

рес потенциального адресата и побудить его к дальнейшему чтению. Тогда адресат сможет узнать, что высказывание **Б** отсылает его к реальному денотату «Рано делать выводы и ограничиваться версией неисправности тормозной системы самолета», а реальным денотатом высказывания **В** является информация о том, что некоторые аэропорты России модернизируют взлетно-посадочные полосы.

Другие семасиологические метафоры, обнаруженные нами в текстах с трагической доминантой, характеризуют оружие, использованное боевиками при захвате школы в Беслане, и его смертельную эффективность. В определенной ситуации они готовятся взорвать эти адские машины, и тогда *с потолка обрушится вниз смертельный железный ливень прямо на головы детей и женщин* (РГ, 03.09.2004). Немецкие журналисты также используют данный тип экспрессивных номинативных средств: *New Orleans bereitet sich auf «Katrina» vor, und zahllose Urlauber sind in der Stadt gestrandet: Flüge oder Mietwagen gibt es nicht mehr* (Der Spiegel ONLINE, 28.08.2005). Приведенная метафора основана на игре слов: *der Strand* (пляж) / *stranden* (потерпеть кораблекрушение).

Таким образом, языковая дополнительность трагического проявляется в использовании арсенала стилистических средств, различающихся по критериям экспрессивной окрашенности и стилистической значимости. Большинство данных средств носят узуальный характер и традиционно используются в аналогичных контекстах. Немногочисленные авторские новаторства, как правило, ограничены рамками текста, для которого были созданы, и редко входят в состав общеупотребительного языка. Трагическое как полипрофильная когнитивная структура, единица ментального лексикона «Память», дополнительна к обыденному сознанию, идеологии, культуре, языку, что находит выражение в закрепленных когнитивных образцах, социальных и языковых практиках.

Литература

1. Гаспаров Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М. : Нов. лит. обозрение, 1996.
2. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. М. : Гардарики, 2005.
3. Палкевич О.Я. Языковой портрет феномена иронии (на материале современного немецкого языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2001.

4. Попов В.П., Крайнюченко И.В. Глобальный эволюционизм и синергетика ноосферы. Ростов н/Д. : Изд-во АПСН СКНЦ ВШ, 2003. URL : <http://holism.narod.ru/book1/>.

5. Хакен Г. Можем ли мы применять синергетику в науках о человеке? URL : <http://evrika.tsi.lv/index.php?name=texts&file=show&f=244>.

Complementarity as a cognitive sign of the category of the tragic (based on the German and Russian languages)

The tragic as a polyprofile cognitive structure, a unit of the mental lexicon "Memory", along with the comic and absurd, is an element of self-organizing system – paradox. The behaviour of such a system may be described with the help of dynamic unsteady variables – sequence parameters. One of the variable characteristics of the tragic is complementarity (to ordinary consciousness, culture, language), that is expressed in fixed models, social and language practice.

Key words: *the tragic, category, sequence parameter, complementarity, language means.*

П. ЧЕСНОКОВА (Волгоград)

ГЕОРТОНИМЫ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И СФЕРЫ ВЛИЯНИЯ

Показаны становление геортонимов, тенденции развития и сферы их влияния в рамках ономастического поля и за его пределами.

Ключевые слова: *ономастика, геортонимы, номинативная модель, псевдогеортонимы, ономасиологический признак, трансонимизация, деонимизация.*

Названия праздников разные авторы относят к различным ономастическим разрядам. В чешской лингвистике их принято включать в хремотонимы (*chrématonyma*) [16, с. 273 – 284; 17, с. 109 – 111; 18, с. 14; 15, с. 18 и др.]. Данный термин используется в качестве гиперонима для объединения названий объектов, явлений, отношений, которые являются результатом человеческой деятельности, но не отражены на картах и планах (Там же). Назва-

СРАВНИТЕЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ, ТИПОЛОГИЧЕСКОЕ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

ния праздников упоминаются как один из видов хремотонимов [16, с. 273 – 284; 17, с. 109 – 111; 18, с. 14] или выделяются среди этого ряда имен собственных в качестве хрононимов [15, с. 18], т.е. собственных имен временного характера (Там же). В русской ономастике одни авторы относят названия праздников к *геортонимам* [11, с. 197; 10, с. 48; 1, с. 23 и др.], другие – к *хрононимам* – собственным именам отрезков времени [2, с. 5; 8, с. 60; 7, с. 113 и др.].

А.В. Суперанская подчеркивает необходимость отличать названия праздников, юбилеев, торжеств и т.п. от хрононимов, т.к. «именуемый ими объект – не время, а торжество со всеми его настроениями, церемониями, актами и т.д.» [11, с. 198]. Автор определяет *хрононимы* как собственные имена отдельных отрезков и точек времени, а *геортонимы* – как названия праздников, юбилеев, торжеств и т.п. (Там же, с. 197 – 198). Любой праздник содержит в себе временной компонент значения, но не каждое определение времени является геортонимом. Следовательно, каждый геортоним является хрононимом, но не каждый хрононим может быть геортонимом. Данные термины находятся в гиперо-гипонимических отношениях. Если изучаются названия завершённых во времени исторических событий, периодов в человеческой истории, целесообразно использовать термин *собственно хрононим*, а если объектом анализа служат наименования торжеств, праздников, праздничных действий, посвящённых историческим событиям, – термин *геортоним*.

И.В. Крюкова включает геортонимы в ряд имен собственных, объединённых под общим термином *рекламное имя*, и определяет их как собственные имена торжественных мероприятий: фестивалей, конкурсов, турниров, общественно-политических акций [4, с. 33]. О.В. Врублевская к геортонимам относит названия праздников, памятных дат, торжеств, концертов, фестивалей, конкурсов, выставок, кампаний (акций, форумов и т.д.), которые проводятся регулярно [3, с. 17]. По нашему мнению, названия фестивалей, выставок, конкурсов и т.п. могут быть отнесены к разряду геортонимов только в том случае, когда характеристики их референтов совпадают с характеристиками праздников, которые: 1) являются коллективными действиями; 2) имеют ценностные составляющие; 3) регулярно повторяются во времени; 4) проходят по определенным сценариям. Кроме того, важными являются и лингвистические характеристики. На-

звания праздников представляют собой закрытый структурный тип, для них типичными являются две основные номинативные модели, в то время как рекламные имена многообразны [4, с. 32].

Первая номинативная модель геортонимов – **день + родительный падеж** является наиболее частотной. По этой модели образованы все основные названия праздников в чешской и русской лингвокультурах: *День Победы*, *День Святой Троицы*; *Den české státnosti*, *Den učitelů* и др. В чешской лингвокультуре вместо слова *den* часто употребляются лексемы *svátek*, *slavnost* ‘праздник’ (*Slavnost Zmrtvýchvstání Páně*, *Svátek práce* и др.), а в русской – слово *праздник*, но чаще оно опускается, геортоним начинается с существительного (обычно отглагольного): *Благовещение Пресвятой Богородицы*, *Рождество Пресвятой Богородицы* и др. Вторая модель – **прилагательное + день**. В этой модели слово *день/den* часто заменяется названием конкретного дня недели, а изредка – и конкретного времени суток: *Страстная пятница*, *Великая суббота*; *Zelený čtvrtek*, *Svatojánská noc* и др. Эта модель может быть представлена и словосочетанием **прилагательное + неделя, седмица / týden**: *Страстная неделя*, *Сырная седмица*; *Pašijový týden*, *Veliký týden* и др.

Все официальные названия христианских праздников, приуроченных тому или другому святому, в чешской и русской лингвокультурах образованы по первой номинативной модели (*Праздник святого Никифора исповедника, патриарха Константинопольского*; *Svátek svatě Anežky České* и др.), но в неофициальном употреблении свертываются до самого имени святого, а значит, являются омонимиями своего источника (*Николай* → *Николай*; *Mikuláš* → *Mikuláš*). «Омонимия – факт разных полей. Омонимичные имена соотносятся с денотатами, принадлежащими к разным категориям объектов» [11, с. 291]. В данном случае можно говорить о тройной омонимии, т.к. эти имена являются также антропонимиями. В сопоставительном аспекте нельзя не отметить специфику отагионимичных геортонимов, отражённых в бытовых святцах русского народа. Данные названия представляют собой результат свертывания накопленных древними русскими знаний о природе и погодных условиях в одно слово-имя, присоединяющееся как приложение к имени святого, почитаемого в этот день (*Еремей-Запрягальник* (14 мая), *Иосиф-Песнопевец* (17 апреля) и др.). Встречаются также названия, в которых приложение пред-

ставляет собой приказ или запрет (имя-фраза в грамматической форме повелительного наклонения): *Афанасий-Береги нос (31 января); Авдотья-Подмочи порог (14 марта)* и др. Эти названия являются результатом свертывания паремий, в которых сохранился веками накопленный опыт наших предков. В чешском языке этот процесс не наблюдается, а также отсутствуют отагионимичные геортонимы в форме *pluralia tantum*, что весьма распространено в русском языке: *Фролы, Харитины, Петры-Павлы* и др.

Большинство праздников имеет несколько названий. Кроме развернутого официального названия используется обиходное сокращенное. Встречаются также региональные варианты названий праздников. В основе разных названий одного и того же праздника обнаруживаются различные ономастиологические признаки: *Пятидесятница / Праздник Святой Троицы* – время проведения праздника / объект почитания и др. На основе анализа около 1000 чешских и 1000 русских геортонимов нами было выявлено шесть ономастиологических признаков, лежащих в основе названий: 1) объект почитания, 2) совершение действий, 3) качество / важность дня, 4) время проведения, последовательность, 5) предмет профанной / сакральной жизни, 6) субъект действия. Обе номинативные модели геортонимов являются весьма продуктивными при образовании названий: 1) произведений искусства (артионимов) → *День хомячка, или Русское счастье* (КВН-спектакль); *Den milováni* (песня М. Войтко) / *Безумный день, или Женитьба Фигаро* (спектакль Московского театра сатиры); *День счастья* (мелодрама, СССР, 1963 г.) / *Шумный день* (комедия, СССР, 1960 г.); 2) отрезков времени (хрононимов) → *День тишины* (конец предвыборной агитации перед выборами); *Den otevřených dveří památek*; 3) рекламных имен (а) телепередачи (гемеронимы) → *День «Звездных историй» с Оксаной Барковской* (телепередача, РЕН-ТВ, Волгоград) / *Мировой спортивный день* (телепередача 7ТВ); б) деловые объединения людей (эргонимы) → *Svatební den* (название фирмы, занимающейся фото- и видеосъемкой на свадьбах); в) торжественные мероприятия → *День роскоши* (выставка косметики «Мэри Кэй» в Волгограде); *Den Labe*, 17 – 19 июня 2010 г., Hradec Králové).

Вторая номинативная модель может быть представлена и словосочетанием **прилагательное + конкретный день недели / конкретное время суток**. Многие из таких рек-

ламных имен имеют форму множественного числа, что связано с длительностью обозначаемых акций: *Дни техники Sony* (рекламная акция, «Техносила», октябрь 2009 г.), *Dny varhan* (15-й Международный органный фестиваль, Прага, 2010) и др. Все эти названия можно объединить под общим термином **псевдогеортонимы**, т.к. номинативной моделью они напоминают названия праздников, но таковыми не являются. Псевдогеортонимы можно отнести к периферии поля геортонимии, эти единицы переходят в другие ономастические поля (артионимы, рекламные имена, хрононимы и др.).

Необходимо отметить активное участие геортонимов в процессе трансонимизации. В.И. Супрун выделяет сильные и слабые ономастические разряды – сильные передают свои единицы в другие, слабые формируют свой именовник за счет иноразрядных единиц. К сильным ономастическим разрядам относятся ядерные структуры поля имен собственных, к слабым – периферия [14, с. 59]. Однако единицы периферийного разряда имен собственных могут также переходить в другие разряды ономастического поля – даже в ядерные. Геортонимы являются источником обогащения других ономастических разрядов. Название праздника служит названием другого объекта в неизменном виде (*рус.* Масленица → имя Масленица, фамилия Масленица [6, с. 94], название картины Б.М. Кустодиева – «Масленица», название фольклорного ансамбля – «Масленица»); *чеш.* masopust → фамилия Masopust, название стихотворения Й. Рыбака – «Masopust», но чаще используется дериват исконного имени (*рус.* Преображение Господне → фамилия Преображенский, название станицы в Волгоградской области – Преображенская; *чеш.* hod → фамилии Hodan, Hodáček, Hodišlav, топонимы Hodice, Hodov).

Многие ученые считают, что антропонимы *Преображенский, Рождественский* и т.п. образованы от экклезионимов (т.е. названий церквей) [13, с. 68; 14, с. 60], или четко не различают, образованы ли они от названий церквей, праздников или икон [12, с. 123; 9, с. 209; 5, с. 23; 6, с. 95]. По нашему мнению, название праздника является первоисточником для всех подобных наименований. Процесс трансонимизации пополнил за счет геортонимов состав **антропонимов** (имена *Неделя, Пасха, Масленица, Коляда* и др.; фамилии *Неделин, Пасхин, Благовещенский, Троицкий, Крестовоздвиженский / Masopust, Tryzna, Trachta, Hod, Neděla, Vostatek* и др.), **топони-**

СРАВНИТЕЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ, ТИПОЛОГИЧЕСКОЕ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

мов (урбанонимы ул. *Первомайская*, ул. *8 Марта* / *ulice 1. máje* и др.; собственно топонимы село *Воздвиженка*, станция *Преображенская*, *Спасский район*, *Первомайский район*, г. *Благовещенск*, г. *Покров* / *Hromnice, Křtiny, Hodov, Veselka* и др.; макротопонимы остров *Пасхи*, *Доминиканская Республика* / *Domínkánská republika, Velikonoční ostrovu* и др.), **рекламных имен** (эргонимы *фабрика 8 Марта*, фольклорный ансамбль «*Рождество*» и др.; прагматонимы *конфеты «Масленица»*, «*Престольный праздник*», растительное подсолнечное масло «*Масленица*» и др.), **артионимов** (фильмонимы «*Татьянин день*», «*Прощеное воскресенье*» и др.; артионимы *песня А. Шапира «Новый год*» и др.).

Кроме трансонимизации, наблюдается процесс деонимизации (апеллятивации) геортонимов. В чешском и русском языках находим достаточно большое количество апеллятивной лексики, связанной с названиями праздников. С точки зрения экстралингвистических характеристик, апеллятивную лексику, образованную от геортонимов, можно разделить на две группы. Первую составляют апеллятивы, имеющие непосредственную связь с самим праздником (обозначают некий обрядовый предмет, блюдо, участника/персонажа обряда или сам обряд), а вторую – те, которые имеют связь с праздником лишь во временном аспекте (*крещенские морозы*, *сретенские оттепели*; *svatodušní housata* = гусята, вылупившиеся в троицкий период и др.). С лингвистической точки зрения, отгеортонимичные апеллятивы при переходе остаются в неизменной форме (за исключением написания с прописной буквы), т.е. являются омонимами своих имен-источников (Пасха → *пасха* (творожный десерт, приготавливаемый на Пасху; *Mikuláš* → *mikuláš* (подарок, врученный в этот праздник) и др.) или их дериватами (Пасха → *пасочница* (деревянная форма для изготовления творожной пасхи); *Vánoce* → *vánočka* (сладкая плетенка; выпекают ее на рождественские праздники) и др.).

Итак, названия праздников мы относим к периферийному ономастическому разряду геортонимов. Периферию данного поля составляют геортонимы – рекламные имена и **псевдогеортонимы**. Под последними понимаем названия разных объектов, часто достаточно далеких от праздников, но близких геортонимам своей языковой структурой. На основе анализа русских и чешских геортонимов можно сделать вывод о том, что геортонимам при-

суци несколько черт ядерных конститuentов: 1) структурная закрытость, т.к. они строятся по двум номинативным моделям; 2) достаточная устойчивость в течение времени; 3) активное участие в процессе трансонимизации и даже переход в ядерные конститuentы ономастического поля.

Литература

1. Андреева О.С. Семантико-стилистические особенности функционирования геортонимов в современном русском языке : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград : Перемена, 2004.
2. Валенцова М.М. Терминология календарной обрядности чехов и словаков : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1996.
3. Врублевская О.В. Названия торжественных мероприятий: прагмалингвистический аспект (на материале русских и немецких номинаций) : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2006.
4. Крюкова И.В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности. Волгоград : Перемена, 2004.
5. Максимов В.О. Так возникли фамилии российского духовенства // Ономастика для всех. Т. 1. Из архива газеты «Мирь имён и названий» № 1 – 20 (апр. 2006-го – янв. 2008 г.). М. : Гарт, 2008. С. 22 – 24.
6. Максимов В.О. Праздник, который всегда с тобой... / В.О. Максимов // Ономастика для всех. Т. 1. Из архива газеты «Мирь имён и названий» № 1 – 20 (апр. 2006-го – янв. 2008 г.). М. : Гарт, 2008. С. 94 – 95.
7. Махрачева Т.В. Материалы к словарю хронимов Тамбовской области // Вопр. ономастики. 2008. № 5. С. 113 – 139.
8. Мороз А.Б. Народный календарь и квазиэтнография // Вопр. ономастики. 2007. № 4. С. 59 – 66.
9. Никонов В.А. Словарь русских фамилий. М. : Школа-Пресс, 1993.
10. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. М. : Наука, 1988.
11. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М. : Наука, 1973.
12. Суперанская А.В., Сулова А.В. Современные русские фамилии. М. : Наука, 1981.
13. Суперанская А.В. Что такое топонимика? М. : Наука, 1984.
14. Супрун В.И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал. Волгоград : Перемена, 2000.
15. Kornelly J. Chrématonyma českých a moravských vín. Hradec Králové, 2006.
16. Svoboda J. K slovanské onomastické terminologii // Zpravodaj místopisné komise ČSAV. 1960. 1. С. 273 – 284.

17. Šmilauer V. Třídění vlastních jmen // 5. zasedání Mezinárodní komise pro slovenskou onomastiku a 5. slovenské onomastické konference : sb. materiálů. Bratislava, 1976. С. 109 – 111.

18. Šrámek R. Úvod do obecné onomastiky. Brno : Nakl. Masarykovy univerzity, 1999.

Geortonyms: establishment, tendencies of development and spheres of influence

There is shown the establishment of geortonyms, tendencies of development and spheres of influence in the onomastic field and outside its limits.

Key words: *onomastics, geortonyms, nomination model, pseudo-geortonyms, onomasiological sign, transnominization, deonimization.*

И.В. КОВАЛЕНКО
(Волгоград)

ИНТЕРСЕМИОТИЧЕСКИЙ ПЕРЕВОД В МЕЖКУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Рассмотрен широкий подход к трактовке понятия интерсемиотического перевода в межкультурном аспекте и предложены основные направления интердисциплинарного анализа экранизации как вида интерсемиотического перевода. Выделены базовые принципы лингвесемиотического исследования кинотекста как синкретической семиотической системы.

Ключевые слова: *интерсемиотический перевод, кинотекст, лингвесемиотика, экранизация, межкультурная коммуникация.*

Цель настоящей статьи – сформулировать базовые теоретические положения для исследования интерсемиотического перевода в межкультурном аспекте. Речь идет об экранизациях русской классики средствами зарубежного кинематографа. Исследование направлено на изучение интерсемиотического пространства экранизации как текста перевода и интерсемиотических связей между текстами оригинала (художественным произведением одной лингвокультуры) и перевода (его экранизацией, являющейся кинопродуктом иной лингвокультуры).

Интерсемиотический перевод был впервые выделен как особый вид перевода (наряду с интерлингвистическим и интралингвистическим) Р. Якобсоном – как способ интерпретации лингвистического знака посредством нелингвистических знаковых систем [15]. Сегодня этот вид перевода понимается шире: о нем можно говорить и тогда, когда одна и та же форма содержания, межсубъектно признаваемая как имеющая связь с формой содержания текста оригинала на одном или нескольких уровнях соответствия, «переводится» в другую семиотику или в несколько других семиотик с различными материями и субстанциями выражения [9, с. 9]. В основе идеи интерсемиотического перевода лежит понимание переводимости как одной из фундаментальных характеристик любой семиотической системы, а любому переводу, в свою очередь, предшествует интерпретация, сопровождаемая трансформацией. Интерпретация не есть нечто данное раз и навсегда: точно так же, как исторические данные, по Э. Карру, не существуют до тех пор, пока историк их не создаст (приводится по [3]), смысл текста не существует, пока интерпретатор не осмыслит его. С философской точки зрения, перевод – это средство достижения взаимопонимания между культурами, поэтому понимание и интерпретация текста любой семиотической природы основаны на сетке прочтения, строящейся на базе социокультурной картины мира субъекта, который выбирает факты для трактовки текста.

При экранизации художественного произведения письменный текст переводится в кинотекст – синкретическую (строящуюся из элементов многих гетерогенных семиотик) поли-, или мультисемиотику [9, с. 160], объединяющую в одну взаимосвязанную систему различные знаковые системы, семиотические средства и коды. В отечественной лингвистике тексты, которые содержат или могут содержать элементы других семиотических систем, принято называть креолизованными. В связи с этим экранизацию можно рассматривать, во-первых, как текст (в широком понимании), т.е. как идентифицируемое семиотическое пространство [8, с. 53 – 70], в которое входит понятие «кинотекст», во-вторых, как продукт особого вида перевода – интерсемиотического. Кроме того, в процессе экранизации произведения иной лингвокультуры присутствуют все три вида перевода: интерлингвистический (перевод художественного произведения