

В качестве свидетельства этому утверждению автор приводит следующие реликтовые креолизированные формы:

1) креолизированный португальский язык потомков беглых рабов на острове Сан-Томе у побережья Западной Африки;

2) креолизированный нидерландский язык на Виргинских островах;

3) две креолизированные разновидности английского языка, на которых говорят потомки рабов вдоль всего побережья Суринама: а) Nigre Tongo (нигре-тонго) и б) taki-taki (таки-таки);

4) Jew-Tongo (еврейский тонго) – креолизированная форма английского языка, на которой говорят так называемые Bush Negroes (лесные негры) – потомки рабов, завоевавших в XVIII в. свободу, которые сейчас живут вдоль реки Сарамакка. Этот английский язык лесных негров характеризуется значительной «приближенностью» к фонетике и грамматике западноафриканских языков и сохраняет значительную часть лексики этих языков, что вызывает у Л. Блумфилда недоумение в их отказе от африканского языка в пользу английского креолизированного жаргона.

Список литературы

1. Шухардт Г. К вопросу о языковом смешении / Г. Шухардт // Шухардт Г. Избранные статьи по языкознанию / пер. с нем. А. С. Бобовича. – М. : Изд-во иностранной литературы, 1950. – С. 174–184.

2. Шухардт Г. О классификации романских диалектов / Г. Шухардт // Шухардт Г. Избранные статьи по языкознанию / пер. с нем. А. С. Бобовича. – М. : Изд-во иностранной литературы, 1950. – С. 122–140.

3. Bloomfield L. Language / L. Bloomfield. – New York : Holt, Rinehart & Winston, 1933. – 564 p.

4. Schuchardt H. Über die Klassifikation der romanischen Mundarten (Leipziger Probevorlesung von 1870) / H. Schuchardt // Graz. – 1890. – S. 3–31.

5. Schuchardt H. Die Sprache der Saramakkanneger in Surinam / H. Schuchardt. – Amsterdam : Johannes Muller, 1914. – XXXVI. – 121 S.

References

1. Shuhardt G. K voprosu o jazykovom smeshenii // Shuhardt G. Izbrannye stat'i po jazykoznaniju / per. s nem. A. S. Bobovicha. – M. : Izd-vo inostrannoi literatury, 1950. – S. 174–184.

2. Shuhardt G. O klassifikacii romanskih dialektov // Shuhardt G. Izbrannye stat'i po jazykoznaniju / per. s nem. A. S. Bobovicha. – M. : Izd-vo inostrannoi literatury, 1950. – S. 122–140.

3. Bloomfield L. Language. – New York : Holt, Rinehart & Winston, 1933. – 564 p.

4. Schuchardt H. Über die Klassifikation der romanischen Mundarten (Leipziger Probevorlesung von 1870) // Graz. – 1890. – S. 3–31.

5. Schuchardt H. Die Sprache der Saramakkanneger in Surinam. – Amsterdam : Johannes Muller, 1914. – XXXVI. – 121 S.

АНГЛИЙСКИЙ БИЗНЕСМЕН КАК ТИПАЖ В СОЗНАНИИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РУССКОЯЗЫЧНОЙ КУЛЬТУРЫ

Илюхина Мария Сергеевна, ассистент, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: marussiya1@mail.ru.

В статье исследуется репрезентация лингвокультурного типажа «английский бизнесмен» в сознании представителей русскоязычной культуры. Цель статьи – выявить дополнительные признаки лингвокультурного типажа «английский бизнесмен» в рамках образно-перцептивных характеристик.

Ключевые слова: лингвокультурный типаж, английский бизнесмен, образ, перцептивные характеристики.

THE ENGLISH BUSINESSMAN AS A TYPE IN CONSCIOUSNESS
OF REPRESENTATIVES OF RUSSIAN-SPEAKING CULTURE

Ilyukhina Maria S., assistant, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, Tatischev St., 20a, e-mail: marussiya1@mail.ru.

The article considers the representation of the linguistic and cultural type "English Businessman" in the perception of the Russian – speaking respondents. The aim of the article is to discover some additional features of the linguistic and cultural type "English Businessman" within the framework of image and perceptive characteristics.

Key words: linguistic and cultural type, English businessman, image, perceptive characteristics.

Отличительной особенностью лингвокультурного типажа является его узнаваемость среди представителей той или иной лингвокультуры. В данной статье лингвокультурный типаж «английский бизнесмен» получает оценку со стороны представителей другой лингвокультуры (русской) в рамках образно-перцептивных характеристик. Представляется интересным узнать, является ли данный типаж узнаваемым среди носителей совершенно иной лингвокультуры.

По мнению О.А. Дмитриевой, лингвокультурный типаж может передаваться и в другие лингвокультуры, при этом его узнаваемость там может быть как полной, так и частичной. Это зависит от идеологии, культурного содержания типажа [1, с. 108].

В нашем случае лингвокультурный типаж «английский бизнесмен» является узнаваемым типажом и вызывает ассоциативный ряд в сознании представителей русской и английской лингвокультуры, на что указывают ответы респондентов.

В.В. Красных выделяет социумно-прецедентные («известные любому среднему представителю того или иного социума и входящие в коллективное когнитивное пространство»), национально-прецедентные («известные любому среднему представителю того или иного национально-лингво-культурного сообщества и входящие в национальную когнитивную базу») и универсально-прецедентные типажи («феномены, известные любому среднему современному homo sapiens и входящие в универсальное когнитивное пространство») [2, с. 172–175].

Лингвокультурный типаж «английский бизнесмен» относится к национально-прецедентным типажам, так как нами рассматривались ответы представителей двух лингвокультур: английской и русской.

Интересным представляется рассмотрение лингвокультурного типажа «английский бизнесмен» в представлении русскоязычных респондентов. Материалом для исследования послужили ответы 200 представителей русской лингвокультуры в возрасте от 18 до 80 лет, род занятий – учащиеся, служащие, пенсионеры.

Слова-ассоциации, которые указывали респонденты в своих ответах, можно разделить на следующие группы.

1. Лексические единицы, характеризующие внешние / визуальные признаки типажа:

1. гендерная принадлежность: мужчина; такие лексические единицы, как *руководитель, владелец, собственник, хозяин*, указывают на гендерную принадлежность типажа;

2. возраст: *средних лет, среднего возраста, старый, 35–65 лет*;

3. телосложение: *стройный, худощавый, хорошо сложенный, спортивный (спортивного телосложения, ходит в спортзал, занимается спортом), в форме, крепкий*;

4. оценка внешнего вида образа в целом: *красивый, улыбающийся, стильный, чистый, чистоплотный, опрятный (опрятность), аккуратный (аккуратность)*;

5. одежда / аксессуары (сопутствующие предметы), дополняющие образ: *хорошо одетый, дорогая одежда, в костюме (в строгом костюме, строгий костюм, деловой костюм, элегантный костюм, одет в классический костюм, одет с иголки), галстук, с шарфом, шляпа, с портфелем (портфель, кейс.), ноутбук, машина (хоро-*

шая машина, много машин), с трубкой, зонт, небоскребы, трость, запонки, ежедневник, часы, с копией документов.

Согласно ответам респондентов, параметрические данные лингвокультурного типажа «английский бизнесмен» сводятся к следующим показателям: это *мужчина, среднего возраста, приятной наружности, стройного телосложения, высокого роста*. В результате анализа лексических единиц, которые использовали респонденты, мы получаем образ *ухаженного человека, в строгом, деловом костюме, следящего за своим внешним видом, с улыбкой на лице*. Аксессуары, названные респондентами (ноутбук, машина, ежедневник, портфель), указывают на мобильность, быстрый темп жизни, занятость типажа. Такие реакции респондентов, как зонт, трость, шляпа, возможно, возникли на компонент «английский», так как образ англичанина часто ассоциируют именно с этими аксессуарами.

2. Лексические единицы, характеризующие личностные качества типажа:

- интеллект: *умный, интеллект, здравомыслящий;*
- уровень образованности: *образованный (имеющий хорошее образование, высокий уровень образования, хорошо образованный), интеллигентный, грамотный, эрудированный, начитанный, разносторонний человек;*
- манера поведения: *воспитанный, культурный (культура поведения), соблюдение этикета, вежливый, благородный, галантный;*
- чувство времени: *пунктуальный, занятой (занят), все время, нет времени;*
- творческие способности: *талант, креативность;*
- отношение к окружающим: *внимательный, доброжелательный, приветливость;*
- черты характера: *чопорный (чопорность), спокойный, упорство, целеустремленность, надежность, строгость и решительность, хитрый, активный (активность), честный (честность), практичность, порядочность, точный (точность), экономный, консервативный (консерватизм), доброжелательный, выдержанный, порядочный, открытый, дальновидный, расчетливый (расчет), четкий (четкость), прагматичный, практичный, в меру расчетливый, здравомыслящий, справедливый, стрессоустойчивый, тактичный, придирчивый, серьезный, приветливость, сдержанность, с чувством юмора, скупость, рассудительность, логика, безупречность, надежный, принципиальный;*
- отношение к самому себе (самооценка): *уважающий себя (уважение), уверенный в себе;*
- коммуникабельность: *говорит мало, но по делу, коммуникабельный, немногословность, общительный.*

Таким образом, респонденты указывают на хорошее образование бизнесмена и широкий кругозор, отмечают хорошие интеллектуальные способности. Английский бизнесмен, по мнению респондентов, обладает и творческими способностями. Он ценит свое время и время других людей, настроен доброжелательно к окружающим, что привлекает в нем участников бизнеса (партнеров, покупателей). В целом, согласно результатам анкетирования, характер английского бизнесмена уравновешенный, он руководствуется не эмоциями, а здравым смыслом. Черты характера английского бизнесмена, отмеченные респондентами, указывают на его способность вести дела организованно, управлять коллективом и идти к намеченной цели. Такие ассоциации, как немногословность, закрытость и чопорность, возможно, возникли на основе восприятия респондентов английской лингвокультуры в целом.

3. Лексические характеристики, характеризующие профессиональную деятельность типажа:

- профессиональные качества: *трудолюбие (трудолюбивый), четкость в руководстве, профессионализм, сам принимает решения, порядок, эффективность, стабильность, дисциплинированный, преданный корпорации, рациональный, грамотно и четко ведущий дела, много работающий, компетентный, представительный, с железной / деловой хваткой, деловой, целеустремленный, обязательный, проницательный, обладает смекалкой, имеет особое чутье, сообразительный, стремится к дос-*

тижению поставленной цели, собственник, предприимчивый, доводит начатое до конца, идет к намеченной цели, шагает в ногу со временем, успешный, респектабельный, авантюрный, риск (идет на риск);

- партнерские отношения: сотрудничество, надежность, партнерство, деловые взаимоотношения;

- сфера деятельности и профессиональные атрибуты: биржа (фондовая биржа), акция(-и), сделка(-и), бизнес (крупный бизнес, качественный и успешный бизнес), работа (работать), депозит, инвестиции, бизнес-план, инновации, предпринимательство, облигации, офис (офис в Лондоне), собственное / свое дело, промышленность, постоянные поездки, кабинет, деловые отношения, товарные отношения, производство, доход, товар, товарообмен, кредит, торговля, компания (собственная компания), занятость, переговоры, четкость цели;

- образы-ассоциации, связанные с профессиональной деятельностью: белые воротнички, трейдер, дипломат, предприниматель, коммерсант, Роман Абрамович, владелец различных предприятий, клерк, качество;

- лексические единицы, характеризующие типаж негативно с профессиональной точки зрения: взятки, кража, обман, нечестность, коррупция, ищет лазейки, преступления;

- лексические единицы, характеризующие типаж положительно: благотворительность, пожертвование, меценат, щедрый, спонсор;

- отрицательные характеристики типажа: капиталист, буржуй, деляга, мошенник, воротила, делец, хищник, эксплуататор, денежный мешок, толстый дядька.

Таким образом, с точки зрения российских респондентов, английского бизнесмена можно охарактеризовать как профессионала своего дела, который стремится к успеху и развитию своего бизнеса. Часто английский бизнесмен связан партнерскими отношениями. Сфера деятельности английского бизнесмена не ограничивается какими-то пределами, а, наоборот, весьма обширна. Интересным представляется тот факт, что, хотя английский бизнесмен и вызывает определенный ассоциативный ряд у представителей русской лингвокультуры, респонденты не указывали фамилий или имен английских бизнесменов, что, возможно, объясняется как раз закрытостью англичан. Хотя большое количество респондентов (34 %) указали имя Романа Абрамовича (русский бизнесмен, который живет и работает в Лондоне), который не является англичанином по происхождению, но тем не менее его деятельность в Британии и широкая известность позволили респондентам отнести его к представителям английского бизнеса. Респонденты указывали на меценатскую деятельность английского бизнесмена, который участвует в благотворительных акциях и спонсирует какие-либо мероприятия. Встречались и отрицательные характеристики английского бизнесмена, в основном среди представителей старшего поколения (60–80 лет), в остальных ответах отрицательные характеристики отсутствовали, английский бизнесмен представлен как образец для подражания.

4. Лексические единицы, характеризующие социальное положение типажа:

- финансовое положение: успех (успешность), деньги, хорошее финансовое положение, богатый (богатство), с большими деньгами, прибыль, капитал, постоянная прибыль, состоятельный (состоятельность), высокое положение в обществе, фунт-стерлингов, доллар(-ы), бриллианты, миллиарды, высокая зарплата, умение зарабатывать, обеспеченный, процветание, шик, время – деньги;

- образы-ассоциации, характеризующие типажа как фигуру в обществе в целом: сноб, солидность (солидный), престиж, джентльмен (настоящий джентльмен), интеллигент, гражданин, экономист, директор, крутой чувак, иностранец, хорошее положение в обществе, англичанин;

- семейное положение: не женат, семьянин, муж, отец, глава семейства;

- окружение типажа: друзья, коллеги по бизнесу, партнеры, сотрудники.

В ответах русских респондентов особо отмечалось большое материальное состояние английского бизнесмена, то есть английский бизнесмен ассоциируется с богатым, процветающим человеком. Что касается, восприятия английского бизнесмена

в целом, то это влиятельный человек, который обладает связями чье положение престижно. Большинство респондентов (80 %) указывали на тот факт, что английский бизнесмен имеет семью и является добропорядочным семьянином. Лишь 20 % опрошенных указали на то, что английский бизнесмен холост. Как отмечалось выше, английский бизнесмен находится в окружении других представителей бизнеса, своих коллег, партнеров или сотрудников.

5. Лексические единицы, характеризующие локацию типажа: *Лондон (Биг Бен), зарубеж, Англия, Британия.* Респонденты в своих ответах четко определяли место нахождения типажа, так как это заложено в самом имени лингвокультурного типажа.

6. Лексические единицы, характеризующие досуг типажа: *клубы, вечеринки, играет в гольф, рестораны, много путешествует, паб, кофе, чай.* Это чаще всего чисто английские развлечения (гольф, членство в клубе). Такие ассоциации, как «чай, кофе», возможно, связаны с тем, что деловые люди предпочитают эти напитки в течение дня.

В ответах русскоязычных респондентов английский бизнесмен представлен как мужчина определенного внешнего образа и склада характера. Но, на наш взгляд, наиболее важными являются профессиональные качества английского бизнесмена и его профессиональная деятельность в целом, так как мы относим этот типаж к профессиональным лингвокультурным типажам. Следует отметить, что в данной категории английский бизнесмен характеризуется как профессионал, обладающий компетенцией в бизнесе, эти качества бизнесмена объясняются наличием хорошего образования и воспитания, а также средой общения и т.д. Но тем не менее, важными и основополагающими являются врожденные качества (*упорство, целеустремленность, решительность, активность, дальновидность*), которые помогают бизнесмену не просто заниматься делом, но и добиваться успеха и процветания. Что касается самого бизнеса, то область деятельности бизнесмена не ограничена какими-либо рамками, главным здесь является доход и успех предприятия. Тем не менее, еще раз подтверждается тот факт, что занятие бизнесом обязывает бизнесмена уделять максимум времени и внимания делу, которым он занимается, это и является отличительной чертой английского бизнесмена, что сказывается на ассоциациях респондентов, связанных с внешним видом типажа, и с манерой поведения бизнесмена. Отличительной особенностью именно английского бизнесмена является его закрытость, нежелание публичности и узнаваемости, так как респонденты с легкостью могли назвать имена представителей бизнеса России, Америки, но назвать имена представителей английского бизнеса вызывало трудность.

Таким образом, опрос российских респондентов позволил составить паспорт лингвокультурного типажа «английский бизнесмен».

Список литературы

1. Дмитриева О. А. Лингвокультурные типажии России и Франции XIX века : монография / О. А. Дмитриева. – Волгоград : Перемена, 2007. – 306 с.
2. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2002. – 284 с.

References

1. Dmitrieva O. A. Lingvokul'turnye tipazhi Rossii i Francii XIX veka : monografija. – Volgograd : Peremena, 2007. — 306 s.
2. Krasnyh V. V. Jtnopsiholingvistika i lingvokul'turologija. – M. : Gnozis, 2002. – 284 s.

**О ЛЕКСИЧЕСКОМ И ГРАММАТИЧЕСКОМ ЗНАЧЕНИИ
СЛУЖЕБНЫХ СЛОВ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Куныгина Ольга Владимировна, кандидат филологических наук, Челябинский государственный университет, 454001, Россия, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, д. 129, e-mail: dagmara74@list.ru.

Статья посвящена специфике служебных слов. Анализируются разные точки зрения на их частеречную природу. Определяется граница между лексическим и грамматическим значениями. Автор показывает особенности их взаимодействия в служебных словах и доказывает, что служебные части речи необходимо рассматривать как лексико-грамматические категории.

Ключевые слова: служебные слова, лексическое значение, грамматическое значение.

**ON THE LEXICAL AND GRAMMATICAL MEANING
OF FUNCTION WORDS: THEORETICAL ASPECT**

Kunygina Olga V., Candidate of Philology, Chelyabinsk State University, 454001, Russia, Chelyabinsk, Brothers Kashiriny St., 129, e-mail: dagmara74@list.ru.

Article focuses on the specific function words. Analyze different points of view on their chasterchnuyu nature. Defines the boundary between lexical and grammatical meaning. The author shows the features of their interaction in the function words and proves that the official part of the speech should be seen as lexical and grammatical categories.

Key words: official word, lexical meaning of the grammatical meaning.

Для отнесения определенных частей речи к служебным единицам ученые выделяют несколько параметров: особое служебное (незнаменательное, неноминативное, грамматическое) значение этих единиц, отсутствие морфологических категорий, морфологическая неизменяемость, отсутствие синтаксической функции. Ученые, определяя специфику служебных слов, отдают предпочтение либо семантическому, либо морфологическому, либо синтаксическому аспекту. С этим связано разнообразие терминов, обозначающих эту группу частей речи: «грамматически слова, незнаменательные части речи, неполнозначные слова, несамостоятельные слова, частицы речи» [3, с. 433]. Термин В.А. Богородицкого «словечки отношений» не вошел в лингвистический обиход, очевидно, из-за его эмоционально-экспрессивного характера [7, с. 181].

Многие исследователи отмечают отсутствие у служебных слов «самостоятельной номинативной функции»: это «слова, выполняющие неноминативную функцию, то есть не являющиеся названиями предметов, признаков, процессов, а служащие для выражения отношений между явлениями действительности, названными знаменательными словами, и употребляющиеся только в соединении с последними» [9, с. 606].

Термином *номинация*, как отмечено в «Лингвистическом энциклопедическом словаре», обозначают «образование языковых единиц, характеризующихся номинативной функцией, то есть служащих для называния и вычленения фрагментов действительности и формирования соответствующих понятий о них в форме слов, сочетаний слов, фразеологизмов и предложений» [8, с. 336].

В своей работе мы опираемся на следующую дефиницию понятия *слово*: «Основная структурно-семантическая единица языка, служащая для именованя предметов и их свойств, явлений, отношений действительности, обладающая совокупностью семантических, фонетических и грамматических признаков, специфичных для каждого языка» [9, с. 464].

Следовательно, если принять во внимание факт «словности» служебных слов, то следует заметить: эти единицы тоже обладают номинативной функцией, которой «присуща наибольшая отвлеченность» [9, с. 336].