

имён людей [2]. Как отмечает Е.В. Гусева, женщины более терпимы и последовательны в восприятии этих кличек. Мужчины считают, что животных можно называть любым человеческим именем, но при этом очень многие из них недовольны, если слышат, например, на улице своё имя в качестве обращения к животному. Кроме того, женщины и мужчины выбирают клички для своих животных разные и по-разному.

Большое значение имеют образование и род деятельности имядателя. Так, например, информанты-гуманитарии чаще дают имена своим домашним животным со сложной мотивацией, учитывая значения иностранных апеллятивов, или стараются придумать что-то новое и оригинальное [2]. Респонденты технических специальностей чаще при номинации питомцев обращаются к совету друзей либо учитывают традиции. При этом традиционные русские кинонимы ассоциируются с непородистыми, дворовыми, даже бездомными собаками, а большинство собак, живущих в городских квартирах, – породистые животные (по крайней мере, этот вывод можно сделать на основании собранных данных: породистые собаки – **69,7%**, непородистые – **30,3%**). Традиционные же фелонимы чаще ассоциируются с породистыми (и домашними) животными, а городские кошки (даже в семьях жителей больших городов) – в основном обычные, непородистые, которые составляют **52,6%**, породистые – **47,4%**.

Заключение. Таким образом, не только имя человека обладает социальными и культурологическими параметрами. Имя домашнего животного также является определённым культурным символом, знаком, говорящим о социальной и культурной принадлежности человека, выбравшего это имя.

Список литературы

1. Бондалетов, В.Д. Социальная лингвистика: учебное пособие для студентов педагогических институтов по специальности № 2101 «Русский язык и литература» / В.Д. Бондалетов. – М.: Просвещение, 1987. –160 с.
2. Гусева, Е.В. Социально-культурные факторы номинации: На материале современных городских зоонимов: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19 / Е.В. Гусева. – М., 2005. – 220 с.

КОГНИТИВНАЯ СТИЛИСТИКА КАК СИНТЕЗ НАУЧНЫХ ЗНАНИЙ

В.А. Маслова

Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

По своей сущности стилистика – многогранна и синтетична. Существует закон единства всего сущего в соответствии с которым, начиная со второй половины XX века, активно объединяются разные области научных знаний. Такова и стилистика, предшественниками которой была поэтика, с одной стороны, и риторика, с другой. Поэтика понималась как наука о поэзии, а риторика как наука об ораторской речи, ее центральной частью было учение о словесном выражении. Стилистика, соприкасаясь с поэтикой, исследует приемы языкового построения художественных произведений и выбора языкового знака из ряда синонимичных и др.

Актуальность ее обусловлена бурным развитием когнитивной лингвистики, которая, по образному выражению Е.С. Кубряковой, оказалась тем зонтиком, который собрал под собой множество дисциплин, связанных с усвоением и преобразованием информации (Кубрякова, 2004, с. 7): философскую теорию когниции, когнитивную психологию, когнитивную лингвистику, теорию искусственного интеллекта и др. Целью нашей работы является попытка увидеть когнитивную стилистику как синтетическую науку.

Материал и методы. Материалом для исследования являются поэтические тексты конца XX века, а методами – наблюдение, описание, семантический и дискурсивный анализы.

Результаты и их обсуждение. В современной лингвистике выделяются экспрессивная стилистика, стилистика текста, функциональная стилистика, практическая стилистика, сопоставительная стилистика и др.; отсюда видим, что интердисциплинарные исследования в стилистике очевидны, но каждая из синтезирующихся дисциплин имеет свой объект. Это в традиционной стилистике.

В связи с развитием антропологической парадигмы появились новые стилистики: на стыке с теорией интерпретации, с прагматикой, лингвокультурологией, когнитивной лингвистикой, герменевтикой и др. современными областями знаний. Например, синтез с прагматикой привел стилистику к исследованию жанров общения, что, в свою очередь, вылилось в современную жанрологию (новую область лингвистики, занимающуюся проблемами теории речевых жанров, типологией жанров и жанровых форм, жанрами в связи с культурой, языковой карти-

ной мира, языковой личностью, художественным творчеством и т.д.). Было установлено, что жанровые формы во многом определяют характер мышления и поведения языковой личности.

Синтез стилистики с лингвокультурологией позволяет увидеть национальную специфику художественных текстов и их адекватную передачу при переводе, национальную специфику образов и идиостилей конкретных авторов (пример, моя книга «Поэт и культура»).

Особый интерес в докладе проявлен к синтезу с когнитивной лингвистикой, которую даже возводят сейчас в ранг парадигмы, потому что когнитивистика, по образному выражению Е.С. Кубряковой, оказалась тем зонтиком, который собрал под собой множество дисциплин, так или иначе связанных с усвоением и преобразованием информации [1,7]: философскую теорию когниции, когнитивную психологию, когнитивную лингвистику, теорию искусственного интеллекта и др.

Поскольку когнитивная лингвистика исследует разные аспекты когниции (знание, познание, информация, человеческий мозг, сознание, разум) ее связь со стилистикой исключительно плодотворна: продуктивно исследуется стилевая организация при реализации ментальных, коммуникативно-познавательных процессов. Это не простое «сложение» возможностей когнитивистики и стилистики, а именно разработка нового направления, способного преодолеть ограниченность «узковедомственного» изучения фактов и тем самым обеспечить новые ракурсы их видения и объяснения. Мы видели сегодня это в докладе молодого ученого. Для построения полноценной науки необходимо прежде всего 1) сконструировать или выделить объект исследования; 2) установить методы исследования; 3) определить, какие методы верификации результатов ученый может использовать; 4) систематизировать основные понятия науки; 5) определить ее задачи. До этого еще далеко, но, как видим, «процесс пошел», и это отрадно.

Таким образом, мир современной стилистики многолик, сложен, а потому недостаточно исследован. Именно текст является релевантной единицей стилистических исследований (М.А.К. Хэллидей). Особую актуальность представляет сейчас когнитивная и лингвокультурологическая стилистики, материалом исследования которых может быть любой текст, но наиболее перспективен художественный.

Известно, что общее значение стихотворения больше суммы значений входящих в него единиц языка, это и есть «взаимодействие взаимодействий», изучением которого и должна заниматься стилистика [2, 38]. С нашей точки зрения – это задача поэтики. Всякое рифмованное стихотворение имеет двойное синтаксическое членение – на предложения и метрическую разбивку стиха, которые вкупе и одновременно создают метрико-композиционную упорядоченность, порождая тем самым новые дополнительные к языковым смыслы. В стихотворении Ю. Левитанского «Музыка моя, слова...» (1991):

*музыка моя, слова,
осень, ясень, синь, синица,
сень ли, синь ли, сон ли снится,
сон ли синью осенится,
сень ли, синь ли, синева*

Кажется, что идет малоосмысленный перебор созвучных слов, создающих мелодику стиха. Однако при ближайшем рассмотрении становится ясно, что здесь работает игра значений в слове *осенится*, которое, с одной стороны, 1) покрыться, закрыться тенью и 2) внезапно появиться (осенила мысль) [3, 645]. Скрытая энантиосемия, сближая оба значения, объединяет их в стихотворении и сталкивает с созвучными словами, тем самым как бы сплетает единую ткань, в которой строится новый сложный неуловимый образ сна, сквозь который сияют смыслы.

Ю.С. Степанов писал, что лишь объединение нескольких наук в одну способно сформулировать законы поэтического языка и решить проблемы порождения новых смыслов в текстах. Необходимо объединить усилия лингвистов, стилистов, семиотиков, культурологов, когнитологов, специалистов по поэтике, создав единый ансамбль, где достижения каждой из наук находили бы отражение друг в друге и только в единстве выявляли бы обобщенное понимание специфики поэтического языка.

Все, о чем мы говорили, касается монолигвальной стилистики. Полилигвальная имеет свою специфику, при которой стилистика художественной литературы требует двуязычия высшей пробы, т.к. нужно передать не только социальные типажи с их речевой манерой и реалии конкретного народа, но и сугубо национальные образы, обычаи, традиции. Как, например, донести до инофона чеховскую фразу «*Блины были такие великолепные, пухленькие, рыхленькие, румянькие. Возьмешь один, черт его знает, обмакнешь его в горячее масло, съешь, другой сам в рот лезет*» (Торжество победителя). Так описана А.П. Чеховым русская масленица.

Национальный колорит здесь накладывается на стилистическую систему писателя, срastается с ней, и пред нами предстает национальная культура.

Список литературы

1. Кубрякова Е.С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики // Известия РАН, Т. 63, № 3, 2004.
2. Словарь современного русского языка. В 4-х томах. Т. 3. М., 1982.
3. Степанов Ю.С. Авангард наших дней: атмосфера и сеть // Язык и искусство: Динамический авангард наших дней. М., 2002.

СПЕЦИФИКА РУССКО- И БЕЛОРУССКОЯЗЫЧНЫХ ПРАГМОНИМОВ БЕЛАРУСИ (НА МАТЕРИАЛЕ НОМИНАЦИЙ ВИН)

А.М. Мезенко
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

В последнее десятилетие «пищевая» лексика и лексика «напитки» привлекает все большее внимание лингвистов. К настоящему времени выявлены основные группы денотативной сферы «еда/пища», определены особенности указанной лексики в культурологическом аспекте, ее семантической структуры и функционирования в языке (см. работы Е.Ю. Долговой, Е.П. Се-ничкиной, Е.В. Капелюшник, Е.А. Юриной [1] и др.). Особое место отводится лексике, связанной с употреблением алкоголя и в частности вина, которое является одним из важных и древних компонентов культуры, отражающим важную составляющую национальной картины мира. О том, что спиртные напитки в белорусской и русской культуре занимают достаточно важное место, свидетельствует паремиологический фонд белорусского и русского языков, который сохранил значительное количество пословиц и поговорок, оправдывающих употребление спиртных напитков или даже призывающих к их употреблению (ср.: человека хлеб живит, а вино крепит; бел. быць пад му-хаю и др.). Что же касается прагмонимов, используемых для их номинации, то серьезные монографические работы, посвященные их анализу, пока ждут своих авторов.

Актуальность проводимого исследования обусловлена необходимостью разработки прагмонимии Беларуси, в частности имен собственных, имеющих денотаты в прагматической сфере деятельности человека, связанной с производством вин. Думается, изучение фактов использования разноязычных номинаций сможет косвенно дать сведения об особенностях национального «ономастического мировоззрения» белорусов. Цель данной работы – определение специфики использования русско- и белорусских названий при номинации вин.

Материал и методы. Материалом для исследования послужили наименования плодово-ягодных вин, вопрос о запрещении производства и реализации которых в Беларуси неоднократно активно обсуждался в СМИ. Несмотря на то, что потребителями этого сорта вин выступает незначительная часть общества, их названия характеризуются образностью и значительным разнообразием. Общее количество проанализированного материала – около 400 единиц. Используются описательный метод (приемы наблюдения, интерпретации, обобщения), сравнительно-сопоставительный, элементы количественных подсчетов.

Результаты и их обсуждение. Современную языковую ситуацию в Беларуси характеризует сосуществование двух государственных языков – белорусского и русского. Процесс их активного и непосредственного контактирования и взаимодействия обусловил и определил характер и специфику языковой ситуации, особенности которой проявляются во всех сферах жизнедеятельности общества, в частности и в номинации плодово-ягодных вин. Так, в оформлении этикеток бутылок встречаем четыре варианта использования названных языков: а) вся основная информация – само название, качественные характеристики товара, адрес производства – приводится на белорусском языке (например, «*Вячоркі*» – напітак пладовы моцны. Ча-чэрскі вінаробчы завод); б) вся основная информация приводится на русском языке (например, «*Молодечненское фестивальное*» – вино плодое крепленое крепкое улучшенного качества. Республика Беларусь. БЕЛКООПСОЮЗ. Минский облпотребсоюз и т.д.); в) название дается на белорусском языке, а качественные характеристики товара и адрес производства – на русском (например, «*Мара паэта*» – вино плодое крепленое крепкое улучшенного качества и т.д.); г) одна часть названия на белорусском, вторая часть – на русском языке («*Беларускі пачастунак Мелодии лета*» – вино плодое крепленое крепкое улучшенного качества). Иногда этикетка включает в свой состав и англоязычные вкрапления (сравним: «*Мужики For men*» – вино пло-