Archiwum Językowe. Nr XI. Wyd-wo Uniwer. w Białymstoku, 2011. S. 57–66.

9. Pomístníj ména v Čechách. O čem vypovídají jména polí, luk, lesů, hor, vod a cest / L. Olivová-Nezbedová a kol. Praha: Academia, 1995.

10. Rutkiewicz M. Nazwy terenowe i miejscowe w gminiemie dzichowo (woj. gorzowskie). Poznań: Wyd-wo WiS, 1997.

11. Rutkowski M. Mikrotoponimia przestrzeni wspinaczkowej. Studium socjoonamastyczne. Olsztyn, 2001.

12. Slovník pomístních jmen v Čechách. Úvodní svazek / L. Olivová-Nezbedová, J. Malenínská. Praha: Academia, 2000. Sv. I–IV / J. Matúšová a kol. 2005–2009.

Н.А. КРАСАВСКИЙ
(Волгоград)

РЕЦЕНЗИЯ НА КНИГУ: ОЛЯНИЧ А.В. ИЗБРАННЫЕ СТАТЬИ ПО ЛИНГВИСТИКЕ, ЛИНГВОСЕМИОТИКЕ И ЛИНГВОДИДАКТИКЕ. ВОЛГОГРАД: ВОЛГОГРАДСКИЙ ГАУ, 2014. 364 с.

Рецензируемая книга охватывает большой спектр вопросов, актуальных для современной филологии и смежных с ней наук – прежде всего семиотики, лингводидактики, психологии и социологии. Столь значительная масштабность дискутируемых в книге проблем обусловлена широким кругом научных интересов А.В. Олянича, известного в России и за ее пределами ученого, продуктивно работающего в самых разных парадигмах гуманитарного знания. Являясь основателем признанной научной школы «Лингвосемиотика потребностей и агрикультуры», А.В. Олянич развивает постулаты лингвоконцептологии, дискурсологии и теории культуры, детально «вырисовывая» современную концептуальную картину мира, роль в ее функционировании языка, речевой деятельности человека.

Центральное место в «Избранных статьях…» отводится проблемам теории дискурса. Хорошо известно, что последние два десятилетия в отечественной филологии характеризуются бурным и успешным развитием теории дискурса. Предлагаются многочисленные толкования дискурса, его различные типологии, методики анализа и т.п. При этом наиболее трудным является установление единиц анализа дискурса и исчерпывающее выявление его функций. Можно сказать, что в этом отношении в дискурсоведении существует своеобразная ниша, которую обнаружил и в которой разместил А.В. Олянич свою презентационную теорию дискурса. Действительно новым для дискурсологии является выявление А.В. Оляничем стратегического потенциала указанной теории, описание им лингвосемиотического основания используемых в презентации стратегий и тактик. Стержневым понятием в концепции Андрея Владимировича выступает презентема, под которой понимается «мельчайшая информационная единица воздействия, представляющая собой сложный лингвосемиотический (знаковый) комплекс, состоящий из когнитивно освоенных субъектом образов окружающего мира и переданный другому субъекту в ходе коммуникации с данным субъектом с целью воздействия на него» (с. 12). Презентема как комплексный знак – это своеобразная триада. Презентема, с одной стороны, представляет собой лингвистический знак (или совокупность лингвистических знаков), с другой стороны – это коммуникативная единица, которая реализует в нашей речи заложенную в нее информацию, освоенную коммуникантом, а с третьей – презентема является лингвосемиотическим и коммуникативно-информационным образованием (т. е. интенцией говорящего) (Там же).

Презентема, как убедительно показано на материале многих включенных в книгу статей, характерна для любого типа дискурса. Не менее важное методологическое значение имеет и другое понятие в концепции А.В. Олянича – «презентационная структура дискурса». Она определяется как «особым образом (семантически и семиотически) организованный поток речи субъекта-индивида, в задачи которого входит осуществление эффективного воздействия на социальный объект (индивид или группу индивидов) с последующим достижением целей такого воздействия (изменение поведения воздействуемых с выгодой для воздействующего)» (с. 7).

На материале различных речевых жанров массово-информационного дискурса автор книги рассматривает лингвосемиотические и семантико-прагматические характеристики презентемы. При этом значительное внимание уделяется игре как способу реализации коммуникативных интенций отправителя тек-

© Красавский Н.А., 2016

ста. На большом фактографическом материале А.В. Олянич показывает театрализованный характер современных СМИ, которые выступают как властный инструмент производства и тиражирования политических шоу, как средство инсценирования политических событий. Политической коммуникации свойственна театральность. В политике и театре А.В. Олянич видит много общего, а именно – наличие массовой аудитории и актеров. Рассматривая политическую коммуникацию и театральность (в целом игру) в синхронии культуры, автор книги устанавливает тенденцию их все большего и большего сближения. Театрализацию политики А.В. Олянич видит в регулярной смене состояния социально-политической действительности, в совместной деятельности политических субъектов по формированию зрелищной основы политической программы, в инсценировании политических действий на завоевание, удержание и использование политической власти, в персонализации политики как технологии лингвосемиотической экспрессии.

Политическую коммуникацию трудно представить вне манипуляции сознанием народа. Существуют, как известно, различные семиотические манипулятивные техники. Одной из них является вербальная манипуляция сознанием человека. Поэтому логично решение А.В. Олянича рассмотреть проблему манипулятивности как коммуникативную категорию. Исходя из постулата воздействующей функции как ключевой в массово-информационном дискурсе, ученый показывает, как современные политические деятели используют многочисленные риторические и лингвосемиотические приемы, направленные на манипуляцию сознанием людей. При этом политики (в частности, американские) активно апеллируют к базовым ценностям социума. Интерпретация предвыборных речей политических деятелей позволяет А.В. Оляничу выявить их коммуникативные стратегии и тактики. Их применение направлено на получение либо удержание власти. Мотивом действий (в том числе и вербальных) политиков является борьба за власть, стремление ее удержать, что обусловливает выбор ими соответствующих речевых средств с целью воздействия на сознание электората. А.В. Олянич приходит к выводу, что в современном политическом дискурсе, в целом – в массово-информационном дискурсе, высокочастотно использование спортивной лексики. Ее активное применение, по справедливому замечанию автора, обусловлено манипулятивными интенциями политиков (с. 25). А.В. Олянич установил, что большая часть используемых в речи политиков лексем имеет отрицательную коннотацию. Этот факт объясняется стремлением выступающих перед публикой политиков (в особенности во время предвыборной кампании) очернить своих конкурентов в борьбе за власть. Справедливо замечание Андрея Владимировича о лингвоэкологической угрозе, содержащейся в текстах современного массово-информационного дискурса. Полагаем, что было бы интересно в перспективе изучить проблему лингвоэкологии массово-информационного дискурса в диахронической плоскости. Видимо, можно предположить, что 30–40 лет тому назад политическое коммуникативное пространство (к примеру, североамериканское) не представляло столь значительной лингвоэкологической угрозы для социума, как в настоящее время.

Пожалуй, важнейшее место в рецензируемой книге занимает материал, в котором предлагается потребностно-информационный подход к классификации дискурса. В статье «Потребности – дискурс – коммуникация» делается успешная попытка классифицировать дискурс, «исходя из сходств и различий в потребностях человека» (с. 115). «Потребность выступает как такое состояние личности, благодаря которому осуществляется регулирование поведения, определяется направленность мышления, чувств и воли человека» (с. 116), – пишет А.В. Олянич. Изучение ряда философских, психологических и социологических работ, посвященных феномену «потребность», позволяет автору статьи выделять целые группы потребностей – биологические, социальные и идеальные, которые соотносятся, согласно А.В. Оляничу, с различными типами дискурса. Так, например, потребность в продолжении рода коррелирует прежде всего с «бытовым альковно-интимным дискурсом (ухаживания, любовные послания и т.п.)», потребность в поддержании жизни (пище) – с глюттоническим дискурсом, потребность в вере – с религиозным дискурсом, потребность во власти – с политическим дискурсом (с. 122). В статье большое внимание уделяется политическому дискурсу, анализ которого позволяет автору увидеть в нем реализацию множества потребностей. Потребность во власти включает в себя: «а) потребность в материальных благах, б) потребность в создании необходимого соответствующего порядка в обществе – объекте приложения власти, в) потребность в управлении обществом» (с. 123). В заключение автор статьи делает вывод, суть которо-

го сводится к тому, что «с усложнением качества потребностей увеличивается количество дискурсов, поддерживающих ту или иную потребность» (с. 123).

В одной из включенных в книгу статей «Драматургия межкультурной коммуникации» исследуется чрезвычайно интересная проблема – вопрос этнокультурной специфики презентационной структуры дискурса. А.В. Олянич решает вопрос выявления сходств и различий в стратегическом планировании и в самой организации британского и русского дискурса. В качестве сопоставительного материала автором упомянутой выше статьи выступает новостной дискурс. Для его анализа избираются конкретные политические события, освещенные в британских и российских СМИ. Для британского новостного дискурса характерен «фактографически-ориентированный тип информирования с четко ранжированной последовательностью презентем», в то время как «русская версия изложения событий <…> носит явно событийно-ориентировочный характер, обремененный сугубой театральностью» (с. 66). Заслуживает нашего внимания вывод о том, что при изложении конкретного факта в русском новостном дискурсе содержатся элементы драматургии. В данном случае, по мнению ученого, мы имеем дело со своеобразным спектаклем. В нем есть интрига, дополнительные (на самом деле второстепенные, не имеющие прямого отношения к событию) персонажи. Презентационная тональность британского и русского новостного дискурса различна. В первом из них «сухое и эмоционально-ровное изложение фактов», а во втором – оценочное отношение к ним (Там же). Не менее интересно следующее подкрепленное языковыми примерами замечание автора: «Информационное развитие британского дискурса вертикально – изложение фактов по мере их поступления; в русском дискурсе информация расширяется в горизонтальной плоскости и эмоционально окрашивается» (Там же). Выявленные различия в британском и русском новостном дискурсе, как нам представляется, могут быть объяснены не только отличительными чертами в менталитете двух социумов, но и сложившимися в разных странах жанровыми журналистскими традициями.

В статье «Лингвосемиотика цвета в институциональной коммуникации» (автором статья подготовлена совместно с Т.Н. Астафуровой) обсуждается этнокультурная специфика концептосферы цвета. Установлены те сферы картины мира, для которых релевантен цвет: 1) флора; 2) фауна; 3) неживая природа и 4) гастрономия. Значительной этноспецификой обладают, согласно А.В. Оляничу и Т.Н. Астафуровой, вторичные цветовые концептосферы, обозначающие психосоматическое состояние человека, межличностные и статусно-ролевые отношения, цивилизационные артефакты и продукты (с. 219–220). Основной акцент в статье ставится на малоисследованной проблеме – вопросе вербализации социальных отношений в лингвосемиотическом ракурсе. Цветообозначения, как показано в материале, реализуют идеологическую функцию. Так, например, красный цвет указывает на принадлежность к «левым» политическим партиям и движениям, а зеленый – на принадлежность к партии, ставящей во главу угла своей деятельности борьбу за экологию. Здесь же приводятся многочисленные примеры с цветообозначениями, многие из которых обладают положительной или отрицательной коннотацией. Особый интерес вызывают сопоставительные характеристики данных лексем на материале разных языков. В статье сделан вывод о том, что «цветосемиотика институциональной коммуникации маркирует разные сферы жизни общества и носит ярко выраженный этноспецифический характер, обусловленный географическими, историческими и лингвокультурными особенностями нации» (с. 231). Материал, изложенный в статье, помимо теоретической ценности имеет большое прикладное значение. Он может быть успешно использован при преподавании спецкурсов на языковых факультетах вузов.

В статье «Презентационная функция телескопического словообразования в англоязычной социальной коммуникации» А.В. Олянич предлагает читателю обсудить словообразовательную проблематику. Казалось бы, в словообразовательной парадигме нет заметных лакун. Однако статья представляет собой большой интерес не только для специалистов по структурной лингвистике, но и для тех исследователей, кто занимается вопросами лингвопрагматики. Развитие языка обусловлено, как известно, в значительной мере экстралингвистическими факторами. Многочисленные изменения и процессы в жизни социума нуждаются в их обозначении. Для этого используются самые различные номинативные «техники» (первичная, вторичная, образная номинации). Не менее хорошо известен тот факт, что человек по мере кодирования мира стремится его оценивать. Часто для оценивания окружающей действительности и складывающихся от-

ношений внутри социума и его представителями Homo loquens в своей коммуникативной деятельности использует экспрессивные языковые средства (в том числе и словообразовательные), способные эффективно воздействовать на партнера по общению. Творческий потенциал языковой личности, стремящейся к оригинальности форм самовыражения, реализуется и в создании ею новых слов.

Характеризуя развитие языка на его современном этапе, А.В. Олянич пишет: «Поразителен тот факт, что креативная сущность человека в новом тысячелетии работает не над созданием новых языковых словообразовательных элементов, а поступает вполне прагматично – использует имеющийся в наличии вербальный материал и уже широко апробированный метод телескопического словообразования. Причина такого прагматизма в особой образной достаточности лексики, накопленной за многие периоды развития языка» (с. 83). Посредством телескопического словообразования (блендинга) образуется значительное количество английских лексических новаций. Ученый приводит соответствующую статистику: в последнем издании словаря «Коллинз» (Collins) 2/3 лексических новаций составляют слова-бленды. В этом лингвистическом факте он видит «социальную тенденцию, которая заключается в использовании словообразования в новой функции – презентационной. Блендинг оказался той возможностью самовыражения, которая легко вызывает к жизни образ явления и предопределяет социальный интерес по отношению к этому явлению. <…> Подавляющее количество таких блендов тематически привязано к эмоциогенным областям общественного бытия» (с. 85). В статье приводятся убедительные примеры, иллюстрирующие приведенные выше рассуждения. Так, в частности, дан пример с формативом *gate*, в семантику которого сегодня входит признак «придание событию оттенка скандальности» (ср.: Irangate < Watergate). Подобные бленды часто создают интригу (в особенности в массово-информационном дискурсе), которая, по справедливому замечанию А.В. Олянича, «оказывается движущей силой развития сценария события и, соответственно, подпитывает дискурс, провоцирует его к развертыванию. Не случайно заголовки газет, в свернутом виде представляющие новости, оказываются той плодородной почвой, на которой вырастают бленды: бленд привлекает внимание, намекает об интриге, развитие которой читатель узнает из текста самой статьи» (с. 89). В статье есть и другие тонкие наблюдения о презентационном потенциале блендинга в современной англоязычной коммуникации.

В разделе II «Лингводидактика» рецензируемой книги дискутируются проблемы современного филологического образования, обсуждаются, в частности, вопросы компетентностного подхода в образовательном вузовском пространстве, лингвокультурные компетенции в образовательных программах аграрного вуза. Материал, изложенный в данной части книги, будет полезен самому широкому кругу преподавателей иностранного языка. Размышления А.В. Олянича о технологиях, методах преподавания иностранных языков в вузе основываются на его богатом и успешном опыте работы преподавателем английского языка. На страницах книги практикующие преподаватели иностранного языка найдут много интересных суждений и рекомендаций автора.

В самом начале второго раздела А.В. Олянич предлагает читателю качественный критический анализ типологии дискурса. Теория дискурса относится к традиционным объектам исследования в современной лингвистике. Круг вопросов, дискутируемых в рамках этого лингвистического направления, достаточно широк – само определение дискурса, составление, типология дискурса, выявление его конститутивных признаков, описание коммуникативных стратегий и тактик участников разных типов дискурса, определение механизмов порождения и функционирования текстов, лежащих в основе дискурса, установление особенностей их структуры и семантики, изучение специфики вербальной и невербальной составляющих различных типов дискурса и т.п. Андрей Владимирович обращает наше внимание на вопрос типологии дискурса. Известны попытки ряда исследователей выделять большое количество дискурсов (антропологический, учебный, образовательный, академический, методический, педагогический и др.), являющихся, по сути, тематически и содержательно близкими друг другу. А.В. Олянич справедливо задается вопросом о критериях выделения таких типов дискурса, как антропологический, профессиональный, образовательный. Он выступает против подобного рода дробления дискурса: «Попытки выделения исследователями разных типов инструктирующих дискурсов зачастую оборачиваются стремлением “подмять” понятие дискурса под тематику собственных проблем-

ных зон изучения» (с. 295). Автор статьи, на наш взгляд, прав в своем утверждении, что антропологический, профессиональный, образовательный типы дискурса размыты и не обладают четкими конститутивными признаками.

«Избранные статьи по лингвистике, лингвосемиотике и лингводидактике» А.В. Оляничa – это заметный вклад волгоградского исследователя в развитие теории дискурса, лингвосемиотики, лингвоконцептологии и межкультурной коммуникации. Книга известного ученого как в теоретическом, так и в прикладном аспекте окажется полезной для специалистов-гуманитариев самого широкого спектра.