

Литература

- 1 Александрова О В , Комова Т А Современный английский язык Морфология и синтаксис – М Академия, 2007
- 2 Ахманова О С Словарь лингвистических терминов – М Советская энциклопедия, 1969
- 3 Гарагуля С И Антропонимия в лингвокультурном и историческом аспектах на материале английских личных имен – М Либроком/URSS, 2010
- 4 Кубрякова Е С , Демьянков В З , Панкрац Ю Г , Лузина Л Г Краткий словарь когнитивных терминов – М МГУ, 1997
- 5 Флоренский П А Имена – Харьков Фолио, М АСТ, 2000
- 6 Collins Dictionary of the English Language – L , Glasgow Collins, 1986
- 7 Eliot G Middlemarch – L Collins, 1994
- 8 Fitzgerald F S Selected Short Stories – М Progress Publishers, 1979
- 9 Fowles J The Ebony Tower The Enigma – М Progress Publishers, 1980
- 10 Longman Dictionary of Contemporary English – L Longman, 1987

ЭПИТЕТ В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

В. Г. Глушкова,

кандидат филологических наук, доцент

Белгородский университет кооперации, экономики и права,

г Белгород, Россия

В статье рассматривается эпитет как специфический образно-эстетический инструмент деловой коммуникации обладающий значительными когнитивными и прагматическими возможностями

Ключевые слова: деловая коммуникация металогия определение эпитет адресат

The article discusses the specific epithet as figurative aesthetic tool for business communication , which has considerable cognitive and pragmatic abilities

Key words: business communication, metalogia, definition, epithet destination

Проблемы коммуникации в аспекте металогии уже были в поле зрения как отечественных, так и зарубежных лингвистов (см , например [Шкловский 1914, Жирмунский 1931, Веселовский 1940, Томашевский 1983, Faruno 1980, Чернец 1997, Глушкова 2000, Ojsewicz 2002] и др) Важным этот аспект является и для деловой коммуникации, в которой образное слово не является инородным элементом Он должен быть изучен и, на наш взгляд, учтен в методиках обучения профессиональной речи как говорящих на родном языке, так и на иностранном

Феномен делового общения можно определить как ресурсобразующее взаимодействие, в основе которого лежит культурно обусловленный, контекстуально чувствительный и прагматически ориентированный обмен информацией [Полонский, Глушкова 2011] Каждая культура на разных этапах

своего бытия вырабатывает собственные каноны (совокупности принятых норм, правил и ценностей) этого взаимодействия, определяя как жесткость речеповеденческих стандартов, так и степень их эластичности. Неудивительно поэтому, что «в различных обществах и социальных группах люди говорят по-разному, причем не только с точки зрения лексики и грамматики» [Вежбицкая 2001: 159].

Окружающий человека мир объектов в тексте получает свое признаковое выражение и в эпитете, в котором личность автора отражается не только концептуально и эмоционально, но и эстетически. В эпитете бытийная стихия обретает свои завершенные формы и краски, получая их в результате когнитивной и эстетически опосредованной деятельности личности. В эпитете, появляющемся вследствие поискового отражения объекта субъектом в процессе его моделирующей деятельности, реализуется творческая, эстетически оценивающая и формирующая стиль модель личности. Эти свойства эпитета сопряжены с особенностями самого сознания, его преобразующим и интенциональным характером, ориентированным на объект.

Эпитет (от греч. *epitheton* – приложение) традиционно рассматривается в сфере комплементарной семантики как атрибут (образное сравнение имени), не просто характеризующий объект с какой-либо стороны, а выражающий его свойства, пропущенные сквозь концептуально-эмоциональное и стилистическое «сито» автора.

Как атрибутивное слово эпитет не только несет информацию об объекте, его свойствах и отношении к нему говорящего, но и является знаком завершения определенного этапа парцелляции окружающего мира, исследования и включения выделенного объекта в определенную концептуальную и эмоционально-оценочную системы. В эпитете личность эксплицируется как субъект творческой деятельности, направленной на познание объекта, его квалификацию (когнитивная функция эпитета) и оценку с точки зрения эстетических принципов (эстетическая функция эпитета), а также деятельности, направленной на выражение полученных наблюдений языковыми средствами и их передачу адресату (коммуникативная функция эпитета).

Очевидно, что эпитет не тождествен логическому определению, которое фиксирует признак, выводящийся из особенностей предмета. В этом смысле определение может быть даже «тавтологичным» самому предмету, ср.: *дом – строение для жилья и жилой дом* (см. [Фрейденберг 1982: 73]). Эпитет же как троп, формирующийся на основе эстетического употребления, создающего эмоционально насыщенный текст, всегда императивно вскрывает в объекте «видимое» и оцениваемое говорящим, тем самым актуализируя в слове имплицитные семы: *благоухающий перевод, сложносочиненная теория*.

Эпитет как носитель эстетической оценки и переносной (речевой) семантики и определение как носитель когнитивной оценки и прямой (языковой) семантики находятся, таким образом, в отношении взаимопересечения. Определение, эстетически нейтральное (например, в обиходно-разговорном или научном стиле речи: *каменный дом; научный*

стиль), не является эпитетом. Эпитет же «вскрывает» дополнительные признаки: *замок – сердце стальной двери*.

Вобравший в себя все от духовной, творческой сущности личности, эпитет становится ярким стилеобразующим средством. «История эпитета, – писал А. Н. Веселовский, – есть история поэтического стиля в сокращенном издании», «и не только стиля, но и поэтического сознания» [Веселовский 1940: 73].

Стиль – это внешнее проявление духовности, экстраполирование в мир социальных отношений внутренних свойств личности. Следовательно, в эпитете обнаруживаются свойства конкретной личности, не просто ориентированной на познание окружающего мира с целью выявления его свойств и качеств, но стремящейся вскрыть сущностные признаки объекта, донести до читателя полученное о нем знание, выраженное в эстетически и образно осмысленном, эмоционально наполненном императивном знаке. В эпитете личность являет свою «зрелую» форму, семантизируясь в системе оценок и императивном способе их передачи.

Заметим, что люди (в том числе в возрастном и гендерном аспекте) по-разному относятся к употреблению эпитета. Целенаправленная установка сделать каждый эпитет оригинальным и запоминающимся встречается не так часто. Есть люди, которые сдержанно относятся к процедуре заполнения эпитетом «вакантной позиции» определения, но есть и другие, которые предпочитают именно эпитет, создавая эмоционально сверхнасыщенный текст, повышая тем самым его прагматику.

По нашим наблюдениям, даже в художественной прозе есть писатели, более заинтересованно относящиеся к включению эпитета в текст. Среди них, например, Ф. Абрамов, В. Белов, Е. Дубровин, Ю. Нагибин, В. Токарева, Ю. Трифонов. К их числу принадлежит и С. Н. Есин – писатель, у которого заполнение эпитетом атрибутивной позиции, как правило, оборачивается интересным лингвистическим экспериментом: *обозлившаяся крышка чайника, дохлая диссертация, разнузданные вопросы*. Хотя абсолютное большинство созданных им эпитетов так и остаются окказиональными, они заслуживают особого исследовательского внимания (см.: Харченко 1998; Глушкова 2000).

Многоплановость эстетического своеобразия эпитета связана также с его адресатностью (см.: Полонский 2001) – проблемой, которая применительно к художественным тропам практически не ставилась или очерчивалась в самом общем плане. Между тем эпитет, как, пожалуй, никакой другой троп, высвечивает своеобразие текста с точки зрения его потенциальной аудитории. Внутренняя предикативность эпитета, построенная на семантической базе двух типов – денотативной, связанной непосредственно с прилагательным-определением, и ассоциативной, связанной с прилагательным-эпитетом, и его индивидуально-авторское своеобразие превращают эпитет в важнейшее средство выражения адресации в тексте.

Эстетическая функция адресатных средств связана с выверенным по законам красоты и нормы отношением говорящего к создаваемому тексту. Эффект адресации в эпитете создается за счет его преднамеренности, что

вытекает из природы творчества – преднамеренного поступка как со стороны автора, так и со стороны адресата, результатом которого является создание в воспринимающем субъекте впечатления артефакта, то есть чего-то искусственно и искусно сделанного. Отличие эстетически ориентированной речи от нейтральной заключается в средствах достижения эмоционального сопереживания адресанта (автора) совместно с адресатом.

Другими словами, целью такой речи является достижение эмоциональной эмпатии, чрезвычайно востребованной и в деловой коммуникации.

В письменном тексте отложенная ответная реакция адресата проектируется самим автором и воплощается им в качестве идеи адресата как в содержании, так и в структуре текста. Анализ особенностей использования эпитетов показывает, что они являются эффективнейшим средством достижения намеченной коммуникативной цели. По нашему мнению, именно стремление к предельной точности передачи мысли определяет в значительной мере употребление эпитетов и в деловой речи: *молчаливо-сочувствующая аудитория, нежный возраст, мышечная практика*.

Говорящий, отказываясь от расшифровки эпитета, преднамеренно экономичен, но за этой экономией просматривается адресат, передача ему части функциональных полномочий говорящего. Через эпитет ясно проступает адресатная направленность слова как представителя текста. Эпитет, обладающий прагматическим потенциалом недосказанности, свидетельствует о том, что говорящий предполагает совершение образной интерпретации самим адресатом. Право на восполнение образа свидетельствует о доверии к творческой способности аудитории.

Адресатность – одна из важнейших составляющих авторской стратегии, формирующей в целом стиль текста, его эмоционально-оценочное содержание. С помощью эпитета говорящий формирует готовность аудитории к восприятию и переживанию, стремясь максимально ее приблизить к создаваемому им образу.

Эпитет является ярчайшим адресатным знаком.

Адресатность эпитета на семантико-синтаксическом уровне теснейшим образом сопряжена с его полупредикативными свойствами, реализующимися в атрибутивной позиции, заполняемой прилагательным-эпитетом.

Через процедуру олицетворения денотата в эпитете семантизируется сам человек в своих физических и духовных свойствах. Анализ олицетворяющих эпитетов позволяет говорить об особенностях их использования в деловой коммуникации: *разнузданные запахи, легкомысленный компьютер*

Таким образом, эпитет, как атрибутивное слово, концептуально и эстетически определяющее предмет, формирующее его образ, обладающее эмотивно-оценочной коннотацией и повышенной адресатностью, представляет собой специфический образно-эстетический инструмент деловой коммуникации, обладающий огромными когнитивными и прагматическими возможностями.

Литература

- 1 Веселовский А Н Из истории эпитета // Веселовский А Н Историческая поэтика М, 1940
- 2 Глушкова В Г Лингвостилистические особенности эпитетов в художественной прозе С Н Есина Дисс канд филол наук Белгород, 2000
- 3 Горбачевич К С Словарь эпитетов русского литературного языка М, 2000
- 4 Жирмунский В М К вопросу об эпитете // Жирмунский В М Теория литературы Поэтика Стилистика Л, 1977 С 35 – 361
- 5 Персикова Т Н Межкультурная коммуникация и корпоративная культура – М, 2007 – 224 с
- 6 Полонский А В Категориальная и функциональная сущность адресатности М 1999
- 7 Полонский А В, Глушкова В Г Азбука деловой культуры Учебное пособие для студентов-иностранцев – Белгород, 2007 – 74 с
- 8 Полонский А В, Глушкова В Г Особенности культуры делового общения современного россиянина // Zeszyty naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego – 2011 – № 68 Seria filologiczna Glottodydaktyka 3 – Cz II Komunikacja w sferze biznesu I dialog kultur / Pod red G Ziętali I L Pavlovskiej – S 100 – 108
- 9 Томашевский Б В Эпитет // Томашевский Б В Стилистика М, 1983 – С 195 – 204
- 10 Фрейденберг О М Метафора // Поэтика Труды русских и советских поэтических школ Budapest, 1982 С 61 – 87
- 11 Харченко В К Писатель Сергей Есин язык и стиль М, 1998
- 12 Чернец Л В Черная роза, или Язык цветов // Русская словесность 1997
- 13 Шкловский В Б Воскрешение слова // Гамбургский счет статьи, воспоминания, эссе (1914 – 1933) М, 1990 С 36 – 58
- 14 Faryno J Эпитет // Введение в литературоведение Katowice, 1980 Ч II S 30 – 50
- 15 Ojcewicz G Epitet jako cecha idiolektu pisarza // Studium literaturoznawczo-leksykograficzne o tworczości poetyckiej Iwana Bunina Katowice, 2002

УДК 811.112.2'42+811.112.2:39

АКТУАЛИЗАЦИЯ ИМПЛИЦИТНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ

Е.Н. Грибок,

старший преподаватель кафедры немецкой филологии

Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки,

г Луцк, Украина

Статья посвящена выявлению индикаторов имплицитных стереотипов в немецкоязычном дискурсе К таким индикаторам относятся лексические единицы с контекстуализирующей функцией, принадлежащие к