

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-11-2.26>

Доржиева Долгорма Цырендашиевна

ВОЗДЕЙСТВУЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИМПЛИКАТУР В ТЕКСТЕ НЕМЕЦКОЙ АНАЛИТИЧЕСКОЙ СТАТЬИ

Автор исследует воздействующий потенциал конвенциональных импликатур в типе текста "аналитическая статья" с позиций коммуникативно-прагматической лингвистики. Материалом для данной работы послужили тексты статей немецких газет "Frankfurter Allgemeine Zeitung" и "Sddeutsche Zeitung". В данной статье дифференцируются понятия "экспликатура" и "импликатура", рассматриваются основные виды импликатур: конвенциональные и коммуникативные. Здесь также представлены факторы, влияющие на воздействующий потенциал импликатур в тексте аналитической статьи как жанра печатной журналистики. Исследование функционирования разных видов конвенциональных импликатур в немецких статьях на основе извлеченных в процессе анализа имплицитных компонентов позволяет судить о коммуникативном намерении адресанта.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2018/11-2/26.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2018. № 11(89). Ч. 2. С. 334-338. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2018/11-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

Список источников

1. Араева Л. А., Булгакова О. А., Калентьева Л. С., Керексибесова У. В., Крейдлин Г. Е., Крым И. А., Кузнецова В. С., Ли С. В., Максимова Е. Е., Образцова М. Н., Проскурина А. В., Тагаев М. Дж., Фаломкина И. П., Шумилова А. А., Шадева М. А., Якучакова-Тарасова М. Н. Языковая картина мира телеутов: монография. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2016. 237 с.
2. Байбурин А. К. Жилище в обрядах и представлениях восточных славян. Л.: Наука, 1983. 188 с.
3. Даль В. И. Толковый словарь русского языка. Современная версия. М.: Эксмо, 2004. 736 с.
4. Денисова Э. С., Проскурина А. В. Языковая картина мира в зеркале русской лексики // Вестник Кыргызско-российского славянского университета. Серия «Гуманитарные науки». 2017. Т. 17. № 9. С. 103-111.
5. Иванова Н. Н. Примета-пословица как особая паремиологическая единица // В. И. Даль в парадигме современной науки: язык – словесность – самосознание – культура: Всероссийская научная конференция, посвященная 200-летию В. И. Даля: в 2-х ч. Иваново: Иванов. гос. ун-т, 2001. Ч. 1. С. 33-35.
6. Козина О. Приметы и суеверия как категория наблюдения-анализа в традиционной русской культуре // Аналитика культурологии. 2009. № 2 (14). С. 262-264.
7. Лингвострановедческий телеутско-русский словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://ls-teleut.kemsu.ru/> (дата обращения: 29.08.2018).
8. Функ Д. А. Бачатские телеуты в XVIII – первой четверти XX века: историко-этнографическое исследование. М.: ИЭА РАН, 1993. 325 с.
9. Функ Д. А. Устное творчество, игры и развлечения бачатских телеутов // Материалы к серии «Народы и культуры». М., 1992. Вып. VIII. Телеуты. С. 5-140.
10. Хроленко А. Т. Основы лингвокультурологии: учебное пособие. М.: Флинта, 2016. 184 с.
11. Чжу Цзинтао. Лингвосомиозис паремий с семантикой прогноза как народных примет и суеверий // Вестник Киевского национального лингвистического университета. Серия «Филология». 2016. Т. 19. № 1. С. 154-162.

**SIGNS AND SUPERSTITIONS IN THE TELEUT LINGUO-CULTURE
(BY THE MATERIAL OF THE EXPERIMENT)**

Denisova El'vira Stepanovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Kemerovo State University
elvdenisova@yandex.ru

The article summarizes an attempt of collecting and studying the signs and superstitions of the Teleut linguo-culture. The relevance of the problem is conditioned by the fact that the majority of the scientific papers devoted to the Teleut folklore do not focus on signs as a small folkloric genre. The analysis of the gathered field material allows the author to conclude that in the Teleut language – the language of one of the smaller indigenous peoples of the North – signs are represented quite extensively, they can be classified into three thematic groups: weather, calendar and everyday ones.

Key words and phrases: linguistic worldview; Teleut linguo-culture; Russian linguo-culture; paroemia; sign; superstition; linguistic experiment.

УДК 81'42

Дата поступления рукописи: 01.08.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-11-2.26>

Автор исследует воздействующий потенциал конвенциональных импликатур в типе текста «аналитическая статья» с позиций коммуникативно-прагматической лингвистики. Материалом для данной работы послужили тексты статей немецких газет “Frankfurter Allgemeine Zeitung” и “Süddeutsche Zeitung”. В данной статье дифференцируются понятия «экспликатура» и «импликатура», рассматриваются основные виды импликатур: конвенциональные и коммуникативные. Здесь также представлены факторы, влияющие на воздействующий потенциал импликатур в тексте аналитической статьи как жанра печатной журналистики. Исследование функционирования разных видов конвенциональных импликатур в немецких статьях на основе извлеченных в процессе анализа имплицитных компонентов позволяет судить о коммуникативном намерении адресанта.

Ключевые слова и фразы: коммуникативно-прагматическая лингвистика; газетный текст; конвенциональная импликатура; коммуникативная импликатура; экспликатура; разновидности имплицитной информации.

Доржиева Долгорма Цырендашиевна

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
dorzhiavadolgor@gmail.com

**ВОЗДЕЙСТВУЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИМПЛИКАТУР
В ТЕКСТЕ НЕМЕЦКОЙ АНАЛИТИЧЕСКОЙ СТАТЬИ**

Процесс общения рассматривается как «взаимообмен моделями мира» [3, с. 61], когда адресант вводит новое знание в модель мира адресата, и наоборот. В рамках коммуникативно-прагматической стилистики

массмедийный текст исследуется в неразрывной связи со специфической коммуникативной ситуацией: *адресант* с помощью *средств массовой информации* вступает в контакт с *массовым адресатом* по поводу какого-либо *социально значимого события*, используя *средства национального языка* для оказания наиболее эффективного *воздействия*. Газетный текст содержит два плана передачи информации: открытый, или *эксплицитный*, и скрытый, или *имплицитный*, план выражения информации. Следует отметить, что стратегия скрытого введения информации часто используется именно в текстах массмедиа.

Адресант инициирует коммуникативный акт с целью реализации коммуникативного намерения, которое определяет характер имплицитной информации. Главными коммуникативными интенциями адресанта в массмедийном дискурсе являются информирование и воздействие. В этой связи актуальным представляется анализ реализации воздействующего потенциала импликатур в типе текста «аналитическая статья».

Цель статьи заключается в исследовании разных типов конвенциональных импликатур в текстах немецких аналитических статей с целью раскрытия их воздействующего потенциала. В связи с этим необходимо решить следующие задачи: дифференцировать понятия «экспликатура» и «импликатура», рассмотреть виды импликатур и изучить основные факторы, влияющие на воздействующий потенциал имплицитной информации в газетном тексте.

Новизна статьи заключается, на наш взгляд, в наглядной демонстрации функционирования разных видов имплицитной информации в газетном тексте и анализе их воздействующего потенциала.

Понятия «экспликатура» (*explicature*) и «импликатура» (*implicature*) введены Г. П. Грайсом для разграничения двух типов информации, представленных в речевом акте, – «то, что сказано» (“*what is said*”) и «то, что имелось в виду» (“*what is meant*”) [5, с. 29]. Следовательно, под **экспликатурой** понимается «эксплицитно выраженное значение и смысл высказывания», в то время как **импликатура** – это «небуквальные аспекты значения и смысла, т.е. то, что подразумевается» [6]. Другими словами, *экспликатура* включает в себя явно выраженную информацию, а импликатура – информацию, «выходящую за пределы сказанного» [5, с. 30].

Воздействующий потенциал импликатур обусловлен тем, что:

- адресат самостоятельно декодирует скрытое сообщение, что облегчает введение нового знания в картину мира реципиента;
- имплицитная информация не осознается адресатом и, как следствие, не подвергается критическому анализу;
- адресант редко несет ответственность за имплицитно переданную информацию, так как ее извлечение полностью зависит от того, каким образом адресат интерпретирует сообщение [4].

На основании вышесказанного можно утверждать, что введение импликатур в текст аналитической статьи позволяет адресанту оказывать суггестивное воздействие на адресата. Под *суггестивным* воздействием мы понимаем «разновидность манипулятивного воздействия, направленного на психику адресата, его волю, разум и чувства, связанного со снижением сознательности, аналитичности и критичности восприятия внушаемой информации» [2, с. 95-96].

Г. П. Грайс выделяет два вида импликатур – *конвенциональные* и *коммуникативные*. Для полного понимания **конвенциональных импликатур** адресату необходимо знание референта, контекста коммуникации и конвенционального значения слов, которые были использованы. **Коммуникативные импликатуры** определяются исключительно ситуацией общения и подразумевают соблюдение Принципа Кооперации [1, с. 220-227]. Согласно Принципу Кооперации Г. П. Грайса, коммуникативный вклад говорящего должен способствовать достижению целей всех участников речевого взаимодействия.

В качестве примера *коммуникативной импликатуры* можно привести следующую ситуацию общения:

А: «Начинается дождь».

Б: «Принеси книгу».

Для участников коммуникации смысл высказываний понятен: книга лежит на столе в саду, нужно принести ее в дом, чтобы она не промокла под дождем. Однако для третьего лица, не включенного в коммуникативную ситуацию и опирающегося только на эксплицитное значение реплик, данное речевое взаимодействие лишено смысла.

В этой статье мы анализируем виды *конвенциональных импликатур*, так как их значение в отличие от коммуникативных импликатур логически выводимо из лингвистического содержания. На основании классификаций разновидностей имплицитной информации Ю. К. Пироговой [4] и О. С. Иссерс [3, с. 65-80] представлены следующие приемы введения импликатур в текстах немецких аналитических статей: *семантические пресуппозиции*; *вопросы с имплицитной семантикой*; *имплицитная логическая связь*; *логика абсурда и построение аналогий*; *опровержение скрытого тезиса*; *апелляция к авторитетам и фонду общих знаний*; *«свернутые», или эллиптированные, сравнения*; *прагматические пресуппозиции*; *языковая игра*.

Разновидности имплицитной информации в типе текста «аналитическая статья»

Семантические пресуппозиции

«Пресуппозиции» – это логические предпосылки высказывания, которые любой воспринимающий сообщение восстанавливает в соответствии с законами логики [Там же, с. 63]. Их особенность заключается в том, что они допускают как истинное, так и ложное высказывание. Суть приема состоит в том, чтобы ввести в текст слова с имплицитным семантическим компонентом.

1. В статье из “Frankfurter Allgemeine Zeitung” “Die Sojabohne steht vor den Toren Wiens” («Соевые бобы стоят перед воротами Вены») автор анализирует место сои на мировом рынке, в Австрии и Германии и вводит следующую семантическую пресуппозицию: “*Österreich war nicht immer ein Sojaanbaugebiet*” [11]. / «Австрия не всегда была страной, где выращивают сою». Имплицитный компонент, выводимый из подобного

высказывания, – «в настоящее время Австрия является страной, выращивающей сою», – воспринимается неосознанно, без критической оценки адресата.

Вопросы с имплицитной семантикой. Введение имплицитной информации в форме вопроса является эффективным приемом воздействия на сознание адресата. Риторические вопросы содержат в себе конкретный тезис, направленный на передачу импликатур.

2. *“Und warum hat sich die europäische Viehwirtschaft, die jährlich 167 Milliarden Euro umsetzt, von Futtermitteln aus Übersee abhängig gemacht? Weil sie hauptsächlich ihnen die eigene Größe verdankt”* [Ibidem]. / «А почему европейская животноводческая отрасль, которая ежегодно пускает в оборот 167 миллиардов евро, зависит от заморских кормов? Потому что в основном им она обязана собственной величиной». Имплицитная информация, которую вводит автор, – «европейская животноводческая отрасль стала зависеть от импортируемых кормов».

Имплицитная логическая связь. Аргументация может строиться как навязывание хода рассуждения в виде формально логического вывода. Адресат следует за ходом мысли автора и тем самым ощущает причастность к его логике.

3. В статье из “Süddeutsche Zeitung” “Für wen sich eine Genossenschaftswohnung lohnt” («Для кого кооперативная квартира стоит приложенных усилий») речь идет о возможности получения квартиры от жилищного кооператива. Автор рассуждает о причине, по которой стоимость такой квартиры может варьироваться, и поскольку приведенные им доводы логичны и последовательны, адресату остается только принять их: *“Bevor man jedoch in eine der Wohnungen einziehen darf, müssen in der Regel weitere Anteile gezeichnet werden. Diese Pflichtanteile können 400 bis 20 000 Euro kosten. Die Höhe und der Umfang der Pflichtanteile richtet sich nach dem Kapital, das die Genossenschaft braucht, um wirtschaften zu können. Dazu gehören auch die Sanierung alter Wohnungen oder Zukäufe von neuen Immobilien. Weil bei neu gegründeten Wohnungsgenossenschaften ein attraktiver Bestand an Wohnungen erst noch wachsen muss, sind ihre Anteile auch entsprechend teurer als die alter Bestandsgenossenschaften”* [9]. / «Однако прежде чем переехать в одну из квартир, как правило, необходимо подписаться на другие паи. Эти обязательные паи могут составлять от 400 до 20 000 евро. Размер и объем обязательных паев зависят от капитала, который необходим кооперативу, чтобы иметь возможность функционировать. Сюда входит также ремонт старых квартир или покупка новой недвижимости. Поскольку привлекательный фонд квартир в новых жилищных кооперативах сначала ещё должен сформироваться, их паи, соответственно, также дороже, чем у старых биржевых кооперативов».

Логика абсурда и построение аналогий. Аргументация может осуществляться за счет доведения до абсурда логики оппонента по принципу доказательства от обратного: приведение подходящей аналогии может доказать несостоятельность того или иного утверждения.

4. В статье из “Süddeutsche Zeitung” “Handelskrieg zwischen USA und China bedroht deutsche Firmen” («Торговая война между США и Китаем угрожает немецким фирмам») автор приводит цитату Дональда Трампа с целью обозначить его позицию по отношению к возможной торговой войне с Китаем: *“«Wenn du 500 Milliarden Dollar zurückliegst, kannst du nicht verlieren», schrieb er im Kurzmitteilungsdienst Twitter. Soll heißen: Weist das eigene Land im Warenverkehr mit einem anderen hohe Defizite auf, kann man getrost einen Handelskrieg anzetteln – es kann ja nur besser werden”* [10]. / «“Если ты отстаешь на 500 миллиардов долларов, ты не можешь проиграть”, – написал он [Трамп] в Твиттере. Что должно означать: если собственная страна обнаруживает высокий дефицит товарооборота с другой страной, то можно спокойно затевать торговую войну – ведь в таком случае все может стать только лучше». Посредством интерпретации автор указывает на абсурдность данного высказывания и убеждает адресата в бесперспективности торговой войны между США и Китаем.

Опровержение скрытого тезиса. Аргументация может строиться на опровержении пресуппозиции, которую адресат должен восстановить самостоятельно. Когнитивный механизм реализации подобных аналогий основывается на неоправданном включении одного факта в ряд с другими, не требующими доказательств.

5. Автор дает необходимую информацию для того, чтобы читатель самостоятельно пришел к имплицитно представленному утверждению – «введение пошлин против Китая может пошатнуть позицию Трампа в Конгрессе». *“Brookings zufolge nämlich werden 2783 US-Landkreise von den chinesischen Importzöllen betroffen sein. Davon hatten bei der Präsidentschaftswahl 2016 genau 2279 mehrheitlich für jenen Kandidaten votiert, der im kommenden Herbst die Mehrheit seiner republikanischen Partei im US-Kongress verteidigen muss: Donald Trump”* [Ibidem]. / «По данным Brookings, именно те 2783 американских округа будут затронуты импортными пошлинами китайских товаров. Из них на президентских выборах 2016 года ровно 2279 большинством голосов проголосовали за того кандидата, который этой осенью должен сохранить большинство своей республиканской партии в Конгрессе США: а это Дональд Трамп».

6. В статье из “Frankfurter Allgemeine Zeitung” “Die Killer-Roboter sind im Anmarsch” («Роботы-убийцы на подходе»), посвященной предстоящему обсуждению в ООН вопроса о запрете автоматических вооружений, автор отмечает, что, по сведениям Министерства обороны, автономных систем вооружения не существует. Для опровержения данного тезиса автор имплицитно вводит информацию, которую адресат должен декодировать: *“In der sehr engen Definition des deutschen Verteidigungsministeriums trifft das nur deshalb nicht zu, weil die Drohne keine eigene Intelligenz hat, sondern ausschließlich ihren Algorithmen folgt. Die Entscheidung, sich auf das Ziel zu stürzen, ist einprogrammiert”* [12]. / «В очень узком определении Министерства обороны Германии это утверждение [дрон “Гарпия” не является автономной системой] только потому не соответствует истине, что дрон не обладает собственным интеллектом, а следует исключительно своему алгоритму».

Решение о нападении на цель запрограммировано». Таким образом, автор подразумевает, что нападение активируется не человеком, а машиной, т.е. военный дрон «Гарпия» представляет собой автономную систему.

Апелляция к авторитетам и фонду общих знаний. Традиционным приемом манипуляции является введение новой информации с помощью суждений «как всем известно», «учеными доказано» и т.п.

7. Автор вводит новую информацию, ссылаясь на авторитетный источник, таким образом оказывая воздействие на адресата: *“Nach Angaben des Forschungsinstituts Brookings sind 37 Prozent aller aus den China in die USA gelieferten Waren Vor- und Zwischenprodukte oder Komponenten”* [10]. / *«По данным исследовательского института Brookings, 37 процентов всех товаров, отправленных из Китая в США, являются заготовками, промежуточными продуктами или деталями».*

8. Представляя новую информацию, автор апеллирует к фонду общих знаний, что позволяет ему не указывать источник данных: *“Schließlich ist weithin bekannt, dass die Reform der Deutschen Bank den dritten Jahresverlust nach einander eingebrockt hat”* [Ibidem]. / *«В конце концов, широко известно, что реформа банка “Deutsche Bank” приводит к потерям третий год подряд».*

9. *“Wie in der Branche zunehmend üblich, verkaufte der Konzern seine Hotelimmobilien, um sich nur noch auf den Hotelbetrieb zu konzentrieren”* [13]. / *«Как это принято в данной отрасли, корпорация продала свои гостиничные объекты, только чтобы сконцентрироваться на гостиничном бизнесе».*

«Свернутые», или эллидированные, сравнения. Суть приема заключается в том, что при выделении характеристик объекта адресант не раскрывает другого объекта сравнения.

10. Автор описывает запасной план действий при введении пошлин против Китая и приводит сравнение, которое не требует развернутого пояснения: *“Doch es gibt auch einen Alternativplan: CKD. Das steht für ‚Completely Knocked Down‘ und bedeutet, dass ein Auto nicht fertig montiert, sondern in Einzelteilen nach China geliefert wird – als eine Art Ikea-Bausatz gewissermaßen”* [10]. / *«Но есть и альтернативный план: CKD. Это расшифровывается как “Полностью повержен” и значит, что автомобиль будет доставлен в Китай не полностью собранный, а по деталям – в известной степени как своего рода набор из ИКЕА».*

Прагматические пресуппозиции. В качестве скрытого аргумента могут выступать прецедентные феномены, знания, одинаково известные и адресанту, и адресату. Ключевым фактором успешного использования прагматической пресуппозиции является общность картины мира адресанта и адресата.

11. В статье из *“Süddeutsche Zeitung”* *“Wenn Sparen gefährlich ist”* («Когда экономия опасна») речь идет о рисках накопительных вкладов и возможности страховых выплат при закрытии банка. Для более полного понимания ситуации в качестве прецедентного феномена автор приводит Греческий долговой кризис, который широко освещался во всех массмедиа и должен быть знаком адресату: *“Sie sei ein Indikator für die Stärke der Einlagensicherung. Verbraucherschützer Nauhauser hält Ratingnoten allerdings auch für kein absolut sicheres Instrument. Das habe sich zum Beispiel im Fall von Griechenland gezeigt”* [8]. / *«Это показатель надежности страхования вкладов. Однако адвокат со стороны потребителей Nauhauser не считает рейтинги абсолютно надежным инструментом. Это было показано, например, в случае с Грецией».*

12. В статье из *“Frankfurter Allgemeine Zeitung”* *“Porsche versinkt im Abgasnebel”* («Порше погружается в выхлопной туман») речь идет о том, что производитель Порше временно приостанавливает продажу новых автомобилей в связи с необходимостью их адаптации к новым требованиям по замеру выхлопов. Чтобы не вводить адресата в заблуждение по поводу причины остановки продаж, автор дает отсылку к дизельному скандалу Volkswagen и отрицает их взаимосвязь: *“...schon wird vermutet, hier sei der nächste Betrug ruchbar. Doch es geht nicht um Dieselmotoren, die hat der Sportwagenhersteller schon vor Monaten aus dem Angebot gestrichen, und es geht auch nicht um Schummeleien”* [7]. / *«...уже возникли предположения, что обнаружится следующий обман. Однако дело не в дизельных моторах, которые производитель спортивных автомобилей уже месяцы назад снял с производства, и речь также не о мошенничестве».*

Итак, мы рассмотрели понятия «экспликатура» и «импликатура» и проанализировали функционирование разных видов конвенциональных импликатур в текстах немецких аналитических статей. Таким образом, мы можем выделить ряд прагматических задач, которые они выполняют:

- реализовать суггестивное воздействие на адресата, так как имплицитно представленная информация не подвергается критическому анализу со стороны адресата;
- обеспечить введение нового знания в картину мира адресата, поскольку при интерпретации текста адресат самостоятельно извлекает имплицитный компонент высказывания;
- введение импликатур позволяет адресату не указывать источник информации, т.е. снимает с него часть ответственности за сообщаемое.

Следует отметить, что функциональные возможности импликатур не ограничиваются их воздействующим потенциалом. Введение имплицитной информации позволяет также увеличить информативность текста, другими словами, можно говорить об информационном потенциале импликатур.

Список источников

1. **Грайс Г. П.** Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1985. Вып. 16. Лингвистическая прагматика. С. 217-237.
2. **Желтухина М. Р.** Тропологическая суггестивность масс-медиа дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ. М. – Волгоград: Ин-т языкознания РАН; Изд-во ВФ МУПК, 2003. 656 с.
3. **Иссерс О. С.** Речевое воздействие. М.: Флинта; Наука, 2009. 224 с.

4. **Пирогова Ю. К.** ИмPLICITная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования (на материале рекламных и PR-сообщений) [Электронный ресурс] // Проблемы прикладной лингвистики. М., 2001. URL: http://ae-lib.org.ua/texts/pirogova_information_ru.htm (дата обращения: 31.07.2018).
5. **Скулимовская Д. А.** Импликатура, пресуппозиция и логическое следствие как когнитивные механизмы интерпретации речевого акта предупреждения // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2013. № 3 (24). С. 29-33.
6. **Экспликатура** [Электронный ресурс]. URL: <http://yazykoznanie.ru/content/view/65/254/> (дата обращения: 31.07.2018).
7. **Appel H.** Porsche versinkt im Abgasnebel [Электронный ресурс]. URL: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/neue-abgasnormen-fuer-benziner-bremsen-porsche-15620745.html> (дата обращения: 14.08.2018).
8. **Freiberger H.** Wenn Sparen gefährlich ist [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/konten-im-ausland-wenn-sparen-gefaehrlich-ist-1.3931058> (дата обращения: 06.04.2018).
9. **Gerards M.** Für wen sich eine Genossenschaftswohnung lohnt [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/bauprojekte-fuer-wen-sich-eine-genossenschaftswohnung-lohnt-1.3928078> (дата обращения: 06.04.2018).
10. **Giesen Ch., Hulverscheidt C.** Handelskrieg zwischen USA und China bedroht deutsche Firmen [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/welthandel-handelskrieg-zwischen-usa-und-china-bedroht-deutsche-firmen-1.3932427> (дата обращения: 06.04.2018).
11. **Konzett E.** Die Sojabohne steht vor den Toren Wiens [Электронный ресурс]. URL: <http://www.faz.net/aktuell/race-to-feed-the-world/soja-produktion-in-europa-oesterreich-macht-es-vor-15483729.html> (дата обращения: 06.04.2018).
12. **Schäfer Ch.** Die Killer-Roboter sind im Anmarsch [Электронный ресурс]. URL: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/kuenstliche-intelligenz/wie-kriegsroboter-vollautomatisch-ueber-leben-und-tod-entscheiden-15609267.html> (дата обращения: 14.08.2018).
13. **Schubert Ch.** Accor Hotels will bei Air France-KLM mitfliegen [Электронный ресурс]. URL: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/accor-hotels-will-bei-air-france-klm-mitfliegen-15621977.html> (дата обращения: 14.08.2018).

INFLUENCING POTENTIAL OF IMPLICATURES IN THE GERMAN ANALYTICAL ARTICLE

Dorzhieva Dolgorma Cyrendashievna

Lomonosov Moscow State University

dorzhievadolgor@gmail.com

The author examines the influencing potential of conventional implicatures in the text type “analytical article” from the viewpoint of communicative-pragmatic linguistics. The articles of the German newspapers ‘Frankfurter Allgemeine Zeitung’ and ‘Süddeutsche Zeitung’ served as the research material. The paper differentiates the notions “explicature” and “implicature”, analyses the basic types of implicatures: conventional and communicative ones. Special attention is paid to the factors affecting the influencing potential of implicatures in the analytical article as a genre of print journalism. The analysis of functioning of different types of conventional implicatures in the German articles is carried out on the basis of differentiated implicit components and it contributes to identifying the addresser’s communicative intention.

Key words and phrases: communicative-pragmatic linguistics; newspaper text; conventional implicature; communicative implicature; explicature; types of implicit information.

УДК 81'22+81-11

Дата поступления рукописи: 18.09.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-11-2.27>

В работе анализируются русские диалектные заимствования в хантыйском языке. Материал исследования извлечен из лексикографических источников. Рассматриваются исторические предпосылки формирования русских старожильческих говоров Обь-Иртышского междуречья, условия и причины контактных заимствований. Увоенная лексика описывается в тематическом аспекте, выявляются актуальные для заимствующего языка понятия, взятые от русских переселенцев; делается вывод о влиянии русских по происхождению лексических элементов на хантыйскую национальную языковую картину мира.

Ключевые слова и фразы: русские старожильческие говоры; севернорусское наречие; Обь-Иртышское междуречье; хантыйский язык; контактные заимствования; диалектная лексика; языковая картина мира.

Исламова Юлия Валерьевна, к. филол. н., доцент

Бакшеева Марина Геннадьевна, к. филол. н., доцент

Югорский государственный университет, г. Ханты-Мансийск

islyv@yandex.ru; baksheeva.marina@yandex.ru

РУССКАЯ ДИАЛЕКТНАЯ ЛЕКСИКА КАК ФРАГМЕНТ ХАНТЫЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА

Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ.

Грант № 18-412-860005 р_ф «Динамика и константа в югорском языковом сознании».

Целью работы является определение роли русских диалектных заимствований в формировании хантыйской национальной языковой картины мира. В **задачи** входит: выявление лексики русского диалектного