

риалы межрегион. конф., посвящ. 10-летию факультета романо-германских языков. Ставрополь, 2008. С. 88–91.

2. Грудева Е. А. Концепты *лето* и *осень* в разноязычных культурах (когниолингвистический аспект): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ставропол. гос. ун-т. Ставрополь, 2011.

3. Gumpertz John. Contextualization and Understanding // Re-thinking context: language as an interactive phenomenon. 1992. P. 229–252.

УДК 811.81'44

*А. В. Зураева, В. В. Зураева (Владикавказ, Россия)*

*Северо-Осетинский государственный университет им. К. Л. Хетагурова*

### **«Синестезия» в зеркале лингвистических исследований**

Статья отражает механизмы функционирования такого явления, как «синестезия», в зеркале лингвистических исследований. Необходимость обращения к прилагательным вызвана богатством их лексико-семантических функций в структуре французского языка, известных под определением «синестетические».

**Ключевые слова:** синестетический, ассоциация, признак, эмоция

Известно, что имя прилагательное является самостоятельной частью речи, указывающей на признак предмета, придавая ему (признаку) характерную выразительность в его семантических интерпретациях. Многообразие качественных признаков этой части речи не перестает привлекать внимание лингвистов и расширять спектр научных исследований на материале разных языков. В науке понятие «синестезия» обозначает процесс межчувственных ассоциаций, возникающих благодаря переносу различного рода ощущений, воспринимаемых органами чувств (обоняния, осязания). Следовательно, речь пойдет о прилагательных, принимающих участие в описании эмоциональной реакции человека на что-либо увиденное, услышанное или осязаемое.

Изначально синестезия рассматривалась как психофизиологический феномен, но с начала 90-х годов XX века она вызывает активный интерес и в лингвистических исследованиях. Мы рассмотрели механизмы функционирования этого понятия в контексте лингвистических исследований, а также попытались подтвердить пути реализации синестетических переносов прилагательных иллюстративным материалом.

В лингвистике термином «синестезия» обозначается как сам процесс межчувственных ассоциаций, так и его результаты, то есть речь идет о лексических единицах, построенных на переносе обозначений различных ощущений, переходящих с одного органа чувств на другой.

Общеизвестно, что имя прилагательное является самостоятельной частью речи, указывающей на признак предмета, придающей ему (предмету) экспрессивные свойства в описательных характеристиках. Великий русский лингвист В. В. Виноградов сформулировал мысль о том, что «семантический объем и способы объединения значений в словах различны и зависят от принадлежности к разным частям речи» [1, с. 7-9]. При этом, согласно мнению ученого, важно учитывать то, что значение слова не только определяется соответствием его тому понятию, которое выражается с помощью этого слова, оно также зависит от той части речи, к которой принадлежит слово. В нашем случае, как это было отмечено, выступает имя прилагательное как определенная часть речи, которая характеризуется своей, присущей только ей семантикой, а это приводит к тому, что на лексико-семантическом уровне имя прилагательное представлено большим числом вариантов. Объем лексико-семантических границ имени прилагательного определяется лексическим содержанием сочетающихся с ним слов в минимальной синтагме. Отмеченная особенность имени прилагательного способствует его широкому использованию в качестве метафоры, частным случаем которой и является синестетическое переосмысление его значения.

Термин «синестезия» (от греческого слова *su-naisthesis*) означает совместное чувство/соощущение, то есть человек, имеющий пять органов чувств (зрение, слух, обоняние, вкус, осязание), может совмещать все эти ощущения в различной интерпретации их сочетаний. Так, звуковые ощущения и зрительные восприятия являются, на наш взгляд, наиболее значимыми в жизни каждого человека. Человек слышит немало звуков, стремясь воспроизвести их как можно точнее. Именно поэтому для характеристики звуковых ощущений во французском языке употребляются слова из других лексико-семантических групп, включая прилагательные, обозначающие различные ощущения, именно тогда и используется **синестетический прием**. Так, например, для характеристики **зрения** используются следующие прилагательные: *clair* – светлый; *terne* – тусклый; *doux* – мягкий; **осязание**: *acre* – едкий, *aigu* – острый, *tendre* – нежный. Температурные ощущения и восприятия влаги, запахов передаются **ольфакторными прилагательными** (слово «ольфакторный» берёт свои корни в латыни: *olfactorus* переводится как «обонятельный, душистый, благовонный»), к ним относятся прилагательные: *chaud* – теплый; *frais* – свежий; *froid* – холодный; *sec* – сухой. Во французском языке синестетические прилагательные обозначают также и акустические ощущения, т.е. **звук**: *criard* – кричащий; *éclatant* – пронзительный; *sourd* – глухой. «Звуковые» слова сравнительно редко используются для обозначения других чувственных восприятий.

Американский лингвист Бенджамин Уорф полагал, что «синестезия или возможность восприятия с помощью органов какого-то одного чувства явлений, относящихся к области другого, например, восприятие цвета или света через звуки и наоборот, должна была бы сделаться более осознанной благодаря

лингвистической метафорической системе, которая передает непространственное представление с помощью пространственных терминов». Исследователь отмечал, что «*синестезия* – это своего рода стилистический маркер, открывающий человеку специфику мировосприятия и мироощущения, его видение окружающей действительности» [2, с. 178].

Использование синестетических метафор позволяет понять внутренний мир человека, особенности его мышления, пристрастия, а также выявить его способности в какой-либо деятельности. Роль синестезии в языке очевидна, так как данный троп помогает создавать яркие образы и передавать даже самые сложные чувства героев в художественных произведениях.

Синестезия в качестве стилистического приёма неосознанно используется в нашей речи для описания окружающей действительности, например: *кричащие цвета; низкий / высокий голос; тёплый / холодный цвет; резкий звук* и т.д. Интересную мысль высказывают в своей статье «Синестезия и особенности её проявления» М. Н. Милеева и Т. Ю. Дудкова, называя синестезию ««психическим ископаемым», «наследством», доставшимся от предков, которые воспринимали окружающий мир совершенно не так, как мы. Для доказательства данной гипотезы высказывается предположение, что слова «воскресенье» и «понедельник» будут вызывать у людей разные цветовые ассоциации. Так, понедельник, по мнению авторов, будет ассоциироваться с тёмными цветами (чёрным, коричневым), тогда как воскресенье – исключительно со светлыми (белым, жёлтым, розовым). «Синестетическим атавизмом» считают авторы тот факт, что в английском языке в самих названиях дней недели часто заложены синестетические ассоциации: в слове *Sunday* компонент «sun» передаёт ассоциацию с чем-то ярким, тёплым и приятным, как солнце, тогда как в слове *Monday* заложены ассоциации с луной, сумерками, которые в свою очередь часто ассоциируются с печалью и тоской [3, с. 198-294]. Скорее всего, эту гипотезу невозможно подтвердить на материале французского языка, поскольку в нем названия дней недели ассоциируются не с явлениями природы, а с названиями планет. Не станем отрицать, что практически все названия дней недели в романских языках восходят к римской мифологии. Так, для обозначения дней недели использованы имена богов, в честь которых были названы планеты, например: *понедельник* – *lundi* / Луна; *вторник* – *mardi* / Марс; *среда* – *mercredi* / Меркурий; *четверг* – *jeudi* / Юпитер. Заметим, что происхождение названий дней недели в германских языках связано с языческими культами поклонения скандинавским богам.

Таким образом, можно заключить, что синестезия как языковое явление позволяет носителям языка и связанной с ним культуры закреплять в речи абстрактные понятия, являющиеся результатом взаимодействия ощущений, а также информации, полученной от различных органов чувств. Это своего рода продукт ментальной и эмоциональной сферы, который по-другому не мог бы быть доступен для непосредственного наблюдения.

## *Литература*

1. Виноградов В. В. Русский язык: грамматическое учение о слове. М., 1947. С. 259.
2. Уорф Б. Л. Язык, сознание и реальность. М., 2016. С. 178.
3. Милеева М. Н., Дудкова Т. Ю. Синестезия и особенности её проявления. М., 2005. С. 198–294.

УДК 811.134.2

*Н. В. Иванова, Е. С. Мельник (Санкт-Петербург, Россия)  
Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена*

### **О некоторых особенностях употребления глагольных времен в заголовках газетных текстов на испанском языке**

Статья посвящена рассмотрению особенностей функционирования глагольных временных форм в заголовках современной испанской прессы. Определяется круг испанских глагольных времен, используемых в газетных заголовках, а также частотность использования тех или иных глагольных временных форм в составе заголовков испанских газет. Авторами предпринимается попытка установить роль временных глагольных форм в реализации таких функций заголовка, как информативная и экспрессивная функции, а также функция убеждения.

**Ключевые слова:** испанский язык, глагольные времена, заголовки, газетные тексты, СМИ

СМИ, безусловно, играют огромную роль в жизни современного общества. Они выступают и как средство информирования о происходящем в мире, и как средство коммуникации, и как средство воздействия. Этими особенностями СМИ обусловлены их функции, к которым исследователи, в частности, Л. В. Васильева, относят функцию удовлетворения общественных и частных потребностей в получении информации, идеологическую функцию, когнитивную функцию, функцию убеждения (в т. ч. рекламную), развлекательную функцию, образовательную функцию, функцию воздействия и функцию социального управления [2, с. 109–112].

Особой и одной из важнейших частей газетного текста является заголовок газетной статьи, т. е., как отмечает Р. С. Батырханова, «заглавная конструкция в проявлении всех своих функций. Газетные заголовки отличаются от названий художественных произведений тем, что они соотнесены не только с текстом статьи, но и с внешним миром» [1].

Газетные заголовки реализуют ряд функций, а именно: номинативную, информативную, рекламную, экспрессивную, графически-выделительную, декоративную, функцию убеждения [1].