

Алимджанов Абдуазиз Абдихакимович

**ЖУРНАЛИСТСКИЙ ВОПРОС В СВЕТЕ РИТОРИЧЕСКИХ ТРАДИЦИЙ**

Статья написана на стыке филологии и журналистики и посвящена журналистскому вопросу, который рассматривается как элемент особого типа риторики, близкой по построению и функции к сократовской риторике. Различия в сократовском и журналистском вопросе автор видит в их содержании: для Сократа важна истина, а для журналиста - создание возможно полного образа собеседника. Журналистский вопрос рассматривается как вспомогательное средство, а не в качестве инструмента воздействия, как предполагается в "классической" риторике и неориторике. Сам журналист рассматривается как посредник между оратором и аудиторией, не являясь при этом адресатом коммуникации.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2018/3-2/16.html](http://www.gramota.net/materials/2/2018/3-2/16.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2018. № 3(81). Ч. 2. С. 282-286. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2018/3-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2018/3-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)  
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

## A CREOLIZED LANGUAGE GAME AS A SEMIOTIC PHENOMENON

**Aleksandrova Elena Mikhailovna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
*The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow*  
elena\_751@mail.ru

The article is devoted to studying the cases of creolization of a language game as a semiotic phenomenon. The description of an index, symbolic and iconic language game is given. The creolized language game is considered as a kind of the iconic game on the basis of comic stories, SMS jokes, cartoon anecdotes, Internet cards anecdotes and anecdotes-demotivators. The cases of complete creolization associated with the use of dominant and equivalent illustrations, cases of partial creolization associated with the use of accompanying and decorative illustrations are studied. The author examines the examples of the realization of the language game related to the use of homonyms, homographs, paronyms, as well as parapictographs in a creolized text with an equivalent illustration.

*Key words and phrases:* language game; joke; creolized text; parapictography; semiotics; sign-symbol; sign-icon; sign-index.

УДК 808.53/808.56

*Статья написана на стыке филологии и журналистики и посвящена журналистскому вопросу, который рассматривается как элемент особого типа риторики, близкой по построению и функции к сократовской риторике. Различия в сократовском и журналистском вопросе автор видит в их содержании: для Сократа важна истина, а для журналиста – создание возможно полного образа собеседника. Журналистский вопрос рассматривается как вспомогательное средство, а не в качестве инструмента воздействия, как предполагается в «классической» риторике и неориторике. Сам журналист рассматривается как посредник между оратором и аудиторией, не являясь при этом адресатом коммуникации.*

*Ключевые слова и фразы:* журналистский вопрос; журналистская этика; оратор; риторика и неориторика; сократовский «метод вопроса».

**Алимджанов Абдуазиз Абдихакимович**  
*Санкт-Петербургский государственный университет*  
alimdjanovaziz@gmail.com

## ЖУРНАЛИСТСКИЙ ВОПРОС В СВЕТЕ РИТОРИЧЕСКИХ ТРАДИЦИЙ

## 1. О различных подходах к определению риторики

Существует широкий и узкий подходы к определению термина *риторика*, как отмечает С. И. Гиндин [3, с. 364]. В широком подходе риторике приписываются дополнительные качества, в частности, такие как регулирование языка и теоретическое исследование текста. Например, академик Ю. В. Рождественский пишет, что «современные задачи риторики, как и в античности, состоят в том, что риторика есть искусство управления общественными процессами» и «не может быть сведена только к публичной устной речи. Она занимается всеми видами словесности» и «устанавливает объективные законы речи, на основании которых предлагаются правила, касающиеся, во-первых, управления всей системой речи. <...> Во-вторых, современная риторика исследует обмен текстами» [8, с. 67-68]. С. И. Гиндин, который также придерживается широкого подхода, сравнивая античную и современную риторики, отмечает, что «объект изучения у риторики был значительно уже, чем у теории текста, так как риторика исследовала лишь некоторые частные разновидности текстов», и дает следующее определение современной риторике: «...риторика есть наука об условиях и формах эффективной коммуникации» [3, с. 364].

В узком понимании риторика трактуется либо как «искусство красноречия», либо как «теория аргументации». Х. Перельман и Л. Ольбрехт-Тытека под риторикой понимают аргументированное изложение фактов с целью убедить кого-либо и называют свою теорию «новой риторикой» [7, с. 210]. Однако исследователь А. И. Мигунов не согласен с таким определением риторики и пишет, что Л. Ольбрехт-Тытека и Х. Перельман понимают риторикой «в самом узком смысле из возможных, как речевую процедуру убеждения» [5, с. 188]. По мнению автора, «нельзя сводить искусство речи к убеждению», поскольку «риторика и аргументация – это два аспекта речи, две стороны одного и того же, потеря, дефект любой из этих сторон речи делает речь несостоятельной» [Там же, с. 197-200].

«Классическая» риторическая традиция подразумевает включение имплицитных вопросов и эксплицитные ответы на них. То есть оратор строит квазидialog, хотя читаемый им текст воспринимается как завершенный монологический текст, выражающий точку зрения оратора и направленный на то, чтобы убедить всех посредством описания проблемы. При неориторическом подходе журналистский вопрос даёт возможность высказать отвечающему свои идеи или убеждения и привести такие аргументы, которые ориентированы на манипулирование аудиторией. То есть вопрос журналиста не является средством поиска «объективной» истины, а направлен на освещение позиции и идей отвечающего, общение которого с аудиторией является целью коммуникации

журналиста и собеседника. Журналистский вопрос в этом свете является: 1) социально мотивированным, то есть имеет общественный интерес; 2) публичным и 3) актуальным, то есть имеет непосредственное отношение к настоящему моменту, недалекому прошлому или самому ближайшему будущему.

## 2. Риторика в журналистике

Риторика в журналистике является средством организации эмоциональной подачи информации, позволяющим оказывать желаемое воздействие на адресата. Однако журналист должен действовать в пределах этических норм. Авторы учебника «Риторические основы журналистики» дают следующее определение: «Риторика журналиста – это, прежде всего, искусство общения автора с адресатом и учение о правилах создания речевых произведений в сфере журналистики. <...> Именно риторика предлагает простую и убедительную формулу личностного проявления человека в Слове: этос, логос, пафос» [10]. Риторика журналиста подчиняется особым правилам. В идеале, согласно этическому кодексу журналиста, «слово журналиста должно утверждать нравственные идеалы (этос) – защищать добро и правду, объединять людей, гармонизировать общественные отношения. Слово журналиста должно быть разумным (логос), устремленным к истине, насыщенным по смыслу, логичным. Слово журналиста должно эмоционально воздействовать на адресата (пафос)» [Там же]. Об этом же говорится в «Кодексе законов этики» Общества профессиональных журналистов США: «Общество профессиональных журналистов верит в то, что обязанность журналистов – служить истине. Мы верим, что средства массовой информации призваны выносить на обсуждение общественные темы и информацию, действуя на основе их конституционного мандата и права на свободу освещения фактов. Мы верим, что общественное просвещение – это предшественник справедливости, и нашей конституционной обязанностью является выявление истины, а эта роль является частью права общества знать истину» [6].

Правдивость, разумность и эмоциональность – параметры, которые в идеале журналист должен учитывать при моделировании диалога и составлении вопроса. Вопрос содержит актуальные общественные проблемы. Однако сам журналист не является адресатом ответа. Он, исходя из своих вопросов, составляет представление о выводах по окончании коммуникации и обобщенно представляет их аудитории. Аудитория, в свою очередь, исходит из предоставленных выводов и выражает свою реакцию. Таким образом, из цепочек вопросов, ответов и их первичного обобщения строится «общественное мнение», к которому в дальнейшем обращаются как аудитория, так и оратор.

## 3. Американская традиция журналистики и риторики

Следует также упомянуть о традиции дебатов и традициях американской журналистики в США, которая оказывает сильное влияние на журналистику в целом. Согласно Т. П. Третьяковой, «современная эпоха связана, прежде всего, с доминантной американской культурой, и стереотипы американской массовой культуры активно инкорпорируются в современные модели общения» [12, с. 206]. По мнению И. А. Стернина, дебаты, дискуссии и публичное выступление на темы, представляющие общественный интерес, в США развиты всесторонне и проводятся «в коллективах, дискуссионных клубах, учебных заведениях и в целом – на уровне рядовых граждан» [11, с. 199].

Однако, как отмечают исследователи американской журналистики, наблюдается значительный отход от традиционных способов верификации и подачи информации, наблюдаются другие тенденции и отход от этических норм. Как пишет С. А. Михайлов, например, «в “Нью-Йорк таймс” начала 1990 годов появлялись публикации, противоречащие этическим нормам прежней строгой “Таймс”. Однако подобные преобразования стали следствием экономического кризиса 1990-1992 годов, снизившего объемы рекламы. Еще одним фактором, повлиявшим на изменение тематики материалов, стало резкое падение интереса американцев к чтению серьезных газет» [6]. Другой исследователь вопроса П. Я. Рыкованов, говоря о реакции СМИ на теракт 11 сентября 2001 года, отмечает: «Впервые за свою историю американское телевидение отказалось от принципов эпизодической и тематической подачи новостей, используя ситуационный принцип, позволивший хлынуть с экрана телевизора потоку фактоидов – слухов, домыслов, шепотков, короче, неверифицированной, недостоверной информации из сомнительных источников...». В результате «мир поделен на “своих” и “чужих”, на “добрых” и “злых”. “Злые” будут жестоко наказаны военной мощью “добрых”. Иначе нельзя – такова воля общественного мнения!» [9, с. 166-169]. Говоря об американских стереотипах и эвфемизмах, Т. П. Третьякова отмечает, что такие бинарные оппозиции, как «свой» и «чужой», «формируют общественное мнение и создают идеологическую составляющую, тем самым формируя идеологизированные стереотипы восприятия» [12, с. 207].

Х. Перельман и Л. Ольбрехт-Тытека также приводят пример, где на практике «поиск истины» и «высокие идеалы» подменяются и трактуются в совершенно другом ракурсе, а аргументы в их пользу заменяются такими аргументами, которые имплицитно выражают другие идеалы. Как отмечают авторы, некоторые американские журналисты «любят публиковать о карьере того или иного крупного промышленника, политика или кинозвезды, не выводя эксплицитно из них никакой морали» [7, с. 208]. Они преподносят их жизнь «как иллюстрацию к одному из рецептов общественного успеха; причем герои таких рассказов предлагаются в качестве образцов преуспеяния, а сами рассказы призваны воспитывать читающую публику. Ничто не позволяет судить о цели изложения с полной определенностью...» [Там же]. В приведенном отрывке авторы отмечают, что пример, приведенный в качестве аргумента, должен был обосновать правило с помощью вывода, в данном случае правила успешности. Однако журналист не выводит морали из примера, и, как отмечают авторы, «ничто не позволяет судить о цели изложения с полной определенностью» [Там же]. Данное явление предположительно можно объяснить позицией журналиста как квазиоппонента, который с применением приёма умолчания создает эффект нейтралитета.

Таким образом, такие внешние факторы, как политика и экономика, оказывают давление на этические нормы журналистики и меняют сущность современной журналистики. Можно предположить, что журналист сам становится средством манипуляции сознательно или бессознательно. В результате манипуляций с информацией с помощью СМИ политические идеи переходят в разряд «общественное мнение».

#### **4. «Метод вопроса» как средство предоставления возможности для оратора высказать свои идеи и убеждения**

Вопрос, рассматриваемый как элемент риторики журналиста, представляет собой эффективный инструмент для построения и ведения диалога. Содержание вопроса «объективируется» с помощью самой же вопросительной формы. Происходит своего рода психологическое «отчуждение» журналиста от самого вопроса, и вопросу приписывается воля общества, и он обретает статус «общественного мнения». Поэтому содержание вопроса, каким бы оно ни было, воспринимается (или должно восприниматься) отвечающим как уместное. Этим широко пользуются журналисты, используя вопросы в качестве инструмента для достижения определенных коммуникативных целей.

Вопросительная по форме коммуникативная единица в контексте окружающих её других высказываний имеет некоторое преимущество по сравнению с ними. Так, повествовательные высказывания журналиста носят комментирующий характер. Если они расположены до вопроса, они воспринимаются как преамбула к вопросу, а если после – как комментирование и оценка полученного ответа. Директивные высказывания мало представлены в речи журналиста, и даже если они присутствуют, они часто замаскированы под косвенный вопрос.

Вопросительные высказывания воспринимаются как естественный и необходимый компонент речи журналиста. Причиной этого является, по-видимому, тот факт, что вопросительные высказывания традиционно занимают активную позицию в диалоге как особый и эффективный метод поиска знания с помощью вопросов и ответов, который идёт ещё с античной риторики и известен ещё как «метод Сократа». Другое название этого метода – «индуктивно-дефиниторный метод» [4]. Коммуникативная деятельность журналиста, и особенно риторика журналистского вопроса, по нашему мнению, может быть достаточно полно раскрыта, если провести параллели с индуктивно-дефиниторным методом Сократа и его стилем построения беседы, так как, в отличие от других риторических традиций, у Сократа собеседник не является оппонентом: он не спорит со своим собеседником и не нуждается, чтобы его убедили в чём-то, и сам не убеждает собеседника. Он лишь помогает собеседнику выразить свою мысль, насколько это возможно, ясным образом. Интересной представляется важная для Сократа и для нас «маска незнания» [1, с. 109]. Именно такую маску надевает журналист, который в целом достаточно хорошо проинформирован о теме беседы, о своем собеседнике или собеседниках и знает, чем начать и чем закончить диалог, то есть знает предварительно возможные результаты диалога. Но с помощью «маски незнания» журналист ведёт диалог таким образом, чтобы затронуть самые важные, на взгляд журналиста, темы, и при этом он делает это неявным образом, создавая иллюзию непосредственно самостоятельного развертывания диалога, хотя и управляемого.

Существуют расхождения во мнении относительно сократовского понимания индукции, так как некоторые исследователи полагают, что он понимал индукцию не в полном смысле современного понимания этого термина. Тем не менее мы принимаем подход Сократа, состоявший в том, что он, во-первых, шёл от частного к общему, с помощью наводящих вопросов, и, во-вторых, в конце диалога пытался сформулировать дефиницию предмета речи. В случае с журналистом аналогом будет создание образа собеседника через освещение частных вопросов. Данное понимание для нас является достаточным [2, с. 319-320].

Согласно Сократу, дружеская беседа и располагающая к откровенности обстановка – самое главное для ведения эффективного диалога. Собеседник не должен видеть в собеседнике противника, иначе он не выскажет собственного мнения, а будет выдумывать возможные ответы [Там же]. Нужно отметить, что журналисту также вменяется в обязанность создавать дружескую обстановку, это можно увидеть, например, в том, что перед дебатами сидящих в зрительном зале людей просят не выкрикивать с места, не смеяться, не выражать неудовольствие или радость, и даже не аплодировать: “Wallace: The audience here in the hall has promised to remain silent. No cheers, boos, or other interruptions so we and you can focus on what the candidates have to say” [14]. / «Уоллис: Для того чтобы мы с вами смогли сосредоточить свое внимание на том, что скажут кандидаты, аудитория, присутствующая в зале, пообещала вести себя тихо, и не издавать никаких одобрительных или неодобрительных возгласов, и не мешать каким-либо другим образом» (здесь и далее перевод автора статьи. – А. А.). А после того, как закончились дебаты, журналисты благодарят публику за гостеприимство: “We want to thank the University of Nevada, Las Vegas, and its students for having us” [Ibidem]. / «Мы хотим выразить благодарность Невадскому университету в Лас-Вегасе и его студентам за гостеприимство».

У Сократа обычным приемом диалога было опровержение через приведение к противоречию, достигаемое искусно поставленными вопросами. Поэтому Сократова диалектика понимается, прежде всего, как искусство задавать вопросы и давать ответы, которое являлось своего рода испытанием собеседника и его утверждений, становясь стимулом для дальнейшей беседы. «... Такое понимание диалектики дало Аристотелю основание для критики Сократа, который ограничивался лишь тем, что “ставил вопросы, но не давал ответов”» [2, с. 319-320].

Приведение к противоречию с помощью вопросов, вытекающих из ответов участника дебатов, является дополнительной целью журналиста, так как такие моменты составляют своего рода кульминации в коммуникации, что влияет на рейтинг отвечающего и активизирует его. Тот начинает ещё активнее обосновывать свою позицию, что становится стимулом для продолжения беседы. Тот факт, что Сократ не давал ответы,

можно понимать как отрицание себя как адресата ответа, так как ответ касается всего общества, стремящегося получить достоверную информацию. То же самое делает журналист, когда направляет ответ в сторону избирателей и просит ответить на вопрос избирателей, то есть предоставить им свои ответы.

Из сократовского метода можно вычленил несколько типов вопросов, функционирующих в диалоге, направленных для извлечения идей и убеждений собеседника, что справедливо и по отношению к журналистскому вопросу. Итак, вопросы делились на следующие виды: 1) *начальный вопрос*, который устанавливал тему обсуждения, затем 2) *направляющие вопросы*, которые приводили к углубленному знанию, но не конечному определению ответа, и в конце подводили итоги 3) *заключительные вопросы*, заканчивающиеся перечислением возможных ответов, но не окончательной формулировкой ответа. Из них можно выделить следующие крупные группы типов вопросов: 1) идентифицирующие; 2) верификативные; 3) апеллятивные; 4) уточняющие; 5) антиципирующие; 6) эксплицирующие; 7) переспросы [13, с. 79-85]. К начальным вопросам можно отнести апеллятивные и верификативные вопросы; к направляющим вопросам – идентифицирующие, уточняющие, эксплицирующие и антиципирующие вопросы; к заключительным вопросам – апеллятивные и верификативные. Полученный ответ оставался открытым, так как ответ будет проверяться реакцией общества.

Таким образом, становится важной именно незавершенность диалога, но вместе с тем являются важными «попытка классификации» и «оценки» объектов обсуждений и промежуточные результаты, достигнутые в диалоге, которые и передаются на дальнейший суд общества – граждан, избирателей и потребителей медиапродуктов. В то время как полувыводы и оценки уже даются журналистом и отвечающим, делать выводы предоставляется обществу: “Now the decision is up to you. One thing everyone here can agree on: We hope you will go vote. It is one of the honors and obligations of living in this great country” [14]. / «Надеемся, что вы пойдете голосовать. Ведь это одна из почетных обязанностей для живущих в нашей великой стране».

#### Заключение

Итак, журналистский вопрос выражается в реплике, представляющей собой коммуникативную структуру, состоящую из разноплановых и неравноправных коммуникативных единиц, которые связаны между собой внутренними связями. Каждая выполняет свою часть функции в вопросительной реплике, совокупность которых предоставляет возможность четко отграничить и понять смысл вопроса. В то же время единицы реплики являются минимальным контекстом вопросительного высказывания. Итак, основные характеристики журналистского вопроса в свете риторических традиций:

1. В «классической» риторике оратор строил текст таким образом, что он включал имплицитные вопросы и ответы на них, то есть текст был квазидialogом. Оратор заранее пытался «предвидеть» возможные вопросы и реакции. Неориторическая традиция заостряет внимание на логичности аргументов, так как целью является убедить возможных несогласных. Такая узкая цель использует журналистский вопрос лишь как вспомогательное средство.

2. Журналистский вопрос заранее подготавливается, и журналист заранее пытается «предвидеть» возможные ответы и реакцию, поэтому часто ответ не представляет новшества. Адресатом ответа является аудитория, а не журналист. Он становится средством связи с функцией обобщения информации. Вопрос имитирует выражение «общественного мнения».

3. Американская традиция журналистики, которая доминирует в современном мире, использует риторику в классической и неориторической традициях. В добавление к ним наблюдается использование особых манипулятивных приёмов, позволяющих получить необходимое «общественное мнение». Это достигается формулированием «правильных вопросов» и «подачей» «правильных ответов» либо произвольным «обобщением» полученных ответов.

4. Журналистский вопрос строится по индуктивно-дефиниторному методу. Цель, как и у Сократа, – извлечь информацию. Журналист надевает «маску незнания» и посредством вопроса предоставляет возможность отвечающему высказать свою точку зрения и адресовать её аудитории. При этом журналистский вопрос является вспомогательным инструментом для оратора. Он исполняет роль плана-проспекта для оратора и призван сделать речь оратора максимально эффективной.

#### Список источников

1. Антисери Д., Реале Дж. Западная философия от истоков до наших дней. Античность и Средневековье / в переводе и под редакцией С. А. Мальцевой. СПб.: Пневма, 2003. 688 с.
2. Античная философия: энциклопедический словарь / предл. редколлегии П. П. Гайдено. М.: Прогресс-Традиция, 2008. 896 с.
3. Гиндин С. И. Риторика и проблемы структуры текста // Дюбуа Ж., Эделин Ф., Клинкаберг Ж.-М., Мэнге Ф., Пир Ф., Тринон А. Общая риторика / пер. с фр.; общ. ред. и вступ. ст. А. К. Авеличева. М.: Прогресс, 1986. С. 355-364.
4. Лосев А. Ф. Комментарии к диалогам Платона [Электронный ресурс]. URL: <http://www.psylib.org.ua/books/losew06/index.htm> (дата обращения: 13.11.2017).
5. Мигунов А. И. Логика, аргументация, диалектика, риторика: коннотации и корреляции // Логико-философские штудии. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2016. Вып. 14. С. 184-201.
6. Михайлов С. А. Журналистика США. Приложение I [Электронный ресурс]. URL: <http://evartist.narod.ru/text6/081.htm> (дата обращения: 15.12.2017).
7. Перельман Х., Ольбрехт-Тытека Л. Новая риторика: трактат об аргументации // Язык и моделирование социального взаимодействия: переводы / сост. В. М. Сергеева и П. Б. Паршина; общ. ред. В. В. Петрова. М.: Прогресс, 1987. С. 207-259.
8. Рождественский Ю. В. Принципы современной риторики. М.: Флинта; Наука, 2003. 176 с.

9. **Рыкованов П. Я.** Американская трагедия на сцене медиа-театра: новое в практике СМИ США (по материалам французского ежемесячника «Монд дипломатик») // Методология прессы (идентичность творческой составляющей): мат-лы науч.-практ. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (журналистское творчество и действительность)» (г. Санкт-Петербург, 3 апр. 2002 г.) / отв. ред. Б. Я. Мисонжников. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003. С. 166-175.
10. **Смелкова З. С., Ассурирова Л. В., Савова М. Р., Сальникова О. А.** Риторические основы журналистики [Электронный ресурс]. URL: <http://evartist.narod.ru/text3/85.htm> (дата обращения: 15.12.2017).
11. **Стернин И. А.** Риторика. Воронеж: Кварта, 2002. 224 с.
12. **Третьякова Т. П.** О лингвистической интерпретации современных стереотипов // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2015. № 1. С. 201-208.
13. **Чахоян Л. П.** Синтаксис диалогической речи современного английского языка. М.: Высшая школа, 1979. 168 с.
14. **The final Trump-Clinton debate transcript, annotated** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/10/19/the-final-trump-clinton-debate-transcript-annotated> (дата обращения: 15.12.2017).

## JOURNALISTIC ISSUE IN THE LIGHT OF RHETORICAL TRADITIONS

**Alimdzhhanov Abduaziz Abdikhakimovich**

*Saint Petersburg University*

*alimdjanovaziz@gmail.com*

The article is written at the junction of philology and journalism and is devoted to the journalistic issue, which is regarded as an element of a special type of rhetoric, close in construction and function to Socratic rhetoric. The author sees differences in the Socratic and journalistic issue in their content: truth is important for Socrates and for the journalist the creation of the fullest possible image of the interlocutor is essential. The journalistic issue is considered as an auxiliary means and not as an instrument of influence, as it is supposed in “classical” rhetoric and neorhetoric. The journalist is considered as an intermediary between the speaker and the audience, not being the addressee of communication.

*Key words and phrases:* journalistic issue; journalistic ethics; speaker; rhetoric and neorhetoric; Socratic “question method”.

УДК 811.11.112

*В статье рассматривается происхождение древнейших индоевропейских гидронимов на территории Германии. Используются результаты современной индоеврославистики в области морфологии и фонологии. Раскрываются возможности применения ларингальной теории в этимологизации древнейших гидронимов. Обнаруживается эффективность и универсальность её использования при решении проблем исторических изменений водных названий. Показана роль сонантических коэффициентов в структуре древних европейских гидронимов и ставится вопрос о глубине гидронимической реконструкции.*

*Ключевые слова и фразы:* немецкие гидронимы; древнеевропейская гидронимия; славяне; балты; прародина индоевропейцев; этимология; ларингальная теория.

**Беляев Андрей Николаевич**, к. филол. н., доцент

*Башкирский государственный аграрный университет, г. Уфа*

*anbelajew@mail.ru*

## К ВОПРОСУ ЭТИМОЛОГИИ НЕКОТОРЫХ НЕМЕЦКИХ ГИДРОНИМОВ

Вопросы происхождения древнейших гидронимов Германии, включая и проблему их стратификации, выявления основных продуктивных типов, а также научных основ картографирования, привлекают внимание германистов на протяжении длительного периода [12-19]. Интерес к гидронимам связан прежде всего с тем, что гидронимы любого языка – один из самых консервативных пластов лексики, в которых фрагментарно запечатлена история человека, уходящая в далёкое прошлое. Однако в большинстве случаев далеко не просто раскрыть их этимологическое значение, установить, к какому языку принадлежат эти названия. В гидронимии любой территории много загадок. Вероятно, многие гидронимы так и останутся нераскрытыми, тёмными, навсегда тая от нас язык своих создателей. Мы никогда так и не узнаем, что они имели в виду, называя ту или иную реку именем собственным. Тем не менее, современная ономастика располагает богатым арсеналом знаний и методов, позволяющих заглянуть в языковое прошлое на несколько тысячелетий назад, сформулировать основные критерии языковой атрибуции субстратных названий. Исследователи уже неоднократно писали о лингвистических методах изучения древнейшей гидронимии разных территорий. Ср. методику отечественных лингвистов О. Н. Трубачёва, В. Н. Топорова, Г. П. Смолицкой, Р. А. Агеевой, А. К. Матвеева и зарубежных лингвистов Х. Краэ, Ю. Удольфа, В. П. Шмида и других. Этими учёными достигнуты значительные результаты как в области теории, так и практического использования. Сделано очень многое в изучении системной организации гидронимической лексики, выяснении её статуса в общезыковой системе, получении историко-лингвистической и культурологической информации о национальной