным талантливым экспериментом, который не вошел в обычную жизнь. И все же он существует, развивается, и, может быть, будет использоваться как средство для научного и / или делового общения.

5. Законы о главных направлениях и путях развития языков.

Аксиомы и теоремы ОТРС о путях развития наиндивидуальных развивающихся систем находят соответствие в эволюционной биологии, где она уже давно разработана в трудах А.Н. Северцова [Северцов 1939], Дж.Г. Симпсона [Симпсон 1948], И.И. Шмальгаузена [Шмальгаузен 1969]. Они соответствуют представлениям Т. Куна [Кун 1977] о развитии науки, развитию европейской культуры, и есть основания полагать, что они соответствуют закономерностям развития общества в целом. Вопрос о том, соответствуют ли общие законы развития живой природы и общества жизни языков, заслуживает новых целенаправленных исследований. Мы полагаем, что постановка этой проблемы в аспекте биолингвистики заслуживает внимания.

Аксиома ОТРС о двух главных направлениях развития наиндивидуальных систем: «Существуют два главных направления развития наиндивидуальных систем – увеличение их сложности и увеличение их разнообразия на достигнутом уровне сложности».

Закон XII языкознания, о двух главных направлениях развития языков: «Существуют два главных направления в развитии языков – увеличение их сложности и увеличение разнообразия языков на достигнутом уровне сложности».

Закон исходит из адаптационной функции языка. Если в эволюции общества имеются два указанных направления (они же – две фазы развития), то за ними должны стоять и два соответствующих модуса развития языка. Подразумевается не простое усложнение структуры языка, его усовершенствование, которое связано, прежде всего, с прогрессивным

усложнением жизни общества. Это – расширение словарного фонда, способность выражать сложные понятия, описывать нюансы явлений, событий, эмоций и т.д. С этой точки зрения большой интерес представляют работы, в которых эта проблематика прослеживается на примере мировых языков.

«В новое время, наряду с категорией региональных международных языков <...> возникла группа *мировых языков глобального использования*, что вызвано потребностями более широких международных контактов в условиях расширяющейся между народной торговли, развития средств массовых коммуникаций, интернационализации научной терминологии и т.п. Выдвижение того или иного языка на роль мирового определяется совокупностью экстралингвистических (политических, экономических и культурных) и лингвистических факторов. К числу последних относится развитость функциональных подсистем языка, наличие отраслевых терминологий и пр.» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 291].

Для исследования проблем усовершенствования языка, особый интерес представляет изучение эсперанто и исследования в области интерлингвистики в целом.

Теорема ОТРС о ключевых признаках архетипа: «Наиндивидуальная система начинает формироваться, исходя из архетипа, в пределах которого формируются элементы организации, сохраняющиеся в организации будущих производных систем».

Закон XIII языкознания, о ключевых признаках праязыка (архетипа): «Языки начинают формироваться, исходя из их архетипа – праязыка, в пределах которого формируются инвариантные единицы, сохраняющиеся в будущей семье языков».

Эта формулировка соответствует сведениям о реконструкции праязыков. «Праязык (язык-основа) – язык, из диалектов которого произошла группа родственных языков, иначе называемая семьей. С точки зрения формального аппарата сравнительно-исторического языкознания каждая единица праязыка (фонема, морф, словоформа, сочетание слов или синтаксическая конструкция) задается соответствием между генетически тождественными элементами отдельных языков, происходящих из данного праязыка» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 392–393].

Очевидно, что в языках одной семьи сохраняются только наиболее важные, инвариантные единицы языка, тогда как многие подвижные, переменные элементы безвозвратно ушли в прошлое. Единицы праязыка изоморфны примитивным (предковым, плезиоморфным) признакам архетипа, которые в традиционной систематике имеют то же значение, что и в языкознании. Биологу целесообразно воспользоваться применяемыми в лингвистике методами реконструкции праязыков.

Очень важно следующее определение: «При содержательном истолковании праязыка он рассматривается как язык, соответствующий универсальным типологическим закономерностям, выведенным на основании

других известных языков, и существовавший в реальном пространстве и историческом времени, и соотношенным с определенным социумом. Для проверки реальности такого подхода к праязыку особенно важны случаи, когда к одному и тому же праязыку удается приблизиться как с помощью реконструкций <...>, так и по письменным источникам с помощью письма (народной латыни, являющейся романским праязыком)» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 392].

Изложенное выше определение праязыка вполне соответствует определению архетипа, которое дал Ч. Дарвин в «Происхождении видов» [Дарвин 1939]. По Ч. Дарвину, архетип – это реальный предковый вид, существовавший некогда в пространственно-временном континууме. «Живые ископаемые» дают биологу те же сведения, которые лингвисту дают письменные памятники народной латыни.

Теорема ОТРС о восхождении на плато (об анагенезе): «Восхождение развивающейся на индивидуальной системы на новое плато связано с усложнением ее организации».

Закон XIV языкознания, о восхождении языка на новое плато: «Адаптация языка при восхождении общества на новое плато связана с его усложнением».

Этот закон фиксирует изложенные выше взгляды Б.А. Серебренникова об абсолютном прогрессе языков. Очевидно, что прежде всего речь идет об усложнении в связи с увеличением объема новых понятий, необходимостью их адекватной интерпретации, характеристикой нюансов явлений и событий и т.д. Соответственно должны изменяться те структуры, которые относятся к области относительного прогресса.

Теорема ОТРС о квантовой эволюции на индивидуальных систем: «Завершающая фаза перехода на индивидуальной системы в качественно новое состояние имеет характер скачка (эволюционной революции)».

Закон XIV языкознания, о квантовой эволюции в прогрессивном развитии языков: «Завершающая фаза возникновения нового языка или перехода языка в качественно новое состояние имеет характер скачка (языковой революции)».

Одной из наиболее важных теорем эволюционной биологии является проблема ароморфозов, или квантовой эволюции. В этой связи следует напомнить слова того же автора о том, что развитие языков соответствует основным положениям диалектики. В развитии видов и в развитии общества имеют место два события, которые соответствуют важнейшему закону диалектики – закону о переходе количественных изменений в качественные. Первое из этих событий – момент, когда язык из диалекта праязыка приобретает самостоятельность – он приобретает собственные инварианты, которые отличают его от праязыка. Данный момент соответствует выходу на плато. В эволюционной биологии указанное событие обозначается как образование нового таксона, оно соответствует фиксации появления нового

языка. Затем развитие видов и языков продолжается на плато вплоть до момента, когда начинается видообразование в биологической эволюции и дивергенции языков – в их эволюции. Этот процесс происходит относительно быстро во времена эволюции видов и эволюции языков. В биологии он получил название квантовой эволюции, хотя он по существу соответствует понятию революции. Резкие изменения на этот раз относятся не к организации вида или языка, в которой происходят какие-то последние изменения, которые позволяют перейти к взрывоподобной дивергенции видов и языков, достигших пограничного уровня совершенства.

Таким образом, теорема о квантовой эволюции имеет аналогии (или изоморфизмы) в языкознании. С другой стороны, изоморфизмы биологических видов и языков свидетельствует о том, что моментальное – в течение жизни одного поколения – поколение нового вида, приспособленного к условиям окружающей среды, так же невозможно, как и появление в результате «языковой макромутации» нового языка, приспособленного, скажем, к условиям раннего Возрождения. Теоретическая недопустимость сальтационизма в языкознании заставляет думать о невозможности сальтационизма в биологической эволюции.

Теорема ОТРС о специализации наиндивидуальных развивающихся систем на плато: «Преобразования развивающихся систем на плато, на достигнутом уровне, сопровождаются их узкой специализацией, которая при резком изменении внешних условий приводит их к состоянию кризиса».

Из этой теоремы, применительно к языку, мы формулируем два закона: о специализации на языковом плато и о вымирании языков.

Закон XVI, о специализации языка на языковом плато: «Развитие языка на достигнутом уровне сложности сопровождается его специализацией».

Этот закон обращает внимание на процессы специализации языка по мере его усложнения. Он сопровождает специализацию науки и техники. Представляет интерес сравнение разных языков по степени их специализации. В производстве закономерно происходят кризисы устойчивости и надежности, но они преодолеваются интеллектуальными и материальными усилиями человечества.

Закон XVII, о вымирании языков: «Вымирание или ассимиляция социальных групп ведет к вымиранию их языков».

Как известно, в более ранние эпохи основными факторами вымирания языков могло быть массовое уничтожение завоеванных народностей при создании больших империй, таких, как древнеперсидская, эллинистическая, арабская и др., или насаждение основного языка империи (например, латыни в Римской империи)» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 294]. При этом «процесс вымирания языков происходит в особенности в тех странах, где (например, в США, в Австралии) носители исконных туземных языков отеснены в изолированные районы (индейские резервации в США) и для включения в общую жизнь страны должны переходить на ее основной язык.

<...> Многие языки Северной Америки, Северной Евразии, Австралии и прилегающих к ней островов, в частности Тасмании, стали мертвыми» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 293].

На рис. 2 различные типы эволюции языков сопоставлены с типичными волнами эволюции биологических видов. Все перехваты между волнами свидетельствуют либо о ситуации кризиса, либо об угрозе вымирания. В благоприятных социальных ситуациях кризисы надежности и устойчивости, ведущие к вымиранию населения, в наше время, смягчаются гуманитарной помощью странам, оказавшимся в кризисном состоянии.

Теорема о прогрессе как чередовании главных направлений эволюции на индивидуальных системах: «Прогресс развивающихся систем состоит из двух фаз их эволюции – 1) восхождение на плато (усложнение системы) и 2) развитие на плато (увеличение разнообразия систем на денном уровне сложности).

Закон XVIII языкознания, о прогрессе как чередования главных направлений эволюции: «Прогресс языков состоит из двух фаз их эволюции – 1) восхождение на языковом плато (усложнение языка) и 2) развитие на плато (увеличение ареала и разнообразия языков на денном уровне сложности)».

Этот закон не упоминается в ЛЭС и вводится по аналогии с соответствующим законом биологической эволюции. Он соответствует эволюции социумов. Развиваются те страны, которые периодически проходят периоды разностороннего подъема и периоды спокойного развития на основе достигнутого прогресса. Эта закономерность появляется в ряде общеизвестных примеров. Однако многие языки стабилизируются на том или ином этапе своего развития, другие – развиваются постепенно без фундаментальных преобразований. В качестве одного из классических примеров рассмотрим основные события в эволюции латинского языка: «Латинский язык – один из итальянских языков, язык древнего племени латинов, населявших область Лаций в средней части Италии с центром (с 8 в. до н. э.) Рим. Постепенное распространение латинского языка за пределы Рима и вытеснение других языков древней Италии начинается с 4–3 веков до н. э. Латинизация Аппенинского полуострова (за исключением юга Италии и Сицилии, где сохранялся греческий язык) закончилась к 3–1 вв. до н. э.» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 253].

Истоки латинского языка выясняются на основании отдельных документов 6–4 вв. до н.э. и реконструкции праязыка итальянской группы индоевропейской семьи языков, в которую входит латинский язык. Период с 4–3 веков до н.э. до 1 в. до н.э. является периодом усложнения языка, то есть, постепенного восхождения на новое языковое плато.

Классическая или «золотая латынь» (1 в. до н.э.) представляет собой язык с богатой лексикой, способной передавать слодные абстрактные понятия, с развитой научно-философской, политической и технической терминологией, с многообразием синтаксических средств. Многочисленные морфологические

дублеты ранней латыни устранены или получили стилистическую дифференциацию» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 253]. Таким образом, 1 век до н.э. – время выхода на новое языковое плато.

В послеклассической, или «серебряной латыни» (1 в.) «окончательно сложились фонетические и морфологические нормы литературного языка, были установлены правила орфографии (которыми пользуются и теперь при современном издании латинских текстов» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 253]. Таким образом, в течение одного столетия латинский язык достигает совершенства, то есть проходит путь от выхода на плато до квантовой эволюции. Весь этот процесс является примером усложнения для анализа любого другого развивающегося языка.

В поздней латыни (2–6 вв.) возникает разрыв между письменным и народно-разговорным языком (народной латынью). После падения Римской империи ускорилась региональная дифференциация народно-разговорных языков, что привело к образованию романских языков» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 253]. Завоевание Римом больших регионов античного мира, распространение латыни и начало дифференциации романских языков – событие, которое соответствует понятию квантовой эволюции. Завершение формирования романских языков к 9 веку – дивергенция и специализация романских языков – соответствуют аналогичным событиям биологической эволюции.

В последующий период применение латинского языка постепенно сужалось, однако на каждом этапе дальнейшей стабилизации латинский язык продолжал совершенствоваться и сохранял необходимость своих функций на каждом этапе его истории до сего времени и на перспективу на протяжении всего ареала. «На всей территории распространения литературный латинский язык был языком администрации, торговли, школы и т.п. В средние века функционировал в качестве общего письменного языка всей Западной Европы; до 18–19 вв. использовался как язык дипломатии, науки и философии, в 20 в. остается языком католической церкви, (официальным языком наряду с итальянским), Ватикана» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 253].

Приведенные сведения указывают на сходство одного из двух основных типов эволюции животных (*der regressive Typ* – [Müller 1955]). (Рис. 1).

Теперь рассмотрим в качестве противоположного примера краткие фрагментарные сведения из истории английского языка и постараемся сравнить обе схемы со схемами Арно Мюллера [Müller 1955]. Основой нашего анализа является статья А.Д. Швейцера и В.Н. Ярцевой «Английский язык» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 33].

«Английский язык – один из германских языков (западно-германская группа). Английский язык берет свое начало от языка древне-германских племен (англов, саксов и ютов), в 5–6 вв. переселившихся с континента в населенную кельтами Британию». В 7–11 вв. он представлен 4-мя диалектами,

из которых особо выделяется уэссекский диалект. На его основе в 9–11 вв. сформировался литературный английский язык. Итак, период с 7 по 11 вв. является периодом формирования языка, на который вследствие ряда политических преобразований оказали значительное влияние другие языки (латынь, скандинавские языки, французский язык). Последний был вытеснен английским языком на официальном уровне в 14 веке. С 12 по 15 вв. продолжалось усложнение языка, которое четко отделило средне-английский язык от древне-английского языка.

В 16–17 вв. складывается так называемый ранне-ново-английский язык. Весь этот период можно характеризовать как медленное формирование современного английского языка, которое подвергалось непрерывному воздействию ряда других европейских языков, в том числе испанского и итальянского. «В основу литературного английского языка лег язык Лондона, диалектная база которого на раннем этапе литературного языка изменилась за счет вытеснения во 2-ой половине 13-го в. – первой половине 14 в. южных диалектных форм восточно-центральными. Популярность произведений Дж. Чосера (1340–1400), писавшего на лондонском диалекте, и книгопечатание (1476) способствовали закреплению и развитию лондонских форм» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 33]. Исходя из этих данных, можно говорить о том, что период формирования современного английского языка продолжался в течение примерно 700 лет – с 7-го до 14-й век. Статья в Википедии относит начало формирования современного английского языка к 9-му веку. С этого времени в связи с развитием литературного английского языка происходило его усложнение. «С развитием литературного языка расширялась и усложнялась система функциональных стилей, шло размежевание форм устно-разговорной и письменной речи, кодификация литературных норм» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 33].

Творчество В. Шекспира (1564–1616) свидетельствует о том, что к концу 16-го века английский язык достиг высокого совершенства. Таким образом, в течение 15–16-го вв. был пройден путь, подготовивший тот процесс, который выше был описан как квантовая эволюция. Наиболее важные события в развитии английского языка были связаны с колониальными захватами земель, которые Англия начала вести в 16-ом веке. Начало широкого распространения английского языка соответствует квантовой эволюции.

Англия укрепила свою власть в Индии и, используя Сингапур как базу, добилась господства над Голландской Ост-Индией, в 1795–1816 гг. покорила Цейлон, отобрала у голландцев Южную Африку и заявила свои права на Египет. Неофициально она утвердила свою торговую гегемонию в формально испанских колониях Центральной и Южной Америки [Британская империя]. Этот процесс привел к широкому распространению английского языка в мире. В его пределах началась дивергенция, которая привела к образованию диалектов и пиджинов, формированию американского языка

и т.д. «Большую роль в развитии литературного языка сыграли прямые и косвенные контакты английского языка с другими языками, связанные с распространением языка за пределы Англии. Последнее привело к формированию вариантов литературного английского языка в США, Канаде и Австралии, отличающихся от английского литературного языка, главным образом, в произношении и лексике» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 33].

После долгого периода сопряженности судеб Англии и английского языка в 20 в. они расходятся. В то время как страна переживала нелегкие времена, английский язык превратился в средство глобального общения, осуществив новую, гораздо более мощную квантовую эволюцию, вне каких-либо военных потрясений. Учитывая две волны развития и экспансии английского языка, можно утверждать, что его развитие соответствует второму варианту истории филумов как развивающихся систем в эволюции животных на схеме А.Г. Мюллера [Müller 1955] (Рис. 1).

Аксиома об отборе и выборе как основном механизме прогрессивной эволюции: «Основным механизмом эволюции развивающихся систем являются отбор и выбор направлений и путей эволюции».

Закон XIX языкознания о выборе языков: «Выбор языков является основным механизмом их эволюции».

Из двух указанных механизмов эволюции в дикой природе преобладает естественный отбор, в человеческом обществе – выбор. Однако ситуации геноцида в прошлом свидетельствуют о том, что человеческое общество не ликвидировало различные формы естественного отбора в социальной среде. Общеизвестно, что идиш в СССР исчезал по мере ассимиляции евреев. В годы холокоста он оказался под угрозой исчезновения под давлением антисемитских тенденций советского руководства. Теперь его судьба представляется неясной в связи с противоположными тенденциями – развитием и распространением иврита, который является государственным языком Израиля. Предпринимаются попытки к развитию идиша в некоторых лингвистических сообществах; стремление сохранить диалекты как колоритные проявления немецкой культуры обнаруживаются также в землях Германии. В сложной ситуации по злой иронии судьбы оказался русский язык в ряде стран бывшего СССР и Восточного блока от Прибалтики до Средней Азии. В то же время многие страны могут служить положительным примером языковой политики. Языковая толерантность является одним из свойств подлинной демократии.

Рассмотренные аксиомы и законы языка сведены в таблицы 1–3.

Рассмотренные общие «абсолютные» законы языка проявляются в действиях его частных «относительных», «внутренних» законов. Таким широким законом, обеспечивающим действие других субзаконов, является, например, закон асимметрии языкового знака: одна и та же языковая форма может обладать рядом значений, тогда как одно значение может выражаться рядом форм, даже относящихся к разным уровням языка. Используя обратную

связь, можно построить аналогичную (с соответствующей экстраполяцией понятий) сетку зависимости в биологии. Действие законов развития и функционирования проявляется в так называемых антиномиях языка, обуславливающих их саморазвитие – иногда их называют закономерностями (от греч. *antinomia* – ‘противоречие в законе’). Важнейшими считаются антиномии говорящего и слушающего, системы и нормы, кода и текста, регулятивности и экспрессивности. К антиномиям, по нашему мнению, можно отнести противоречия между смысловой емкостью и краткостью, экспрессивностью и информативностью и др. На каждом этапе развития языка антиномии разрешаются в пользу то одной, то другой стороны, что ведет к возникновению новых противоречий в языке – окончательное разрешение антиномий невозможно, это означало бы, что язык остановился в своем развитии.

В заключение отметим, что можно выделить аспектные законы развития языка – звуковые, лексические, грамматические, а также лексико-грамматические, прагматические и стилистические в связи с развитием стилистических норм и развитием литературных языков в целом.

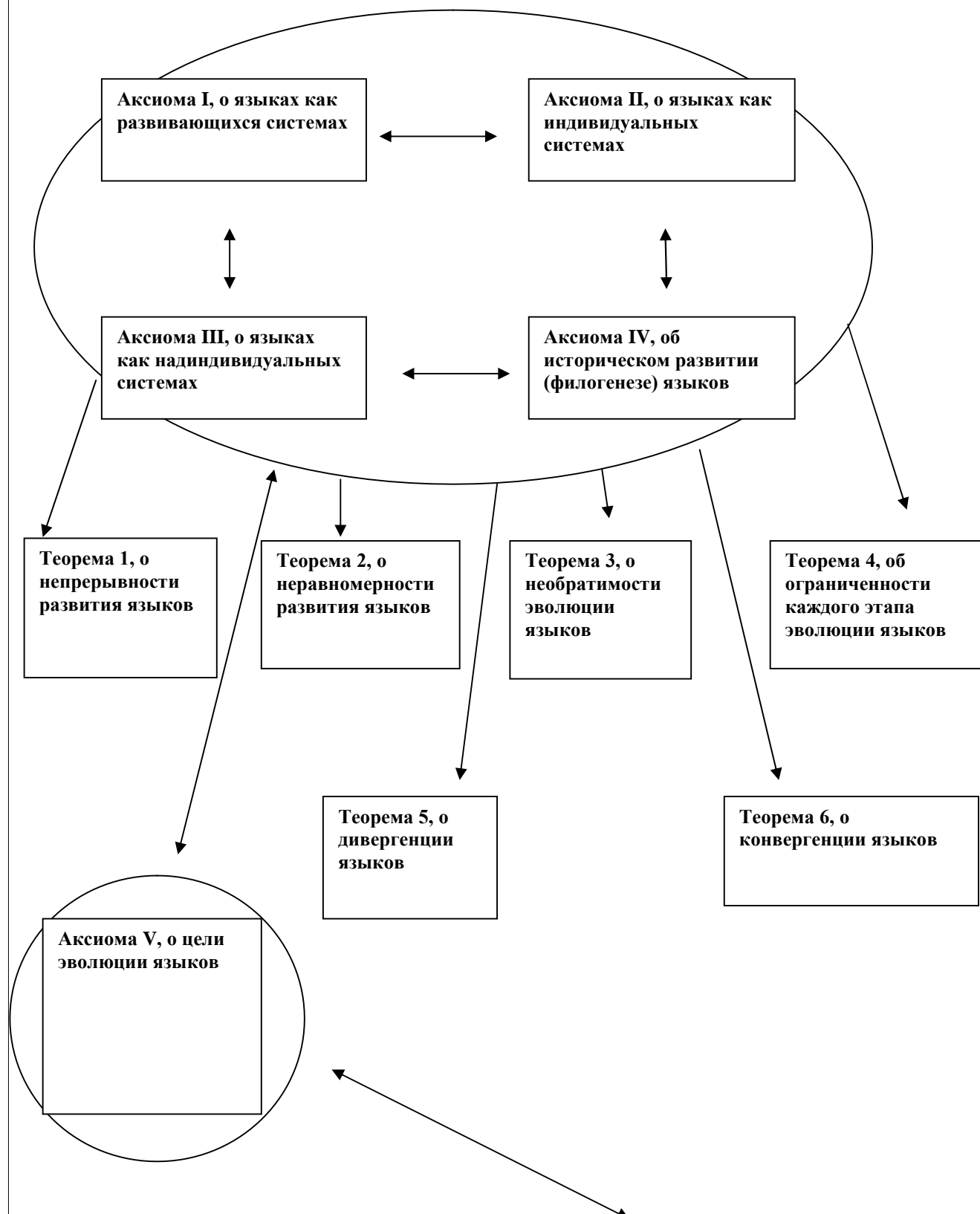
6. Заключение. Подводя итоги, в качестве **перспектив** исследования можно указать на следующие проблемы языкознания, которые целесообразно решить в рамках выдвинутой тематики:

- Подробное определение типов и видов законов, их отличий от закономерностей.
- Выяснение возможностей взаимодействия законов между собой и закономерностями.
- Поиск новых закономерностей, например, связи между избыточностью и развитием аспектов языка.
- Определение законов развития литературных языков, диалектов, жаргонов и их взаимодействие.
- Связь законов, их свойств и различий.
- После решения указанных проблем – составление сетки зависимостей между всеми этими фактами.
- На основе решения поставленных проблем и учитывая опыт биологических исследований определить целесообразность и возможность дальнейшей аксиоматизации в языкознании.

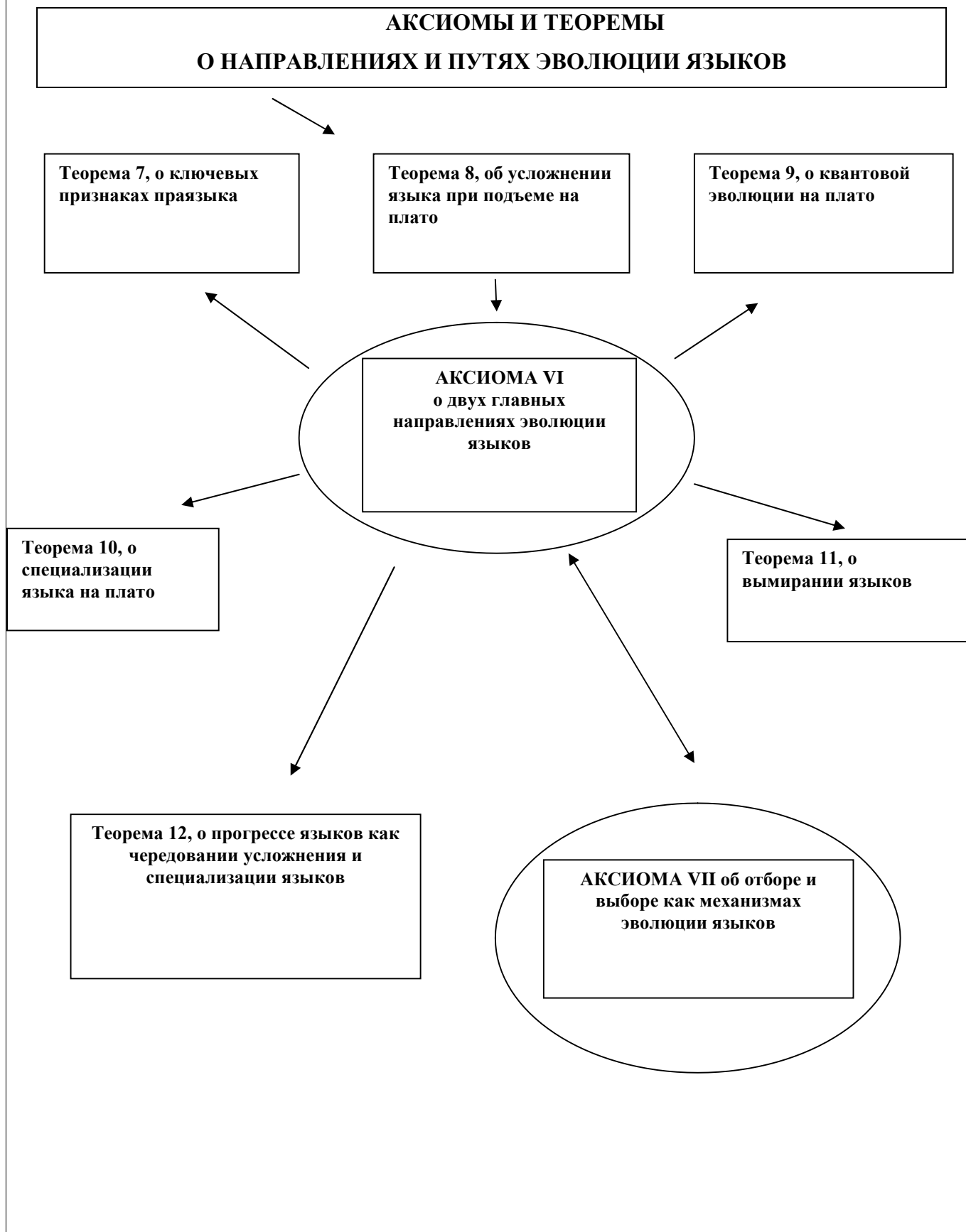
Целесообразно продолжить поиск преломления других общесистемных законов в обеих науках.

Аксиомы и теоремы языкознания

ОБЩИЕ АКСИОМЫ О ЯЗЫКАХ И ИХ ЭВОЛЮЦИИ



Аксиомы и теоремы языкознания



Законы эволюции языков

ГРУППЫ ЗАКОНОВ ЯЗЫКОЗНАНИЯ	ЗАКОНЫ ЯЗЫКОЗНАНИЯ
Общие законы о языках и их эволюции	Закон I, о языках как развивающихся системах
	Закон II, о языках как индивидуальных системах
	Закон III, о языках как наиндивидуальных системах
	Закон IV, об историческом развитии языков
	Закон V, о непрерывности эволюции языков
	Закон VI, о неравномерности эволюции языков
	Закон VII, о необратимости эволюции языков
	Закон VIII, об ограничениях в эволюции языков на каждом этапе их развития
Общие законы эволюции языков как адаптациогенеза	Закон IX, о цели развития языков
	Закон X, о дивергенции языков
	Закон XI, о конвергенции языков
Общие законы о направлениях и путях эволюции языков	Закон XII, о двух главных направлениях эволюции языков
	Закон XIII, о праязыке
	Закон XIV, об усложнениях языка при восхождении на новое языковое плато
	Закон XV, о квантовой эволюции языков
	Закон XVI, о специализации языка на языковом плато
	Закон XVII, о вымирании языков
	Закон XVIII, о прогрессе как чередовании главных направлений эволюции языков – усложнении и специализации
Общий закон о механизмах эволюции языков	Закон XIX, об отборе и выборе языков

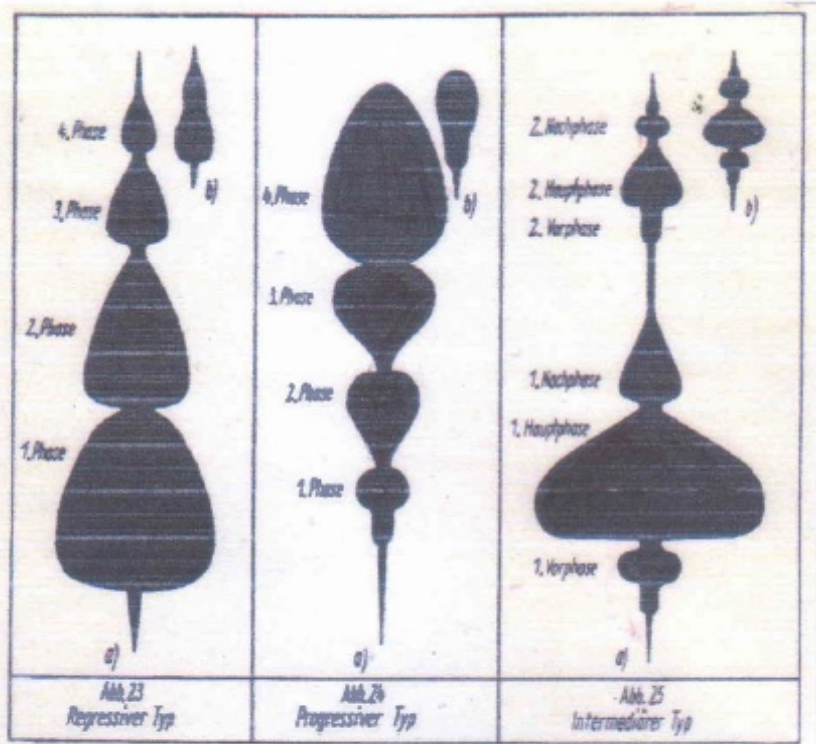


Рис. 1

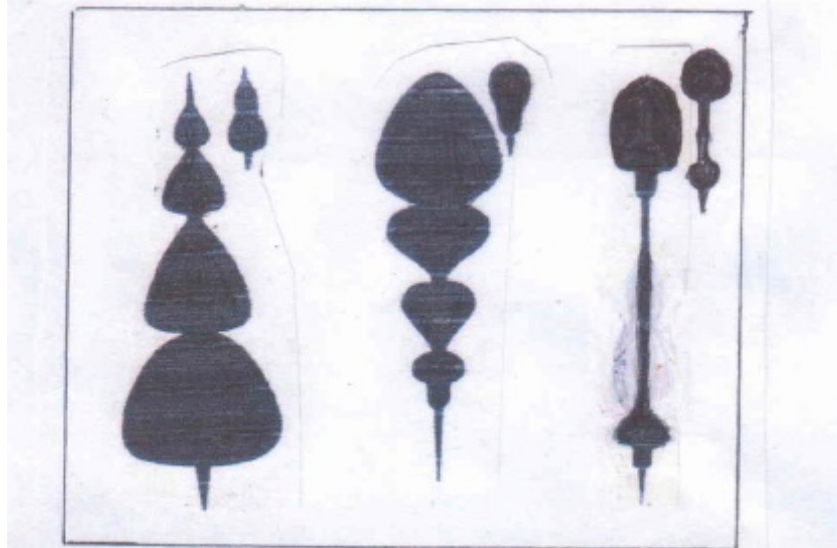


Рис. 2

Рис. 1. Схематическое изображение трех основных типов филогенеза животных; слева – регрессивный тип, посередине – прогрессивный тип, между ними – промежуточный тип. Внизу – многофазовые, вверху – однофазовые траектории филогенеза.

Рис. 2. Регрессивному типу эволюции соответствует история латинского языка. Прогрессивному типу соответствует история английского языка. Промежуточный тип заменен аналогичной схемой развития иврита (воскрешения языка). Перехваты между расширениями многофазовых фигур соответствует периодам кризисов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Британская империя [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Британская_империя.
2. Дарвин Ч. Сочинения / Чарльз Дарвин. – Т. 3. – М. : Изд-во АН СССР, 1939. – 736 с.
3. Дилтс Р. Моделирование с помощью НЛП / Р. Дилтс. – СПб. : Литер, 2000. – 288 с. (Серия «Практикум по психотерапии»).
4. Ейгер Г.В. К построению биолингвистики (классификации в лингвистике и эволюционной биологии) / Г.В. Ейгер, В.М. Эпштейн // Donetsk National University, Faculty of foreign languages. *Studia germanica et romanica*. – 2005. – V. 2. – № 2 (5). – P. 42-67.
5. Кашеварова А.Е. Об аксиоматическом конструировании русской орфографии / А.Е. Кашеварова // Вопросы металингвистики. – ЛГУ, 1973. – С. 118 – 136.
6. Комлев Н.Г. Компоненты содержательной структуры слова / Н.Г. Комлев; [3-е изд., стереотип.]. – М. : КомКнига, 2006. – 192 с.
7. Кун Т. Структура научных революций / Томас Кун. – М. : Прогресс, 1977. – 300 с.
8. Лингвистический энциклопедический словарь / [гл. ред. В.Н. Ярцева]. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – 683 с.
9. Раутиан Г.С. Динамика эволюционного преобразования наследственных признаков на примере полового диморфизма обыкновенного тетерева / Г.С. Раутиан // Проблемы молекулярной и популяционной генетики. – М. : Наука, 1988. – С. 61–68.
10. Ревзин И.И. Структура языка как моделирующей системы / И.И. Ревзин. – М. : Наука, 1978. – 267 с.
11. Северцов А.Н. Морфологические закономерности эволюции / А.Н. Северцов. – М.-Л. : Изд-во АН СССР, 1939. – 610 с.
12. Симпсон Дж.Г. Темпы и формы эволюции / Дж.Г. Симпсон. – М. : Госиздат, 1948. – 357 с.
13. Шмальгаузен И.И. Проблемы дарвинизма / И.И. Шмальгаузен. – Л. : Наука, 1969. – 470 с.
14. Эпштейн В.М. Версия современной теории эволюционной систематики / В.М. Эпштейн // Труды Зоологического института РАН. Приложение 1. Вид и видообразование. Анализ новых взглядов и тенденций. – М. : Товарищество научных изданий КМК, 2009. – С. 272–293.
15. Эпштейн В.М. Философия систематики. Книга шестая. Общая теория развивающихся систем (прогресс в живой природе и обществе). Утверждения и комментарии / В.М. Эпштейн. – Гельзенкирхен : Edita Gelsen, 2011. – 182 с.
16. Müller A.H. Über einen Neufund von *Halicynne plana* und die systematische Stellung von *Halicynne* / A.H. Müller // *Paläontologische Zeitschrift*. – 1955. – No 29. – S. 131–135.

17. Yeyger G.V. Biolinguistics – Status, Problems and Solutions in Connection with General Theory of Developing Systems (GTDS) / G.V. Yeyger, V.M. Epshtein // Proceedings of WOSC 13th International Congress on Systems and Cybernetics. Natural Systems and Plenary Session. – Ljubljana, 2005. – V. 8. – P. 31–38.
18. Watzlawick P. Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien / P. Watzlawick. – Bern et al. : Huber, 1993. – 271 S.

REFERENCE

- Britanskaja imperija [the British Empire]. Available at: http://ru.wikipedia.org/wiki/Британская_империя. (in Russian)
- Darvin, Ch. (1939). *Sochineniya [A collection of works]* (Vol. 3). Moscow: AS USSR Publ. (in Russian)
- Dilts, R. (2000). *Modelirovanie s pomoshh'ju NLP (Serija «Praktikum po psihoterapii») [Modeling Using NLP (“Psychotherapy Practicum” Series)]*. Saint Petersburg: Liter Publ. (in Russian)
- Ejger, G.V., and Jepshtejn, V.M. (2005). K postroeniju biolingvistiki (klassifikacii v lingvistike i jevoljucionnoj biologii) [On construction of biolinguistics (classifications in linguistics and evolutionary biology)]. *Studia germanica et romanica*, 2(5), 42-67. (in Russian)
- Jarceva, V.N. (Ed.) (1990). *Lingvisticheskij jenciklopedicheskij slovar' [An encyclopedic dictionary of linguistics]*. Moscow: Sov. enciklopediya Publ. (in Russian)
- Jepshtejn, V.M. (2009). Versija sovremennoj teorii jevoljucionnoj sistematiki [A version of the modern theory of evolutionary systematics]. In: *Trudy Zoologicheskogo instituta RAN. Prilozhenie 1. Vid i vidoobrazovanie. Analiz novyh vzgljadov i tendencij [Proceedings of the Zoological Institute of the Russian Academy of Sciences. Supplement 1. Species and Speciation. Analysis of new perspectives and tendencies]*. Moscow: KMK Scientific Press LTD Publ., pp. 272-293. (in Russian)
- Jepshtejn, V.M. (2011). *Filosofija sistematiki. Kniga shestaja. Obshhaja teorija razvivajushhihsja sistem (progress v zhivoj prirode i obshhestve). Utverzhdenija i kommentarii [Philosophy of Systematics. Volume 6. General theory of developing systems (progress in nature and society). Statements and commentaries]*. Gelsenkirchen: Edita Gelsen Publ. (in Russian)
- Kashevarova, A.E. (1973). Ob aksiomatičeskom konstruirovanii russskoj orfografii [On axiomatic construction of the Russian orthography]. In: *Voprosy metalingvistiki [Issues of metalinguistics]*. Leningrad: LSU Publ., pp. 118-136. (in Russian)
- Komlev, N.G. (2006). *Komponenty soderzhatel'noj struktury slova [Components of the semantic structure of the word]* (3rd edn, reimp.). Moscow: KomKniga Publ. (in Russian)

- Kun, T. (1977). *Struktura nauchnyh revoljucij [The structure of revolutions in science]*. Moscow: Progress Publ. (in Russian)
- Müller, A.H. (1955). Über einen Neufund von *Halicyné plana* und die systematische Stellung von *Halicyné*. *Paläontologische Zeitschrift*, 29, 131-135.
- Rautian, G.S. (1988). Dinamika jevoljucionnogo preobrazovanija nasledstvennyh priznakov na primere polovogo dimorfizma obyknovenного tetereva [The dynamics of the evolutionary transformation of hereditary features using the example of sexual dimorphism of the black grouse]. In: *Problemy molekularnoj i populjacionnoj genetiki [Issues of molecular and population genetics]*. Moscow: Nauka Publ., pp. 61-68. (in Russian)
- Revzin, I.I. (1978). *Struktura jazyka kak modelirujushhej sistemy [The structure of the language as a modeling system]*. Moscow: Nauka Publ. (in Russian)
- Severcov, A.N. (1939). *Morfologicheskie zakonomernosti jevoljucii [Morphological regularities of evolution]*. Moscow and Leningrad: AS USSR Publ. (in Russian)
- Shmal'gauzen, I.I. (1969). *Problemy darvinizma [Darwinism issues]*. Leningrad: Nauka Publ. (in Russian)
- Simpson, Dzh.G. (1948). *Tempy i formy jevoljucii [Tempo and mode in evolution]*. Moscow: Gosizdat Publ. (in Russian)
- Watzlawick, P. (1993). *Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien*. Bern et al.: Huber.
- Yeuger, G.V., and Epshtein, V.M. (2005). Biolinguistics – Status, Problems and Solutions in Connection with General Theory of Developing Systems (GTDS). *Proc. WOSC 13th Int. Congress on Systems and Cybernetics. Natural Systems and Plenary Session* (vol. 8). Lüblana, 31-38.

Ейгер Генрих Вильгельмович – доктор филологических наук, профессор, Гамельн, Германия; e-mail: yeuger@rambler.ru

Эпштейн Вениамин Миронович (1929–2014) – доктор биологических наук, профессор, Вупперталь, Германия.

УДК 80К 3:8020

АНГЛОЯЗЫЧНАЯ РЕКЛАМА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ: ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ Д.М. Павкин (Черкассы, Украина)

Д.М. Павкин. Англоязычная реклама продуктов питания: лингвокогнитивный анализ. В статье предложен анализ концептуальной основы англоязычных текстов, рекламирующих продукты питания. Исследование осуществляется по трем направлениям: моделирование концептуальной организации рекламируемых товаров, определение характеристик этих товаров и выявление других составляющих концептуальной структуры исследуемых текстов. Полученные результаты позволили сделать выводы относительно типичного пищевого набора носителей английского языка, а также относительно необходимых составляющих рекламных текстов, которые, по мнению их авторов, обеспечивают успешное продвижение рекламируемых товаров.

Ключевые слова: базисные фреймы, домен, концептосфера, пропозициональные схемы, рекламный текст, роли.

Д.М. Павкін. Англomовна реклама продуктів харчування: лінгвокогнітивний аналіз. У статті запропоновано аналіз концептуального підґрунтя англomовних текстів, які рекламують продукти харчування. Дослідження здійснюється за трьома параметрами: моделювання концептуальної організації рекламованих товарів, визначення ознак цих товарів та виявлення інших складових концептуальної структури досліджуваних текстів. Отримані результати дозволили зробити висновки щодо типового харчового набору носіїв англійської мови, а також щодо необхідних складників рекламних текстів, котрі, на думку їхніх авторів, забезпечують успішне просування рекламованих товарів.

Ключові слова: базисні фрейми, домен, концептосфера, пропозиційні схеми, рекламний текст, ролі.

D.M. Pavkin. Food advertisement in English: a cognitive linguistic analysis. The paper aims to expose conceptual background underlying English language texts advertising food. The analysis of such texts has three objectives in view: to model the conceptual arrangement of products the texts advertise, to expose the features of these products, and to determine other conceptual constituents of the advertisements. The author argues that the obtained data pertain to the contents of a typical grocery basket native speakers of English consume and reveal the necessary elements of food advertisements which help to successfully promote the products in the marketplace.

Key words: basic frames, conceptual sphere, domain, food advertisement text, propositional schemas, roles.

Исследования, посвященные анализу рекламного текста [Абрамова 1981; Маслова 1999; Кара-Мурза 2001; Соколова 2003; Маевская 2006], отмечают то, что рекламный текст (РТ) отличается от других текстов сжатостью и экспрессивностью [Мойсеенко 1994: 123; Гаращенко 1999: 16]. Важными

составляющими таких текстов является их структурно композиционные уровни, сочетание которых влияет на запоминание сообщения [Белова 2003: 192; Раду 2004: 21]. Ориентация РТ на восприятие потенциальным потребителем товаров и услуг требует определенного упорядочивания информации ради достижения цели – заставить человека купить рекламируемый товар или услугу. Именно поэтому перспективными становятся исследования РТ с точки зрения когнитивной лингвистики [Анопина 1997; Рогозина 2003], которая направлена на выявление закономерностей организации информации, обозначенной языковыми знаками.

Актуальность темы статьи определяется ее принадлежностью к современной когнитивной парадигме, которая рассматривает любой текст (в том числе и рекламный) как пакет вербализованной информации, анализ которой позволяет сделать определенные выводы относительно организации мышления человека. **Целью** исследования является определение концептуальной структуры англоязычной рекламы продуктов питания.

Объектом анализа выступают тексты англоязычной рекламы продуктов питания. **Предметом** исследования является концептуальная структура текстов такой рекламы. **Материал** исследования представлен 90 текстами англоязычной рекламы продуктов питания, выявленными в англоязычных печатных периодических изданиях *Reader's Digest*, *Redbook*, *Newsweek*, *People*, *Harper's Bazaar* и *US Airways Magazine*.

Подобно другой продукции масс-медиа, реклама материализуется в виде готового оформленного медиа-текста. Причем, понятие «текст» относительно сферы массовой информации используется не только для обозначения собственно текстового вербального ряда; оно приобретает черты объемности и многомерности, включая в себя такие важные для медиа-продукции составляющие, как визуальный ряд в его графическом или телевизионном воплощении, а также (в электронных СМИ) аудиоряд [Назаров 2002: 37–38]. То есть, понятие «РТ» относится не только к словесному ряду; оно содержит совокупность экстралингвистических компонентов: графику, образы, звуки и тому подобное, конкретный набор которых зависит от рекламоносителя средств массовой информации [Goddard 1998: 76].

В общей структуре рекламы (вербальный ряд, визуальный ряд, аудиоряд) наиболее значимым ее компонентом и существенным коммуникативным ходом является РТ. Основные категории текста (целостность, связность, информационная самодостаточность и выделяемые в последнее время адресатность, эмотивность, оценочность [Кубрякова 1991: 86]) релевантны и для РТ, однако они специфически трансформируются в нем в соответствии с конвенциональными правилами представления сообщения в рекламе, ведь современная реклама ориентирована не на логику, а в большей степени на эмоции адресата [Добровена 2005: 13].

Язык рекламы имеет специфический характер, который предусматривает использования тех языковых средств, которые способны наиболее эффективно

повлиять на сознание читателей или слушателей, убедить их в целесообразности тех или иных поступков [Абрамова 1981: 76]. РТ присущи сжатость и однородность, высокая степень смысловой компрессии, субъективность и имплицитность, эмотивность и экспрессивность. Последняя достигается использованием широкого диапазона стилистических приемов и выразительных средств на всех языковых уровнях (аллюзия, метафора, сравнение, параллелизм, разного рода повторы, аллитерация, эвфония, ономотопея и так далее). Часто употребляются глаголы повелительного наклонения, личные и притяжательные местоимения 2-го лица, коннотативные прилагательные и тому подобное [Мойсеенко 1994: 123]. Кроме того, в РТ при использовании единиц разных языковых уровней присутствует своеобразная «игра», «игровое» языковое творчество, которое способствует созданию силы привлекательности рекламы. Языковая игра становится механизмом формирования манипулятивной игры, рассчитанной на определенный эмоциональный эффект у потребителя благодаря трансформациям в значениях слов, неожиданному их сочетанию, использованию иноязычной лексики, структурной эффективности компонентов рекламы.

В создании РТ важным является не факт отступления от канона, что свойственно игровым моментам, а новая организация языковых элементов, нетрадиционные способы номинации, связанные с поисками чего-то необычного, яркого, запоминающегося. Можно утверждать, что реклама – это своеобразная стенограмма диалога особенного вида: сложные взаимоотношения созданного РТ и создаваемого контекста, который влияет, информирует, манипулирует, короче говоря, контекста, созданного уже адресатом [Маевская 2006: 21].

Выявление оптимальной языковой детерминации как социального, так и индивидуального поведения людей является основной целью адресанта рекламного сообщения. Имитируя непринужденность вещания, рекламодатель стремится создать ощущение непосредственного общения, особенная доверительность которого способствует восприятию рекламной информации. И если ранее обращение к потребителю было как к массе, то теперь преобладает идентификация потребителя-индивидуума [Зірка 2005: 19].

Важным свойством РТ является оценочный компонент, для передачи которого также задействованы единицы разных языковых уровней. На лексико-семантическом уровне этом способствуют маркеры «уникальности» (*only, super, special* и тому подобное), прилагательные превосходной степени сравнения (*the most admired, the best, the world's largest*), стилистически окрашенные определения (*oh-so-good-to-be-alive feeling*) [Маслова 1999: 55].

Конечная цель рекламы заключается в том, чтобы заставить покупателя предпринять определенные действия (например, купить). В своих действиях каждый человек руководствуется определенными мотивами, поскольку обычно любая деятельность мотивирована. Реклама является полимотивированной, а мотивы выступают не только как категории психологии, но и как структурно-

семантический компонент РТ; они реализуются в тех или иных словоформах, которые и являются «ключевыми словами» РТ (*personal share, super price, at a discount, free, low (price), buy cheap, presents, sale* и т.д.) [Зірка 2005: 21].

Поскольку для достижения цели рекламное сообщение должно создаваться с учетом позиции адресата [Анопина 1997: 46], ориентация на предполагаемого адресантом адресата, которым выступает многочисленная аудитория, предопределяет отбор: а) формы рекламного сообщения: например, «рецепт» – для женщин-домохозяек; б) его семантического наполнения: «энергия», «успех» – для мужчин; в) говорящего, причем гендерное соответствие не обязательно, то есть сугубо женские товары могут рекламировать мужчины и наоборот; г) просодического оформления – планирование просодической организации в соответствии с коммуникативно-прагматической нагрузкой дискурса.

Очевидно, что в РТ, как в ни одном другом виде текстов, проявляется антропоцентричность, которая и выступает основной категорией РТ, определяющей не только его специфические черты, но и наполняющей их особенным содержанием. Большинство исследователей рекламы сходятся во мнениях: с помощью РТ реализуется влияние на адресата (потребителя), происходит своеобразное его зомбирование. В настоящий момент стало очевидным, что реклама – это феномен и ментальности, и человеческой психики, где важными является как лингвальные, так и экстралингвальные компоненты [Зірка 2005: 6].

Исходя из вышеизложенного, РТ определяем как функционально организованное экстралингвальными и лингвальными знаками сообщение (обращение), сосредоточенное на ситуации рекламного общения с целью формирования благоприятных прагматичных моделей социального поведения; оно воспринимается индивидами (адресатами) как самостоятельный рационально и эмоционально обоснованный коммуникативный акт, который создает и поддерживает соответствующую репутацию субъектов государственной и частной деятельности [Зірка 2005: 13].

Жанры РТ различаются способом контакта участников коммуникации. Средство контакта сочетает пространственный и темпоральный аспекты акта говорения – опосредованность (непосредственность контакта (прямой, не прямой) и длительность контакта (сжатый, средний, длительный)) [Маслова 1999: 56]. Эти признаки условно разделяют рекламу на три жанра: короткую рекламу, которая образует товарное или фирменное имя, слоган, фразу (малый жанр), рекламное объявление (средний жанр) и рекламную статью (большой жанр) [Кирилова]. Исследуемая нами реклама, по сути, сочетает малый и средний жанры, образуя «комбинированный жанр».

Отображением специфики РТ и залогом успеха рекламы является его квалифицированно выстроенная композиция. Другими словами, на способность рекламного сообщения запоминаться влияет его удачная структуризация [Белова 2003: 114].

Первый структурно композиционный уровень РТ – это уровень заглавия, который состоит из собственно заглавия (самостоятельного структурного компонента) и дополнительных компонентов. Вторым уровнем РТ является уровень вербального текста, который образует самостоятельный, отдельно структурированный, компонент и может включать такие дополнительные компоненты как подзаголовок, слоган, вербальные и невербальные вставки и др. Третий уровень РТ содержит вербальные и невербальные элементы РТ, которые идентифицируют автора. Наличие в каждом РТ всех составляющих не является необходимым, хотя присутствие рекламного заглавия есть почти обязательным. Наличие других частей определяется видом товара (услуги) и зависит от некоторых других характеристик [Раду 2004: 17]. Следовательно, учитывая изложенное выше, возможно выделить обязательные и существенные отличительные особенности РТ, благодаря наличию которых конкретный текст можно отнести к рекламному [Лисичкина 2005: 13–14] (см. Таблицу 1).

Таблица 1

Отличительные особенности РТ

Вид отличия	Суть отличительных признаков
Роль экстралингвальных факторов	Экстралингвальный уровень детерминирует тот или иной словесный ряд и объем РТ
Специфика объекта РТ	В зависимости от семантического наполнения объекта, которым является рекламный продукт или услуга, изменяется лингвальное наполнение РТ.
Прагматичная направленность РТ	С помощью языковых и/или графических средств рекламный текст как особенное языковое явление побуждает адресата к определенным действиям.
Когнитивные условия создания РТ	Осуществление влияния на мнения и ценностные установки адресата, формирование определенных знаний, образов, позитивного отношения к объекту РТ.
Семиотический характер РТ	В РТ используются разные типы знаков (языковые, иконические знаки, символы и тому подобное), что связано с функцией замещения и с отношением между языковым знаком и обозначаемым объектом.
Образность РТ	Способность передавать содержащиеся в тексте идеи через словесные и чувственно воспринимаемые образы.

Комплексность влияния РТ	Взаимодействие текста и изображение является основой комплексного рекламного влияния, которое имеет специфику, основанную в первую очередь на слиянии словесной и образной систем.
--------------------------	--

В центре современной лингвистики находится языковая личность с разнообразными функциями и ценностями. Именно РТ имеет возможность идентифицировать эти ценности [Назаров 2002: 49]. Поскольку человек живет и взаимодействует в определенном социуме, в пределах определенной культуры, то на организацию рекламы и РТ влияют этнокультурные факторы. Функционирование и восприятие РТ как составной части культуры невозможно без учета социокультурного контекста, что позволяет раскрыть особенности менталитета народа, обусловленные историей его развития, условиями существования и другими факторами [Маевская 2006: 51].

Текст (в том числе и рекламный) как языковая структура является объектом исследованием не только лингвистики текста, но и когнитивной лингвистики, для которой важным является поиск ответа на вопрос о том, как представленные в языке знания используются в речи, а именно при порождении текстов. Тип текста предопределяет его каноническую структуру, и логично предположить, что в основе концептуальных моделей текстов, которые рекламируют продукты питания, лежит универсальная схема, определенный семантический «фильтр» [Налимов 1989: 113], который «отцеживает» информацию и организует ее определенным, только для рекламного текста свойственным, образом.

Предлагаемый ниже анализ рекламирующих продукты питания англоязычных текстов осуществляется по трем направлениям: моделирование концептуальной организации рекламируемых товаров, определение типичных характеристик этих товаров и выявление других составляющих концептуальной структуры исследуемых текстов.

Анализ концептуальной организации продуктов питания в англоязычной рекламе производится с использованием понятий «домен» и «концептосфера». В когнитивной лингвистике под доменом (domain) понимают любую целостную область концептуализации, относительно которой определяется значение языкового знака [Жаботинская 2008: 365–366]. В широком понимании доменом может быть любой концепт или область опыта, в том числе и та, которая задается в пространстве текущего дискурса [там же: 365]. В трактовке Р. Ленекера термин «домен» употребляется как относительно всей фоновой информации, необходимой для идентификации значения языковой единицы, так и относительно отдельных конститuentов этого фона [см. Жаботинская 2004: 87]. С.А. Жаботинская терминологически разграничивает эти два понятия. Для обозначения фоновой информации, взятой в целом, она вводит термин «концептосфера», а для обозначения конститuenta ее структуры, имеющего разную степень обобщенности, оставляет термин «домен» [там же: 89]. Домен может содержать субдомены, составляющие которых определяются

как парцеллы, то есть более мелкие понятийные категории [Нижегородцева-Кириченко 2000: 7].

Осуществленный анализ 90 англоязычных РТ продуктов питания позволяет утверждать, что все рекламируемые продукты питания образуют одноименную концептосферу, в состав которой входят три домена: ГОТОВЫЕ БЛЮДА, СЫРЫЕ ПРОДУКТЫ и НАПИТКИ. В рамках первого домена выделяются субдомены **основные блюда, кондитерские изделия, хлебобулочные изделия и приправы**; второго – **продукты растительного происхождения и продукты животного происхождения**; третьего – **алкогольные напитки и безалкогольные напитки**. Субдомен **продукты растительного происхождения** включает парцеллы *овощи* и *фрукты*, а субдомен **продукты животного происхождения** – парцеллы *молочные продукты, мясные продукты и яйца*.

Как свидетельствуют результаты анализа (см. Таблицу 2), наиболее количественно представленным доменом выявленной концептосферы является ГОТОВЫЕ БЛЮДА – 45 РТ (50% от общего числа).

Таблица 2

**Концептосфера «Продукты питания»:
частотность доменов, субдоменов и парцелл**

Домены/субдомены/парцеллы	Абсолютное количество	В %
Готовые блюда	45	50
Кондитерские изделия	20	22,2
Основные блюда	16	17,8
Хлебобулочные изделия	5	5,6
Приправы	4	4,4
Сырые продукты	24	26,7
Продукты животного происхождения	19	21,1
Мясные	12	13,3
Молочные	5	5,6
Яйца	2	2,2
Продукты растительного происхождения	5	5,6
Овощи	3	3,4
Фрукты	2	2,2
Напитки	21	23,3

Безалкогольные	15	16,7
Алкогольные	6	6,6
Всего	90	100

В пределах этого домена субдомен **кондитерские изделия** представлен в наибольшем количестве (20 РТ – 44,5% домена), например:

"Bet you didn't think a homebaked cookie this chocolatey & chewy could be this easy" (RD: 13);

"This delicious One Bowl Holiday Fudge will really make a lasting impression when you make it with Baker's Chocolate and Diamond Walnuts" (R: 50).

Субдомен **основные блюда** представлен 16 примерами РТ, что составляет 35,5% домена, например:

"Our Chicken Pie has an extra-flaky crust, chunks of real chicken, crisp vegetables and mushrooms in a delicate cream sauce" (PJ30: 18);

"Our hand-made Garganelli pasta – a tradition as distinct as the experience" (AM: 48).

Субдомен **хлебобулочные изделия** представлен 5 РТ (11,2% этого домена), например:

"Introducing New Lunchables Jr. with Ritz mini crackers, turkey & mozzarella taste" (NF24: 18).

Составляющие субдомена **приправы** зафиксированы в 4 РТ (8,8% этого домена), например:

"Simply add 1/2 cup Lea & Perrins Worcestershire Sauce to 2 pounds steak and marinate for 30 minutes or more" (NM23: 2);

"The custom blend of select herbs and species in McCormick Slow Cookers guarantees delicious, slow cooked flavor every time" (RD: 68).

В рамках домена **СЫРЫЕ ПРОДУКТЫ**, упомянутого в 24 РТ (26,6% от общего числа), наиболее количественно представлен субдомен **продукты животного происхождения** – 19 РТ (79,2% домена). Он включает парцеллу **мясные продукты** (12 РТ), например: "Mommy says it would be great if we could get some bacon as it YOOST TO TASTE, granny is always talking about traditional things like good wholesum tasty bacon" (R: 122), парцеллу **молочные продукты** (5 РТ), например: "So here's a clue: Studies suggest the nutrients in 3 glasses a day of lowfat or fat free milk can help you maintain a healthy weight, and the protein helps build muscle for a lean body" (NF17: 10) и парцеллу **яйца** (2), например: "Andrew Good delivers newspapers, rides a bike to school, aces his math tests, plays football, takes piano lessons, reads comic books, Loves an egg a day – the incredible edible egg: Keep yourself going with the all-natural, high-quality protein only found in eggs" (PJ30: 55).

Субдомен продукты растительного происхождения представлен 5 РТ (20,8% домена) и включает у себя парцеллу **овощи** (3 РТ): "We Make Our Vegetables Delectable" (НВ: 8) и парцеллу **фрукты** (2 РТ): "Eating the

recommended 5-9 servings of fruits daily can be challenging – 100% made with natural organic ingredients! delicious Fruit Flavor" (NM23: 16).

Домен НАПИТКИ представлен 21 РТ (23,3% общего количества) и включает два субдомена. Субдомен **безалкогольные напитки** представлен 15 РТ (71,4% домена), например: *"Welch's 100% grape juice has twice the antioxidant power of orange juice and helps protect your immune system"* (RD: 81); *"The perfect place for your Vanilla Latte? Your Purse"* (PJ30: 92).

Субдомен **алкогольные напитки** представлен 6 РТ (28,6% домена), например: *"Probably The Best Beer In The World. Carlsberg"* (R: 80), *"At the Jack Daniel Distillery, you can taste for yourself why our whiskey is the smoothest in the world"* (AM: 125).

Частотность употребления рекламируемых продуктов питания представлена в Таблице 3.

Таблица 3

**Частотность употребления продуктов питания
в англоязычной рекламе**

Продукт	Абсолютное количество	В %
Coffee	7	7,9
Candies	6	6,7
Cookies	5	5,6
Ragout	5	5,6
Non-alcoholic nutritive beverages	5	5,6
Milk	4	4,5
Chocolate	4	4,5
Chicken Pie	4	4,5
Soup	4	4,5
Cakes	3	3,3
Cereals	3	3,3
Vegetables	3	3,3
Juice	3	3,3
Roast meat	2	2,2
Burgers	2	2,2
Sausages	2	2,2
Bacon	2	2,2
Entree	2	2,2
Crackers	2	2,2
Sauce	2	2,2
Herbs and species	2	2,2
Beer	2	2,2
Eggs	2	2,2
Yogurt	2	2,2

Pudding	1	1,1
Pumpkin Pie	1	1,1
Ham	1	1,1
Fruit	1	1,1
Almonds	1	1,1
Whiskey	1	1,1
Wine	1	1,1
Gin	1	1,1
Vodka	1	1,1
Ice cream	1	1,1
Spaghetti	1	1,1
Cheese	1	1,1
Всего	90	100

Как свидетельствуют приведенные в таблице данные, типичными продуктами в меню среднестатистического носителя английского языка являются супы, мясные и мучные блюда с приправами или зерновые продукты (каши, хлопья), а также десерт (конфеты, пирожные, шоколад), который сопровождается, как правило, безалкогольными напитками (соком или кофе).

Вторым этапом нашего анализа является определение концептуальной структуры характеристик рекламируемых продуктов питания. Такие характеристики выступают предикатами пропозициональных схем пяти базисных фреймов [Жаботинская 2011: 57–58]. Общее количество характеристик составляет 191 употребление, что значительно больше, чем количество самих РТ. Это объясняется тем, что в одном РТ, как правило, содержится несколько характеристик рекламируемого продукта.

Самыми частотными характеристиками продуктов питания оказались те, которые соответствуют предикатам пропозициональных схем предметного фрейма (114 употреблений – 59,7% от общего числа). Наиболее представленной оказалась качественная схема (62 употребления). Эта схема содержит информацию о качественных признаках рекламируемых продуктов, а именно:

а) вкус (23 употребления):

"Whole roasted almonds surrounded by our delicious milk chocolate, then covered with a colorful 'M&M's' candy shell. So that they taste as good on the outside as they do on the inside " (RD: 19);

"And best of all, every bite of our Chicken Pie has that home cooked taste that you expect from Stuffier's" (NM16: 36);

б) запах (19 употреблений):

"There's no mistaking the full, juicy flavor of a Johnsonville Smoked Brat" (НВ: 27);

"It's Honey Mango Barbeque Chicken, just one of our new Fruit Inspirations meals, where vibrant flavor comes from big chunks of fruit" (NF17: 16);

в) тактильные характеристики (10 употреблений):

"Fact is, we use the same ingredients that you would, like crisp carrots and celery, savory mushrooms and tender pieces of chicken" (NM23: 43);

г) форма (6 употреблений):

"Simply melt squares of real Baker's Chocolate in your microwave and you can do your melting and mixing in one bowl" (RD: 103);

д) цвет (3 употребления):

"New Dark Mayan Chocolate, a delectable experience from General Foods International" (NF24: 40);

"You can still enjoy grilled, marinated all-white meat chicken, seasoned beef and even Carne Asada Steak" (AM: 12);

е) цена (доступность) (1 употребление):

"Keep your pockets happy (for your writing desk or car) – 3 cakes. 100 calories. Real satisfaction" (HB: 97).

Эвалюативная схема насчитывает 21 употребление характеристик и содержит информацию об оценке товара. Такая оценка может быть четырех типов:

а) эмотивная оценка (общее одобрение/неодобрение продукта) (7 употреблений):

"25 % less coverage. Bad. 25% less sugar. Good" (NF24: 25);

"They help supercharge for burning – and they're so good, you lose pound after pound without giving up taste" (NM16: 41);

б) модусна оценка (сообщает о чувствах и состояниях, вызванных продуктом) (7 употреблений):

- чувство любви: "A great-tasting lunch fuels their active minds – Give 'em lunch they're guaranteed to love" (RD: 23);

- состояние удовлетворения: "Look for a wedge and a splash, and find the hidden pleasure in refreshing Seagram's Gin", "Send your tastebuds to heaven with dishes that delight all senses" (R: 13);

- чувство радости: "A good source of protein and calcium. Wholesome fun for your little one" (PJ30: 60);

в) утилитарная оценка (сообщает о полезности продукта) (5 употреблений):

"So here's a clue: Studies suggest the nutrients in 3 glasses a day of low fat or fat free milk can help you maintain a healthy weight, and the protein helps build muscle for a lean body" (PJ30: 84);

г) эстетическая оценка (информирует об эстетике внешнего вида продукта) (2 употребления):

"Cure 81 ham. Always elegant" (HB: 149).

Темпоральная схема предоставляет информацию о времени существования рекламируемых продуктов и представлена 12 употреблениями характеристики, например:

"Every year, the Cosby family gives thanks for Grandma's delicious Double Layer Pumpkin Pie. And every year, the Cosby kids give thanks you didn't eat the

whole thing yourself" (RD: 16);

"She said after 40 years, two things kept business going: good service and great pasta" (PJ30: 59).

Локативная схема содержит информацию о местонахождении продукта и представлена 13 употреблениями характеристики, например:

"The perfect place for your Vanilla Latte? Your Purse" (RD: 119);

"The Milk chocolate Melts In Your Mouth – Not In Your Hand" (PJ23: 23).

Квантитативная схема сообщает о количестве рекламируемых продуктов. Она представлена 6 употреблениями характеристики, например:

"Once upon a time, there were a dozen eggs" (NM16: 39);

"Simply add 1/2 cup Lea & Perrins Worcestershire Sauce to 2 pounds steak and marinate for 30 minutes or more" (HB: 107).

Акциональный фрейм представлен в исследуемом материале 42 употреблением характеристик (22% от общего числа), которые сообщают, что продукт может выступать как:

а) фактитив (20 употреблений):

"Nescafe is a 100% pure coffee extract made from selected coffee beans" (PJ23: 58);

"Create your Cafe" (R: 117);

б) сирконстант (8 употреблений):

"Again this holiday season, Cure 81 hams will be donated to local charities when you purchase this with other products from Hormel Foods" (R: 20);

"This delicious One Bowl Holiday Fudge will really make a lasting impression when you make it with Baker's Chocolate and Diqjnonnd Walnuts" (NM23: 31);

в) агенс (6 употреблений):

"As soon as you sip the water we use, you can tell it's something special – that's because it flows, pure and iron-free, from a limestone spring located deep under the ground" (AM: 149);

г) пациенс (4 употребления):

"Again this holiday season, Cure 81 hams will be donated to local charities when you purchase this and other products from Hormel Foods" (NF24: 88);

д) аффектив (4 употребления):

"Imagine roasted chicken and diced mangos in a succulent honey barbeque glaze" (AM: 2);

"You can still enjoy grilled, marinated all-white meat chicken, seasoned beef and even Came Asada Steak" (PJ23: 10).

Посессивный фрейм в исследуемом материале представлен 18 употреблениями характеристик (9,4% от общего числа), а именно схемами инклюзивности, где продукт является контейнером (10 употреблений), например: *"New On The Go from General Foods International are individually wrapped single servings of your favourite coffeeshouse flavors"* (R: 89) и партитивности, где продукт является целым (8 употреблений), например:

"Our Chicken Pie has an extra-flaky crust, chunks of real chicken, crisp vegetables and mushrooms in a delicate cream sauce" (NM16: 52).

Идентификационный фрейм представлен в исследуемом материале 9 употреблениями характеристик (4,7% общего числа), а именно:

- схемой спецификации, где продукт является спецификатором (6 употреблений): *"Hot dog? I don't think so. There's no mistaking the full, juicy flavor of a Johnsonville Smoked Brat"* (NM23: 50);

- схемой классификации, где продукт выступает классификатором (3 употребления): *"Nescafe is a 100% pure coffee extract made from selected coffee beans"* (AM: 149).

Компаративный фрейм представлен в анализируемом материале схемами тождества, сходства и подобия (8 употреблений – 4,2% общего числа). Схема тождества представлена 5 употреблениями, например:

"Nescafe is coffee made immediately" (HB: 175);

"Coca-Cola is Coke, Coke is Coca-Cola" (RD: 60).

Схема сходства представлена 1 употреблением, например:

"New Fresco Menu makes the Taco Bell items you love just as tasty as the original, with 9 items, each with 9 grams of fat or less" (NM16: 29).

Схема подобия насчитывает 2 употребления, например:

"Coffee and chocolate are like me. The richer the better. Sweet with a dark side" (R: 5);

"In an Absolute World reality is only a starting point. The last stop before imagination takes over and we create a new world as ideal and inspired as our vodka" (AM 40).

Характеристики рекламируемых продуктов питания систематизированы в Таблице 4.

Таблица 4

Характеристики продуктов питания в рекламе

Характеристики	Количество употреблений	
	Абсолютное	В %
вкус	23	12,0
акциональность (фактитив)	20	10,5
запах	19	9,9
местонахождение	13	6,8
время существования	12	6,4
тактильные характеристики	10	5,2
инклюзивность	10	5,2
партитивность	8	4,2
акциональность (сирконстант)	8	4,2
модусная оценка	7	3,7

эмотивная оценка	7	3,7
форма	6	3,1
количество	6	3,1
акциональность (агенс)	6	3,1
идентификация (спецификатор)	6	3,1
утилитарная оценка	5	2,6
тождество	5	2,6
акциональность (пациенс)	4	2,1
акциональность (аффектив)	4	2,1
цвет	3	1,6
идентификация (классификатор)	3	1,6
эстетическая оценка	2	1,0
подобие	2	1,0
цена	1	0,6
сходство	1	0,6
Всего	191	100

Как видно из таблицы, основными характеристиками продуктов питания в англоязычной рекламе являются вкус, акциональность (фактитив) и запах. Также частотными признаками выступают место и время существования товара, его тактильные характеристики и инклюзивность. Очевидно, что для удачной рекламы необходимо сообщить потенциальному покупателю о вкусе и запахе продукта, о том, как готовится рекламируемый продукт-фактитив. Кроме того, важной является также информация о месте и времени, где и когда продукт можно приобрести или приготовить, а также какой он на ощупь и какие составляющие содержит.

Кроме самих продуктов РТ содержат другие элементы, или роли, – потребитель, производитель, эксперт и представитель власти.

«Потребитель» как роль выступает одной из главных благодаря самой структуре РТ, которая является достаточно каноничной. Ради убеждения потенциального потребителя, его имплицитно вводят в текст как лицо, которое уже приобрело определенный товар и извлекло из этого пользу [Соколова 2003: 8]. Важным для такой роли является прямое обращение к интенциям потребителя, ведь язык рекламы – это язык подсознания. Реклама товара «впечатывает» образы продукции в подсознание людей, создавая их символы, стереотипы, ассоциации с ними [Кара-Мурза 2001: 165–166]. Потребитель является одним из референтов рекламы. Референция к нему высказывается в репрезентации побудительного мотива путем условных придаточных предложений и императивов разного плана [Рогозина 2003: 95]. В рекламе продуктов питания информация подается по большей части от лица

потребителя, с его точки зрения, или же потребителя призывают к конкретному действию.

В анализируемых РТ роль «потребитель» оказалась второй за частотностью после роли «продукт» – 58 употреблений. Характеристики потребителя мы также подводим под предикаты пропозициональных схем базисных фреймов. Самыми употребляемыми тут оказались пропозициональные схемы акционального фрейма (42 употребления – 72,3% от общего числа). За частотностью схемы этого фрейма можно представить таким образом:

1) схема контактного действия выражает направленное действие, где потребитель-агнс действует на продукт-пациенс или аффектив (24 употребления):

"You eat lean protein, leafy greens, vegetables and sweet Atkins snacks. Then, add variety – nuts, fruit, whole grains and keep losing until you're at your goal" (PJ30: 58);

2) схема каузации, где потребитель-агнс создает продукт-фактив (11 употреблений):

"Everything you need, packed fresh, so you can create a delicious, hot and melty fresh-baked sandwich in a microwave minute" (R: 50);

3) схема состояния/процесса выражает ненаправленное действие потребителя-агенса (5 употреблений):

"Kids love it, because it's fun and tastes great. And with 25% less sugar, moms can feel good about serving it" (R: 81);

4) акциональная схема, в которой потребитель выступает сирконстантом (1 употребление):

"We don't just make dinner with CURE\81 ham. We make a statement with you" (RD: 23),

или же бенефактивом (1 употребление):

"Ensure gives an excellent balance of the protein, carbohydrate, vitamins and minerals for you, so that you stay healthy, energetic and more active" (RD: 81).

Предметный фрейм зафиксирован в 12 употреблениях (20,8% общего числа) и представлен в таких схемах:

1) темпоральная схема (5 употреблений):

"As soon as you sip the water we use, you can tell it's something special" (AM: 149);

2) локативная схема (3 употребления):

"AT THE JACK DANIEL DISTILLERY, you can taste for yourself why our whiskey is the smoothest in the world" (AM: 149);

3) схема способа бытия (2 употребления):

"Just because we're on a diet doesn't mean we can't GRAB DELICIOUS BY THE HORNS. The Skinny Cow ice cream sandwich is so big and satisfying you'll say YUMMY! I'd eat 'em even if I weren't Dieting." (R: 27);

4) квалитативная схема (духовные характеристики) (1 употребление):

"Sure we're dieting, but it can still be fun. I say be a little naughty and go for a dip!" (NM16: 108);

5) эвалюативная схема (эстетическая оценка) (1 употребление):

"With Skinny Dippers after all, we are good-lookin' Cowgirls in or out our birthday suit" (NM16: 108).

Компаративный фрейм зафиксирован в 2 употреблениях (3,5% от общего количества). Фрейм представлен схемами сходства (1 употребление):

"You'll feel like a kid in a candy store" (NF24: 64)

и подобия (1 употребление):

"Coffee and chocolate are like me. The richer the better" (НВ: 25).

Роль «потребитель» также представлена в схемах идентификационного (схема спецификации) и посессивного фреймов (схема собственности) – по 1 употреблению соответственно (1,7% от общего количества):

"If you're a high-fiber-cereal eater, don't settle for number two in taste. Choose Fiber One" (NF17: 166);

"With Skinny Dippers after all, we are good-lookin' Cowgirls in or out our birthday suits" (NM16: 108).

Подводя итог расчетам, можно определить самые характерные признаки потребителя в рекламных текстах продуктов питания (Таблица 5).

Таблица 5

Характеристики потребителя в рекламе продуктов питания

Характеристики	Количество употреблений	
	Абсолютное	В %
акциональность (агенс)	40	69
время существования	5	8,7
местонахождение	3	5,2
способ бытия	2	3,5
акциональность (сирконстант)	1	1,7
акциональность (бенефактив)	1	1,7
духовные характеристики	1	1,7
эстетическая оценка	1	1,7
сходство	1	1,7
подобие	1	1,7
идентификация (спецификатор)	1	1,7
посессивность (собственник)	1	1,7

Всего	58	100
--------------	----	-----

Итак, потребитель в исследуемых РТ по большей части выполняет определенное действие, направленное на продукты питания. Важными также являются часовая и пространственная локация потребителя.

Референция к производителю рекламируемого товара необходима для убеждения потребителя в действительно качественном товаре [Назаров 2002: 181]. Производитель фигурирует в РТ не часто, однако его появление имеет целью более авторитетное влияние на покупателя, его убеждение [Соколова 2003: 9]. Роль «производитель», которая является следующей за частотностью после потребителя, в исследуемых РТ зафиксирована в 17 употреблениях. Чаще всего производитель-агэнс делает продукт-аффектив ТАКИМ (схема контактного действия акционального фрейма – 10 употреблений):

"Without superfluous words... We simply feed tasty" (AM: 93).

Вторыми по частотности идут схемы предметного фрейма (5 употреблений):

1) локативна схема (3 употребления):

"At Jack Daniel Distillery, we've used this iron-free water since our founder settled here in 1866" (AM: 149);

2) темпоральная схема (2 употребления):

"30 years ago, we promised to always take care of each other ... Today we're still keeping that promise" (RD: 60).

Компаративный фрейм представлен 2 употреблениями схемы сходства:

"Kids have a fresh way of looking at things. So do we" (PJ30: 40);

"Stouffer's® dishes taste so much like delicious home cooking because we cook with the same care you would" (NM23: 44).

Итак, как свидетельствуют данные анализа, типичной характеристикой производителя продуктов питания является его действие, направленное на изменение этих продуктов.

Когда рекламную информацию хотят подать в более достоверной, проверенной форме, вводится роль эксперта – квалифицированного лица [Маевская 2006: 22], человека, который понимает в том или другом продукте. Роль представителя власти в РТ считается важной с целью обращения внимания потребителя на то, что производитель компетентен в своей сфере [Гаращенко 1999: 16]. Было обнаружено, что в исследуемом материале «эксперт» выступает агенсом в схеме контактного действия акционального фрейма (8 употреблений):

"The #1 Doctor Recommended Source of Nutrition. Most doctors will tell you that a key to good health is good nutrition" (RD: 58);

"What connoisseurs of beer drink when they're not drinking beer" (RD: 103).

Роль «представитель власти» зафиксированная дважды. В обоих примерах представитель власти выступает агенсом в схеме контактного действия

акционального фрейма, расширенной за счет локатива (1 употребление):

"They're debating health care in Washington, but the fact is, excellent health benefits are already widely available-in every container of 100% pure Florida Orange Juice" (NM15: 6)

и темпоратива (1 употребление):

"So while the politicians continue to debate health care, there's at least one thing you can do to take care of yourself" (RD: 78).

Очевидно, что для обеих указанных ролей характерным является активное участие в действии, связанном с рекламируемым продуктом.

Резюмируя данные анализа эмпирического материала, можно утверждать, что для успешного продвижения продуктов питания создатели англоязычной рекламы считают необходимым указать в ней информацию о вкусе, запахе, тактильных характеристиках и составе продукта, обратить внимание на его местопребывание и время использования, а также сообщить, каким продукт будет в результате его кулинарной обработки. Кроме того, качественная реклама продуктов питания, как правило, содержит прямой посыл к потребителю, которого и призывают совершать такие направленные на продукт действия. Важной составляющей подобной рекламы является информация о производителе продуктов, которая должна подчеркивать общность его интересов и привычек с потребителем, а также описывать в общих чертах технологию изготовления предлагаемого товара.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамова І.О. Про лінгвістичний аналіз рекламного тексту / І.О. Абрамова // Культура слова. – 1981. – Вип. 21. – С. 76–78.
2. Анопина О.В. Концептуальная структура англоязычной рекламы косметики: информационный фрейм : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Анопина Оксана Владимировна. – Черкассы, 1997. – 160 с.
3. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации / А.Д. Белова. – К. : Киевский национальный университет им. Т. Шевченко, 2003. – 304 с.
5. Гаращенко Е.Д. Коммуникативно-стратегические аспекты рекламного дискурса / Е.Д. Гаращенко // Вісник Харківського університету. – Харків : Основа, 1999. – № 424. – С. 14–17.
6. Добровена В.В. Профессионально-корпоративная лексика в тексте рекламы / В.В. Добровена // Вісник Харківського університету. – Харків : Основа, 2005. – № 667. – С 12–13.
7. Жаботинская С.А. Концептуальный анализ языка: фреймовые сети / С.А. Жаботинская // Мова. Науково-теоретичний часопис із мовознавства. – 2004. – № 9 : Проблеми прикладної лінгвістики. – С. 81–92.
8. Жаботинская С.А. Принципы лингвокогнитивного анализа и феномен полисемии / С.А. Жаботинская // Проблеми загального, германського та слов'янського мовознавства. До 70-річчя професора В.В. Левицького. – Чернівці : Книги ХХІ століття, 2008. – С. 357–368.

9. Жаботинская С.А. Элементарный код и динамика концептуальных структур (данные естественного языка) / С.А. Жаботинская // Нелинейная динамика в когнитивных исследованиях – 2011. Труды конференции. – Нижний Новгород : Институт прикладной физики РАН, 2011. – С. 57–60.
10. Зірка В.В. Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.02 «Російська мова» / В.В. Зірка. – К., 2005. – 32 с.
11. Кара-Мурза Е.С. «Дивный новый мир» российской рекламы: социокультурные, стилистические и культурно-речевые аспекты / Е.С. Кара-Мурза // Словарь и культура русской речи. К 100-летию со дня рождения С.И. Ожегова. – М. : Индрик, 2001. – С. 165–166.
12. Кирилова О.І. Деякі засоби інтенсифікації експресивності в англійській рекламі тексту [Електронний ресурс] / О.І. Кирилова. – Режим доступу до статті : <http://www.5ka.ru/29/4874/1.html>.
13. Кубрякова Е.С. Особенности речевой деятельности и проблемы внутреннего лексикона / Е.С. Кубрякова // Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи. – М. : Наука, 1991. – С. 82–137.
14. Лисичкіна І.О. Просодична організація англійського дискурсу реклами : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / І.О. Лисичкіна. – К., 2005. – 19 с.
15. Маевская А.Д. Информация, передаваемая языком рекламы / А.Д. Маевская // Вісник Харківського університету. – Харків : Основа, 2006. – № 741. – С. 21–23.
16. Маслова Н.И. Коммуникативно-функциональная типология слогана в англо- и украиноязычной рекламе / Н.И. Маслова, Э.Г. Паповянец // Вісник Харківського університету. – Харків : Основа, 1999. – № 430. – С. 54–57.
17. Мойсеенко И.П. Семантические характеристики рекламного текста / И.П. Мойсеенко // 3-я Международная конференция «Язык и культура» : Доклады и тезисы. – К. : Просвіта, 1994. – С. 123–124.
18. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире / М.М. Назаров. – М. : Эдитория, 2002. – 217 с.
19. Налимов В.В. Спонтанность сознания / В.В. Налимов. – М. : Маяк, 1989. – 313 с.
20. Нижегородцева-Кириченко Л.А. Лексико-семантическое поле интеллектуальной деятельности: опыт концептуального анализа (на материале существительных современного английского языка) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Нижегородцева-Кириченко Лариса Алексеевна. – К., 2000. – 257 с.
21. Раду А.І. Типологія та лінгвостилістичні особливості функціонування ділової реклами : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / А.І. Раду. – Запоріжжя, 2004. – 20 с.
22. Рогозина И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект /

- И.В. Рогозина. – Москва-Барнаул : АстроПресс, 2003. – 181 с.
23. Соколова Г.В. Вмотивованість сприйняття рекламного тексту та мовні засоби створення / Г.В. Соколова // Вісник Харківського університету. – Харків : Основа, 2003. – № 611. – С. 8–9.
24. Goddard A. *The Language of Advertising* / A. Goddard. – L. : Routledge and Kegan Paul, 1998. – 133 p.

ИСТОЧНИКИ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. **HB** – Harper's Bazaar (May, 2007).
2. **NF17** – Newsweek (February 17, 1992).
3. **NF24** – Newsweek (February 24, 1992).
4. **NM16** – Newsweek (March 16, 1992).
5. **NM23** – Newsweek (March 23, 1992).
6. **PJ23** – People (June 23, 2008).
7. **PJ30** – People (June 30, 2008).
8. **RD** – Reader's Digest (November, 1994).
9. **R** – Redbook (August, 2008).
10. **AM** – US Airways Magazine (March, 2006).

REFERENCES

- Abramova, I.O. (1981). Pro linhvistychnui analiz reklamnoho tekstu [On linguistic analysis of the text of advertisement]. *Kultura slova – Word Culture*, 21, 76-78 (in Ukrainian)
- Anopina, O.V. (1997). Konceptual'naja struktura anglojazychnoj reklamy kosmetiki: informacionnyj frejm. Diss. dokt. filol. nauk [The conceptual framework of the English-language cosmetic advertising: information frame. Dr. philol. sci. diss.]. Cherkassy. 160 p. (in Russian)
- Belova, A.D. *Lingvisticheskie aspekty argumentacii [Linguistic aspects of argumentation]*. Kiev: Kievskij nacional'nyj universitet im. T. Shevchenko. Publ.
- Dobrovena, V.V. (2005). Professional'no-korporativnaja leksika v tekste reklamy [Vocational and corporate vocabulary in the text of advertisement]. *Visnyk Kharkivskoho universytetu – Kharkiv University Bulletin*, 667, 12-13 (in Russian)
- Garashhenko, E.D. (1999). Kommunikativno-strategicheskie aspekty reklamnogo diskursa [Communicative and strategic aspects of advertising discourse]. *Visnyk Kharkivskoho universytetu – Kharkiv University Bulletin*, 424, 14-16 (in Russian)
- Goddard, A. (1998). *The Language of Advertising*. London: Routledge and Kegan Paul
- Kara-Murza, E.S. (2001). «Divnyj novyj mir» rossijskoj reklamy: sociokul'turnye, stilisticheskie i kul'turno-rechevye aspekty ["Brave New World" of Russian advertising: social and cultural, stylistic, cultural and speech aspects]. In: *Slovar'*

i kul'tura russkoj rechi. K 100-letiju so dnja rozhdenija S.I. Ozhegova [Dictionary and culture of Russian speech. On the 100th anniversary of the birth of S.I. Ozhegova]. Moscow: Indrik Publ, pp. 165-166

- Kubryakova, E.S. (1991). Osobennosti rechevoj dejatel'nosti i problemy vnutrennego leksikona [Features of speech and the problem of internal lexicon]. In: *Chelovecheskij faktor v jazyke. Jazyk i porozhdenie rechi* [Human factor in language. Language and speech production]. Moscow: Nauka Publ, pp. 82-137
- Kyrylova, O.I. (1991). Deiaki zasoby intenyfikatsii ekspresyvnosti v anglomovnij reklami tekstu [Some means of intensifying expressiveness in English advertising of the text]. Available at: <http://www.5ka.ru/29/4874/1.html>
- Lysyckina, I.O. (2005). Prosodychna orhanizatsiia anhlomovnoho dyskursu reklamy. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [Prosodic organization of English advertising discourse. Synopsis cand. philol. sci. diss.]. Kiev. 19 p. (in Ukrainian)
- Maevskaja, A.D. (2006). Informacija, peredavaemaja jazykom reklamy [Information transmitting through the language of advertising]. *Visnyk Kharkivskoho universytetu – Kharkiv University Bulletin*, 741, 21-23 (in Russian)
- Maslova, N.I., Papovjanc, Je. G. (1999). Kommunikativno-funkcional'naja tipologija slogana v anglo- i ukrajinojazychnoj reklame [Communicative and functional typology of slogan in English and Ukrainian advertising]. *Visnyk Kharkivskoho universytetu – Kharkiv University Bulletin*, 430, 54-57
- Mojseenko, I.P. (1994). Semantic characteristics of the text of advertisement. *3-ja Mezhdunarodnaja konferencija «Jazyk i kul'tura»: Doklady i tezisy. [3rd International Conference "Language and Culture": Reports and theses]*. Kiev: Prosvita Publ., 123-124.
- Nalimov, V.V. (1989). *Spontannost' soznanija* [Spontaneous Mind]. Moscow: Majak Publ.
- Nazarov, M.M. (2002). *Massovaja komunikacija v sovremennom mire* [Mass communication in the modern world]. Moscow: Editoria Publ.
- Nizhegorodceva-Kirichenko, L.A. (2000). Leksiko-semanticheskoe pole intelektual'noj dejatel'nosti: opyt konceptual'nogo analiza (na materiale sushhestvitel'nyh sovremennogo anglijskogo jazyka). Diss. kand. filol. nauk [Lexical and semantic field of intellectual activity: the experience of conceptual analysis (based on the nouns of modern English). Cand. philol. sci. diss.]. Kiev. 257 p. (in Russian)
- Radu, A.I. (2004). Typologija ta lnhvostylistychni osoblyvosti funktsionuvannja dilovoi reklamy. Avtoref. diss. kand. filol. nauk. [Typology and stylistic features of functioning business advertising. Synopsis cand. philol. sci. diss.]. Zaporizhia. 20 p. (in Ukrainian)
- Rogozina, I.V. (2003). *Media-kartina mira: kognitivno-semioticheskij aspekt* [Media picture of the world: a cognitive-semiotic aspect]. Moscow-Barnaul: AstroPress
- Sokolova, H.V. (2003). Vmotyvovanist spryiniattia reklamnoho tekstu ta movni zasoby stvorennja [Motivation of the perception of the text of advertisement and

linguistic means of creating]. *Visnyk Kharkivskoho universytetu – Kharkiv University Bulletin*, 611, 8-9 (in Ukrainian)

Zhabotinskaja, S.A. (2004). Konceptual'nyj analiz jazyka: frejmovye seti [Conceptual analysis of language: frame-based network]. *Mova. Naukovo-teoretychni chasopys iz movoznavstva – Language. Scientific and theoretical linguistic journal*, 9, 81-92

Zhabotinskaja, S.A. (2008) Principy lingvokognitivnogo analiza i fenomen polisemii [Linguistic and cognitive analysis principles and the phenomenon of polysemy]. In: Zhabotinskaja, S.A. *Problemy zahalnoho, hermanskoho ta slovianskoho movoznavstva. Do 70-richia profesora V.V. Levytskoho [Problems of general, Germanic and Slavic linguistics. On the 70th anniversary of professor V.V. Levytskyi]*. Chernivsti: Knyhy XXI stolittia Publ, pp. 357-368

Zhabotinskaja, S.A. (2011). Elementary code and dynamics of conceptual structures (natural language data). *Trudy konferencii Nelinejnaja dinamika v kognitivnyh issledovanijah, Nizhniy Novgorod. [Proc. of the conference Nonlinear dynamics in cognitive studies, Nizhniy Novgorod]*. Nizhniy Novgorod, 57-60.

Zirka, A.A. (2005). *Movna paradyhma manipulyativnoi hry v reklamakh. Avtoref. diss. dokt. filol. nauk [Language paradigm of the manipulative game in advertising. Synopsis Dr. philol. sci. diss.]*. Kiev. 32 p. (in Ukrainian)

SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL

HB – Harper's Bazaar (May, 2007).

NF17 – Newsweek (February 17, 1992).

NF24 – Newsweek (February 24, 1992).

NM16 – Newsweek (March 16, 1992).

NM23 – Newsweek (March 23, 1992).

PJ23 – People (June 23, 2008).

PJ30 – People (June 30, 2008).

RD – Reader's Digest (November, 1994).

R – Redbook (August, 2008).

AM – US Airways Magazine (March, 2006).

Павкин Дмитрий Михайлович – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры английской филологии Черкасского национального университета имени Богдана Хмельницкого (бульвар Шевченко, 81, г. Черкассы, 18000, Украина); e-mail: zlata78@mail.ru

УДК 81'255.4

CONCEPTIONS OF CREATIVITY IN TRANSLATION

O.V. Rebrii (Kharkiv, Ukraine)

O.V. Rebrii. Conceptions of Creativity in Translation. Creativity in translation is presented as a dualistic anthropogenic phenomenon uniting both activity aimed at producing new products with these products themselves embodied in language units of different levels and speech formations – texts. On the basis of the principle of ontological relativity main ontologies of translation were singled out together with relevant conceptions of translator's creativity – language-oriented, text-oriented and activity-oriented.

Key words: conception, language, ontological relativity, speech, text, translator's creativity.

А.В. Ребрій. Концепції перекладацького творчства. Перекладацьке творчство представлено дуалістичним антропогенним феноменом, який об'єднує діяльність по створенню нового продукту і сам цей продукт, представлений в одиницях мовної ієрархії і речевих произведениях – текстах. На основі принципу онтологічного релятивізму виділяються основні онтології перекладу і відповідні їм концепції перекладацького творчства – мовоцентрична, текстцентрична і діяльнісноцентрична.

Ключевые слова: концепція, онтологічний релятивізм, перекладацьке творчство, реч, текст, мов.

О.В. Ребрій. Концепції перекладацької творчості. Перекладацька творчість представлена як дуалістичний антропогенний феномен, який об'єднує діяльність зі створення нового продукту та сам цей продукт, представлений в одиницях мовної ієрархії та мовленнєвих творах – текстах. На основі принципу онтологічного релятивізму виокремлено головні онтології перекладу та відповідні їм концепції перекладацької творчості – мовоцентричну, текстцентричну та діяльнісноцентричну.

Ключові слова: концепція, мова, мовлення, онтологічний релятивізм, перекладацька творчість, текст.

Introduction: Setting the problem. Translation studies today is a dynamic philological discipline that continuously puts forward new research objects, formulates new theories and explores new realms of human knowledge and experience. It interacts with many other disciplines and sciences (Linguistics, History, Literary and Cultural studies, Cognitive science to name the few) so closely, that it gives grounds to some theoreticians to describe translation theory as a “live synthesis of interwoven approaches” [Цвиллинг 1999: 36].

My attention in this article is concentrated on the phenomenon of *creativity* as it displays itself in translation and as it is covered in translation studies. Here, the situation with creativity is a bit ironic. On the one hand, creativity as an inherent

component of translator's work, whose validity is not questioned by nearly everyone involved, is mentioned in numerous articles and monographs all over the worlds. Not accidentally, Octavio Paz, a famous Mexican poet and translator, once wrote that "translation and creation are twin processes", and that is so because "there is constant interaction between the two, a continuous mutual enrichment" [Paz 1992: 160]. Analyzing cultural and other "turns" in the short but powerful history of translation studies, Paschalis Nikolaou asks rhetorical in its essence question: "Why should it take so long before we can speak of a 'creative turn' in translation studies, as we witness a synod of literary, linguistic, cognitive and other perspectives <...> freshly and diversely focusing, in their allied plurality, on how it feels to be translating, on why translation exceeds what is asked of it in so many ways?" [Nikolaou 2007: 19].

On the other hand, an attentive observer may notice that all this abundance is not grounded on more or less solid theoretical foundation. By this I mean two important things. One is the absence of the definition of translator's creativity itself as well as the absence of any substantial research on its ontology, characteristics, forms and means of implementation etc. The other is the fact that translator's creativity is typically not mentioned by researchers *per se* but rather in connection with other "topical" problems, that traditionally fall into the focus of their attention, such as translatability / untranslatability, translation difficulties, retranslations, translation means of language play etc.

Thus, the *aim* of my research lies in conducting complex and systematized analysis of translator's creativity by exposing its nature (ontological relativity), traits, mechanisms and means of implementation.

Basic notions of translator's creativity. One of the pioneers in academic mastering creativity, Ellis Paul Torrance, aptly noted that "theorizing creativity has always been a daunting task, as the variability of this concept seems to exert a certain resistance to theoretical efforts: creativity defies definition" [Torrance 1988: 43]. Bearing in mind this insightful conclusion I, nevertheless, set off the search for the methodological platform of describing the specifics of creativity in translation.

So far, the main role in defining creativity belongs to psychology which provides a number of universal tools, that, as it turns out, can be quite successfully applied in both linguistics and translation studies for identifying "material representations" (or embodiments) of creativity as both *creative act* and *creative product*. Needless to say that since translation deals with language signs and speech formations (i.e. texts), forms of its creativity should be looked for in language and speech. It also justifies linguistics as *primus inter pares* when dealing with creativity in translation

The idea of divergent thinking as correlated to creativity [Gilford 1967] seems valid for translation due to the variability of the ways and means of solving the succession of problems that determine its essence. Divergence of translation manifests itself through such traits as *multiplicity*, *novelty* and *originality*.

Multiplicity is provided for by complexity of interpretation, subjectivity (indeterminacy) of which makes each translator's perception of the original unique

and incomplete. On the language level multiplicity is revealed in the possibility of expressing extracted senses with the help of different language signs and/or their combinations. As John Biguenet and Rainer Schulte point out, we learn through translation that “there are no definitive answers, only attempts at solutions in response to states of uncertainty generated by the interaction of the words’ semantic fields and sounds” [Biguenet 1989: x].

Novelty in its narrow sense can be ascribed to new words (or expressions), coined by the translator to convey meanings that haven’t so far been conceptualized in a target language, e.g.:

Then, under a bright full moon, the entire crew had sat down together on the lower deck to a hearty supper of roast snowbird, wood pumpkin and blackbread. Their spirits were high, the woodale loosened their tongues, and they regaled one another with stories of their lives before Twig had signed them up to sail with him (Stuart, *Midnight over Sanctrafax*, p. 14).

Тоді, під ясною повнею, весь екіпаж дружно зібрався на нижній палубі, аби посмакувати тривною вечерею зі смаженого снігура, лісового гарбуза та чорного хліба. У всіх був піднесений настрій, деревне пиво розв’язало язика, і трапезники пригощали один одного оповідками про своє життя до хвилини, коли Живчик узяв їх до себе на корабель (Стюарт, *Північ над Сантафраксом*, с. 19–20).

But more importantly, novelty – in its broader sense – should be ascribed to a translation text itself as a creative product bearing distinctive features of target language and culture as well as of translator’s individuality. The growing recognition of this fact in translation studies brought to life a string of terms aimed at accentuating the uniqueness of translator’s work and creation, such as “translation as afterlife” [Benjamin 2000] or “translation as rewriting/refraction” [Lefevere 1992, 2000]. “Textual transformations taking a specific shape in rewriting practices redress the rapport between creative writing and translation, assimilating them to the same plane” [Loffredo 2007: 4].

Originality in its respect to translator’s creativity is seen not just as translator’s ability to do something unusual (like in case of translating puns, nonce words or other varieties of the so called “translation difficulties”), but as his/her ability to act creatively, that is to solve problems not following established patterns or algorithms.

The understanding of translator’s creativity in its procedural meaning as a variety of verbal (or speech) creativity is based on referring translation to the types of speech activities that fall into a broader class of communicative activities, have a receptive-reproductive character and stipulate a well-developed sense perception, effective comprehension (together these features underlie translator’s interpretation) and productive thinking. Thus, creative nature of translation from its mental perspective can be explained by the fact, that in it “someone else’s thought is not just re-produced but also re-formed and re-formulated” [Зимняя 2001: 128].

Translation can also be described in terms of *co-creation* as a form of *co-authorship* between the author and the translator, in which the former encodes

information and the latter decodes and reconstructs it with the help of target language means. The resulting text is not a replica but rather a re-incarnation – the embodiment of the original’s “soul” in a new language “body”.

Of course, different texts are not equally prone to translator’s creativity. Referring to Vilen Komissarov’s genre typology of translations we can presume that informative texts can generally be characterized as unambiguous, that is “striving for unanimous interpretation” while belles-lettres texts, on the contrary, require complex interpretation on three different levels of *context* (i.e. verbalized body of the text), *sub-text* (i.e. hidden senses or implicatures) and *behind-text* (i.e. presuppositions).

Modern view of translation as a creative-productive activity enhances its social status leaving behind outdated though deeply rooted in public opinion claims of translation’s inferiority and bringing it closer to original writing practices.

Creative approach to translation shifts researchers’ interests to the translator as an agent of action and a source of creativity. This change of a viewpoint drew my attention to another important aspect – creative specificity of translator’s *modus operandi*. Generally, translator’s work is determined by the mechanism of decision-taking which functions as a means of solving problems and forming strategies. Decision-taking in translation almost always implies a certain level of variability and can best be described on the basis of heuristics – complex techniques for problem solving, that combine logic with intuition for the sake of finding a solution which is not guaranteed to be optimal, but good enough for a given set of goals. Take for instance the heuristic of labyrinth, which metaphorically describes problem-solving as wandering through the labyrinth. The application of this model to translation presents translator’s actions as such inspection of labyrinth that would allow him or her to find a path to the aim – in our case – an equivalent. The optimal way, of course, would be to conduct the exhaustive search (metaphorically – to explore all the corridors of the labyrinth) which in reality seems not only impossible but quite unpractical. Instead, the work of the heuristic of labyrinth lies in creating what is called “the space for the search” which limits translator’s further behavior to actions, determined by his knowledge (logical component) and previous experience (intuition).

Translator’s creativity comes under the influence of different limitations (also constraints), some of which are considered objective (lingual) and thus almost insurmountable, while others – subjective (those connected with “what”, “when”, “where”, “how” and “by whom” is translated) and thus potentially surmountable. Contrary to this position, Andre Lefevre is convicted that “translations are made under a number of constraints of which language is arguably the least important” [Lefevre 1992: xiv].

I would like to stop in more detail at the negative (restraining) and positive (stimulating) role of limitations for translator’s creativity. According to Donald A. Norman and Daniel G. Bobrow, the performing of complex cognitive tasks involving information-processing (e.g. translation) is data-limited and/or resource-limited. Up to some extent the fulfillment of a task depends on the amount

of applied resources. As more resources are applied, the performance gets better: “Whenever an increase in the amount of processing resources can result in improved performance, we say that the task is resource-limited” [Norman 1975: 46]. If increasing amount of resources has no further effect on performance, the task becomes data-limited: “In general, most tasks will be resource-limited up to the point where all the processing that can be done has been done, and data-limited from there on” [Ibid.]. Consider, for example, the task of translation: the possibility of its fulfillment is initially limited by available to the translator language resources, the application of which though doesn’t guarantee successful solutions. Thus, translation turns into a data-limited task, dependent on data, extracted by the translator from text, situation and his or her cognitive structures (background knowledge).

Negative role of limitations on translator’s creativity shows itself in stereotyped thinking, which, in its turn, takes forms of conservatism and dogmatism. Conservatism of translator’s thinking, in my opinion, demonstrates his or her inclination to stick to the viewpoint, idea, position, model etc. that have already been tested and proved their positive meaning in creative work. Conservatism leads to translator’s underestimation of everything unusual, nonstandard or new facing him or her in the course of decision-taking. Dogmatism is seen as a mode of thinking, following which the translator applies outdated and thus inadequate knowledge acquired by appropriating other people’s experience. Dogmatism stifles translator’s creative initiative because it absolutizes existing experience and knowledge which is considered *a priori* true and valuable.

Positive role of limitations on translator’s creativity shows itself when they force the translator to use more actively available resources, that is to the “in-depth” mental search. Theo Hermans, for example, makes a connection between constraints and norms in translation by stating the following: “Since norms imply a degree of social and psychological pressure, they act as practical constraints on the individual’s behaviour by foreclosing certain options and choices, which however always remain available in principle” [Hermans 1996: 29–30]. But, concludes the author: “At the same time, and more positively, they single out and suggest, or prescribe more or less emphatically, a particular selection from among the range of possible courses of action” [Ibid.].

Commenting on creativity in translation, Michael Cronin proposes paradoxical at first glimpse statement about the limits that “generate its unlimitedness” [Cronin 1995: 239]. By this he means that “the very limits and constraints of the activity of translating seem to help in making possible new verbal constructions, and thus the attraction of translation as a mode in itself” [Ibid.].

Finally, in this part of my article I would like to present the definition of creativity in translation which is based on the famous definition of translation proposed by Andrey Fedorov: “The word ‘translation’ belongs to commonly known and understood but it, as a name for a specific form of human activity and its results, needs a precise terminological definition. It means: 1) the process that has a form of a mental act in the course of which a speech formation (written or oral text) in one

language (source) is re-created in another language (target); 2) the result of this process, i.e. a new speech formation (written or oral text) in a target language [Федоров 2002: 13]. The first thing that draws my attention in this definition is the word “re-creation” which in itself bears a connotation as to the creative nature of translation. The second important thing is the dualistic (dichotomic) nature of translation highlighted by Fedorov and similar to the dualistic nature of creativity.

Interestingly, the definitions of creativity in English and Ukrainian, though dualistic in both languages, vary in some significant respects, which I would like to discuss in greater detail. In Ukrainian creativity is specified as either 1) human activity aimed at creating spiritual and material values (products); or 2) the result of this activity; the sum total of created by somebody; or 3) the ability to create [Словник української мови 1979]. In English creativity is usually described as either 1) quality of being creative; or 2) ability to create [Britannica Concise Encyclopedia www]. Comparing these two definitions we can easily see the difference in how the notion of creativity is conceptualized in two languages. Firstly, Ukrainian understanding is more “concrete” while English is more “abstract”. In fact, both English meanings are hardly distinguishable from each other taking into account that the notions of “ability” and “quality” are quite close. While “ability” is typically ascribed to humans, “quality” can also characterize objects. Secondly, in English creativity is devoid of its procedural meaning which, if necessary, is expressed by combining “creative” + “activity”/“work” etc. Thirdly, In English creativity is also devoid of its material meaning which, if necessary, is expressed by combining “creative” + “product”/“result”/“formation” etc.

Yet, these differences seem insignificant in describing translation as an inseparable unity of creative process and its creative result taking the form of a translation text. In addition I should add that the process of translation is triggered by translator’s creativity as a “set of individual creative qualities directed at conducting productive activity in a certain area and brought into action by the arising problem” [Тарнаева 2010: 129].

Methodology of investigating creativity in translation. An important factor for grasping the essence of creativity in translation is that of acknowledging translation an ontologically relative phenomenon. This idea stems from Willard Quine’s famous statement of relativity in understanding and describing any given class of objects with the help of any given theory: “The relativistic thesis to which we have come is this, to repeat: it makes no sense to say what the objects of a theory are , beyond saying how to interpret or reinterpret that theory in another” [Quine 1977: 202]. If I define *translation ontology as a set of its essences or qualities interconnected by different types of relations and used for modeling its knowledge*, I should inevitably come to the conclusion that there (may) exist more than one translation ontology and correspondingly more than one view of translator’s creativity. Thus, my next task will be to outline prospective ontologies of translation and to determine the function of creativity as well as means of its realization within their frameworks.

The problem of translation ontologies is far from being exhaustive as there is no agreement among theoreticians as to the set of criteria for their distinguishing. By applying as criteria basic methodological notions of aim, object, subject, task and method [Алексеева 2010], one, on the one hand, brings “ontology” close to “paradigm”, but on the other, achieves the goal of singling out three main translation ontologies, namely: 1) structural/systemic, 2) cultural/post-modernistic and 3) cognitive/procedural.

My assumption that the concept of creativity is of particular importance in all the abovementioned translation ontologies is based on the ideas of Ilya Prigogine who in his numerous works emphasized the role of creativity that “becomes part of the laws of nature, something in which we participate” [Prigogine 1977]. By doing this the scientist proclaimed the era of global creativity in modern science which should get separated from determinism by finding manifestations of creativity on each level of social organization. Thus, all existing materialistic, idealistic and semiotic structures (including language, speech and translation) can be recognized as products of creative processes and their past, present and future existence depends on different forms and directions of creativity implementation. This statement leads us to two important implications: 1) creativity functions as a means of forming and formulating translation ontologies; 2) creativity itself has different forms of manifestation in different translation ontologies determined, as I will try to show further, by the same set of criteria.

Conceptions of creativity in translation. In accordance with the definition of translator’s creativity and set of criteria for translation ontologies I singled out three conceptions of creativity (Figure 1). Their short description is given in this section of the article.

Language-oriented conception characterizes structural/systemic translation ontology and investigates creativity in its lingual dimension. Lingual creativity in translation is understood in two senses – broad and narrow.

In its broad sense lingual creativity is embodied in the phenomenon of variability of language means for expressing the sense extracted from the original on the stage of its interpretation. According to Nadezhda Riabtseva, the connection between variability and creativity is obvious as one looks at the choice among the potential means of translation as a creative task, because “there may be several solutions of one translation problem and resolving such problems is at the heart of translator’s creative thinking and acting” [Рябцева www]. The choice of translation means is stipulated by aspiration for equivalence which is the main notion of linguistic theory of translation, realized – consciously or intuitively – by all practicing translators. Yet, the complexity of modern linguistic paradigm, which, according to Vilen Komissarov, falls into microlinguistics and macrolinguistics [Комиссаров 1999], demonstrates two different approaches to relations between equivalence, variability and creativity. According to the semantic (microlinguistic) understanding of equivalence, variability is determined by the *meanings* of those language units that serve as translation units, while according to the functional (macrolinguistic)

understanding of equivalence, variability is determined by the *functions* of language units that serve as translation units. The discrepancy between semantic and functional equivalency is just another source for creative transformations in translation.

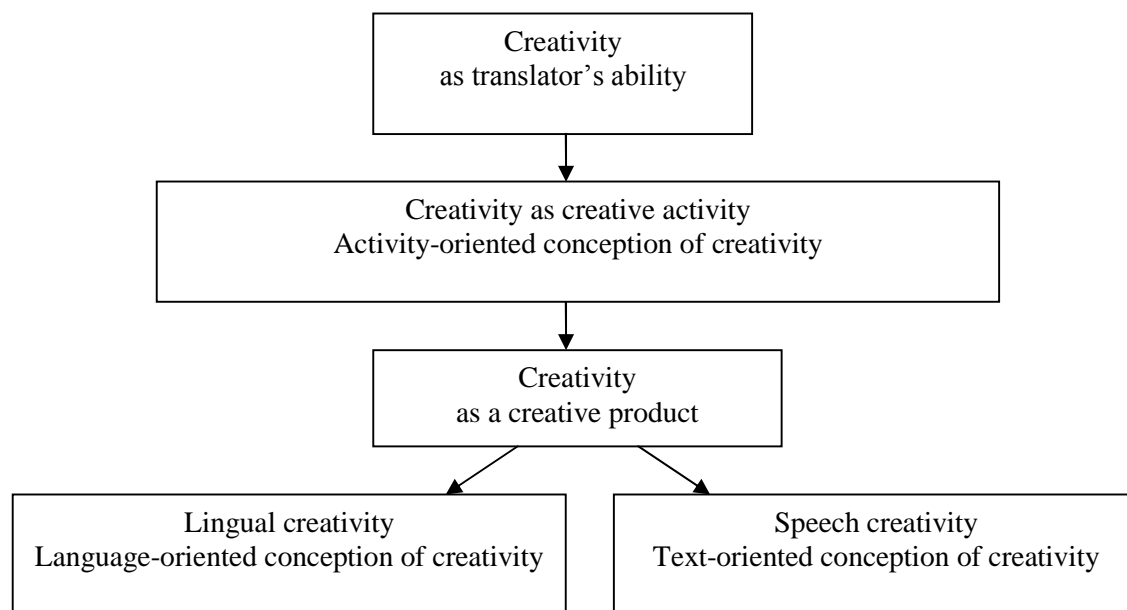


Figure 1: Conceptions of creativity

In its narrow sense lingual creativity is embodied in the phenomenon known as “translation difficulties”. I propose the following definition of translation difficulties: language or speech formations of different levels that cause obstacles on the way of interlingual and intercultural communication due to the differences in structures and norms of contacting languages (objective factor) as well as the perception of this differences by the translator as a creative agent (subjective factor).

Translation difficulties are too varied and numerous to be analyzed (or even enumerated) within this article. My attention is mainly concentrated on the difficulties of the lexical level, which are commonly known as non-equivalent lexis. An interesting example of non-equivalent lexis is nonce words whose semantic ambiguity sometimes presents a real challenge to translator’s creativity, like in the following example, taken from a world-known book by Roald Dahl:

“And oh, what a terrible country it is! Nothing but thick jungles infested by the most dangerous beasts in the world – hornswogglers and snozzwangers and those terrible wicked whangdoodles.” (Dahl, *Charlie and the Chocolate factory*)

– Ой, яка ж то жахлива країна! Нема там нічого, крім густючих джунглів. Там аж кишить найнебезпечнішими у світі звірюками – роговоглі, снуцвангери і жахливі злісні вангдудлі. (Дал, Чарлі і шоколадна фабрика, с. 105).

Eventually, translation creativity in its lingual dimension ensures evolutionary development of any target language as a whole.

Text-oriented conception characterizes cultural/post-modernistic translation ontology and investigates creativity in its textual dimension. This conception proceeds from recognizing autonomous status of a translation text as a creative formation in which “author’s image” (term by Viktor Vinogradov) is blended with “translator’s image”. It can be suggested that “postmodern theory has not really jettisoned the notion of author; rather it has functioned as a crucible in which this has been transformed into the more intriguing and pertinent concept of agency and subjectivity. Subjectivity not only avoids ‘killing’ the author, but it also brings the ‘birth’ of the translator as a co-author” [Loffredo 2007: 6]. The idea of subjectivity as the basis for translator’s creativity on the text level allows to grasp translation in the light of Umberto Eco’s theory of “M-reader” (“Model-reader”), according to which each author “foresees” his or her possible reader, that is the reader “supposedly able to deal interpretatively with the expressions in the same way as the author deals generatively with it” [Eco 1984: 7]. Thus, the translator can be easily seen as an M-reader and translation text – as “made of two components: the information provided by the author and that added by the Model reader, the latter being determined by the former – with various degrees of freedom and necessity” [Ibid.: 206].

To my mind, investigating creativity on the text level is methodologically complicated by two factors: 1) complex, multilayer character of the text as a speech formation the research of which inevitably stipulates the involvement of all the relevant aspects; 2) vagueness of potential criteria, applying which one would be able to determine where translator’s creativity ends and translator’s willfulness begins. In addition, these two factors are clearly interrelated.

In response to the first problem I propose a four-component model of translation analysis developed with regard to the specifics of a belles-lettres text. This model reveals translator’s creativity in harmonic interaction of lingual, image-bearing, textual and pragmatic components. As images, textual categories and pragmatic meanings are created with the help of language means, lingual component of the model has an overwhelming role. Metaphorically speaking, the three other components are “dissolved” in it as it is shown in Figure 2:

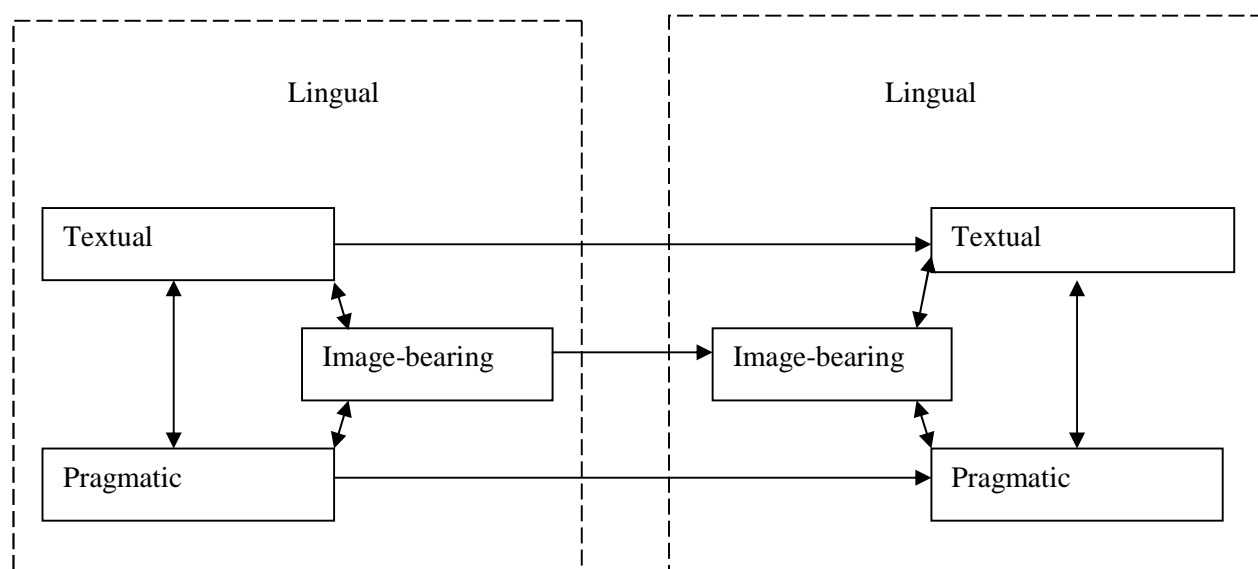


Figure 2: Model of translator's creativity on the text level

Image-bearing component of the model takes the form of an hierarchic system of mega-, macro- and micro-images. Mega-image of a text in my understanding is close to the notion of the “dominant” described by Roman Jakobson as a “focusing component of a work of art”, that “rules, determines, and transforms the remaining components” [Jakobson 1981: 751]. Mega-image subordinates the system of macro-images whose interpretation in my model is close to the notion of literary images. Finally, each macro-image is drawn with the help of micro-images – language and stylistic units which demonstrate the connection between image-bearing and lingual components of the model. Language status of micro-images determines the possibility of their transformations during translation for the sake of preserving the integrity of macro-images and mega-image of the text.

Textual component of the model is presented as a combination of textual categories, which can undergo transformations during translation and thus demonstrate the variability of translation and fall under translator’s creativity. Here belong such categories as modality, pragmatic and information value, cohesion and coherence. I should point out the role of coherence as a kind of a super-category which, though devoid of formal means of expression, reveals itself in a harmonious combination/interaction of other categories thus serving as a measure of translator’s creativity.

Finally, pragmatic component of the model is dealing with implicatures defined as hidden senses, detected by the interpreter on the basis of non-literal meanings of actualized language units, the analysis of lingual and situational context as well as one’s personal experience and background knowledge [Мартинюк 2012]. Creative character of translation is determined by translator’s ability to reproduce in a target text the maximal number of implicatures extracted from a source text. The translator should also provide for a non-contradictory character of reproduced implicatures. The matter is that all the implicatures can be divided into context-free and context-bound. And while context-free implicatures do not depend on the previous context and do not influence the subsequent one, context-bound ones are relevant for the understanding and perceiving the whole text. In translation, context-bound implicatures found in the different parts of a text may contradict one another thus destroying its harmony and compromising translator’s creativity. Take, for example, the characters of the King and the Queen from Lewis Carroll’s novel which are at the same time 1) *the King and the Queen of Wonderland* and 2) *the King and the Queen of Hearts*. They first appear in the following situation:

*Next came the guests, mostly Kings and Queens, and among them Alice recognised the White Rabbit: it was talking in a hurried nervous manner, smiling at everything that was said, and went by without noticing her. Then **followed the Knave of Hearts**, carrying the King's crown on a crimson velvet cushion; and, last of all this grand procession, came **THE KING AND QUEEN OF HEARTS**. (Carroll, *The Annotated Alice*, p. 107)*

In the Ukrainian translation by Viktor Korniyenko we have the literal translations of these two names which contradict their direct equivalents (“King of Hearts” should be “Чирвовий Король” and “Queen of Hearts” – “Чирвова Дама”):

*За дітьми виступали гості, здебільшого королі й королеви, і серед них Аліса впізнала Білого Кролика: він то цокотів щось нервовою скоромовкою, то усміхався, коли говорили інші, і врешті проминув Алісу, не помітивши її. За гостями йшов **Чирвовий Валет**: на червоній оксамитній подушці він ніс королівську корону. А замикали всю цю пишну процесію **КОРОЛЬ і КОРОЛЕВА СЕРДЕЦЬ**. (Керрол, Аліса в Країні Чудес, с. 77)*

Next we come across the Queen of Hearts alone at the end of the novel when she is mentioned in a nursery rhyme:

***The Queen of Hearts**, she made some tarts,
All on a summer day*

***The Knave of Hearts**, he stole those tarts,
And took them quite away! (Carroll, The Annotated Alice, p. 146)*

This time the translator proposes the variant which is close to the direct equivalent with only a slight modification in spelling for the sake of the rhyme (“Краля” instead of “Королева”):

***Краля Чирвова** спекла пиріжки,
А також спекла рулет.*

Та ті пиріжки, як і той рулет,

*Украв **Чирвовий Валет!** (Керрол, Аліса в Країні Чудес, с. 107)*

In the original it is implied that the character in both situations is the same and Carroll uses its name for creating just another of his favourite puns. But in translations not only pun is lost but the reader is forced to believe that there are two different characters because of their different names.

To sum up I should say that in its textual dimension translator’s creativity is revealed in the formation of a translation text as an integral and harmonious speech formation characterized by careful reproduction of original’s images, textual categories and implicatures. Permissible changes, presupposed by target cultural and linguistic norms as well as specifics of translator’s individual perception and interpretation, are only accepted on the level of separate language units (i.e. micro-images).

Activity-oriented conception of creativity characterizes cognitive/procedural translation ontology and investigates creativity in its procedural dimension. My understanding of translator’s creativity within this conception is based on the notion of translator’s cognitive semiosis in Charles Peirce’s spirit as the process of consecutive mental interpretation (cognition) and construction (formation) of lingual signs. Specifics of semiosis in translation shows itself in its structure presented as four stages: 1) forming/generative (author’s), 2) receiving/interpreting (translator’s), 3) forming/re-generative (translator’s) and 4) actualizing/assimilating (recipient’s). As one can see, semiosis in translation, unlike in intralingual communication, involves the translator as a cognitive mediator who doesn’t just transmits the signs

from one system to another but creatively reconstructs them. Thus it would be fair to suppose that the unit of translator's semiosis lies not in the lingual (semiotic) but rather in mental (cognitive) sphere and can be described as a sign's "mental projection" known in linguistics as "concept".

What presupposes creative nature of translator's semiosis? Here I single out at least two factors. First is the individual/subjective essence of the interpretant as a result of sign's perception or, metaphorically speaking, "sign's translation". Second is the continuity and unlimitedness of semiosis which theoretically substantiate the phenomenon of multiple translations of the same text. Language embodiment of semiosis takes form of lingual variability which, as I put it earlier, provides the basis for a creative view of translation.

Procedural understanding of translator's creativity in my opinion is best understood through revealing its cognitive mechanisms. Current views on cognitive mechanisms of translator's creative act still remain quite contradictory and uncertain though most researchers agree that creativity in translation comprises traits of both logic and intuition. The intuitive aspect of translation has been implicated by gestalt psychology, whose proponents "applied the concepts of perception to problem solving and creative thinking, and emphasized the role of insight in productive and creative thinking" [Kerr 2009]. In terms of translation it means that here one can distinguish some phases typically ascribed by gestaltists to creative processes in general, such as preparation, incubation or insight. Intuition, defined as a direct path to truth without any logical proof or argumentation, is believed not to be expressed through analysis and synthesis, and thus not to be directly observed by means of introspection. Nevertheless, analyzing Think-Aloud Protocols or TAPs [Bernardini 2001; Kussmaul 1995] I come across what I believe to be indirect manifestations of intuition in action, such as the referral to translator's "inner voice", exclamations or intonation.

The logical aspect of translation is represented by a string of mechanisms typically affiliated with decision-making. First in this row come *deduction* and *induction*. Since in translation any final result seldom stems unambiguously from any given set of initial conditions due to the phenomenon of verbal variability, it would be fair to assume that translator's reasonings (both deductive and inductive) are typically of incomplete or probabilistic character [Rebrii 2013].

Comparing professional and non-professional translators' performance I arrive at the conclusion that both groups of respondents give preference to the deductive method of processing information, which seems quite obvious if one consider as deduction the search for correspondences on the basis of dictionaries or grammar rules which in this case play the role of linguistic norms (i.e. generalities). On the other hand, using dictionaries or other information sources in the course of translation cannot always be seen as a sign of creativity. Hand in hand with translator's intention to assess the maximal number of possible equivalents (which, by the way, is the manifestation of described above heuristic of labyrinth); it can also indicate other

factors, such as limitedness of his or her translation and/or language competence and background knowledge.

Examples of purely inductive reasonings, according to my observations, are not typical but rather exceptional in TAPs, which can be explained by the fact that generalizations are not directly attached to translator's separate decisions. Instead, they are accumulated in his or her memory and form a foundation for further decisions. If so, the model of real decision-making in translation may be the following: when facing a problem the translator employs "trial-and-error" heuristic for finding the best possible solution. If his or her choice proves to be successful, the translator generalizes this experience and is likely to use it under similar circumstances in future. Thus, I would rather speak about translation as a consequence of combined inductive-deductive reasonings.

According to another popular hypothesis, cognitive nature of translation is better understood in terms of *abduction* – the logical mechanism, introduced and described by Peirce as formulating a rule in the form of a hypothesis that would explain a fact. Abduction seems to be the best way to explain creative nature of translation. If any particular element of the original text cannot be translated spontaneously, translator's further search is likely to be conducted by putting forward hypotheses and verifying or abolishing them and putting forward some other hypotheses instead.

Conclusion. This article, though just a brief outline of creativity in translation, nevertheless allows to comprehend the complexity of the phenomenon that is represented in different forms and thus can only be explained with the methods from different paradigms. I strived to present translator's creativity as a dichotomic combination of process and result that correlates with the well-established understanding of translation itself. Continual development of translation studies accompanied by the change of research paradigms justifies the application of the principle of ontological relativity towards both translation and creativity as its distinctive feature. The *prospect* of further research I see in a more detailed and extensive analysis of creativity within three established conceptions of its representation in translation.

LITERATURE

1. Алексеева Л.М. Перевод как рефлексия деятельности / Л.М. Алексеева // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2010. – Вып. 1(7). – С. 45–51.
2. Зимняя И.А. Лингвopsихология речевой деятельности / И.А. Зимняя. – М. : Московский психолого-социальный институт ; Воронеж : НПО «МОДЭК», 2001. – 432 с.
3. Комиссаров В.Н. Переводоведение в XX веке: некоторые итоги / В.Н. Комиссаров // Тетради переводчика. – М. : МГЛУ, 1999. – Вып. № 24. – С. 4–20.

4. Мартинюк А.П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики / А.П. Мартинюк. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 196 с.
5. Рябцева Н. Переводоведение в России и за рубежом [Электронный ресурс] / Н. Рябцева. – Ч. 2. Анализ эмпирического материала. – Режим доступа : <http://www.iling-ran.ru/Riabtseva2.doc>.
6. Словник української мови : [в 11-ти т.] / [редакційна колегія: І.К. Білодід, А.А. Бурячок, В.О. Винник, Г.М. Гнатюк та ін.]. – К. : Наукова думка, 1979. – Т. 10. – 659 с.
7. Тарнаева Л.П. Креативные механизмы речевой деятельности переводчика: лингводидактический аспект проблемы / Л. П. Тарнаева // Вестник Тверского государственного университета. Сер. : Педагогика и психология. – Тверь, 2010. – № 35. – С. 129–134.
8. Федоров А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы) : учеб. пособие [для институтов и факультетов иностр. языков] / А.В. Федоров. – [5-е изд.]. – СПб. : Филологический факультет СПбГУ ; М. : ООО «Издательский Дом «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2002. – 416 с.
9. Цвиллинг М.Я. Переводоведение как синтез знания / М.Я. Цвиллинг // Тетради переводчика : науч.-теор. сб. – М. : МГЛУ, 1999. – Вып. № 24. – С. 32–37.
10. Benjamin W. The Task of the Translator. An Introduction to the Translation of Baudelaire's Tableaux Parisiens / W. Benjamin // The Translation Studies Reader ; [Ed. by L. Venuti]. – L., N.Y. : Routledge, 2000. – P. 148–159.
11. Biguenet J. The Craft of Translation / J. Biguenet, R. Schulte. – Chicago : University of Chicago Press, 1989. – 153 p.
12. Bernardini S. Using Think-Aloud Protocols to Investigate the Translation Process: Methodological Aspects / S. Bernardini // Target. – 2001. – Vol. 13, Issue 2. – P. 241–63.
13. Britannica Concise Encyclopedia [Electronic resource]. – Access : <http://www.britannica.com/>.
14. Cronin M. Keeping one's Distance: Translation and the Play of Possibility / M. Cronin // TTR : traduction, terminologie, redaction. – 1995. – Vol. 8, № 2. – P. 227–243.
15. Eco U. The Role of the Reader / U. Eco. – Bloomington : Indiana University Press, 1984. – 273 p.
16. Guilford J. P. The Nature of Human Intelligence / J. P. Guilford. – N.Y. : McGraw-Hill, 1967. – 538 p.
17. Hermans T. Norms and the Determination of Translation / T. Hermans // Translation, Power, Subversion ; [Alvarez R. and Vidal M. (eds).]. – Clevedon : Multilingual Matters, 1996. – P. 25–51.
18. Jakobson R. Poetry of Grammar and Grammar of Poetry : [in 7 Vols.] / R. Jakobson. – The Hague : Mouton, 1981. – Vol. 3. – P. 751–756.

19. Kerr B. Encyclopedia of Giftedness, Creativity, and Talent [Electronic resource] / B. Kerr. – Access : <http://knowledge.sagepub.com/view/giftedness/n166.xml>.
20. Kussmaul P. Think-Aloud Protocol Analysis / P. Kussmaul, S. Tirkkonen-Condit // Translation Studies TTR : traduction, terminologie, redaction. – 1995. – Vol. 8, № 1. – P. 177–199.
21. Lefevere A. Mother Courage's Cucumbers. Text, System and Refraction in a Theory of Literature / A. Lefevere // The Translation Studies Reader ; [ed. by L. Venuti]. – L., N.Y. : Routledge, 2000. – P. 233–249.
22. Lefevere A. Translation, Rewriting and the Manipulation of Literary Fame / A. Lefevere. – L., N.Y. : Routledge, 1992. – 176 p.
23. Loffredo E. Introduction / E. Loffredo, M. Perteghella // Translation and Creativity Perspectives on Creative Writing and Translation Studies. – L. : Continuum, 2007. – P. 1–16.
24. Nikolaou P. Notes on Translating the Self / P. Nikolaou // Translation and Creativity Perspectives on Creative Writing and Translation Studies. – L. : Continuum, 2007. – P. 19–32.
25. Norman D.A. On Data-limited and Resource-limited Processes / D.A. Norman, D.G. Bobrow // Cognitive Psychology. – 1975. – Vol. 7. – P. 44–64.
26. Paz O. Translation: Literature and Letters / O. Paz // Theories of Translation from Dryden to Derrida ; [ed. by R. Schulte and J. Biguenet]. – Chicago : Chicago University Press, 1992. – P. 152–163.
27. Prigogine M. The Scientist and Prigogine's futur créateur. Dialectic [Electronic resource] / M. Prigogine, T. Patterson // International Journal of Ecodynamics. – 2006. – Vol. 1, No. 1. – Access : <http://www.tristapatterson.com/pdfs/PattersonAndPrigogine.pdf>.
28. Quine W.V. Ontological Relativity / W.V. Quine // The Journal of Philosophy. – 1968. – Vol. 65, # 7 (Apr. 4). – P. 185–212.
29. Torrance E.P. The nature of creativity as manifest in its testing / E.P. Torrance // The nature of creativity. ; [in R. J. Sternberg (Ed.)]. – New York : Cambridge University Press, 1988. – P. 43–73.
30. Rebrii O. Think-Aloud Protocols as a Means of Studying Cognitive Mechanisms of Translator's Creativity / O. Rebrii // The Advanced Science: open access journal. – Torrance, CA (USA), 2013. – April, Issue 4. – P. 11–14.

REFERENCES

- Alekseeva, L.M. (2010). Pervod kak refleksija dejatel'nosti [Translation as an activity reflection]. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossijskaja i zarubezhnaja filologija – Herald of Perm University. Russian and Foreign Philology*, 1(7), 45–51. (in Russian)
- Benjamin, W. (2000). The Task of the Translator. An Introduction to the Translation of Baudelaire's *Tableaux Parisiens*. In: L. Venuti (ed.). *The Translation Studies Reader*. London and New York: Routledge, pp.148-159.

- Bernardini, S. (2001). Using Think-Aloud Protocols to Investigate the Translation Process: Methodological Aspects. *Target*, 13(2), 241-63.
- Biguenet, J., and Schulte, R. (1989). *The Craft of Translation*. Chicago: University of Chicago Press.
- Britannica Concise Encyclopedia. Available at: <http://www.britannica.com/>.
- Bilodid, I. K., Buriachok, A. A., Vynnyk, V. O., Hnatiuk, H.M. et al. (Eds.) (1979). *Slovnnyk ukrainskoi movy [A dictionary of the Ukrainian language]* (Vol. 10). Kyiv: Naukova dumka Publ. (in Ukrainian)
- Cronin, M. (1995). Keeping One's Distance: Translation and the Play of Possibility. *TTR: traduction, terminologie, redaction*, 8(2), 227-243.
- Eco, U. (1894). *The Role of the Reader*. Bloomington: Indiana University Press.
- Fedorov, A.V. (2002). *Osnovy obshhej teorii perevoda (lingvisticheskie problemy) [Basics of the general theory of translation (linguistic issues)]* (5th ed.). Saint Petersburg.: SPbU Faculty of Philology Publ., Moscow: FILOLOGIJA TRI Publ. (in Russian)
- Guilford, J. P. (1967). *The Nature of Human Intelligence*. N.Y.: McGraw-Hill.
- Hermans, T. (1996). Norms and the Determination of Translation. In: R. Alvarez and M. Vidal (eds). *Translation, Power, Subversion*. Clevedon: Multilingual Matters, pp. 25-51.
- Jakobson, R. (1981). *Poetry of Grammar and Grammar of Poetry* (Vol.3). The Hague: Mouton.
- Kerr B. Encyclopedia of Giftedness, Creativity, and Talent. Available at: <http://knowledge.sagepub.com/view/giftedness/n166.xml>.
- Komissarov, V.N. (1999). Perevodovedenie v XX veke: nekotorye itogi [Translation studies in the 20th century: some results]. *Tetrad perevodchika – Translator's Notes*, 24, 4-20. (in Russian)
- Kussmaul, P., and Tirkkonen-Condit, S. (1995). Think-Aloud Protocol Analysis. *Translation Studies TTR: traduction, terminologie, redaction*, 8(1), 177-199.
- Lefevere, A. (1992). *Translation, Rewriting and the Manipulation of Literary Fame*. London and New York: Routledge.
- Lefevere, A. (2000). Mother Courage's Cucumbers. Text, System and Refraction in a Theory of Literature. In: L. Venuti (ed.). *The Translation Studies Reader*. London and New York: Routledge, pp.233-249.
- Loffredo, E., and Perteghella, M. (2007). Introduction. In: E. Loffredo and M. Perteghella (eds.). *Translation and Creativity: Perspectives on Creative Writing and Translation Studies*. London: Continuum, pp. 1-16.
- Martyniuk, A.P. (2012). *Slovnnyk osnovnykh terminiv kohnityvno-dyskursyvnoi linhvistyky [Dictionary of basic terms of cognitive-discursive linguistics]* Kharkiv: V. N. Karazin KhNU Publ. (in Ukrainian)
- Nikolaou, P. (2007). Notes on Translating the Self. In: E. Loffredo and M. Perteghella (eds.). *Translation and Creativity: Perspectives on Creative Writing and Translation Studies*. London: Continuum, pp. 19-32.

- Norman, D.A., and Bobrow, D.G. (1975). On Data-limited and Resource-limited Processes. *Cognitive Psychology*, 7, 44-64.
- Paz, O. (1992). Translation: Literature and Letters. In: R. Schulte and J. Biguenet (eds.). *Theories of Translation from Dryden to Derrida*. Chicago: Chicago University Press, pp. 152-163.
- Prigogine, M., and Patterson, T. (2006). The Scientist and Prigogine's futur créateur. Dialectic. *International Journal of Ecodynamics*, 1(1). Available at: <http://www.tristapatterson.com/pdfs/PattersonAndPrigogine.pdf>.
- Quine, W.V. (1968). Ontological Relativity. *The Journal of Philosophy*, 65(7), 185-212.
- Rebrii, O. (2013). Think-Aloud Protocols as a Means of Studying Cognitive Mechanisms of Translator's Creativity. *The Advanced Science: open access journal*, 4, 11-14.
- Riabtseva, N. *Perevodovedenie v Rossii i za rubezhom. Ch. 2. Analiz jempiricheskogo materiala. [Translation studies in Russia and beyond. Part 2. A case study]*. Available at: <http://www.iling-ran.ru/Riabtseva2.doc>.
- Tarnaeva, L.P. (2010). Kreativnye mehanizmy rechevoj dejatel'nosti perevodchika: lingvodidakticheskij aspekt problemy [Creative mechanisms of the translator's speech activity: linguistic and didactic aspects of the problem]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Pedagogika i psihologija – Herald of Tver State University. Pedagogy and Psychology Series*, 35, 129-134. (in Russian)
- Torrance, E.P. (1988). The nature of creativity as manifest in its testing. In: R.J. Sternberg (ed.). *The nature of creativity*. New York: Cambridge University Press, pp. 43-73.
- Tsvilling, M.Ja. (1999). Perevodovedenie kak sintez znanija [Translation studies as knowledge synthesis]. *Tetrad perevodchika – Translator's Notes*, 24, 32-37. (in Russian)
- Zimnjaja, I.A. (2001). *Lingvopsihologija rechevoj dejatel'nosti [Linguistic philosophy of speech activity]*. Moscow: Moscow Psychological-Social Institute Publ.; Voronezh: NPO «MODJeK» Publ. (in Russian)

Ребрий Александр Владимирович – доктор филологических наук, доцент, и.о. заведующего кафедрой теории и практики перевода английского языка факультета иностранных языков Харьковского национального университета имени В. Н. Каразіна (площадь Свободы, 4, г. Харьков, 61022, Украина), e-mail: rebriy@vega.com.ua

УДК 811.111

COMMUNICATIVE STRATEGIES OF INTERNATIONAL BUSINESS NEGOTIATIONS (IBN) VIEWED SYNERGISTICALLY

Ye.V. Tarasova (Kharkiv, Ukraine)

Ye.V. Tarasova. Communicative strategies of international business negotiations (IBN) viewed synergistically. The purpose of the paper is to excite theoretical interest in a synergistic approach to speech communication based on the principles of functional self-organizing systems operating in materially embedded ecological settings. The above approach is based on the principle of complex systems self-organization and their interaction with their extra-linguistic environment. Such systems, known in synergistics as “dissipating” or “embedded” (Prigogine 1991) ones, are characterized by dynamic inner interaction of the components and integration, as subsystems, into more complex systemic entities. It is shown that in the process of the subsystems integration, their mutual accommodation is taking place, i.e. a balance is being established between their autonomy and their mutual dependence. It is claimed that the mutual adaptation principle also operates in the sphere of human interaction, cross-cultural communication including. The sphere of International Business Negotiations (IBN) is chosen as a specific example in order to illustrate how the above principle works in the concrete circumstances of cross-cultural communication, which can be described as a “give-and-take” process of mutual communicative adaptation. A survey of interdisciplinary IBN literature is presented and some basic assumptions that trigger off synergistic thinking about IBN are discussed. It is shown that within the general synergistic paradigm, the recently advanced Communication Accommodation Theory seems to provide the best-defined theoretical framework for studying IBN by integrating an interdisciplinary synergistic approach with a communicative focus.

Key words: Communication Accommodation Theory, functional self-organizing systems, international business negotiations, synergistic approach.

Е.В. Тарасова. Коммуникативные стратегии международных деловых переговоров в аспекте синергетики. Цель статьи – теоретическое обоснование целесообразности использования синергетического подхода к изучению речевой деятельности. Данный подход основывается на принципе самоорганизации сложных коммуникативных систем в их взаимодействии с экстралингвистической средой. Подобные системы, известные в синергетике как «диссипативные» или «вложенные» (Пригожин 1991), характеризуются сложным внутрисистемным взаимодействием компонентов и интегрированностью в качестве подсистемы в систему более высокого порядка. Показано, что в процессе интеграционного взаимодействия подсистем происходит их взаимная аккомодация, т.е. установление равновесия между автономией каждой из подсистем и их взаимной зависимостью. Утверждается, что принцип взаимной адаптации действует также и в сфере человеческой, в том числе, межкультурной коммуникации. В качестве примера самоорганизующейся коммуникативной системы рассматриваются международные деловые переговоры, представляющие собой межкультурный процесс «взаимных уступок» и, следовательно, динамичной коммуникативной адаптации сторон друг к другу. На основании сказанного делается вывод о целесообразности использования

синергетической теории речевой аккомодации в качестве теоретико-методологической базы для описания данной и подобных ей систем.

Ключевые слова: международные деловые переговоры, самоорганизующаяся функциональная система, синергетический подход, теория коммуникативной адаптации.

О.В. Тарасова. Комунікативні стратегії міжнародних ділових переговорів в аспекті синергетики. Мета статті – теоретичне обґрунтування доцільності використання синергетичного підходу до вивчення мовленнєвої діяльності. Такий підхід базується на принципі самоорганізації складних комунікативних систем та їх взаємодії із екстралінгвістичним середовищем. Подібні системи, відомі в синергетиці як «дисипативні» або «вкладені» (Пригожин 1991), характеризуються складною внутрішньосистемною взаємодією компонентів та інтегрованістю в якості підсистеми в систему вищого порядку. Показано, що в процесі інтеграційної взаємодії підсистем має місце їх взаємна акомодация, тобто встановлення рівноваги між автономією кожної з підсистем та їх взаємозалежністю. Стверджується, що принцип взаємної адаптації діє також і в сфері людської, в тому числі, міжкультурної комунікації. Як приклад комунікативної системи, що самоорганізується, наводиться сфера міжнародних ділових переговорів. Як теоретико-методологічна база для її опису пропонується теорія комунікативної адаптації.

Ключові слова: синергетичний підхід, функціональні системи, що самоорганізуються, теорія комунікативної адаптації, міжнародні ділові переговори.

The aim of this essay is to excite theoretical interest in the heuristic and pragmatic potential of a synergistic approach to speech communication based on the principles of functional units operating in materially embedded ecological settings. A core component of this approach is the concept of a *self-organizing system* conceived of as “an aggregate of interlocking parts” whose interaction is “triggered by difference” [Taylor 2001 : 59]. Interaction of parts, though, is not enough, as there is always a larger system of which the given aggregate is only a part. In synergistic thinking, non-linear, open entities – dissipative [Prigogine, Stengers 1977; Пригожин 1991] or autopoietic [Taylor 2001] systems, are not isolated entities: systems are linked to other systems, they exist in an environment from which they draw essential nourishment and to which they return the extrusions of their internal life [Хакен 1991, Режабек 1991]. Such (sub)systems are not indifferent to their environment, but dependent on it. The *internal* functioning of a system is determined by its own autonomous logic; its surviving in some environment is due to its “intelligent” responses to *external* conditions. This being the case, there must be a form of feedback by means of which self-correction is possible, so that the system can adapt flexibly to a variety of circumstances. In Taylor’s [2001: 146] conceptualization, every system is “coupling” to its environment and the “coupling surface” that joins the system to its environment is an effect of progressive *mutual accommodation*. Because the system is adaptive, it can “learn”. A self-organizing system, it follows, has a *regenerative capability* as a result of which the system and its environment continue to adapt to each other, evolving gradually to new patterns of co-association [Taylor 2001: 14]. Effective self-organization therefore requires management of a balance between autonomy and interdependence.

This kind of structural coupling, applied to society, is what is meant by *communication*, because human social (sub)systems also exist as unities of

components in the realm of language. Discourse is a socially and linguistically structured reality, for

- first, no message occurs in isolation; they are always components of a larger whole – a conversation, a campaign, a conference, a negotiation, etc.;
- second, the social meaning of a single message depends on the meaningful relations it has with other components of a larger whole;
- third, to successfully adapt to the complex “terrain” of interaction, communicators must manage their own needs, expectations, and desires while accommodating and adapting to the ever-changing interactional “landscape”.

To generalize, the meaning of any component of language is always explained *functionally* [Chomsky 1965] by its place in the context of a unit larger than itself. The latter can be presented as a complex network of communicative (sub)systems, a network of operational wholes in which every change of relations of activity leads to further changes of relations of activity. In other words, communicative (sub)systems are also self-regenerative “autopoietic systems in each other’s environment” [Taylor 2001: 15]. Each is characterized by its internal dynamics, and at the same time constitutes a source of “environmental perturbations” for the other. The result is “the embeddedness, the inextricable intertwinedness of cognition and communication. The structures of interaction penetrate into every warp of these apparently autonomous domains” [Schegloff 1991: 152]. Interaction and verbal communication are thus structural environments for action and cognition.

The identity of human social (sub)systems, it follows, depends on adaptation of human beings not only as organisms (in the general sense) but also as components of their linguistic domains. The same principle is applicable to individual communicators: the identity of each can be said to have two dimensions: on the one hand, as an organism with its own self-regulation and, on the other, as a personage whose personality is established in the process of communicative adaptation. Patterns of adaptation and adjustment “undergrid human interactions and relationships” [White, Burgoon 2001: 3], they form the basis of interaction and social order. Communication functions as reinforcement in the form of positive feedback for individuals who adhere to that order or as punishment in the form of negative feedback for members who deviate from the norms. Part of what we are as human beings emerges only in the interactive flow of exchange with other people, as well as the physical and social world we interact in [Drake 1995]. Hawes [1999: 247] calls this phenomenon “unfinalizable self” – an unevenly unfolding and always unfinished narrative”. An understanding of patterns of adaptation is therefore essential for understanding communication and its role in social processes and we are convinced that insights into how the adaptation process works can best be gained by a careful synthesis of concepts and principles from the contemporary theories integrating a synergistic *system-in-environment perspective* with a *communicative focus*.

Although adaptation is present in all interactions, one way to explore the nature and impact of adaptation is to examine communicative *situations* where adjustment and accommodation may be difficult to manage. *International business negotiation*

(IBN) represents one such type of situation which has been chosen here as a specific example of field work to illustrate how the synergistic principles outlined above, work out in the concrete circumstances of communication. IBN is a unique interactive activity whose mechanisms are not yet fully explained. It is certain, however, that the aspect of accommodation is more important here than anywhere else because this kind of international activity inherently requires *co-participation* of communicators.

IBN literature is highly interdisciplinary, in which a number of different streams of inquiry have been converging. It has been drawing not only from business management, but also from psychology, international relations, law, political sciences, ecological psychology, cultural studies, and linguistics (see Cai and Drake [2001] for an apt summary of the current state of IBN research). The common factor connecting this literature, however, is an urgent need *to negotiate effectively across cultures*.

Up to now, the main research into IBN has focused on the Pacific Rim cultures (especially Japan and China). Only recently, has more attention been devoted to negotiating with companies in Eastern Europe and South America. Corporations with worldwide holdings and operations are redoubling their efforts to manage expansions, mergers, acquisitions, and licensing across those cultures more efficiently. The breakup of the former Soviet Union especially created a fervor of interesting potential trade opportunities among business professionals around the globe. The successful integration of such interests depends on successful cultural interface. It also forwards the assumption that cultural awareness leads to successful ends and that a primary responsibility of IBN scholar lies in distinguishing effective from ineffective communication. So, as we are now in the middle of the second decade of the 21-st century, broader knowledge of IBN will have increasing theoretical and practical value and together with other intercultural communication issues, will only receive greater attention as global markets and intercultural contexts continue to expand.

Naturally, communication is the life-blood of IBN vital in developing cooperation, forming alliances, and de-escalating conflict in the hope of fostering healthy business relations. In short, communication tops the list of factors crucial to IBN success. Negotiation is a bargaining process wherein two or more parties attempt to agree “what each shall give and take or perform and receive in a transaction between them” [Putman, Wilson 1989: 121]. As a give-and-take process in which each party can influence and accommodate, IBN provides a particularly interesting area in which to examine patterns of adaptation and adjustment. In this dyadic phenomenon, mutual accommodation and reciprocity are *negotiating norms* that appear viable in intercultural, as well as intracultural contexts.

Three basic assumptions serve as the springboard for synergistic thinking the about IBN.

First, because negotiation is dynamic and interactive, processes and outcomes are mutually determined. Interdependence characterizes negotiation in that negotiators must obtain the opponent’s cooperation to reach a suitable agreement.

That is why, *adaptation* becomes, perhaps, the most essential feature of IBN. Intercultural negotiators, especially, implicitly understand that insistence on their own negotiating styles may jeopardize agreement. To avoid that consequence, each will adapt somehow to his/her opponent.

Second, negotiators must be aware of and attuned to a number of other exterior circumstances that shape business interaction, such as organizational considerations, societal (political and economic) constraints, or “how agreements are built (bottom up or top-bottom)” [Drake 1995]. Other contextual IBN intricacies reported by researchers are team size and makeup, power relations within and across negotiating parties, use of computer or other technologies, and negotiators’ age. IBN “contextualization” by surrounding environment has been conceptualized by Fayerweather and Kapoor [1976] in their original “centric-rings model”. In this model each set of constraints to be considered as the negotiator selects strategies are represented by surrounding circles. The most immediate ring encompasses “the four Cs”: criteria, compromise, conflicting interests, and common interests. The next ring represents pressures, preplanned strategies, available communication channels, operational goals, respective legal systems, and perceived roles. The set of other questions about this part of the negotiating environment for the negotiators to take into account before taking action at the negotiation table, would include such factors as home advantage, bureaucracy, political system and ideologies. Testing “contextuality” would also require a complex enough set of controls and variables, such as power distance, sensitivity to time, emotionalism, risk-taking, and environmental factors, such as economic character and governmental controls. The outer ring represents the individual perspective.

Third, IBN produces *its own context*, which in turn generates information flows for its continuing reorganization into a distinct cultural (sub)system. It is not just the coupling surface for two autonomous autopoietic systems but *itself* manifests regenerative autopoietic properties. This idea is reiterated, in particular, in “third culture” theories [Hawes 1999; Cai, Drake 2001] whose proponents argue that in international settings, special cultural norms, different from those of either participant’s home culture, prevail. Walker [1990: 101] amply observes that “international negotiation has developed into a culture of its own”. Based on this rationale is also the concept of an “international mind-set” applied to IBN by Schwartz [1993]. This concept is defined as an “open-minded attitude toward conducting business in countries and cultures different from our own” and includes “flexibility, patience, and long-term perspective, as well as knowledge and appreciation of one’s host culture” [Schwartz 1993: 1282].

Consistent with the synergistic assumptions of interdependence and mutual accommodation is also Weiss’s [1993: 172] **RBC** model that represents links among the three basic components of IBN across relevant levels – interpersonal, inter-organizational, and intra-organizational. The **R** refers to “relationships”, symmetric or asymmetric connections between negotiators, members of negotiation teams, or organizations who negotiate through agents. Encompassed into relationship category

are common interests, power, trust, and perceptions. **B** refers to “behaviors” – actions directed toward or affecting another party. Included in this category are information processing, judgment and decision making, planning, verbal styles, concession making, etc. **C** represents “conditions”, i.e. the circumstances surrounding, stimulating, restricting or modifying the negotiation: specific events, available communication channels, political and economic environments, legal systems, etc.

Scholars have only recently begun to assess the strength with which culture affects IBN, as compared with contextual, structural and other features of business negotiations environment. It has been well documented, however, that culture and national character comprise a range of values, preferences, and behaviors that differ across cultures [Gudikunst 1997, Ting-Toomy 1988, Hui 1988, Hofstede 1980, Triandis 1987]. These values range from emphasis on hierarchy to equality, from high to low power distance, from relationship building to deal making, from vague to precise language, from assertive to compromising conflict handling. In addition, cultures differ in their interpretation of the concepts of “compromise”, “contract”, “profit”, and “negotiation”. Empirical evidence also suggests that cultures prioritize different types of face-work and are identified by distinctive communicative patterns for handling conflict, affect displays, superior-subordinate relationships, argumentation, persuasion, system of logic and uncertainty reduction [Fransis 1991].

Most popular among cultural dimensions studied is the collectivism-individualism continuum [Walker 1990, Hofstede 1980, Hui 1988, Triandis 1987]. This cultural syndrome shows how members of individualistic and collectivist cultures define themselves differently in relationship to society and other human beings. A basic premise behind the individualism vs. collectivism approach is that particular psychological characteristics predominate in the given culture, and the culture’s social structure permits ongoing expression of that psychology in culturally preferred negotiation styles. A brief summary of these characteristics is as follows.

Individualistic societies socialize persons idiocentrically, i.e. to value the interests and needs of an individual over the interests and needs of the group, community, or society. On average, members of individualistic cultures value personal autonomy, competition, self-sufficiency, and open conflict more than persons from collectivistic cultures. Additionally, individualistic cultures strive for linear logic, Aristotlean argument, and detailed, objective proof including statements of fact, statistic information, legality, or expert opinion. Individualists like to be in command of the relevant facts and details in a case. Persons who have “done their homework” are perceived as competent and efficient. The US is the most common representative of individualistic culture.

In contrast, collectivist cultures socialize persons allocentrically, i.e. to value the good of the community, group, or nation over the interests of individuals. Collectivists make the “we” more important than the “I”, i.e. define themselves in terms of their membership within groups, sharply distinguishing these in-groups from outgroups of which the individual is not a part. Maintaining the integrity of in-groups is stressed so that cooperation, conflict avoidance, solidarity, and conformity are the

hallmarks of collectivist cultures. Collectivist cultures stress relational harmony and individuals' obligations toward others. They urge members to focus more on people than tasks. Collectivism stresses abstract, general principles over concrete specific issues. Reasoning is deductive, syllogistic and spiral. Arguments in support of a collectivist's position generally contain appeals to emotion, verbal embellishment, and imagery. Collectivist negotiator' assume that details can be worked out in the future if two negotiators can agree on generalities. China is commonly used to represent collectivist culture – see Triandis [1987] for a review.

Inevitably, negotiator's approach and interaction modes change significantly from intra- to intercultural contexts and each negotiator's familiarity with the other party's culture is an important determinant that dictates an appropriate strategy and appropriate interpretation of offers, counteroffers, and refusals. Negotiators assess unusual and unexpected behaviors and adjust their own behaviors and attitudes when encountering negotiators from other cultures. Thompson and Hastie [1990] report that negotiators who sought information about others' priorities achieved higher profits. Information seeking was positively and significantly reciprocated. Even when only one side shared information, joint profits improved. It has also been suggested that a negotiator who has moderate familiarity with the other's culture should adapt to his/her partner's scripted negotiation behavior. Accordingly, some IBN experts [Hu 1988, Triandis 1987, Fransis 1991] recommend that American business executives adopt native behaviors and values when negotiating outside the US, assuming that "doing as Romans do" will ensure success by increasing perceived similarity and understanding. They advise, for example, that when negotiating in Germany, Austria, or Switzerland, Americans should be prompt and efficient, but when negotiating in Mexico or Russia, Americans should "grant concessions that support the ego of the decision maker and handle problems in a personal (and emotional) rather than in a business manner" [Fransis 1991: 66].

When both participants are closely familiar with their counterparts' cultures, they should have sufficient flexibility to improvise a "shared" approach and create their own negotiation rules. Empirical investigation of the effectiveness of adaptation is particularly important given the emerging evidence that too much adaptation, or "acting the part" of a host culture member when one is merely a visitor, may be detrimental to effectiveness [Fransis 1991]. So, an important issue emerging from the available IBN research is that it would be more accurate to think of IB negotiators as *reflexive agents* – players, rather than as culture-bound actors.

In view of this fact and the topicality of the IBN phenomenon in general, there is a need to more carefully examine the nature and magnitude of adjustments that occur across different cultures and other environmental conditions, as at present we still know little about how negotiators react strategically to others or about the relationship between accommodation and successful outcomes. One potentially valuable perspective within the broad synergistic paradigm, which so far has not been applied to international BN research, is the recently advanced *Communication Adaptation Theory* (CAT) [Gallois, Giles, Jones, Cargile, Ota 1995; Giles, Coupland,

Coupland 1991; Giles, Powesland 1975; Jones, Gallois, Barker 1999]. CAT is a context/environment-sensitive theory of language use which can explicitly address the issue of negotiator adaptation. Because CAT focuses on communication at the dyadic rather than individual level, it can explain how participants orchestrate negotiating behavior to meet aims and how they create interpersonal similarity by “converging” to approximate the verbal and nonverbal behavior of the negotiation partner. CAT also allows to assess cognitive and affective processes underlying the complex nature of IBN.

One undeniable strength of the theory is that it accounts for the *concrete strategies of adaptation*. Some versions of CAT [Burgoon, Stern, Dillan 1995] identify them as *approach, avoidance, reciprocity, and compensation*. Others [Gallois, Giles, Jones, Cargile, Ota 1995; Giles, Coupland, Coupland 1991] distinguish between *speech convergence, divergence and maintenance* regarded collectively as strategies of *approximation*. Still others [Giles, Powesland 1975] prioritize *interpretability, discourse management, and interpersonal control*.

To conclude: one way or another, one thing seems certain: more substantial research is needed to examine the effects of such strategies. Further research that would explore successes and failures in business communication must provide a more complete description of the IBN communication patterns and the environmental constraints they are most and least responsive to. Such research based on CAT methodology will help to identify the features and explicate communicative designs from which adaptation emerges. Finally, the CAT perspective will, undoubtedly, help to illuminate such a critical issue as culture’s effect on communication processes in negotiation as well as provide communication scholars an opportunity to regroup and set a course for further study in this fascinating interdisciplinary area.

LITERATURE

1. Пригожин И.Г. Природа и новая рациональность / И.Г. Пригожин // Философия и жизнь. – 1991. – № 7. – С. 5–23.
2. Реджабек Е.Я. Синергетическое представление о социальной реальности / Е.Я. Реджабек // Синергетическая парадигма. Социальная синергетика. – М. : Мир, 2009. – 218 с.
3. Хакен Г. Информация и самоорганизация / Г. Хакен – М. : Мир, 1991. – 240 с.
4. Burgoon D. The Unspoken Dialogue // Burgoon D., Stern J., Dillman T. – Boston : Houghton Mifflin Co, 1995. – 96 p.
5. Cai, D.A. The business of business negotiation: intercultural perspectives / Cai D.A., Drake L.E. // Communication Yearbook. – 2001. – # 21. – P. 15–31.
6. Chomsky N. Aspects of a Theory of Syntax / Chomsky N. – Cambridge MA : MIT Press, 1965. – 68 p.
7. Drake L.E. Negotiation styles in intercultural communication / Drake L.E. – International Journal of Conflict Management. – 1995. – V.6, #1. – P. 72–90.

8. Fayerweather J. Strategy and negotiations for the international corporation / Fayerweather J., Kapoor A. // *The International Executive*. – 1976. – V.18, Issue 2. – P. 20–22.
9. Fransis J.N.P. When in Rome? The effects of cultural adaptation on international business negotiations / Fransis J.N.P // *Journal of International Business Studies*. – 1991. – # 22. – P.403–428.
10. Gallois C. Accommodating intercultural encounters: Elaborations and Extentions / Gallois C., Giles H., Jones E., Cargile A., Ota H. // R. Wiseman (ed.). *Intercultural Communication Theory*. – Thousand Oaks, CA : Sage, 1995. – P. 115–147.
11. Giles H. Accommodation theory: Communication, context and consequences / Giles H., Coupland N., Coupland J. // Giles H., Coupland N., Coupland J. (ed.) *Contexts of Accommodation*. – Cambridge, UK : CUP, 1991. – P. 1–68.
12. Giles H. *Speech Style and Social Evaluation* / Giles H., Powesland P. – London : Academic Press, 1975. – 166 p.
13. Gudykunst W.B. Cultural variability in communication / Gudykunst W.B. // *Communication Research*. – 1997. – # 24. – P. 327–348.
14. Hawes L. The dialogics of conversation: Power, control, vulnerability / Hawes L. // *Communication Theory*. – 1999. – # 9. – P. 229–264.
15. Hofstede G. *Culture's Consequences: International Differences / Hofstede G. // Work-related Values*. – Beverly Hills, CA : Sage, 1980. – 247 p.
16. Hui C.H. Measurements of individualism-collectivism / Hui C.H. // *Journal of Cross cultural Psychology*. – 1988. – # 17. – P. 225–248.
17. Jones E. Strategies of accommodation: development of a coding system for conversational interaction / Jones E., Gallois C., Barker M. // *Journal of Language and Social Psychology*. – June 1999. – P. 123–151.
18. Prigogine I. *Order out of chaos: man's new dialogue with nature* / Prigogine I., Stengers I. – Toronto, New York, NY: Bantam Books, 1987. – 349 p.
19. Putman L.L. Argumentation and bargaining strategies as discriminators of integrative outcomes / Putman L.L., Wilson S.R. // *Managing Conflict: An Interdisciplinary Approach*. – Toronto, New York, NY : Bantam Books, 1987. – 349 p.
20. Schwartz B.D. On explicit and negative data effecting and affecting competence and linguistic behavior / Schwartz B.D. // *Studies in Second Language Acquisition*. – 1993. – # 15.2. – P. 147–63.
21. Schegloff E.A. Conversation analysis and socially shared cognition / Schegloff E.A. // L.B. Resnick, J.L. Levine, S.D. Teasley (eds.). *Perspectives on Socially Shared Cognition*. – L. : CUP, 1991. – P. 150–170.
22. Taylor J.R. The “rational” organization reconsidered: an exploration of some of the organizational implications of self-organizing / Taylor J.R. // *Communication Theory*. – May 2001. – # 11/2. – P. 137–177.

23. Ting-Toomey S.Y. Conflict styles in black and white subjective cultures / Ting-Toomey S.Y. // Kim (ed.) *Current Research in Interethnic Communication*. – Beverly Hills, CA : Sage, 1988. – P. 75–89.
24. Thompson L. Social Perception in Negotiation / Thompson L., Hastie R. // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 1990. – # 47(1). – P. 98–123.
25. Triandis H.C. Collectivism vs. individualism: a reconceptualization of a basic concept in cross-cultural social psychology / Triandis H.C. // Verma, C. Bagley (eds). *Cross-cultural Studies of Personality, Attitudes, and Cognition*. – New York : St. Martin's Press, 1987. – P. 12–35.
26. Walker G.B. Cultural orientation of argument in international disputes: negotiating the Law of the Sea / Walker G.B. // F. Korzenny, S. Ting-Toomey (eds.). *Communicating for Peace: Diplomacy and Negotiation*. – Newbury Park, CA : Sage. 1990. – P. 54–71.
27. Weiss S.E. Negotiating with "Romans". Part 2 / Weiss S.E. // *Sloan management review*. – 1994. – P. 116–201.
28. White C.H. Adaptation of communicative design; patterns of interaction in truthful and deceptive conversations / White C.H., Burgoon J.K. // *Human Communication Research*. – 2001. – V. 27, #1. – P. 9–37.

REFERENCES

- Burgoon, D., Stern, J., Dillman, T. (1995). *The Unspoken Dialogue*. Bostonoughton Mifflin Co.
- Cai, D.A., Drake, L.E. (2001). The business of business negotiation: intercultural perspectives. *Communication Yearbook*, 21, 15-31.
- Chomsky, N. (1965). *Aspects of a Theory of Syntax*. Cambridge MA: MIT Press
- Drake, L.E. (1995). Negotiation styles in intercultural communication. *International Journal of Conflict Management*, vol. 6, 1, 72-90
- Fayerweather, J., Kapoor, A. (1976). Strategy and negotiations for the international corporation. *The International Executive*, v.18, Issue 2, 20-22
- Fransis, J.N.P. (1991). When in Rome? The effects of cultural adaptation on international business negotiations. *Journal of International Business Studies*, 22, 403-428
- Gallois, C., Giles, H., Jones, E., Cargile, A., & Ota, H. (1995). R. Wiseman (ed.). *Accommodating intercultural encounters: Elaborations and Extentions*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Giles, H., & Powesland, P. (1975). *Speech Style and Social Evaluation*. London: Academic Press
- Giles, H., Coupland, N., & Coupland, J. (1991). Accommodation theory: Communication, context and consequences. In: *Contexts of Accommodation*. Cambridge, UK: CUP, pp. 1-68
- Gudykunst, W.B. (1997). Cultural variability in communication. *Communication Research*, 24, 327-348.

- Haken, G. (1991). *Informatsiya i samoorganizatsiya [Information and self-organization]*. Moscow: MIR Publ.
- Hawes, L. (1999). The dialogics of conversation: Power, control, vulnerability. *Communication Theory*, 9, 229-264.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Hui, C.H. (1980). Measurements of individualism-collectivism. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 17, 225-248
- Jones, E., Gallois, C., Barker, M. (1999). Strategies of accommodation: development of a coding system for conversational interaction. *Journal of Language and Social Psychology*, June, 123-151.
- Prigogine, I., Stengers, I. (1987). *Order out of chaos: man's new dialogue with nature*. Toronto, New York, NY: Bantam Books.
- Prigogine, I.G. (1991). Priroda i novaya ratsionalnost' [Nature and a new rationality]. *Filosofiya i zhizn – Philosophy and Life*, 75-23 (in Russian)
- Putman, L.L., Wilson, S.R. (1989). Argumentation and bargaining strategies as discriminators of integrative outcomes. In: *Managing Conflict: An Interdisciplinary Approach*. New York: Praeger, pp. 121-141
- Rezhabek, E.Ya. (2009). Synergeticheskoye predstavleniye o sotsialnoy realnosti [A synergistic idea of social reality] In: *Synergeticheskaya paradigma. Sotsialnaya synergetika [The synergistic paradigm. Social synergistics]*. Moscow, 218 p.
- Schegloff, E.A. (1991). Conversation analysis and socially shared cognition. In: Resnick, L.B., Levine, J.L. & Teasley, S.D. (eds.). *Perspectives on Socially Shared Cognition*, pp. 150-170
- Schwartz, B.D. (1993). On explicit and negative data effecting and affecting competence and linguistic behavior. *Studies in Second Language Acquisition*, 15.2, 147-63.
- Taylor, J.R. (2001). The “rational“ organization reconsidered: an exploration of some of the organizational implications of self-organizing. *Communication Theory*, 11/2, May, 137-177.
- Thompson, L., Hastie, R. (1990). Social Perception in Negotiation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 47(1), 98-123.
- Ting-Toomey, S. (1988). Conflict styles in black and white subjective cultures. In: Kim, Y. (ed.). *Current Research in Interethnic Communication*. Beverly Hills, CA: Sage, pp. 75-89
- Triandis, H.C. (1987). Collectivism vs. individualism: a reconceptualization of a basic concept in cross-cultural social psychology. In: Verma, G.K. & Bagley, C. (eds.). *Cross-Cultural Studies of Personality, Attitudes, and Cognition*. New York: St. Martin's Press, pp. 12-35
- Walker, G.B. (1990). Cultural orientation of argument in international disputes: negotiating the Law of the Sea. In: Korzenny, F. & Ting-Toomey, S. (eds.).

Communicating for Peace: Diplomacy and Negotiation. Newbury Park, CA: Sage, pp. 43-60

Weiss, St. E. (1994). Negotiating with "Romans"- Part 2. *Sloan Management Review*, 116-201.

White, C.H., Burgoon, J.K. (2001). Adaptation of communicative design: patterns of interaction in truthful and deceptive conversations. *Human Communication Research*, v. 27, 1, 9-37.

Тарасова Елена Владиславовна – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой английского языка Харьковского государственного университета «Народная украинская академия» (ул. Лермонтовская, 28, г. Харьков, 61000, Украина); e-mail: otarasova1@mail.ru

РЕДАКТОРЫ

Ирина Семеновна Шевченко, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой делового иностранного языка и перевода Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина; e-mail: irina.shevchenko7@gmail.com

Владимир Ильич Карасик, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой английской филологии Волгоградского государственного педагогического университета; e-mail: vladimir_karasik@mail.ru

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Донка Александрова, доктор философии, профессор кафедры риторики университета Климента Охридского, г. София, Болгария; e-mail: donka_bar@hotmail.com

Алла Дмитриевна Белова, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой английской филологии Института филологии Киевского национального университета имени Тараса Шевченко; www.philolog.univ.kiev.ua

Лилия Ростиславовна Безуглая, доктор филологических наук, профессор кафедры немецкой филологии и перевода Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина; e-mail: bezugla@daad-alumni.de

Дэниэл Вандервекен, доктор философии, профессор факультета философии университета Квебека, г. Труа-Ривьер, Канада, e-mail: daniel.vanderveken@uqtr.ca

Светлана Анатольевна Жаботинская, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английской филологии Черкасского национального университета имени Богдана Хмельницкого; e-mail: saz9@ukr.net

Евгения Анатольевна Карпиловская, доктор филологических наук, профессор, зав. отделом структурно-математической лингвистики Института украинского языка Национальной академии наук Украины; e-mail: karpilovska@gmail.com

Герхард Коллер, доктор философии, директор лингвистического центра университета имени Фридриха Александра, г. Эрланген-Нюрнберг, Германия; e-mail: Gerhard.Koller@sz.uni-erlangen.de

Геннадий Николаевич Манаенко, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка Ставропольского государственного

педагогического института, зав. проблемной научно-исследовательской лабораторией «Личность. Информация. Дискурс» ("ЛИД"); e-mail: manaenko@list.ru

Алла Петровна Мартынюк, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры теории и практики перевода английского языка Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина; e-mail: allamart@list.ru

Франциско Домингес Матито, доктор философии, професор университета Ла Риоха, г. Мадрид, Испания; e-mail: fd.matito@unirioja.es

Лев Михайлович Минкин, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой романских языков Харьковского национального педагогического университета имени Г.С. Сковороды; e-mail: lev.minkin@gmail.com

София Ахметовна Моисеева, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры французской филологии Белгородского государственного университета, Россия; e-mail: moisseeva@bsu.edu.ru

Елена Ивановна Морозова, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английской филологии Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина; e-mail: elena.i.morozova@gmail.com

Валентина Григорьевна Пасынок, доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой методики и практики английского языка, декан факультета иностранных языков Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина; e-mail: inyaz@univer.kharkov.ua

Анатолий Николаевич Приходько, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой германской филологии Днепропетровского национального университета имени Олеся Гончара; e-mail: aprykhod@rambler.ru

Виктория Афанасьевна Самохина, доктор филол. наук, профессор, зав. кафедрой английской филологии Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина; e-mail: englishphilology.karazin@yahoo.com

Елена Александровна Селиванова, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой теории и практики перевода Черкасского национального университета имени Богдана Хмельницкого; e-mail: oselivanova@ukr.net

Геннадий Геннадьевич Слышкин, доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Российской академии

народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва, Россия); e-mail: ggsl@yandex.ru

Людмила Васильевна Солощук, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина; e-mail: lsolo@ukr.net

Маргарет Фриман, доктор философии, почетный профессор Вэлли Колледжа (г. Лос-Анжелес), со-директор Мэрифилд института когниции и гуманитарных наук (г. Хит, США); e-mail: freemamh@lavc.edu

Наталья Чабан, доктор философии, доцент, зам директора национального центра европейских студий университета Кентербери, г. Крайстчерч, Новая Зеландия, e-mail: natalia.chaban@canterbury.ac.nz

Валерия Евгеньевна Чернявская, доктор филологических наук, профессор, научный директор института прикладной лингвистики Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; e-mail: tcherniavskaia@rambler.ru

ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ

Евгения Валериевна Бондаренко, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина; e-mail: ievgeniia.bondarenko.2014@gmail.com

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

1. Материалы принимаются в объеме не менее 10 страниц текста в текстовом редакторе Microsoft Word, версия 6.0 и выше, шрифт Times New Roman Cyr, размер шрифта 14, интервал 1. Текст форматируется по ширине. Отступ для абзаца 1,25 см, поля: слева – 2 см., справа – 2 см., сверху и внизу – 2,5 см. В левом углу указывается УДК. По центру заглавными буквами жирным шрифтом пишется название статьи. На следующей строке по центру указываются сначала инициалы, затем фамилия автора, в скобках пишется город, страна; например:

ПРОБЛЕМА ВТОРИЧНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЗНАНИЙ

Н.И. Иванова (Киев, Украина)

2. Аннотации (около 500 знаков каждая, включая пробелы; ключевые слова расположить в алфавитном порядке) на трех языках: украинском, русском, английском) подаются шрифтом 12 Times New Roman, в начале каждой аннотации указать инициалы, фамилию автора и название статьи на соответствующем языке.

3. В начале каждой статьи ВАК Украины рекомендует указывать **актуальность, объект, предмет, цель и материал** статьи. Приветствуется структурирование статьи на подразделы (нумерованные), названия которых печатаются с отступом строки от предыдущего текста и выделяются жирным шрифтом.

4. Примеры и их перевод выделяются *курсивом*, нужное подчеркивается. Подразделы, важнейшие понятия даются жирным шрифтом; авторы могут использовать подчеркивание. Растяжка шрифта, постраничные сноски в электронных изданиях не допускаются. При необходимости возможны примечания после текста статьи перед списком литературы.

5. Ссылки на литературу оформляются в квадратных скобках по образцу [Арутюнова 1976: 15; Гумбольдт 1985: 373]. Библиография оформляется по требованиям ВАК Украины. После слова **ЛИТЕРАТУРА** (заглавными буквами жирным шрифтом без двоеточия в конце) приводится нумерованный алфавитный список. Тире и дефис различаются. В случае цитирования работ одного автора, изданных в один год, после года ставится буква (2001a; 2001b).
Пример:

1. Демьянков В.З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода / В.З. Демьянков // Вопросы языкознания. – 1994. – № 4. – С. 17–33.
2. Карпова Е.В. Стратегии вежливости в современном английском языке (на материале малоформатных текстов) : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Е.В. Карпова. – СПб, 2002. – 20 с.
3. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова – М. : АСТ: „Восток – Запад“, 2007. – 314 с.

6. После списка литературы подается информация о месте работы (полное название), степени и звании, приводится электронный адрес, который автор желает указать для читателей журнала.

7. Все статьи проходят анонимное рецензирование. Авторам могут быть предложены изменения, которые желательно внести в течение месяца.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

КОГНІЦІЯ, КОМУНІКАЦІЯ, ДИСКУРС

Міжнародний електронний збірник наукових праць. 2014, № 9
Напрямок “Філологія”

Російською, англійською, німецькою, французькою мовами

Випусковий редактор

Л.Р. Безугла

Комп’ютерне верстання

Л.П. Зябченко

Комп’ютерна підтримка сайту

В.О. Шевченко

61022, м. Харків, майдан Свободи, 4
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Надруковано: ХНУ імені В. Н. Каразіна
61022, м. Харків, майдан Свободи, 4,
тел.: 362-01-52
Свідоцтво суб’єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.09.