

3. Teaching and Learning Functional English. Resources to support the pilot of functional skills [www.excellencegateway.org.uk/page.aspx?0=126258&review=1](http://www.excellencegateway.org.uk/page.aspx?0=126258&review=1)
4. *Makar L.V.* Teaching students of non-linguistic High School professionally-oriented communication in English. – abstract of Ph.D. thesis on Pedagogics. Spb, 2000. p. 21.
5. *Mosina M.A.* Training of professionally-oriented informative reading-dialogue of English scientific and methodological texts: Abstract of Ph.D. thesis on Pedagogics. – Ekaterinburg, 2001, p. 22.
6. *Serova T.S.* Psychological and linguodidactic aspects of teaching professionally-oriented reading in foreign language at High School/ *Serova T.S.* Sverdlovsk, 1988, p. 232.

УДК 811.111

А.А. Харьковская

Самарский государственный университет

**ДИСКУРСИВНЫЙ МИР АНГЛОЯЗЫЧНЫХ  
И РУССКОЯЗЫЧНЫХ БЕСТСЕЛЛЕРОВ**

**DISCOURSE WORLD OF ENGLISH-SPEAKING AND RUSSIAN-SPEAKING  
BESTSELLERS**

*В статье в терминах дискурс-анализа описываются языковые единицы, представленные названиями англоязычных и русскоязычных бестселлеров с целью выявления тенденций в их оформлении и содержании.*

*Ключевые слова: дискурс-анализ, бестселлер, аттрактивные маркеры.*

*The results of discourse analysis of the language units represented by the titles of English-speaking and Russian-speaking bestsellers for the purpose of revealing tendencies in their registration and semantics are described.*

*Key words: discourse analysis, bestseller, attractive markers.*

В практике обучения иностранному языку специалистами признается исключительно важная роль чтения в формировании лингвокультурных компетенций и создании достоверной когнитивной базы для успешного решения задач современных образовательных программ, однако представляется затруднительным составить рекомендательные списки

книг для чтения, которые удовлетворяли бы всем критериям эффективного инструмента по формированию граждански зрелой личности и одновременно были бы привлекательны для обучаемых. Выбор рекомендованных литературных произведений обычно мотивирован авторитетными, статистически подтвержденными документами, включая рейтинги наиболее популярных книг, авторских позиций в творческой литературной среде, частотность упоминания того или иного произведения критиками и т.п. Сегодня особое внимание уделяется размещению литературных произведений в виртуальном пространстве, а, по справедливому замечанию Е.Н. Малюги и Е.В. Пономаренко, в условиях дистанционного обучения информационная поддержка является не только ключевым фактором успешного овладения знаниями, но и представляет собой наиболее проблематичный как с точки зрения организационных, так и с методологических позиций сектор образовательного дискурса [6]. С учетом этого обстоятельства представляется актуальным научное осмысление роли и места бестселлеров, формирующих читательские вкусы и отражающих объективно присутствующие в жизни современного социума события, что собственно и входит в задачи настоящего исследования.

В современном литературном мире обнаруживаются изменения, которые распространяются на самые разнообразные аспекты статуса литературных произведений на книжном рынке, где одним из самых важных факторов, регулирующих объем книжной продукции, признается торговый интерес, который объективно учитывается издателями при планировании тиражей. С другой стороны, сегодня очевидно прослеживается необходимость учитывать социальный заказ на литературные произведения определенной тематики и жанровой разновидности, что не может не оказывать влияния на формулировки их названий, поскольку именно названия служат своего рода навигатором в

обширном пространстве литературной продукции. В связи с этим следует отметить роль бестселлеров как отличного средства привлечения читательского внимания именно вследствие того, что не только сами книги, но и их названия постоянно участвуют в рекламных акциях, рассчитанных на широкую читательскую аудиторию. Термин «бестселлер» достаточно прочно вошел в бытовую коммуникативную практику в значении «наиболее раскупаемая книга, издаваемая большими тиражами», однако научное осмысление этого термина в современном лингвокультурологическом контексте требует специального исследования, в рамках которого обследуются структурные и когнитивно-прагматические параметры этого сравнительно нового явления, вошедшего в обиход в сфере рекламной и бытовой коммуникации. Следует заметить, что в английском языке бестселлер (англ. *bestseller*) не подразумевает какого-то определенно высокорейтингового уровня продаж или качества произведения, но с очевидностью говорит о высокой популярности литературного продукта среди потребителей. Первое употребление этого термина было отмечено в журнале книготорговцев «*The Weekly*», а список бестселлеров впервые был опубликован в литературном журнале «*Bookman*» в 1885 г. В наши дни подобные списки можно обнаружить в таких престижных изданиях как «*The New York Times*», «*The GUARDIAN*» и т.д. Наиболее полные и тщательно составленные списки англоязычных бестселлеров печатаются с 1912 г. в еженедельнике «*The Publisher's Weekly*», в то время как в России аналогичные перечни появились впервые в 2000 году, когда впервые была учреждена ежегодная российская литературная премия «Национальный бестселлер».

Принимая во внимание популярность бестселлеров среди читательской аудитории, следует отметить актуальность изучения составляющих, формирующих дискурсивное пространство современного бестселлера. В частности, объектом лингвистических наблюдений в настоящей работе

являются названия англоязычных и русскоязычных бестселлеров, поскольку именно названия произведений художественной литературы ориентируют читателей на определенную смысловую перспективу, понимание которой возможно лишь после прочтения всего произведения. Актуальность настоящего исследования подтверждается также необходимостью систематизации сведений об особенностях разновидности художественного дискурса, представленной названиями англоязычных и русскоязычных бестселлеров. Изучение номинативной парадигмы заглавий самых популярных книг в терминах малоформатных текстов может объективно отразить тенденции развития английского и русского языков на современном этапе их развития и послужить стимулом для дополнения достоверной языковой картины мира на материале **английского и русского языков**. Другим важным в лингвистическом отношении обстоятельством, стимулирующим изучение англоязычных и русскоязычных названий, следует признать глобализацию, в условиях которой диапазон англоязычных и русскоязычных произведений постоянно расширяется и обновляется за счет работ, выполненных не только британскими и американскими, но также канадскими и австралийскими авторами в период с 2002 по 2012 г.г. (см. список источников выборки фактического материала), а также за счет произведений, написанных на русском языке писателями, представляющими многонациональную литературно-культурную среду в России.

Своеобразие настоящего исследования заключается в том, что в его рамках впервые предпринимается попытка комплексного анализа названий англоязычных популярных произведений в сопоставлении с названиями бестселлеров, созданных русскоязычными авторами, что подтверждается данными, размещенными на сайте, посвященном рейтингу книжных продаж на территории РФ в этот же временной период. Объем корпуса

выборки составил 1500 единиц (за единицу выборки принимается текст одного названия), которые равномерно распределяются с учетом их национально-речевой специфики (по 300 названий в каждой подгруппе произведений, созданных американскими, британскими, австралийскими, канадскими и русскоязычными авторами).

Цель работы состоит в выявлении дискурсивных маркеров концептуального поля названий англоязычных и русскоязычных бестселлеров, вошедших в корпус выборки. Достижение этой цели предполагает решение следующих задач:

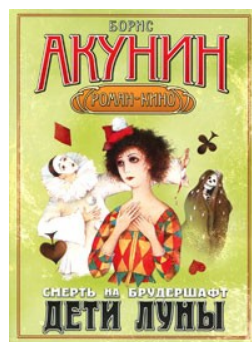
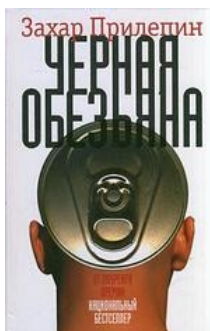
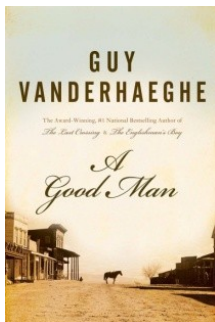
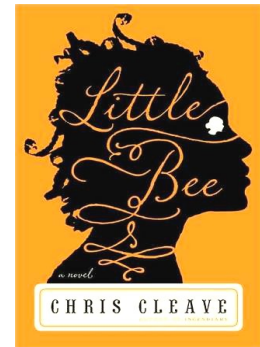
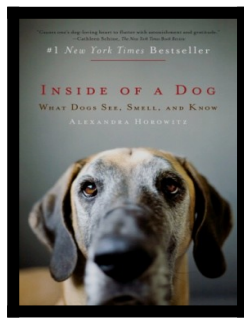
- уточнение терминологического статуса понятий, оформляющих **номинативную парадигму названий** англоязычных и русскоязычных бестселлеров в процессе ознакомления с современными лингвистическими разработками в области теории текста и номинации, дискурс-анализа и концептологии;

- описание базовых визуальных параметров названий произведений, вошедших в корпус выборки;

- выявление и систематизация лингвистических маркеров, посредством которых оформляется дискурсивное пространство названий англоязычных и русскоязычных бестселлеров в период с 2002 по 2012 г.г.

В процессе поисков названий для бестселлеров, опубликованных в самых разных форматах – от краткого рассказа до многотомной саги, – авторы и издатели обращаются к языковым единицам, которые в силу разных причин (высокий темп жизни современного общества, ограниченные размеры книжной обложки и т.д.) представлены сокращенными по объему и максимально насыщенными по смыслу **текстами малого формата, которые** традиционно считаются малоформатными [5]. Поскольку основным типологически релевантным свойством малоформатных текстов является их визуальная краткость, в условиях функционирования в рамках художественного произведения, они

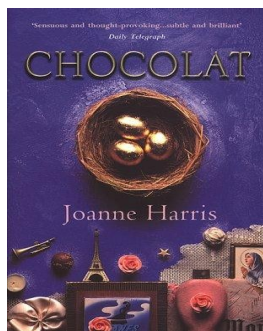
обладают особыми свойствами, так или иначе связанными с этим пространственным маркером. Именно таким свойством многие исследователи малоформатных текстов считают информационную недостаточность и сопровождающие её синкретизм и интертекстуальность [2; 3; 4], которые наряду с сокращением объема обеспечивают уплотнение смыслового содержания, что применительно к единицам, оформляющим названия художественных произведений, может привести к смысловой неоднозначности, с одной стороны, и активизации имплицитных межтекстовых ассоциаций, – с другой. Любое литературное произведение относится к художественному типу дискурсивного пространства, что предполагает включение названий анализируемых бестселлеров в эту дискурсивную парадигму. Однако функциональный диапазон названий бестселлеров не ограничивается потенциалом только художественного дискурса, но предполагает и актуализацию маркеров рекламного дискурса, т.к. сама номинация бестселлера как в английском, там и в русском языке указывает на его соотнесенность с рыночной продукцией. Тезис о реализации комплексного характера дискурсивного пространства названий бестселлеров подтверждается присутствием в них вербальных и невербальных аттрактивных маркеров, которые в англоязычной терминологической традиции получили статус «eye-stoppers» – деталей, притягивающих и останавливающих взгляд. Как показали наблюдения, в качестве таких аттрактивных маркеров в названиях бестселлеров используются изображения, различные виды шрифта, цветовые и композиционные решения:



Полноценная реализация фатической (контактоустанавливающей) функции в границах проанализированных названий является одним из основных критериев их эффективности, поэтому обязательным условием создания корректной с позиций рекламного дискурса составляющей служит наличие у его продуцента информации о целевой аудитории, которая является потенциальным потребителем рекламируемого продукта и адресатом создаваемого текста. В соответствии с этим тезисом названия

художественных произведений оформляются таким образом, чтобы в максимальной степени соответствовать картине мира адресата, что отражается как в формальной организации текста, так и в его содержании, которое апеллирует к духовным, культурным, морально-нравственным и прочим мировоззренческим стереотипам, присущим менталитету целевой аудитории, для которой предназначены эти названия.

К вербальным маркерам реализации рекламной составляющей художественного дискурса, в границах которого рассматриваются названия англоязычных и русскоязычных бестселлеров, можно отнести и цитаты, размещенные на книжных обложках для привлечения внимания читательской аудитории и повышения рейтинга конкретного произведения. Цитирование, как правило, оформляется иным шрифтом и сопровождается указанием на авторитетное печатное издание с высокими показателями тиража, на имя известного человека, предоставившего отзыв, или на другой достоверный источник:

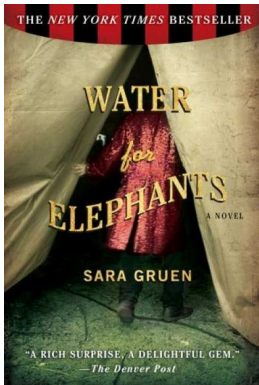


“Chocolat” (Joanne Harris)

“Sensuous and thought-provoking... subtle and brilliant”

(Daily Telegraph)



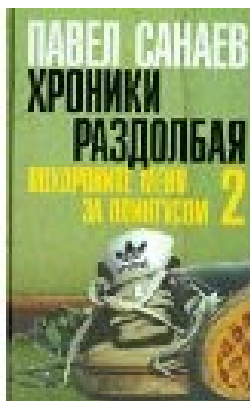


“Water for Elephants” (Sara Gruen)

“A rich surprise, a delicious gem” (The Denver Post)

Вербальные маркеры повышенного эмоционального смысла обнаружены в корпусе названий, представленных в русскоязычной выборке. Следует подчеркнуть, что в оформлении книжной обложки в этих случаях авторы значительно реже прибегают к цитированию положительных отзывов и рецензий, т.к. в наши дни нет необходимости перегружать ограниченное пространство обложки оценочными суждениями, поскольку информационный обмен мнениями сегодня чаще всего осуществляется по каналам Интернет-коммуникации, с одной стороны, а с другой, – русскоязычные авторы предпочитают акцентировать внимание на эксплицитно выраженных вербальных маркерах, пытаясь привлечь самый разнообразный читательский контингент неоднозначной семантикой языковых единиц, оформляющих название, создавая интригу на самом начальном этапе знакомства с произведением художественного творчества. Ярким примером таких названий могут служить сравнительно недавно изданные и номинированные на престижную премию работы Павла Санаева и Людмилы Улицкой, где вместо цитат используются маркеры положительной оценки за счет креативного использования цветовых решений и языковых единиц, обладающих необычным в

стилистическом отношении диапазоном воздействия на читателя, стимулируя необходимость приобретения необычной книги:



Позитивное восприятие книжной продукции, представленной бестселлерами, обеспечивается также подбором названий, в которых присутствуют языковые единицы с положительной коннотацией, что позволяет предположить возможность взаимодействия синергичных факторов в процессе создания и оформления номинативной парадигмы обследованных названий бестселлеров в русском и английском языках. Следует заметить, что в произведениях американских, британских, канадских и австралийских авторов используются преимущественно имена существительные и прилагательные положительной семантики, создавая позитивные эффекты при их восприятии, в то время как в русскоязычных названиях, оформленных словосочетаниями, можно зафиксировать заимствованные единицы, а имена существительные положительной семантики вполне очевидно эксплицируют свои позитивные коннотации. Например, *американские и британские авторы:*

«Southern comfort» (Fern Michaels), «That perfect someone» (Johanna Lindsey);

*канадские и австралийские авторы:*

«The Beautiful Mystery» (Louise Penny), «The Curious Incident of the Dog in the Night-time» (Mark Haddon), «Dear Canada» (Karleen Bradford);

*русские авторы:*

«Волшебство on-line» (Е.В. Шумская), «Счастливые» (Л. Улицкая), «Гений» (Т. Устинова).

Прагматическая модальность, реализующая функцию воздействия на адресата, реализуется посредством кратких рекламных фраз с глаголами в форме повелительного наклонения. Однако в образцах названий произведений англоязычных писателей наблюдается большее разнообразие по сравнению с русскоязычным материалом исследования, где преобладает директивная модальность, сопровождаемая восклицательным знаком:

*американские и британские авторы:*

«Run for you life» (James Patterson), «Save me» (Lisa Scottoline);

*канадские и австралийские авторы:*

«Why not? Fifteen Reasons to Live» (Ray Robertson)? «Let Freedom Ring» (Sean Hannity);

*русские авторы:*

«Хватай Иловайского!» (А.О. Белянин), «Россия, возродись!» (У. Лихой).

Из многочисленных функций малоформатных текстов, представленных названиями или заглавиями, – существительное «заглавие» иногда употребляется в качестве синонима в подобном контексте – ученые помимо номинативной и стилистической особое внимание фокусируют на прогностической функции названий художественных произведений, поскольку именно эта функция традиционно актуализируется в позиции первого коммуникативного блока и предполагает концентрацию внимания с целью создания преднастройки на восприятие содержания всего произведения и авторского посыла. И.Р. Гальперин писал, что, выполняя своеобразную роль имени текста, заглавие обладает способностью ограничивать текст, наделять его завершенностью и выражать

содержательно-концептуальную информацию [1]. Однако если на первом этапе происходит формирование относительно самостоятельных концептуальных центров в ходе линейного развертывания текста, то на втором этапе завершается объединение этих центров в единый смысл, отраженный в названии. Исключительно важная роль в организации малоформатного текста названия принадлежит той разновидности стилистической функции, которая актуализируется за счет изменения семантического объема языковых единиц, оформляющих названия, что проявляется в использовании метафор, метонимии, иронии, аллюзии и других тропов и способствует созданию многослойности художественного дискурса, реализации не только его эксплицитных, но и имплицитных маркеров.

С учетом этих обстоятельств намечаются перспективы дальнейшего изучения своеобразных формальных и содержательных параметров художественного дискурсивного пространства, обладающего разнообразными характеристиками, требующими серьезного научного осмысления в терминах жанровых, гендерных, социокультурных и других маркеров.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Гальперин И.Р.* Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981.
2. *Кожокина А.В.* Синкретизм выражения причинно-целевого отношения (на примере высказываний с глаголом *to make*) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9 «Филология. Востоковедение. Журналистика». – Вып. 4. – СПб, 2012. – С. 66-77.
3. *Пасько Ю.В.* Языковая репрезентация интертекстуальности в художественном тексте: Автореф. ... канд. филол. н.: 10.02.04. – М., 2011.

4. *Петрова Н.В.* Интертекстуальность\_как\_общий\_механизм\_текстообразования: на материале англо-американских коротких рассказов: Автореф. ... д-ра филол. н.: 10.02.19. – Волгоград, 2005.

5. *Таяупова О.И.* Коммуникативно-прагматическое варьирование в малоформатных прозаических текстах современного немецкого языка: Автореф. ... д-ра филол. н.: 10.02.04. – Уфа, 2005.

6. *Malyuga E., Ponomarenko E.* Distance Teaching English for Specific Purposes [Electronic resource] // ICERI2012: 5th International Conference of Education, Research and Innovation (Madrid, November 19-21, 2012). Proceedings CD. – Madrid, 2012. – Pp.4530-4536. – Mode of access: <http://library.iated.org/view/PONOMARENKO2012DIS>.

#### Список источников фактического материала

1. <http://www.aapb.org.au>
2. <http://c-b-a.ca/>
3. <http://www.guardian.co.uk/books/series/bestsellers>
4. <http://www.nytimes.com/best-sellers-books>
5. <http://www.pro-books.ru>
6. <http://www.publishersweekly.com>

#### REFERENCES

1. Galperin I.R. Text as an object of linguistic research, M., Nauka, 1981.
2. Kozhokina A.B. Sincretism of Reason-target Relationship (based on the utterances with the verb to make// Saint Petersburg Vestnik. Series 9, «Philology, Eastern Studies. Journalism». Release 4, SaintPtsb, 2012. p. 66-77.
3. Pas'ko Yu.V. Language Actualization of Intertextuality within Fiction: The author's abstract of philological sciences candidate thesis:10.02.04. M., 2011.
4. Petrova N.V. Intertextuality as a General Mechanism of Textformation: based on English and American Short Stories: The author's abstract of philological sciences doctorate thesis:10.02.19. Volgograd, 2005.
5. Tayupova O.I. Communicative and Pragmatic Variation Within Modern German Mini-format Prosaic Texts: The author's abstract of philological sciences doctorate thesis: 10.02.04. Ufa, 2005.

6. Malyuga E., Ponomarenko E. Distance Teaching English for Specific Purposes [Electronic resource] // ICERI2012: 5th International Conference of Education, Research and Innovation (Madrid, November 19-21, 2012). Proceedings CD. Madrid, 2012, pp. 4530-4536. Mode of access: <http://library.iated.org/view/PONOMARENKO2012DIS>.

The List of Linguistic Illustrations Sources

1. <http://www.aapb.org.au>
2. <http://c-b-a.ca/>
3. <http://www.guardian.co.uk/books/series/bestsellers>
4. <http://www.nytimes.com/best-sellers-books>
5. <http://www.pro-books.ru>
6. <http://www.publishersweekly.com>

**УДК 81**

**Е.Н. Шурыгина,**

**Московский государственный университет**

**имени М.В. Ломоносова**

**ЛИНГВО-КОГНИТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНЦЕПТА**

**«АМЕРИКАНСКИЙ МАТЕРИАЛИЗМ»**

**(НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА Ф.С. ФИЦДЖЕРАЛЬДА**

**«ВЕЛИКИЙ ГЭТСБИ»)**

**THE LINGUO-COGNITIVE PECULIARITIES OF THE CONCEPT**

**«AMERICAN MATERIALISM»**