

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
ИНСТИТУТ НАУЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ
ПО ОБЩЕСТВЕННЫМ НАУКАМ

ЯЗЫКОВОЙ ОБРАЗ В КОММУНИКАЦИИ

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

МОСКВА
2 0 1 7

ББК 81
Я 41

Серия
«Теория и история языкознания»

**Центр гуманитарных
научно-информационных исследований**

Отдел языкознания

Редакционная коллегия:

Е.О. Опарина – канд. филол. наук, отв. ред.;
Л.Р. Комалова – канд. филол. наук; *М.Б. Раренко* –
канд. филол. наук; *Н.Н. Трошина* – канд. филол. наук

Языковой образ в коммуникации: Сб. науч. трудов /
Я 41 РАН. ИНИОН. Центр гуманит. науч.-информ. исслед.
Отд. языкознания; Отв. ред. Опарина Е.О. – М., 2017. –
152 с. – (Сер.: Теория и история языкознания).
ISBN 978-5-248-00815-5

В центре внимания – языковая образность и ее функции в разных ситуациях общения и дискурсах. Образный язык играет важную роль в формировании ментальности носителя языка и культуры, в межкультурной коммуникации – как средство прямого и имплицитного коммуникативного воздействия, в том числе манипулятивного (язык СМИ и политики, поликодовые, или креолизованные, тексты – реклама, плакаты, карикатуры).

Для лингвистов различных специальностей, преподавателей, аспирантов, студентов.

ББК 81

СОДЕРЖАНИЕ

Введение. Языковой образ с позиций когнитивно-дискурсивной парадигмы	4
--	---

СТАТЬИ

<i>Е.Е. Анисимова.</i> Об образности популярно-религиозного дискурса	9
<i>В.И. Карасик.</i> Человек играющий: Ролевые характеристики	28
<i>Ю.Г. Куровская.</i> Образ мира в учебной литературе для начальной школы в Германии XVI в.: (На примере книги голосов с картинками Якоба Грюсбойтеля)	43
<i>А.В. Нагорная.</i> Образы животных в дискурсе внутрителесных ощущений.....	56
<i>С.С. Сергеев, Л.Р. Комалова.</i> Образы гуманитарных отношений в произведении Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький принц».....	69

НАУЧНО-АНАЛИТИЧЕСКИЕ ОБЗОРЫ

<i>Е.О. Опарина.</i> Образ как семантическое и концептуальное основание фразеологизмов: Его культурная маркированность и роль в дискурсах.....	85
<i>М.Б. Раренко.</i> Исследования языкового образа политика.....	100
<i>Н.Н. Трошина.</i> Речевая образность в деловой коммуникации....	121

РЕФЕРАТ

<i>Бергер Г.-мл.</i> Фигуры изменяющегося мира: Метафора и появление современной культуры.....	135
--	-----

ВВЕДЕНИЕ. ЯЗЫКОВОЙ ОБРАЗ С ПОЗИЦИЙ КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНОЙ ПАРАДИГМЫ

В центре внимания статей и аналитических обзоров, помещенных в настоящем сборнике, находятся два аспекта проблематики языкового образа, актуальные в современном языкознании. Первый аспект – когнитивные (концептуальные) основания языкового образа, т.е. его связь с менталитетом носителей языка, с их чувственным и культурным опытом, а также роль в формировании картины мира, запечатленной в языке. Второй аспект – прагматика языкового образа, проявляющаяся в разных ситуациях вербального общения и в дискурсах речевых практик.

В современной лингвистике стало аксиомой утверждение о том, что образ играет важнейшую роль в концептуализации систем представлений, характерных для каждой культурно-языковой общности, и в их межпоколенной трансляции через язык. На этом постулате во многом базируется антропологическая парадигма, изучающая язык в тесной связи с бытием человека, его чувствами, сознанием и познанием. В отечественной науке последних двух десятилетий этот подход активно разрабатывается лингвокультурологическим направлением, которое рассматривает ментальность говорящих (индивидов и всего языкового коллектива) как явление культурно-обусловленное, а знаки языка – как одно из главных средств материального воплощения знаков культуры, выполняющее эту роль наряду со знаками других семиотических систем, таких как архитектура, живопись, театр, кино, музыка.

Образное основание языковых единиц (лексем и фразеологизмов) трактуется в этой парадигме как ключевой когнитивный механизм, так как именно через образ культурная информация, значимая с точки зрения носителей данного языка, входит в язы-

ковой знак и закрепляется в нем. Взаимодействие и синергетическая связь культуры и языка настолько велики, что носители языка становятся также носителями определенной, «данной» им – прежде всего через язык – культуры (см. работы В.Н. Телия).

Когнитивная и культурная сущности языкового образа определяют его специфические признаки, способ взаимодействия с контекстом и функции в разных сферах вербального общения, соотносимых с теми или иными областями деятельности человека. У образности художественного текста совсем другой характер и цели, чем, например, у образа в деловой коммуникации. Особые характеристики есть и у вербального образа в тех дискурсах и речевых жанрах, которые нацелены на прямое или имплицитное воздействие на адресата (его мировоззрение и поведение) – в языке СМИ, в политическом и религиозном дискурсах, в языке учебников, рекламы и плакатов.

Один сборник не в состоянии полностью охватить чрезвычайно сложную проблематику языкового образа в современной лингвистике, однако авторы стремились к тому, чтобы картина получилась разносторонней. В сборнике получило отражение и тот факт, что когнитивно-дискурсивная парадигма подводит языковой образ к интегрированному изучению со стороны разных гуманитарных наук.

Композиционно сборник разделен на три раздела: в первом помещены авторские статьи, во втором – научно-аналитические обзоры, в третьем – реферат. Внутри каждого из разделов материал расположен в алфавитном порядке по фамилиям авторов.

Раздел **статьи** открывается работой Е.Е. Анисимовой, в которой исследуются немецкоязычные образцы популярно-религиозного дискурса – литературы религиозного содержания, распространяемой в католических и протестантских церквях Германии и Австрии (приходские листки, брошюры, листовки, буклеты). В центре внимания автора – библейские образы-символы. В них проявляется существенная черта популярно-религиозного дискурса – его опора на священное Писание как прецедентный текст. С другой стороны, популярно-религиозный дискурс тяготеет к рекламности и стремится «быть ближе» к адресату, непосредственно влиять на его поведение через часто используемые слоганы.

В.И. Карасик исследует параметры феномена игры, во многом построенной на ассоциациях, которые задействованы и в конструировании образности: анализируются конститутивные признаки игры, ролевые характеристики ее субъектов, дискурсивные

параметры игровой активности, прототипические ситуации игры (спектакль, рыцарский турнир, карточная игра), коммуникативные стратегии сценической игры (аттрактивная, эмоциогенная и адмиративная стратегии). Анализируются образные основания наименований видов игры, которые формируют концептуальный уровень плана содержания этих наименований.

В статье Ю.Г. Куровской на примере обучающего чтению учебного пособия, написанного в XVI в. в Германии, анализируется дискурс учебника. Этот дискурс исследуется как знаково-символическое явление, представленное в виде когнитивных элементов (концептов, фреймов, сценариев и др.), структурированных в модели. Данные модели воплощают образ мира и систему ценностей автора учебника (или педагога) и через пособие передаются ученику. Автор статьи обращает внимание на то, как своеобразно в учебнике XVI в. представлены ассоциации между знаково-символическими единицами (буквами), с одной стороны, и их визуальными образами и звучанием – с другой.

Статья А.В. Нагорной посвящена зоологическим метафорам, применяемым при описании внутрителесных ощущений. Эта разновидность метафоры принадлежит к зоологическому коду культуры – одному из самых активных средств образной концептуализации и вербализации в языках. На зоологическую метафору, как показывает статья, опирается выражение внутрителесных (интероцептивных) ощущений в повседневной речи. Обращение не только к современному, но и к историческому аспекту вопроса позволяет сделать интересные выводы о соотношении наивных и научных представлений в когнитивном пространстве interoцепции; сопоставление данных разных языков дает материал для выводов о влиянии типа культуры и среды на характер зоологической метафоры в изучаемой сфере.

В работе С.С. Сергеева и Л.Р. Комаловой сказка А. де Сент-Экзюпери «Маленький принц» исследуется с позиций психологии – как интерпретация образов межличностных отношений, представленная в форме художественного текста. Проводится анализ типов возможных взаимоотношений и близких связей. Анализируя способы их языкового выражения, авторы вскрывают символику образов. Эта символика часто оказывается традиционной, закреплённой в культуре, хотя и может выражаться через необычные текстовые метафоры и сравнения.

В разделе **научно-аналитические обзоры** помещены три работы.

В обзоре Е.О. Опариной на материале работ российских лингвистов анализируется роль образной мотивации в формировании семантики фразеологизмов и их прагматического потенциала. Фразеология является пластом языка, в значительной степени построенным на образности, и это делает ее средоточием культурной информации в языке. Лингвокультурологическое направление российского языкознания активно разрабатывает методики обнаружения и систематизации культурной информации в содержании устойчивых, воспроизводимых единиц. Образность и ценностно ориентированная культурная информация определяют прагматический потенциал фразеологизмов, его актуализацию в разных дискурсах; способность фразеологизмов к модификациям повышает уровень их эмотивности и экспрессивности.

В обзоре М.Б. Раренко представлен анализ работ, посвященных теме языкового образа политика. Эта тема является частью изучения образа «глобального человека», предпринимаемого современным языкознанием. На материале русского и английского языков языковой образ политика рассматривается как сложный лексико-семантический конструкт, имеющий разноуровневую языковую структуру и, соответственно, формируемый не только средствами лексической и фразеологической образности. Характерными чертами этого образа-конструкта являются ярко выраженная экстралингвистическая обусловленность и определенное отличие применяемых к объекту критериев оценки от обычных, «общечеловеческих».

В работах, представленных в обзоре Н.Н. Трошиной, исследуются особенности устных и письменных текстов, в том числе электронных, принадлежащих к сфере бизнес-коммуникации. На используемые языковые средства влияет как канал коммуникации (устный vs. письменный), так и ее внешний или внутренний по отношению к компании характер. Работы позволяют сделать определенные выводы относительно специфики образности в деловой коммуникации: 1) она объективно присуща современному деловому общению; 2) она обусловлена семиотической гетерогенностью применяемых единиц; 3) она отражает современный сдвиг в концептуализации деятельности корпораций – от метафор ‘машина’ и ‘организм’ к метафоре ‘культура’.

Сборник завершается разделом, в котором помещен **реферат** на монографию Г. Бергера (мл.) «Фигуры изменяющегося мира: Метафора и появление современной культуры» (автор реферата – А.В. Нагорная). В монографии развитие видов образов связывается

с развитием культуры и с ее типами. Метонимия трактуется как знак традиционного типа культуры – она основывается на том, что человек реально видит, и нацелена на упорядочение мира; метафора, в отличие от нее, представляет собой средство не визуализации, а интерпретации мира. Поэтому метафора является средством модернизации культуры, создания ее современного типа.

Авторы сборника надеются, что он будет интересен не только лингвистам, но также тем, кто занимается разными областями гуманитарных исследований.

Е.О. Опарина