

любое научное направление, когнитивная лингвистика характеризуется разнообразием подходов. Тем не менее, основные принципы, лежащие в ее основе – такие как утверждения о том, что язык является неотъемлемой частью познания и отражает взаимодействие между психологическими, коммуникативными и культурными факторами, имеют несомненную научную ценность и должны учитываться представителями различных школ и направлений.

В рекламных текстах практически каждая лингвистическая единица является не только семантически значимой, но и имеет особую коммуникативную силу. Таким образом, основная цель рекламного текста – привлечь внимание и вызвать интерес. Для достижения этой цели составители рекламного текста обращаются к использованию различных лингвистических и психологических приемов.

В когнитивной науке понятие «внимание» определяется как одна из способностей человека, ярко проявляющаяся в процессах обработки информации и заключающаяся в возможности сосредоточиться при этом на одном из типов поступающей информации и/или определенном объекте, явлении, процессе, области знания. Обработка информации зависит от воли и эмоций человека, от его установок, от предыдущего опыта, зафиксированного как в эпизодической, так и в тематической памяти [4, с. 15]. Таким образом, понятие «внимание» тесно связано с двумя другими важными понятиями, используемыми при анализе рекламы: понятием «информация» и понятием «память» [4, с. 35].

Обращение к литературным, культурным и историческим традициям, существующим в том или ином языковом или культурном сообществе, является очень «мощным оружием» создателей рекламы и позволяют значительно повысить запоминаемость и эффективность текста. В то же время подобные явления представляют определенные трудности при интерпретации и восприятии текста, поскольку требуют наличия у реципиентов определенных фоновых знаний. Например, для адекватной интерпретации текста, рекламирующего компанию AT&T, необходимо понимание значения фразы *No woman is an island unless she wants to be*, которая является аллюзией на строку из стихотворения Джона Донна «Meditation XVII»: *No man is an island, entire of itself*. Данная фраза означает, что ни один человек не может находиться в абсолютной изоляции от других, а ее аллюзивное использование в рекламном тексте помогает убедить потенциальных клиентов в том, что именно компания AT&T, предоставляя услуги связи, поможет людям стать ближе друг к другу.

Особую значимость подобные явления приобретают в рекламе товаров, представленных на международном рынке, поскольку в данном случае требуется адаптация рекламных сообщений с учетом особенностей языковой картины мира той аудитории, которой данный текст адресован. Так, например, в заголовке рекламы Royal Mail используется аббревиатура XXXX: *It's guaranteed to go down well when you send your love with lots of XXXX*. Для корректной интерпретации данной рекламы нужно знать, что, во-первых, указанная аббревиатура означает «множество поцелуев», во-вторых, что она была использована в рекламе австралийской пивоваренной компании: *Australians wouldn't give a XXXX for any other lager*. Задачей создателей рекламы Royal Mail было убедить потенциальных клиентов в том, что рекламируемая компания является самым эффективным и надежным партнером, осуществляющим пересылку из Австралии в Великобританию.

Как показывает анализ, социокультурно маркированные языковые единицы используются в рекламных текстах, созданных на различных языках, с практически равной степенью частотности. Относительно средств распространения рекламы, в которых размещаются рекламные тексты, содержащие различные виды социокультурно маркированных единиц, необходимо отметить следующее. Поскольку, как отмечалось выше, эффективность подобного рода приемов обуславливается рядом факторов, в том числе, наличием у целевой аудитории определенного набора фоновых знаний. Поэтому, как правило, в большей степени указанные приемы используются в текстах, размещенных в так называемых «качественных изданиях». Экспрессивность рекламных текстов, размещенных в «глянцевых журналах», в большей степени основывается на невербальной составляющей, а также на использовании рифмы, омографов, номинативных предложений.

Социокультурно маркированные единицы являются важным элементом рекламы и влияют на общую экспрессивность рекламных текстов. Поэтому перед создателями рекламы стоит задача не только подобрать наиболее эффективные средства передачи рекламной информации, но и создать в сознании реципиентов определенный ассоциативный ряд с целью повышения экспрессивности и запоминаемости рекламы.

В связи с вышеизложенным представляется необходимым сделать следующее замечание. В большинстве исследований, посвященных функциональным особенностям публицистического регистра, принадлежность рекламных текстов к данному регистру речи либо принимается как утверждение, не требующее доказательств, либо основывается на том утверждении, что реклама – одна из областей использования средств массовой информации, что является не лингвистическим, а формальным признаком. Изучение рекламного текста должно проводиться не в изоляции, а как части огромного стилового разнообразия текстов. В подобном подходе видится перспектива дальнейшего развития исследований, посвященных прагмалингвистическому анализу рекламы, изучению социолингвистических и экспрессивных особенностей рекламных текстов.

Использованные источники и литература

1. Евстафьев В. А. Журналистика и реклама: основы взаимодействия (опыт теоретического исследования). – М., 2001
2. Кара-Мурза Е. С. «Дивный новый мир» российской рекламы: социокультурные, стилистические и культурноречевые аспекты //Словарь и культура русской речи: К 100-летию С. И.Ожегова. – М., 2001
3. Кохтев Н. Н. Стилистика рекламы. – М., 1995
4. Краткий словарь когнитивных термов /Под общ. ред. Кубряковой Е.С. – М.: Изд-во МГУ, 1997
5. Лейчик В. М., Бесекирска Л. Терминоведение: предмет, методы, структура. – М., 1996
6. Лейчик В. М. Пиар и не только //Рекламный мир. – М. – 2002. – Февраль.
7. Почепцов Г. Теория и практика коммуникации. – М., 1998
8. Рекламный текст: семиотика и лингвистика /Под ред. Пироговой Ю. К., Паршина П. Б. – М., 2000
9. Речевая коммуникация в современном обществе /Под общ. ред. Минаевой Л. В. – М., 2002
10. Рождественский Ю. В. Проблемы влиятельности и эффективности средств массовой коммуникации. Роль языка в средствах массовой информации. – М., 1986
11. Розенталь Д. Э., Кохтев Н. Н. Язык рекламных текстов. М., 1981

12. Сусов И. П. Деятельность, сознание, дискурс и языковая система // Языковое общение // Процессы и единицы. Калинин, 1998.
13. Халатян А. Г. Национально-культурные компоненты в языке современной рекламы. АКД. – М., 1997.
14. McLuhan M. Understanding Media. NY, McGraw Hill, 1964.
15. Vesterdaard T., Schroder K. The Language of Advertising. Blackwell Publishers Ltd., 1985.
16. Dyer G. Advertising as Communication. Routledge, London, 1982.
17. Firth J. R. On Sociolinguistics. – In: Language in Culture and Society. The Hague, 1964.
18. Goddard A. The Language of Advertising. London, 1998.
19. O'Sullivan T. et al. Key Concepts in Communication and Cultural Studies. Routledge (2nd ed.), London, 1994.
20. Печурп <http://www.repiev.ru/articles>.

Куварова Е. К.
ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ ПИСЕМ М. А. БУЛГАКОВА

Любой текст возникает и функционирует в определенном культурном пространстве, будучи связан разнообразными отношениями со множеством артефактов, в том числе других текстов, принадлежащих к тому же пространству. Эти связи и отношения реализуются в категории интертекстуальности, которая определяется в лингвистике как «включение в текст различного рода прототекстов... либо их фрагментов в виде маркированных или немаркированных цитат, аллюзий, реминисценций, которые образуют с авторским текстом специфическое смысловое единство» [6, с. 47]. Термин «интертекстуальность» вошел в понятийно-терминологический аппарат лингвистики благодаря работам Р. Барта, Ю. Кристевой и продуктивно используется, прежде всего, при анализе художественных произведений (О. Н. Гришкова, С. Л. Жовнерик, В. В. Кузьмич, В. А. Редькин, Л. Н. Тючкалова и др.). Прототекст, или прецедентный текст, является объектом исследования ряда ученых: Д. В. Багаевой, В. А. Вуколовой, Д. Б. Гудкова, И. В. Захаренко, В. В. Красных, И. М. Михалевой, Ю. А. Сорокина, А. Е. Супруна – и рассматривается в разных аспектах, в частности лингво-когнитивном, поскольку адекватность интерпретации текста, полнота его понимания, возможности синтеза смысла, который формируется в результате взаимодействия текста и прототекста, зависят от когнитивных характеристик языковой личности реципиента.

По определению Ю. Н. Караулова, прецедентные тексты – это тексты: «(1) значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях; (2) имеющие сверхличностный характер, т. е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, (3) обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [2, с. 216]. Ученый называет основные способы актуализации прецедентного текста: заглавие, цитата, имя персонажа или имя автора [2, с. 218]. А. Е. Супрун применительно к таким отсылкам в составе более позднего текста к ранее произведенным текстам использует термин «текстовые реминисценции». В их состав он включает «цитаты (от целых фрагментов до отдельных словосочетаний) «крылатые слова», отдельные определенным образом окрашенные слова, включая индивидуальные неологизмы, имена персонажей, названия произведений, имена их авторов, особые коннотации слов и выражений, прямые или косвенные напоминания о ситуациях» [7, с. 17].

Ю. Н. Караулов отмечает, что прецедентный текст может трансформироваться в иной вид искусства. Учитывая известную широкую трактовку термина «текст», предложенную Ю. М. Лотманом, который считал, что «искусство может быть описано как некоторый вторичный язык, а произведение искусства – как текст на этом языке» [5, с. 22], можно говорить о произведениях, созданных средствами живописи, скульптуры, музыки и т. п., как о фактах, которые тоже могут становиться прецедентными для определенного коллектива людей. Российские ученые В. В. Красных, Д. Б. Гудков, И. В. Захаренко, Д. В. Багаева предлагают для них термин «прецедентные феномены», распространяя на них приведенное выше определение Ю. Н. Караулова [4, с. 64].

Целью данного исследования было проанализировать характер реализации категории интертекстуальности в частной переписке М. А. Булгакова, выяснить состав прецедентных текстов, способы отсылки к ним, функции текстовых реминисценций, их значение для описания языковой личности писателя. Материалом исследования послужили опубликованные письма 1920-х-1930-х гг. [1]. Мы не включаем в круг прецедентных текстов художественные произведения самого М. А. Булгакова, хотя они многократно упоминаются и комментируются в его переписке, поскольку в этом случае имеет место особая прагматическая ситуация: отношение мастера к творению своих рук, которое иногда еще даже не окончено, в силу чего не может быть прецедентным для сколько-нибудь широкого круга современников писателя. В качестве исключения из этого правила, на наш взгляд, могут рассматриваться те случаи, когда герои булгаковских произведений, подобно Татьяне у А. С. Пушкина, начинают жить своей особой, независимой от воли автора жизнью, обретая свою логику поступков и даже вмешиваясь порой (по крайней мере, в воображении автора) в жизнь самого писателя и его близких. Это происходит с персонажами ранних произведений М. Булгакова, которых он называет в письме В. В. Вересаеву: «Я вспомнил фамилии! Это – **А. Турбин, Кальсонер, Рокк и Хлудов** (из «Бега»). Вот они, мои враги! Недаром во время бессонниц приходят они ко мне и говорят со мной: «Ты нас породил, а мы тебе все пути преградим. Лежи, фантаст, с загражденными устами» [с. 315]; а позднее – с героями «Мастера и Маргариты», которые не раз упоминаются в письмах, адресованных Е. С. Булгаковой: «Хорошо бы было, если б **Воланд** залетел в Барвиху!» [с. 619]; «Это **Коровьев** или **кот** подиутили над тобой. Это **регентовская работа!**» [с. 622]; «Сознайся, что ты получила составление телеграммы **Коту Бегемоту!** Он и устроил голололомку – «здорова!» [с. 648].

К числу авторов, которые упоминаются в письмах М. Булгакова, относятся М. В. Ломоносов, А. Н. Радищев, А. С. Пушкин, Н. В. Гоголь, И. А. Гончаров, А. Н. Апухтин, А. Н. Островский, М. Е. Салтыков-Щедрин, Л. Н. Толстой, Д. В. Григорович, А. И. Куприн, И. А. Бунин, Н. Д. Телешов, В. В. Вересаев, В. Шекспир, Вебстер, М. Сервантес, Ж.-Б. Мольер, Э.-Т.-А. Гофман, Ч. Диккенс. Чаще всего, в силу того, что почти все эти имена входят в круг прецедентных для представителей русской культуры, современников и адресатов М. Булгакова, знаковую функцию выполняет только фамилия (*Пушкин, Радищев*), реже – имя и фамилия (*Жан-Батист Поклен де Мольер, Михаил Сервантес*); в официальном письме, адресованном правительству СССР, – инициалы и фамилия (*М. Е. Салтыков-Щедрин*); в письме близкому другу и первому биографу П. С. Попову, где Булгаков в

шутливым тоне жалуется на плохое качество бумаги, Ломоносов назван по имени и отчеству, как добрый знакомый, – *Михаил Васильевич*. К другим типам номинаций относятся конструкция с именем собственным в позиции приложения (*мой учитель М. Е. Салтыков-Щедрин, современник Шекспира Вебстер*), стержневой компонент которой обозначает место писателя либо по отношению к автору письма, либо в пространственно-временной перспективе; конструкция 'имя собственное + определение' (*мой Мольер, незабвенный Гончаров*), субстантивные конструкции с определением – дериватом от имени собственного (*чеховская переписка, щедринский туман*). В письмах встречаются также перифрастические сочетания, понимание которых базируется на фоновых знаниях, общих для представителей русской культуры (*командор нашего русского ордена писателей [Пушкин], царь испанских писателей [Сервантес]*) или на периферийных элементах индивидуальных когнитивных систем [термин С. И. Комаровой, 3, с. 42] автора и реципиента (*гениальный дед Анны Ильиничны*). В последнем случае речь идет о Л. Н. Толстом, который приходился дедом жене адресата письма – П. С. Попова.

В круг текстовых реминисценций булгаковских писем входят названия художественных произведений: *«Война и мир», «Мертвые души», «Гроза», «Фрегат «Паллада»», «Дон-Кихот», «Анна [Каренина]»* (о МХАТовском спектакле), *«Виндзорские [проказницы]», «Записки врача»* В.В.Вересаева, *«Архив графини Д.»*, *«Павлик Дольский»* А. Н. Апухтина. То, что в этом перечне только проза и драматургические произведения, по-видимому, объясняется личными пристрастиями Булгакова, который признавался в одном из писем: «С детства я терпеть не мог стихов (не о Пушкине говорю, Пушкин – не стихи!)» [с.338]. А. Н. Апухтина, известного прежде всего как поэт, М. Булгаков также ценил за его прозаические произведения.

Характеризуя обстоятельства, в которых он находится, М. Булгаков обращается к цитированию прецедентных текстов, например «Божественной комедии» Данте: *«Я не мальчик и понимаю слово – «враг». В моем положении это – **lasciate ogni speranza**»* [с. 314]. Он прибегает также к неточному цитированию с указанием автора текста-источника: «Мечтания: Рим, балкон, как у Гоголя сказано – пинны, розы... рукопись... диктую Елене Сергеевне...» [с. 453]. Способ адаптировать чужие слова к описываемой ситуации – перифразированная цитата, в которой Булгаков актуализирует измененные компоненты, выделяя их графически: *«И я бы на месте Михаила Васильевича в том же письме к генералу-поручику И.И.Шувалову воспел вместе со стеклом за компанию и письменные принадлежности. **«Не меньше пользы в них, не меньше в них красы!»** А мне, ох, как нужны они!»* [с. 321].

Описание текущих событий своей жизни М. Булгаков сопровождает литературными реминисценциями, которые служат яркой характеристикой ситуации и ставят ее в перспективу, демонстрирующую особенность мировосприятия писателя, который мыслил все происходящее с ним в контексте европейской историко-литературной традиции: *«Первым желанием было ухватить кого-то за горло, вступить в какой-то бой. Потом наступило просветление. Понял, что хватать некого и неизвестно за что и почему. Бои с ветряными мельницами происходили в Испании, как Вам известно, задолго до нашего времени»* [с.332]; *«Когда сто лет назад командора нашего русского ордена писателей пристрелили, на теле его нашли тяжкую pistolетную рану. Когда через сто лет будут раздевать одного из потомков перед отправкой в дальний путь, найдут несколько шрамов от финских ножей. И все на спине. Меняется оружие!»* [с.334]. Сюжетные и исторические аналогии здесь заменяют прямые оценки. М. Булгаков прибегает к таким сопоставлениям, чтобы открыть адресату суть происходящего, объяснить мотивы собственных поступков. Антитеза *тяжкая pistolетная рана – шрамы от финских ножей на спине* метафорически описывает различия в тех способах, которыми уничтожался талант в XIX и XX веках. Удар в спину – так расценивал М.Булгаков критические статьи и рецензии, авторы которых, часто под прикрытием псевдонима, обьявляли его антисоветским писателем, лишая тем самым возможности публикации или сценической постановки произведений.

В эпистолярных текстах М.Булгакова упоминаются персонажи литературных произведений: *Агасфер, прекрасная Елена, Дон-Кихот, Санчо, Чичиков, Манилов, капитан Копейкин, гоголевский каретник, Елизавет Воробей, Черный Монах*. Писатель использует прецедентные имена в перифрастических номинациях реальных людей, по отношению к себе или к адресату: *«Люся прозвала меня капитаном Копейкиным. Оцени эту остроту, полагаю, что она первокласна»* [с. 441]; *«Дорогая Люси, она же очаровательная прекрасная Елена, твои письма и открытки получены»* [с. 632]. На такой номинации основана языковая игра в письмах, адресованных Е. И. Замятину, которого, после его эмиграции, М.Булгаков называет Агасфером (герой средневековых преданий, осужденный на вечные скитания), а далее обращается к версификации и, образуя от мифонима фамилию, пишет о жене Замятина: *«Она может петь куплет: **Вот удачная афера, Вышла я за Агасфера – Итак, семейству Агасферовых привет!**»* [с. 324]. Писатель обращается и к такому способу языковой игры, как стилизация. Так, в период работы над инсценировкой романа Сервантеса «Дон-Кихот» в письмах, адресованных Е. С. Булгаковой, появляются вкрапления на испанском языке, которые сам автор иронически комментирует: *«Вот и я тебя спрашиваю: **Sabe, Ud, el castellano?** Воображаю, как хохотал бы Сервантес, если бы прочел мое испанское послание к тебе!»* [с. 645]. А для Елены Сергеевны он изобретает шутливое прозвище в романском стиле – *Шампольон Младший*.

Номинации литературных персонажей выполняют экспрессивно-характеризующую функцию по отношению к реальному лицу или ситуации, будучи употреблены в сравнительном обороте: *«Он здоров, как гоголевский каретник, и в Барвихе изнывает от праздности...»* [с.619] – или в развернутом сопоставлении: *«Об Елене Сергеевне даже и бумажки никакой не было. Очевидно, баба, Елизавет Воробей! О ней нечего и разговаривать!»* [с. 454]. Прецедентные имена употребляются Булгаковым как в ходе обсуждения реальных проблем сценического воплощения литературных произведений, так и в полумистических контекстах, соединяющих вымысел и реальность, между которыми существует весьма зыбкая грань: *«Совсем недавно один близкий мне человек утешил меня предсказанием, что когда я вскоре буду умирать и позову, то никто не придет ко мне, кроме **Черного Монаха**. Представьте, какое совпадение. Еще до этого предсказания засел у меня в голове этот рассказ»* [с. 337]. Описывая творческий процесс, писатель неоднократно использует метонимический перенос: имя персонажа → художественный образ или имя персонажа → рукопись: *«В голове*

совершеннейший салат оливье: тут уже **Чичиков** лезет, а тут эта комедия» [с. 413]; «Ох, много у меня работы! Но в голове бродит моя **Маргарита**, и кот, и полеты...» [с. 440]; «Пью чай с чудесным вареньем, правлю **Санчо**, чтобы блестел.» [с. 644].

В своих письмах М. Булгаков обращается не только к текстовым, но и к другим прецедентным феноменам, – как правило, в связи с теми творческими задачами, которые он в это время решает. Так, письма к М. Рейнгардт, переведившей пьесы М. Булгакова на французский язык, содержат авторские комментарии к пьесе «Зойкина квартира», включающие описание музыкального фона действия: «В этот момент из музыкального шума за окнами отчетливо начинают слышаться голоса мужчины и женщины, которые сладко поют из «Травиаты»: «Покинем край, где мы так страдали...»» [с. 466]. В период работы над романом о Мольере в письмах неоднократно возникает памятник Мольеру: М. Булгаков обращался к брату, жившему в Париже, с просьбой описать его вид. В эпистолярные тексты проникает стихия фантастического и иррационального, которая присутствует в большинстве булгаковских художественных произведений, и становится возможным диалог с писателями, жившими веком раньше, и оживает памятник Н. В. Гоголю работы Н. А. Андреева: «Кончилось тем, что ко мне ночью вбежал хорошо знакомый человек с острым носом, с большими сумасшедшими глазами. Воскликнул: «Что это значит?!» – А это значит, – ответил я, – что горожане и преимущественно литераторы играют IX-ую главу твоего романа, которую я в твою честь, о великий учитель, инсценировал. Ты же сам сказал: «в голове кутерьма, суетолока, сбивчивость, неопрятность в мыслях...» Укрой меня своей чугуной шинелью! И он укрыв меня...» [с. 328].

Таким образом, эпистолярные тексты М. Булгакова демонстрируют разнообразные проявления интертекстуальных связей с произведениями художественной литературы и другими прецедентными феноменами. Характер этих связей определяется, во-первых, литературными предпочтениями автора, который считал себя наследником традиций Н. В. Гоголя и М. Е. Салтыкова-Щедрина, во-вторых, его профессиональными интересами: во время работы над инсценировкой «Мертвых душ» или «Дон-Кихота» текстовые реминисценции регулярно отсылают адресатов писем к этим произведениям. Текстовые реминисценции в письмах М. Булгакова служат для описания людей или жизненных ситуаций и выполняют экспрессивно-характеризующую функцию. В них проявляются такие свойства языковой личности писателя, как склонность к языковой игре, использование семантических возможностей языка для соединения реального плана повествования с фантастическим. Перспективы данного исследования связаны с созданием целостного описания языковой личности М. Булгакова и характера ее выражения в текстах разных типов.

Источники и литература

1. Булгаков М. А. Собрание сочинений: В 8 т. Т. 8: Жизнеописание в документах. – СПб.: Азбука-классика, 2002. – 736 с. Далее письма М. А. Булгакова цитируются по данному изданию с указанием только страницы.
2. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 264 с.
3. Комарова С. И. Перифраза как средство организации смыслового компонента эпистолярного текста // Семантика и грамматика в речевой коммуникации: Сб. науч. тр. – Днепропетровск: Изд-во ДГУ, 1991. – С. 41-47.
4. Красных В. В., Гудков Д. Б., Захаренко И. В., Багаева Д. В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации // Вестник Московского ун-та: Серия 9. Филология. – 1997. – № 3. – С. 62-75.
5. Лотман Ю. М. Об искусстве. – С.-Петербург: Искусство. – СПбб, 1998. – 704 с.
6. Столярова Л. П., Пристайко Т. С., Попко Л. П. Базовый словарь лингвистических терминов. – К.: Изд-во ГАРККИ, 2003. – 192 с.
7. Супрун А. Е. Текстовые реминисценции как языковое явление // Вопросы языкознания. – 1995. – № 6. – С. 17-29.

Кузнецов О. А.

СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЗИЯНИЙ В РУССКОЙ РЕЧИ

В русском языке не так редки сочетания двух или нескольких гласных в пределах слова или на стыке слов. Такие вокалические сочетания называют *зияниями*, или *хиатусами*. Главным образом они обнаруживаются на морфемных стыках и на стыках двух слов. Внутри морфемы зияния свойственны заимствованным словам, но возможны и в исконно русских. В [6] приводятся следующие примеры русских слов, содержащих зияния внутри морфемы: *ау́Укать*, *пау́Ук*, *паути́Уна*, *тиу́Ун*, *тиу́Унский*. Большой поток заимствований делает зияния все более распространенными в русском языке. Однако поведение гласных в таких сочетаниях зачастую отличается от «стандартного» поведения гласных в русском слове, что заставляет признать зияние особой фонетической позицией. В связи с этим возникает необходимость детального описания функционирования гласных в зиянии. До недавнего времени этой проблеме не уделялось должного внимания при описании фонетики литературного языка. В исследованиях последних лет затрагивались некоторые аспекты реализации зияний в русской речи. В данной статье будет продолжено описание реализации зияний в речи. Здесь нам хотелось бы перечислить и проанализировать основные способы реализации зияний, определить условия, которые диктуют ту или иную реализацию вокалических сочетаний, привести характерные примеры из русской речи.

В лингвистической литературе можно найти разные определения зияния. В [1, с. 509] под зиянием понимается «свободный проход воздуха, остающийся между артикуляциями двух и более непосредственно следующих друг за другом гетеросиллабических гласных внутри слова (внутреннее зияние <...>) или на стыке слов (внешнее зияние <...>)». В [9, с. 111] зияние определяется как «встреча двух гласных элементов, при последовательном произнесении которых рот остается открытым (лат. *hiatus*)». Дальше следует замечание: «Нормальное зияние двух смежных звуков совпадает со слогоразделом; в определенных случаях зияние уничтожается <...>». Нетрудно заметить, что эти определения не покрывают всего разнообразия реализаций сочетаний «гласный + гласный» в речи. Например, при стяжении в слове как раз и нет зияния в выше-означенном смысле, и это слово, таким образом, невольно выходит за рамки проблемы. Во избежание этого здесь под зиянием понимается сочетание двух и более рядом стоящих букв, обозначающих гласные фонемы, внутри слова или на стыке слов. Это позволяет включить в рамки проблемы зияния все интересующие нас слова независимо от их реального воплощения в речи.