

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.6.66>

Дрога Марина Анатольевна, Контрерас Сарриа Хасинто Омар

**СПЕЦИФИКА ЗАГОЛОВКОВ РОССИЙСКИХ ГАЗЕТ (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИКАЦИЙ О КИТАЕ)**

В данной статье рассматриваются газетные заголовки. В настоящее время газета - чуткий регистратор новых слов, их значений, свидетель появления необычных номинаций. Российско-китайские отношения находятся под пристальным вниманием СМИ. Исследования китайцев в области технологий, космоса, в военной сфере поражают своими масштабами, что находит отражение в газетных публикациях. На первых страницах газет - заголовки о политике, торговле, об исцеляющей медицине и природных катаклизмах в КНР. Языковые факты подтверждают, что журналисты охотно используют заголовочную часть в качестве краткого наименования описываемого объекта. Также заголовки служат для привлечения внимания читателя. Большинство рассматриваемых единиц - обозначения известных людей, второй по численности выделяется группа заголовков, указывающих на научные достижения представителей Китая.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2019/6/66.html](http://www.gramota.net/materials/2/2019/6/66.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 6. С. 312-316. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2019/6/](http://www.gramota.net/materials/2/2019/6/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

11. Тихонов А. Н. Словообразовательный словарь русского языка: в 2-х т. М.: Рус. яз., 1985. Т. 2. 886 с.
12. Черняк В. Д., Черняк М. А. Массовая литература в понятиях и терминах. М.: Флинта; Наука, 2015. 192 с.
13. Шилова Ю. В. Руки прочь! Он мой, или Как стать счастливой с чужим мужем. М.: АСТ, 2017. 320 с.
14. Шилова Ю. В. Трофейная жена, или Мужчины приходят и уходят. М.: АСТ, 2017. 320 с.
15. Шилова Ю. В. Я сделала приворот, или Мужчина, мое сердце свободно. М.: АСТ, 2017. 320 с.

#### TYPE OF GIRL-HUNTRESS IN GLAMOROUS-GLOSSY TEXTS

Gertner Elizaveta Viktorovna

Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Yekaterinburg  
elizavetagertner@gmail.com

The article discusses the linguocultural type of girl-huntress characteristic of the glamorous-glossy prose of the current time. Three texts from the series of novels by Yulia Shilova serve as material for the study. The “huntress” Natalia develops strategies and tactics supported by speech stereotypes leading to the achievement of the set goal: to become the wife of a rich and successful man. In the course of the stylistic and linguo-axiological analysis of the texts, the author accomplishes the objective connected with the identification of the type-forming characteristics of girl-huntress. Brand style of thinking, which is formed by the culture of glamour and gloss, careerism, greed, cynicism, painful egocentrism, lack of principle, obsession – all this allows interpreting the type of huntress as a “diagnosis”.

*Key words and phrases:* gender stereotypes; glamorous-glossy text; mass literature; linguocultural type; value attitudes.

УДК 811.161.1

Дата поступления рукописи: 05.04.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.6.66>

*В данной статье рассматриваются газетные заголовки. В настоящее время газета – чуткий регистратор новых слов, их значений, свидетель появления необычных номинаций. Российско-китайские отношения находятся под пристальным вниманием СМИ. Исследования китайцев в области технологий, космоса, в военной сфере поражают своими масштабами, что находит отражение в газетных публикациях. На первых страницах газет – заголовки о политике, торговле, об исцеляющей медицине и природных катаклизмах в КНР. Языковые факты подтверждают, что журналисты охотно используют заголовочную часть в качестве краткого наименования описываемого объекта. Также заголовки служат для привлечения внимания читателя. Большинство рассматриваемых единиц – обозначения известных людей, второй по численности выделяется группа заголовков, указывающих на научные достижения представителей Китая.*

*Ключевые слова и фразы:* средства массовой информации; газетный текст; заголовки; словотворчество; Россия; Китай.

Дрога Марина Анатольевна, к. филол. н.

**Контрерас Сарриа Хасинто Омар**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет  
droga84@rambler.ru; jocscontreras@yahoo.es

#### СПЕЦИФИКА ЗАГОЛОВКОВ РОССИЙСКИХ ГАЗЕТ (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИКАЦИЙ О КИТАЕ)

Количество работ, посвященных языку средств массовой информации и газетному заголовку, столь велико, что требует определенного обзора. Изучением заголовков в разное время занимались такие ученые, как Г. О. Винокур, В. Г. Костомаров, З. М. Тураева, С. П. Суворов, В. С. Мужев, Л. А. Ноздрин, Э. И. Турчинская, Н. Н. Гавришина, С. В. Ильясова, В. З. Санников, Е. В. Сенько и другие лингвисты.

Известный писатель Джон Голсуорси отмечал, что «заголовки удваивают размер событий» [5]. Это подтверждается большим количеством заголовков в современной прессе, которые содержат в себе мини-текст. Таким образом реализуется закон «языковой экономии»: одним словом, емким словосочетанием или маленькой фразой обозначается масштабное событие. Заглавию приписывают функцию привлечения внимания читателя как одну из главных. Часто мы замечаем, что выбираем для изучения новостные ленты, в которых содержатся интересные, неординарные заголовки. При этом большое значение имеет их графическое оформление. Заголовки, в которых используются удачный шрифт, читаемый размер букв, необычная творческая графика, вызывают неподдельный интерес со стороны читателя. Он воспринимает подобные заглавия как руководство к действию, имеет желание остановиться более подробно на той или иной статье.

Информационное наполнение новостных лент доказывает, что «средства массовой информации особенно быстро реагируют на изменения в общественной жизни» [9, с. 5]. Цель работы – исследование заголовков, несущих информацию о Китае. Одним из этапов исследования был выбор заголовков, содержащих сведения о Китае, из текстов газетной публицистики.

Источником исследования заголовков в современной российской прессе (на материале новостей о Китае) послужили газетные издания «Комсомольская правда» и «Аргументы и факты». Выбор обусловлен тем, что это самые массовые представители печатных СМИ в России. Выборка заголовков проводилась из газет относительно небольшого хронологического периода – с 2016 по 2019 годы. **Актуальность** исследования объясняется необходимостью всестороннего изучения заголовков журналистского текста, наиболее оперативно отражающего динамику языковых процессов. **Научная новизна** работы состоит в том, что выявляются основные функции заголовка в современной газетной прессе, а также определяются тематические группы заголовков, обозначающих Китай. В соответствии с целью в статье решается ряд **задач**: 1) выявить основные функции заголовка; 2) провести классификацию извлеченных заголовков по темам; 3) описать выбранные единицы в контексте; 4) представить арсенал языковых средств, используемых журналистами; 5) выявить самые многочисленные и малочисленные тематические группы заголовков.

Наблюдения за языковыми фактами показали, что в газетах последних лет, печатавшихся в период острой политической ситуации в стране, заголовков, обозначающих Китай, небольшое количество. В то время как в отдельных номерах изданий, где речь идет о совместных проектах Китая и России, двусторонних встречах, визитах официальных лиц, ярких заголовков заметно больше. Это объясняется тем, что за последние три года Россия и Китай подписали большое количество контрактов о сотрудничестве, дали жизнь новым совместным проектам в политике, науке, культуре и военной сфере. Отметим, что информация в подобных материалах располагалась на первых полосах газет. Заголовки магическим образом притягивают внимание читателей, заинтересовывают своим оформлением и креативным содержанием.

Исследователи говорят о том, что заголовочная часть любой статьи имеет главенствующую позицию в структуре журналистского текста. Все мы с детства привыкли, что книгу с «некрасивой» обложкой вряд ли захочется прочесть. В то время как интригующий заголовок наталкивает читателя на мысль продолжить знакомство с периодическим изданием, «задержать» взгляд, бегло прочитать содержание. На вопрос о функциях СМИ американский политолог Г. Ласуэлл [7] в своей работе выделил четыре основные: наблюдение за миром (сбор и накопление информации), редактирование (отбор и комментирование информации), формирование общественного взгляда, распространение культуры. Таким образом, СМИ помогают налаживать связи между людьми и распространять информацию во всем мире. Ко всему этому нужно добавить еще одну самую важную функцию, которая заключается «в политизации общества и политическом просвещении широких слоев населения» [3, с. 247].

Современные разработчики новостных сайтов указывают на некую «уловку» для читателя или пользователя, говоря о наличии двух «точек»: «Есть простая модель поведения: точка входа (портал) и точка выхода, где будет раскрыта суть заголовка, который пользователя привлек» [10]. При этом программисты говорят о том, что заголовок не должен обманывать читателя, а быть лишь индикатором, отражающим события. То есть заголовок, так же как и информация в статье, призван быть оперативным, объективным и достоверным.

Известный журналист М. Шостак в одной из глав «Сочиняем заголовок» писал: «Сегодня заголовки, как правило, строятся по нетрадиционным для российской прессы моделям. Долгое время господствовавшие принципы, согласно которым заголовки должны быть сжаты и кратки, сменились на противоположные. И вообще наступило время “авторской свободы”: в заголовки пошли аббревиатуры, цифры, имена собственные, сленг и разговорные слова, фрагменты на иностранном» [11, с. 44].

Что касается публикаций, несущих информацию о Китае, то темами выбранных заголовков являются: политика, экономика, общество, культура, развитие медицины, различных технологий, (рыночная) экономика на международном уровне и т.д. Отчасти это можно объяснить словами российского президента Владимира Путина: «Сейчас российско-китайское сотрудничество выходит на новый этап всеобъемлющего партнерства и стратегического взаимодействия» [8]. За последние три года было много политических событий, которые, очевидно, находят отражение в заголовках современных газет. Все чаще специалисты подтверждают, что Китай и Россия являются движущими стратегическими силами в мире, их сотрудничество может нарушить дипломатическое положение США.

Всё вышеописанное находит отражение в заголовках печатных источников: «Новая “холодная война” на троих: за что борются США, Россия и Китай», «В Китае завершили строительство самого высокого моста в мире», «Путин прибыл в Китай на переговоры по евразийской интеграции» [6].

Развитие технологий не стоит на месте, а за ними – и средств массовой информации (СМИ). Газетная публицистика, которая обширно распространяется и тиражируется не только в России, но и за границей, позволяет отслеживать международные отношения, военную, политическую, историческую, культурную сферы деятельности. Увеличение количества печатных изданий в России, таким образом, позволяет ориентироваться на зарубежную аудиторию. Расширение возможностей пропагандистского воздействия на другие государства имеет большое значение: в первую очередь в выявлении основных перспектив развития страны.

В Китае в газетной прессе образ России воспринимается спокойно, тон статей выдержан в нейтральном стиле. Китайские коллеги имеют хорошее отношение к нам, но эмоционально свои мысли и чувства не высказывают. Отметим, что оперативность – одна из основных задач китайских печатных СМИ. Практика доказывает, что какое бы то ни было политическое событие сразу же находит отражение в публикациях и новостных рубриках.

Говоря о сотрудничестве России и Китая, журналисты отмечают большие перспективы в ряде областей, например, в такой как инновации и высокие технологии, которые в итоге будут способствовать развитию проекта «Один пояс, один путь». В 2017 году Китай достиг больших успехов в области науки, техники и строительства инфраструктуры:

*«750 метров дороги в час. Почему Китай строит за неделю то, что мы за год» [1].*

Наука в Китае развивается с опережением, эта страна стремится к появлению и применению самых современных новинок в техносфере. Когда другие страны в условиях кризиса вынуждены снижать расходы на науку, технологические выдумки в КНР движутся к успеху, показывают высокие результаты.

*«Китай начал строительство первой в мире плавучей АЭС. Она будет введена в эксплуатацию в 2019 году»; «В Китае завершили строительство самого высокого моста в мире. Высота моста над рекой составляет 565 метров, а длина – 1,341 километра»; «В Китае испытали автобус, под которым могут проезжать автомобили»; «Китай сделал вызов пробкам на дорогах, создав автобус 21 века. Огромный электробус будет охватывать две полосы движения и перевозить до 1400 пассажиров»; «В Китае робот впервые сдал экзамен на врача, он получил диплом и практику. В начале 2018 года машина приступит к работе с реальными пациентами. Экзамен робот сдал за час, тогда как регламентом на это отводится 10 часов» [6].*

Среди заглавий, имеющих в нашей картотеке, есть заголовки, содержащие информацию о будущем науки, о перспективах в ее развитии. К примеру, в следующем заголовке журналисты описывают проект, который начнет свою работу через два года:

*«В Китае построят первый в мире город-лес. Проект планируют реализовать уже к 2020 году»; «В Китае планируют разработать зубную щетку, способную генерировать биткойны» [Там же].*

Немало заголовков, несущих информацию о каких-либо высоких достижениях, рекордах в сфере науки и техники:

*«Китайский новейший пилотируемый подводный корабль Shenhai Yongshi или Deep-sea Warrior достиг глубины 4500 метров в течение 49-дневной экспедиции по Южно-Китайскому морю» [Там же].*

*«В железнодорожном секторе была официально введена в эксплуатацию серия CR400, одного из самых скоростных колесных поездов в мире. CR400 разгоняется до 350 км/ч» [Там же].*

*«В Китае открыли крупнейший в мире завод по производству лифтов» [Там же].*

Китай тратит миллиарды долларов на гигантские космические проекты. Таким бюджетам могут позавидовать даже американские научные коллективы, не говоря уже о европейской и российской науке, которая получает очень скромные суммы от государства.

*«7 марта 2017 года с космодрома Ванчан в провинции Хайнань был запущен первый грузовой космический корабль страны, Tianzhou 1, а по совместительству еще и крупнейший китайский космический корабль» [6].*

*«Китайцы запустили на орбиту Земли вторую обитаемую космическую станцию. В октябре придут двое тайконавтов, которые проведут на ней ряд исследований» [Там же].*

Если говорить о торговых российско-китайских отношениях, то следует вспомнить всем известный интернет-магазин "AliExpress". Покупатели осознают, что заказываемые на этом сайте товары не отличаются высоким качеством, но имеют низкую стоимость. В этом плане также происходит трансформация мнений: люди всё чаще перестают считать китайскую продукцию чем-то ненатуральным. Учёные прогнозируют, что будущее – за прогрессивными идеями. Их немало среди китайских инженеров, исследователей, производителей. Об общей ситуации в торгово-экономических отношениях России и Китая говорится в следующих заголовках:

*«Город сказочной халявы – Суйфэньхэ. Все китайцы продавцы – таксисты – полицейские отлично говорят по-русски. В магазинах свободно принимают рубли. Ценники и вывески – на русском» [Там же].*

*«Сотни фур везут в Китай бревна из России. В обратную сторону на автобусах тянутся наши челноки, волокущие огромные сумки с одеждой» [Там же].*

Ценности Запада плавно были заимствованы китайцами, и они наслонились на традиционные китайские культурные традиции, составив интересную картину симбиоза восточной и западной культур [12]. Современное поколение китайцев приспособилось к глобальным изменениям в мире, преодолело переходный период, проложило путь к новым веяниям в искусстве, культуре, стиле и моде. Жители Китая почувствовали запах свободы, пробуют нестандартные подходы к восприятию окружающей действительности. Можно сказать, что люди в КНР начинают постепенно европеизироваться: молодежь делает тату, парни экспериментируют с внешностью, у них появляется привычка курить сигареты. Одним словом, происходит развенчивание мифов, нарушение шаблонов. Складывавшиеся веками монотонность, строгая дисциплина, чрезмерное трудолюбие сменяются на лень, улычивость и некую расслабленность китайцев. Все эти процессы являются результатом взаимовлияния культур и традиций разных стран, пристрастия китайцев к путешествиям и их желания обо всем узнавать первыми. Не зря их страна названа *Поднебесной* (часть земли под небом), журналисты часто используют это сравнение в своих публикациях. Приведем некоторые заголовки:

*«В Китае свиньи соревновались в прыжках в воду» [6].*

*«Как правильно отмечать китайский Новый год и когда загадывать желания. Специалист по фэн-шуй и ведический астролог рассказали "«КП» в Украине" обо всех тонкостях праздника» [Там же].*

*«В Поднебесной возвели гигантского Мао Цзэдуна. Статуя высится в провинции, которая при правлении партийного лидера больше всего пострадала от голода» [Там же].*

В подобных заголовках журналисты проявляют креативность, подбирая интересные сюжеты и формулировки для их описания. В таких названиях присутствуют иронический (юмористический) подтекст, выражение субъективного отношения к происходящим явлениям.

*«В Китае открылся фестиваль собачьего мяса, несмотря на слухи о запрете. Поклонники собачатины уверяют, что она ничем не отличается от свинины или говядины» [Там же].*

В описываемую группу заголовков мы включили названия, обозначающие предметы и явления из культурной жизни Китая. Например:

«В Китае нашли тысячелетнюю шкатулку с прахом Будды. На находку наткнулись местные жители во время ремонта дорог»; «В Китае найден гигантский гриб с несколькими шляпками. Высота находки составила 83,5 сантиметра, а диаметр шляпки 40 сантиметров»; «“Мисс Украина-2017” улетела в Китай на Всемирный конкурс красоты. У украинской красавицы на конкурсе будет 119 конкуренток» [Там же].

Проанализировав заголовки о Китае, мы пришли к выводу, что наибольший интерес представляет группа заглавий о курьезных случаях, трагических ситуациях, происшествиях, масштабных неприятных событиях, житейских историях. Из средств массовой информации русские люди узнают много интересных фактов о Китае, китайцах, их обычаях и суевериях. Российские газеты оперативно отмечают практически все события, происходящие у соседей: от событий огромного масштаба до трагедии одной семьи. В следующем примере-заголовке речь идет о природных катаклизмах, о погоде:

«Тайфун “Меранти” в Китае унес жизни уже семи человек. Стихия рушит мосты и дома, ломает деревья и заставляет людей “плыть” по улицам» [Там же].

Также встречаются названия, имеющие в своем заголовке фамилии известных людей. Так, например: «В Китае скончался лауреат Нобелевской премии мира Лю Сяобо. Правозащитник умер на 62-м году жизни от рака печени в университетской клинике города Шеньян, в которую был переведен из тюрьмы» [Там же]. Нередко в заголовках используются имена числительные, отражающие статистический компонент содержания, а также усиливающие эмоциональное воздействие на читателя: «Четыре человека погибли при пожаре в магазине скутеров в Пекине» [Там же].

**Выводы.** Язык СМИ последних лет перенасыщен необычными заголовками. Проведенный анализ публикаций газетной прессы показал, что они являются благодатным материалом для исследователя-лингвиста. В них содержится маленький текст, содержание которого раскрывается в статье. Заголовки участвуют в работе принципа «экономии» языковых средств. Словотворчество – отличительная черта современных авторов газетных статей.

Применяемый нами метод сплошной выборки заголовков из печатных российских изданий показал, что информации о Китае в них содержится большое количество (по сравнению с информацией о других странах, например, о США, Франции, Великобритании и др.). Скорее всего, это объясняется историческими факторами. Россия и Китай – страны, долгое время имеющие не только партнерские, но и дружеские отношения. По словам политологов, это два крупных игрока на мировой арене. СМИ освещают любые нововведения и сразу же отражают в газетных статьях результаты обсуждений, условия соглашений, итоги деловых встреч.

Заголовки публикаций о Китае выделяются в несколько семантических групп. Наиболее употребительными оказались заголовки, относящиеся к политической сфере. Лексическая группа заголовков о Китае, описывающих область науки и техники, представлена интересными заголовками, содержащими информацию о современных достижениях и рекордах, а также демонстрирующими прогрессивные идеи китайских инженеров.

Заглавия, объединившиеся в самую малочисленную группу, представляют экономику Китая. Военная сфера, которой посвящена отдельная семантическая группа, вобрала немного больше заголовков. На наш взгляд, такое малое количество объясняется тем, что русские люди, чувствуя превосходство какой-либо нации, испытывают некоторый дискомфорт. Поэтому в прессе стараются высказываться о собственных экономических программах и проектах, а также достижениях в военных областях. Самую пеструю из выделенных групп заголовков составляют названия, освещающие происшествия. Сюда вошли заголовки, описывающие трагические истории в жизни китайских людей, обусловленные влиянием стихий или жизненными обстоятельствами.

#### Список источников

1. **Аргументы и факты** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aif.ru> (дата обращения: 11.10.2018).
2. **Ван Сюй.** Китай в печатных российских СМИ (номинативный аспект): автореф. дисс. ... к. филол. н. СПб., 2012. 26 с.
3. **Гаджиев К. С.** Политическая наука. М.: Международные отношения, 1994. 400 с.
4. **Дрога М. А.** Особенности заголовков в современной российской прессе (на материале новостей о Китае) // Современный дискурс-анализ. 2018. № 3 (20). Ч. 2. С. 233-238.
5. **Жилавская И. В.** Удачный заголовок [Электронный ресурс]. URL: <http://hnu.docdat.com/docs/index-181088.html> (дата обращения: 15.03.2019).
6. **Комсомольская правда** [Электронный ресурс]. URL: <https://kp.ru> (дата обращения: 15.03.2019).
7. **Лассуэлл Г.** Структура и функции коммуникации в обществе [Электронный ресурс]. URL: <http://ignorik.ru/docs/glassuell-struktura-i-funkcii-kommunikacii-v-obshchestve.html> (дата обращения: 18.03.2019).
8. **Образ России в китайских СМИ (2014-2016)** [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/world/20170911/1499895001.html> (дата обращения: 07.04.2019).
9. **Попова Т. В., Рацбургская Л. В., Гугунава Д. В.** Неология и неография современного русского языка. М.: Флинта; Наука, 2005. 168 с.
10. **Рожков А.** Как устроены новости, или Душевные люди против бездушных машин [Электронный ресурс]. URL: <https://habr.com/ru/company/mailru/blog/133519/> (дата обращения: 06.04.2019).
11. **Шостак М. И.** Журналист и его произведение: практическое пособие. М.: ТОО «Гендальф», 1998. 96 с.
12. **Юрченко О.** Коллективное, но сознательное [Электронный ресурс]. URL: [http://expert.ru/siberia/2008/03/individualizaciya\\_obshestva/](http://expert.ru/siberia/2008/03/individualizaciya_obshestva/) (дата обращения: 05.04.2019).

**SPECIFICITY OF THE RUSSIAN NEWSPAPERS' HEADLINES  
(BY THE MATERIAL OF PUBLICATIONS ABOUT CHINA)**

**Droga Marina Anatol'evna**, Ph. D. in Philology  
**Contreras Sarria Jacinto Omar**  
Belgorod National Research University  
droga84@rambler.ru; jocscontreras@yahoo.es

The article discusses newspaper headlines. Currently, a newspaper is a sensitive recorder of new words, their meanings, and a witness to unusual nominations appearance. The Russian-Chinese relations are under scrutiny in the media. The studies of the Chinese in the field of technology, space and military sphere are striking in their scale, which is represented in newspaper publications. Headlines about politics, trade, healing medicine and natural disasters in the PRC are on the front pages of newspapers. Language facts confirm that journalists willingly use the headline part as a short name for the object being described. Also headlines serve to attract a reader's attention. Most of the units under consideration are designations of famous people. The second largest group is the group of headlines pointing to scientific achievements of China representatives.

*Key words and phrases:* mass media; newspaper text; headlines; word creation; Russia; China.

УДК 811.161.1

Дата поступления рукописи: 19.04.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.6.67>

*В статье дается разноаспектная характеристика лексемы «будь». Эта лексема является полифункциональной, однако изучалась, как правило, лишь в рамках определенных задач, поставленных перед тем или иным исследователем. В настоящей работе она описывается комплексно, с учетом ее основных категориальных свойств. Кроме того, исследуются факторы, связанные с частотностью указанной лексемы в современном русском языке на его различных хронологических участках, а также рассматриваются некоторые исторические аспекты ее функционирования. Результатом работы является упорядочение и уточнение информации о лексеме «будь» для последующего расширенного лексикографического портретирования.*

*Ключевые слова и фразы:* морфология; синтаксис; лексема; словоформа; императив; условное наклонение; пояснение; синтаксическая конструкция.

**Завьялов Виктор Николаевич**, д. филол. н.

**Ма Чжао**

Тихоокеанский государственный университет, г. Хабаровск  
adszaw@mail.ru; mazhao1107@163.com

**РАЗНОАСПЕКТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА  
ПОЛИФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ЛЕКСЕМЫ «БУДЬ»**

**1. Введение.** В современной русистике является востребованным изучение отдельно взятых лексем (как знаменательных, так и служебных) в плане системной лексикографии, одним из ведущих принципов которой является «принцип интегральности лингвистических описаний» [1, с. 33]. Главным критерием отбора в таких случаях является, прежде всего, комплекс уникальных языковых свойств той или иной лексемы, раскрыть которые возможно лишь при всестороннем анализе. Этим требованиям, безусловно, соответствует лексема «будь» – форма императива глагола «быть», реальное употребление которой гораздо шире ее прямого назначения и выходит в ряде случаев далеко за его пределы.

На своеобразии лексемы «будь» обращал внимание еще А. А. Потебня, отмечая «повелительное единственного числа в пожеланиях, обращенных к самому себе, исполнение коих поставлено в зависимость от условия: *будь я проклят, если...*» [6, с. 219]. Об особенностях «формы повелительного наклонения (со следующим за нею обозначением лица) в значении условного наклонения: *“И будь не я, коптел бы ты в Твери”* (А. Грибоедов. Горе от ума)» писал В. В. Виноградов [2, с. 481]. В «Русской грамматике» лексема «будь» детально рассмотрена как в собственно императивном значении, так и при образовании форм условного и желательного наклонений парадигмы простого предложения [9, с. 104-110]. Значительное внимание ей уделено в современном академическом проекте «Русская корпусная грамматика» [10], где основной спектр ее языковых свойств представлен в специальном параграфе [3, с. 142-145].

Однако в работах, в той или иной мере затрагивающих лексему «будь», она характеризуется, как правило, лишь в рамках определенных задач, поставленных перед исследователем, вследствие чего в русистике отсутствует системное и целостное представление о ней. Необходимостью устранить этот пробел и определяется **актуальность** настоящей статьи, **целью** которой, в свою очередь, является разноаспектная характеристика указанной лексемы с учетом принципа интегральности. Предполагается решить следующие **задачи**: комплексно описать основные лексико-грамматические и семантико-синтаксические особенности «будь», а также рассмотреть некоторые сопутствующие им факторы, в частности коммуникативно-прагматические, фразеологические, исторические, статистические. **Научная новизна** работы заключается в «монографическом» представлении категориальных свойств «будь», благодаря чему, согласно концепции Дальневосточной