Садовская Е. В.

**СЛОЖНЫЕ ФОРМЫ АВТОНИМНОГО УПОТРЕБЛЕНИЯ ВЫРАЖЕНИЯ "ДРУГОГО"**

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2008/8-2/73.html

**Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.**

Источник

**Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2008. № 8 (15): в 2-х ч. Ч. II. С. 170-171. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2008/8-2/

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

# СЛОЖНЫЕ ФОРМЫ АВТОНИМНОГО УПОТРЕБЛЕНИЯ ВЫРАЖЕНИЯ «ДРУГОГО»

*Садовская Е. В.*
*Тольяттинский государственный университет*

Автонимное употребление выражений - это употребление выражений в качестве обозначений самих себя, когда «референция не зависит от значения» [Шмелев 2002: 29]. Некоторые лингвисты подобные случаи употребления выражения также называют «автонимной коннотацией», так в 1982 году французский лингвист Ж. Отье-Ревю впервые вводит термин «автонимная коннотация», подразумевая под ним слова «другого», которые встроены в речь говорящего без разрыва, и называет подобные фрагменты «чем-то вроде наивного метадискурса» [Отье-Ревю 2002: 55].

Автонимное употребление выражения «другого» действительно *лишь* подобно «наивному метадискурсу», так как автор далеко не «наивен», он осознанно делает вставки «другого», сопровождая их особыми маркерами, которые уточняют и объясняют статус «другого».

Выбирая материал для исследования случаев автонимного употребления, мы остановили свой выбор на научно-популярных текстах (popular science articles или popularizations). В последние десятилетия количество журналов, публикующих статьи о новых достижениях науки стремительно растет. Следует отметить, что «академические работы исследователей сильно отличаются от тех же самых работ написанных для научно-популярных изданий, так их цели и аудитории, на которые они ориентируются, тоже отличаются» [Hyland 2005: 93]. «Научно-популярные тексты обеспечивают коммуникацию между ученым-специалистом и неспециалистом, дилетантом в предмете, относящемся к сфере научных познаний ученого» [Чернявская 2006: 42]. Отличительным признаком научно-популярных текстов, согласно исследованиям К. Хайланда, считается заимствование слов «другого» или маркирование чужих смыслов (по В. Е. Чернявской) при формировании нового знания. Корпус исследования составил 200 статей из научно-популярных журналов NewScientist и National Geographic, общим объемом 235786 слов.

В рамках данной статьи проиллюстрируем ход анализа автонимного употребления выражения «другого» в научно-популярном дискурсе.

Существует две формы автонимного употребления - простая и сложная. К простым формам относят случаи маркированного употребления выражения «другого». Спектр маркированности простой формы весьма широк - от кавычек, курсива, скобок, шрифта пониженного кегля до употребления прецедентных имен и названий и целых отрывков из прецедентных текстов. Так, в рамках предыдущего исследования, из 612 примеров автонимного употребления 503 были маркированы. К сложным формам автонимной коннотации относятся всевозможные стилистические тропы и «неоднородность *других* слов, засловесную и внутрисловесную» [Отье-Ревю 2002: 58]. В таких случаях отсутствует прямое эксплицитное маркирование, что и определяет их иплицитность. Например:

Want people to temper their drinking habits? Then ditch the <u>carrot</u> and reach for the <u>stick.</u> Raise prices, reduce availability of booze and block marketing of alcohol to young people [NewScientist. November 2007: 6].

Приведенный отрывок взят из статьи, посвященный исследованию влияния чрезмерного употребления алкоголя на здоровье населения Англии. Автор рассуждает о мерах, которые правительству необходимо принять, чтобы уменьшить зависимость населения от алкоголя. Устойчивое выражение carrot and stick policy (политика кнута и пряника) используется автором в предложении, которое, с помощью приема логической модуляции, можно перевести как «Купите пряник, а потом достаньте кнут». Нарушена устойчивость данного выражения, но, тем не менее, аллюзия в данном случае очевидна. Таким образом, несмотря на то что, существительные carrot и stick никак не маркированы, они представляют дискурс «другого». Идиома «carrot and stick», согласно Oxford English Dictionary, впервые была зарегистрирована в журнале *The Economist* 11 декабря 1948 года: «The material shrinking of rewards and lightening of penalties, the whittling away of stick and carrot» [Брайэнс 2007]. Достаточно свободная манера изложения научно-популярного дискурса обуславливает появление подобных метафор, ср.:

The mobile phone could become <u>a Trojan horse</u> for RedTacton. Because so many people carry them we see it as the best way to get this technology out there. NTT already has <u>a finger in this pie</u>, thanks to its involvement in the Edy service, a virtual cash network for cellphones users in Japan [NewScientist. November 2007: 47].

В данном отрывке автор описывает новые технологии компании RedTacton в использовании мобильного телефона. Называя мобильный телефон Троянским конем, автор намекает на тайные замыслы компании внедрить такие инновационные технологии, которые бы ещё больше привязали людей к использованию сотового телефона. В этом же абзаце, описывая стратегии компании NTT, на шаг опережающие RedTacton, автор использует идиому finger in a pie, имея в виду то, что компания NTT уже активно внедряет свои разработки на рынок. В обоих случаях метафоры не маркированы, но узнаваемы, что представляет собой особый случай употребления автонимной коннотации в рамках научно-популярного дискурса - читатель, должен обратить внимание на подобные формы, так как уже слышал такие идиомы раньше. Автонимная коннотация здесь скорее намеренное действие автора аппелировать к усредненному рецептору, делая научное изложение более понятным и доступным.

К сложным формам автонимного употребления «другого» можно также отнести случаи внутрисловесного употребления. Приведем пример:

Open wide and say plazmaaahh [New Scientist. July 2006: 32].

Совмещая слово plazma и междометие aah, на уровне их звукового и семантического употребления, то есть, применяя парономазию, автор как бы обыгрывает выражение open wide, которое может быть понято не только как широко открывать рот (например, при посещении врача, пациента просят открыть рот), но и как изумляться чему-либо. В статье повествуется о новейших тенденциях использования плазмы в современных технологиях, что, безусловно, должно вызвать интерес и удивления читателя возможности такого широкого внедрения плазмо-оборудования. Морфема aah в слове plazmaaahh является автонимной коннотацией фигуры «другого». Подобные «внутри-словесные игры» могут быть осуществлены разными способами, ср.:

Prepare for the invasion of road-bots [New Scientist. November 2007: 28].

В этом случае слово road-bot создано при помощи лексемы road и морфемы bot, и при звуковом воспроизведении напоминает слово robot. Автор рассуждает об автоматизированной работе автомобилей, в частности о недостатках такого подхода к модернизации дорожного транспорта, намекая на то, что создание подобных «роботов» дороги может привести к неутешительным последствиям. В данном примере морфема bot слова robot и есть автонимное употребление «другого».

Сложность обнаружения такого вида форм неоднородности заключается в том, что они, как правило, никак не маркируются. И если в случае со словами plazmaaahh и road-bot у нас не возникло сложности их обнаружения, за счет нестандартного употребления большого количества гласных и звукового уподобления, то в некоторых случаях «опознавание» неоднородных форм «другого» вызывало определенные трудности. Так, например:

Human seafarers have spread cats, dogs, rats, foxes, rabbits and weasels to new places, contributing to the McDonalisation of Earth's biota [New Scientist. September 2006].

Это предложение не сразу было выделено в качестве примера. Бренд McDonald широко известен и не вызывает никакого удивления. Но вот понятие McDonalisation не зафиксировано ни в одном из словарей, на которые мы опирались в данном исследовании. Здесь речь идет о широком распространении влияния сетевой индустрии McDonald на жизнь человека, о некой глобализации этого бренда. Столь популярное в современной прессе слово globalisation и послужило основой для создания термина McDonalisation, где суффикс isation является видом неоднородной формы дискурса.

Такие способы нарушения однородности дискурса, за счет автонимного употребления выражения «другого» являются самыми сложными формами, которые редко узнаваемы и сложно доступны для анализа, так, в нашем исследовании они составляют 4 % от общего количества корпуса примеров. Столь небольшой процент случаев автонимного употребления может свидетельствовать о сложности доступа к подобным сложным формам неоднородности дискурса. Лингвист, собирающийся исследовать данную область дискурса, должен быть не только прекрасным специалистом в своей области, но и в совершенстве знать как родной, так и иностранный язык, чтобы «распознавание» сложных форм автонимного употребления не вызывало трудностей.

*Список использованной литературы*


**1. Брайэнс, П.** «Carrot on a Stick» vs. «The Carrot or the Stick» [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.wsu.edu/~brians/errors/carrot.html, свободный. - Загл. с экрана.

**2. Отье-Ревю, Ж.** Явная и конститутивная неоднородность: к проблеме другого в дискурсе [Текст] // Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса: Сборник научных статей / Перевод с фр. И. Л. Микаэлян, И. Б. Иткина / Ж. Отье-Ревю. - М.: Прогресс, 2002. - С. 54-81.

**3. Чернявская, В. Е.** Интерпретация научного текста [Текст]: Учеб. пособие / В. Е. Чернявская. - М.: КомКнига, 2006. - 3-е изд. - 128 с.

**4. Шмелев, А. Д.** Русский язык и внеязыковая действительность [Текст] / А. Д. Шмелев. - М.: Языки славянской культуры, 2002. - 496 с.

**5. Hyland, K.** Metadiscourse [Text] / K. Hyland. - Cornwall: MPG Books Ltd., 2005. - 230 p.


## ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПАССИВНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ


*Сафина А. Р.*
*Казанский государственный университет*


Многие ученые говорили о том, что в русском языке наблюдается большое количество пассивных конструкций, к которым относятся двусоставные предложения с предикатом, выраженным глаголом в страдательном залоге или кратким страдательным причастием, неопределенно-личные, определенно-личные, обобщенно-личные, инфинитивные и безличные предложения. Об увеличении числа последних писал еще А. М. Пешковский: «история новых языков есть история вытеснения личного предложения безличным. И это стоит в связи с общим вытеснением имени глаголами» [Пешковский 2001: 345].

С точки зрения А. Вежбицкой, для сознания русского человека характерны иррациональность и неагентивность, под которым понимается «ощущение того, что людям неподвластна их собственная жизнь, что их способность контролировать жизненные события ограничена; склонность русского человека к фатализму,