

есть осмысление одних сущностей в рамках концептуальных структур других сущностей.

При метафорической модели перекатегоризации косвенная номинация детерминируется соотношением, сопоставлением признаков и свойств именуемого/ познаваемого объекта с прототипом какой-либо эталонной категории. При соотношении номинативного замысла и эмпирического образа формируется образный гештальт как редуцированный эмпирический образ, полностью сбалансированный с типовым представлением и с данным значением. Метонимическая модель перекатегоризации действительности реализуется в том случае, когда познаваемый объект соотносится не с категорией в целом, а с ее частью, субкатегорией, которая функционально способна заменить целое (катеорию).

Автор показывает, что внутренняя форма фразеологических единиц отражает способ организации значения в соответствии со сложившимся в культуре образом-эталонном и выступает в качестве гештальт-структуры. Пространственно-образное мышление, порождая внутреннюю форму знака косвенной номинации, формирует его экспрессивно-образное значение. Когнитивная сущность косвенно-производной номинации, таким образом, заключается в опосредствованном соотношении сигнификата нового наименования со смысловым содержанием первичного словосочетания.

Авторов данной монографии объединяет идея стремления к цели когнитивной фразеологии, а именно: к моделированию целостного фразеологического пространства как самоорганизующейся системы взаимодействия семиотических средств языка и культуры, синергетически развивающейся по законам гармонии, точнее, синергетического упорядочивания и гармонизации нередко парадоксальных, но ассоциативно оправданных конфигураций элементов воспринимаемой действительности.

Данная книга используется в преподавании курса «Фразеология современного английского языка» и в преподавании спецкурсов «Типология фразеологии» и «Сопоставительная фразеология германских языков» для студентов, обучающихся по специальности 0503030.65 (033200) – иностранный язык. Материал данного научного издания дополняет программу «Фразеология современного английского языка», составленную Т.Н. Федуленковой на основе действующего Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО, 2005 г.) и опубликованную в научном журнале «Вестник Московского университета», Серия 19: «Лингвистика и межкультурная коммуникация», № 3, 2005, с. 185-212.

Выражаем искреннюю благодарность рецензентам: доктору филологических наук профессору Костромского государственного университета А.М. Мелерович, доктору фило-

логических наук профессору Воронежского государственного университета В.Б. Кашкину, доктору филологических наук профессору Череповецкого государственного университета В.П. Коровушкину, кандидату филологических наук доценту Архангельского государственного технического университета Е.И. Журавлевой за глубокий анализ рукописи и конструктивные замечания.

КРАСОТА В ЯЗЫКЕ: ГЕНДЕРНЫЙ И ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОМПЛИМЕНТАРНОГО РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ (монография)

Алимурадов О.А., Каратышова М.А.

ФГБОУ ВПО Пятигорский государственный лингвистический университет, Пятигорск, e-mail: vestnik@pglu.ru

Монография посвящена когнитивному и прагмалингвистическому анализу стратегий и тактик осуществления комплиментов. Исследование проведено на основе изучения того, как в речи носителей английского языка мужского и женского полов находит выражение концепт BEAUTY (КРАСОТА).

Представленное в книге исследование показывает, что концепт BEAUTY обладает ярко выраженной ценностной маркированностью и относится к числу важнейших ориентиров человеческой деятельности. Многомерность отражения и интерпретации действительности в тексте художественного произведения обуславливает тот факт, что, именно здесь рассматриваемый концепт получает свою содержательную определенность и реализуется во всем богатстве смысловых потенциалов. Кроме ценностной маркированности концепт BEAUTY характеризуется гендерной вариативностью, то есть структурно-содержательные особенности его модели и механизмы вербализации являются гендерно обусловленными, что позволяет делать выводы относительно некоторых особенностей ментальной организации и речевого поведения коммуникантов противоположных полов. Речевой образ персонажа художественного текста отражает гендерно-детерминированные закономерности использования обществом языка, то есть может служить критерием выявления гендерной специфики вербализации рассматриваемого концепта.

Языковое воплощение концепта BEAUTY осуществляется посредством определенного спектра вербализаторов – слов и словосочетаний, служащих для выражения говорящим положительной оценки. Таким образом, основной сферой вербализации рассматриваемого нами концепта является именно оценочная коммуникация. Положительная оценка как основа вербализации концепта BEAUTY осуществляется на двух уровнях: непосредственно эмоциональном

(эмоционально-чувственная/внешняя оценка и эстетическая оценка) и рационально отрефлектированном (морально-этическая оценка и оценка по качеству).

Обозначенные подвиды положительной оценки служат основанием для областного моделирования анализируемого концепта. Системная (областная) модель концепта BEAUTY представлена единством ее иерархически структурированных макро- и микроэлементов, частотность языковой реализации которых характеризуется гендерной спецификой субъекта дискурсивной деятельности. Как в речи женщин, так и в речи мужчин обширнее других представлена подгруппа оценки внешнего вида человека, она значительно превышает случаи вербализации морально-этической оценки и, в отличие от второй, является в мужском дискурсе гендерно ориентированной, так как репрезентируется в речи говорящего, как правило, по отношению к представительнице женского пола. Данная закономерность не является абсолютной для женского дискурса.

Выделенные основные признаки концепта BEAUTY являются универсальными для англоязычного сознания, так как и для мужчин, и для женщин вербализация концепта BEAUTY всегда предполагает положительную оценку субъекта (внешнюю или внутреннюю), предмета или явления; набор характерных черт (или же наделение таковыми), вызывающих восхищение предметом/субъектом/явлением; привлечение внимания, воздействие на созерцателя; удовольствие (чувственное или рациональное) при восприятии. Гендерно детерминированными являются некоторые дополнительные признаки концепта, наличие которых в женском или мужском сознании определяются релевантностью данных признаков в отношении коммуникантов противоположных полов.

В основе процесса метафоризации и метонимизации рассматриваемого концепта женщинами и мужчинами лежат идентичные ассоциативные механизмы, притом, что данный процесс в большей степени характеризует женский дискурс. Частотность репрезентаций метафорических переносов, вербализующих концепт BEAUTY в высказываниях мужчин и женщин также различна, и это значимо для гендерной типологизации закономерностей дискурсивной реализации концептов. Наиболее частотными в мужском дискурсе являются «однаправленные» метафорические проекции, служащие средством прояснения относительно абстрактного содержания исходного концепта (BEAUTY) посредством более конкретных концептуальных существностей, что не является закономерным для метафорической вербализации концепта BEAUTY в речи женщин. Метафорическая модель более разнообразна по сравнению с метонимической, представленной лишь одним видом переноса – с части на целое и действующей

по следующему принципу: *если составляющая часть объекта оценки характеризуется как красивая, привлекательная, то и весь объект в целом воспринимается как красивый.*

Таким образом, при очевидной идентичности структурно-содержательного наполнения концепта BEAUTY в сознании женщин и мужчин, существуют некоторые гендерно-детерминированные особенности, обуславливающие специфику оценочного речевого поведения коммуникантов разных полов.

Рассмотрение гендерной специфики моделей и способов вербализации данного концепта является эффективным средством инвентаризации речевых стратегий и тактик, используемых языковой личностью в рамках оценочной коммуникации, а также исчисления гендерно-детерминированных различий в комплиментарном речевом поведении мужчин и женщин. Мужской стиль оценочной номинации характеризуется простотой, эксплицитностью, точностью, прямолинейностью и фамильярностью, в то время как женский стиль данного типа коммуникации предполагает имплицитность, косвенность, метафоричность и неопределенность. Данные особенности определяют тот факт, что мужчины предпочитают тактику прямого воздействия (прямой комплимент), а женщины – переносного или опосредованного воздействия (косвенный комплимент). Кроме того, для женщин важно, чтобы адресат осознал, что говорящий осуществляет положительную оценку в его адрес, в то время как для мужчины первостепенное значение имеет выражение собственных эмоций. Женское комплиментарное речевое действие чаще по сравнению с мужским направлено на кооперацию с речевым партнером. В определенной коммуникативной ситуации концепт BEAUTY может быть вербализован говорящим по отношению к адресату с целью получения собственной выгоды. Используемые при этом стратегии и тактики могут быть определены как манипулятивные. Гендерная обусловленность использования данных стратегий и тактик не выявлена, так как релевантными выступают взаимоотношений речевых партнеров, независимо от того, представителями какого пола они являются.

**КОНЦЕПТ И ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ
СЕМАНТИКА. ЗНАЧЕНИЕ, СМЫСЛ,
КОНЦЕПТ И ИНТЕНЦИОНАЛЬНОСТЬ:
СИСТЕМА КОРРЕЛЯЦИЙ
(монография)**

Алимурадов О.А.

ФГБОУ ВПО *Пятигорский государственный
лингвистический университет, Пятигорск,
e-mail: vestnik@pglu.ru*

Монография посвящена общелингвистическим вопросам теории смысла, значения и концепта. Неоспорим тот факт, что разработка