



УДК 811.111'42  
ББК 81.432.1-51

## ЛИНГВОСЕМИОТИКА ДИСКУРСА ЛАНДШАФТНОГО ДИЗАЙНА

Джумагалиева Алия Сатвалдовна

Аспирант кафедры профессиональной иноязычной коммуникации  
Волгоградского государственного университета  
asdzhumagalieva@mail.ru, pic@volsu.ru  
Проспект Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье охарактеризованы вербальные и невербальные знаки в лингвосемиотическом пространстве дискурса ландшафтного дизайна – важного элемента бытовой и институциональной сфер коммуникации в английской лингвокультуре. Вербальные знаки представлены языковыми единицами номинативных групп «агент дискурса», «объект дискурса», «природные материальные ресурсы», «искусственные материальные ресурсы», «действия агентов»; невербальные знаки представлены колороморфами и топоморфами.

**Ключевые слова:** лингвосемиотика, лингвосемиотическое пространство, дискурс, вербальные знаки, невербальные знаки, английская лингвокультура.

Исследования по лингвосемиотике ведутся многими учеными (см. работы Н.Ф. Алефиренко, Н.Д. Арутюновой, Т.Н. Астафуровой, А.П. Бабушкина, В.И. Карасика, А.В. Оляничка, Ю.С. Степанова, И.Ф. Янушкевич и др.).

Внимание семиотики приковано к человеческой коммуникации, осуществляемой посредством как естественного, так и искусственного языков, социальным и информационным процессам, культуре и искусству. Лингвосемиотика изучает языковые знаки, в которых сконцентрированы результаты человеческой деятельности, а также исследует язык в сравнении и взаимодействии с другими знаковыми системами (поведение человека, социальные явления), при этом язык воспринимается в качестве источника информации о традициях и духовной жизни народа.

В качестве средств лингвосемиотического означивания феноменов реальной действительности выступают разного рода знаки: вербальные, невербальные и смешанные, сложные и простые. Они составляют целост-

ную систему и характеризуют коммуникативную ситуацию.

Дискурс ландшафтного проектирования является интересным в лингвокультурном и языковом плане феноменом, поскольку представляет собой часть повседневной (бытовой) и институциональной сфер общения: в англоязычной культуре большое значение имеет коммуникация, отражающая национальную особенность англичан – страсть к садоводству. Под ландшафтным дизайном мы понимаем проектирование садово-парковых территорий, включающих как частные владения, так и государственную собственность. Неотъемлемой частью дискурса ландшафтного дизайна являются тексты, содержащие практические рекомендации и советы по садовому проектированию<sup>1</sup>, на основании которых рассматривается лингвосемиотическое пространство изучаемого феномена, включающего вербальные и невербальные знаки.

**Вербальные знаки** представлены словами и словосочетаниями многочисленных номинативных групп. Среди них выделяются

группы, называющие агентов и объектов дискурса, материальные ресурсы (природные и искусственные), а также действия агентов.

**Агенты ландшафтного дизайна сада** обозначены лексическими единицами трех номинативных групп (далее НГ), отражающих прямое или косвенное участие агента в процессе ландшафтного проектирования.

НГ1 «Агенты, выполняющие административную функцию»: *Federal Housing Administration (FHA)* (= United States government agency that insured loans made by banks and other private lenders for home building and home buying); *building department*; *real estate agency*.

НГ2 «Агенты, выполняющие функцию измерительных работ»: *surveyor* (= a person who examines the condition of land and buildings professionally).

НГ3 «Агенты, выполняющие организующую функцию»: *designer* (= a person who devises or executes designs, especially one who creates forms, structures, and patterns, as for works of art or machines); *gardener* (= a person who is employed to cultivate or care for a garden, lawn, etc.); *architect* (= a person professionally engaged in the design of certain large constructions other than buildings and the like); *nursery worker* (= a person who grows, prunes, waters, and fertilizes plants and trees); *landscaper* (= landscape gardener).

**Объекты ландшафтного дизайна сада** выражены языковыми единицами двух номинативных групп.

НГ1 «Объекты разной социальной значимости»:

– объекты королевской семьи: *Royal park* (= land originally owned by the monarchy of the United Kingdom for the recreation (mostly hunting) of the royal family);

– объекты государственной собственности: *leisure center* (= a large public building with many different sports and exercise facilities); *national park* (= an area of countryside, or occasionally sea or fresh water, protected by the state for the enjoyment of the general public or the preservation of wildlife);

– объекты личной собственности: *garden* (= a piece of ground adjoining a house, used for growing flowers, fruit, or vegetables); *front yard* (= the portion of land between the street and the front of the house, a type of yard).

НГ2 «Объекты, различающиеся по стилю»:

– сады, именуемые по типу растений: *orangery* (= a building like a large conservatory where orange trees are grown); *orchard* (= a piece of enclosed land planted with fruit trees); *potager* (= a kitchen garden); *vineyard* (= a plantation of grapevines, typically producing grapes used in winemaking); *annual flower garden* (= type of garden where annual flowers are grown); *biennial flower garden* (= type of garden where biennial flowers are grown);

– сады, именуемые по типу культуры: *Chinese garden*, *Dutch garden*, *English landscape garden*, *French formal garden*, *French landscape garden*, *Italian garden*, *Japanese garden*, *Knot garden*, *Korean garden*, *Mughal garden*, *Native garden*, *Persian garden*, *Roman garden*, *Spanish garden*, *Terrarium*, *trial garden*, *tropical garden*, *water garden*, *wild garden*, *Xeriscaping*, *Zen garden*, etc.;

– сады, именуемые по преобладающей цветовой гамме: *polychromatic garden*, *monochromatic garden*, *analogous garden*, *complementary color garden*, *mixed (clashing) color garden*, etc.

**Природные материальные ресурсы (элементы)** ландшафтного дизайна в лингво-семиотическом пространстве англоязычной лингвокультуры представлены лексемами, объединенными в следующие номинативные группы.

НГ1 «Климатические зоны и типы почв»:

– климатические зоны (*climate zone* = gardeners rely on them to know which plants they can grow): *polar landscape zone*, *temperate landscape zone*, *drought landscape zone*, *subtropical landscape zone*, *tropical landscape zone*;

– типы почв (*soil* = the upper layer of earth in which plants grow): *loamy soil*, *peat swamp soil*, *alkaline soil*, *acid soil*, *alkali soil*, *lime soil* etc., *neutral soil*, *clay soil*, *limestone soil*, *rocky soil*, *chernosem soil*, *sandy soil*, *podzolic soil*.

НГ2 «Природные строительные материалы»: *rock* (= the solid mineral material); *granite* (= a very hard, granular, crystalline, igneous rock often used as a building stone); *stone* (= hard solid non-metallic mineral matter used as a building material); *gravel* (= a mixture of gravel

with coarse sand, used for paths and roads); *timber* (= wood prepared for use in building and carpentry); *reed* (= a tall straight stalk of a reed plant, used especially as a material in making thatch or household items).

НГ3 «Природные элементы»: *water* (= colourless, transparent, odourless, liquid which forms the seas, lakes, rivers, and rain and is the basis of the fluids of living organisms); *air* (= the invisible gaseous substance surrounding the earth); *plant* (= a living organism of the kind exemplified by trees, shrubs, herbs, grasses, ferns, and mosses).

**Искусственные материальные ресурсы (элементы)** представлены большим количеством номинативных групп.

НГ1 «Искусственные строительные материалы»: *fiberglass*, *aluminum*, *plastic*, *brick*, *veneer*, *gypsum*.

НГ2 «Инструменты»: *tape measure* (= a length of tape or thin flexible metal, marked at graded intervals for measuring); *T-square* (= a T-shaped instrument for drawing or testing right angles); *tracing paper* (= transparent paper used for tracing maps, drawings, or designs); *drawing board* (= a large flat board for artists or designers to work on); *shovel* (= a tool resembling a spade with a broad blade and typically upturned sides, used for moving coal, earth, snow, or other material); *wheelbarrow* (= a small cart used typically for carrying loads in building work or gardening); *trowel* (= small handheld tool with a curved scoop for lifting plants or earth).

НГ3 «Освещение»: *post lights* (= lights that illuminate walks and drives); *step lights* (= lights that prevent stumbles); *floodlights* (= lights that mount on poles, in trees, or high on house sides and back); *in-ground lights* (= lights that placed below plants, can erase burglar-hiding shadows).

НГ4 «Дорожки, тропинки»: *path* (= a way or track laid down for walking or made by continual treading); *walkway* (= a passage or path for walking along, especially a raised passageway connecting different sections of a building or a wide path in a park or garden); *driveway* (= a road, especially a private one, leading from a street or other thoroughfare to a building, house, garage).

НГ5 «Водные сооружения»: *fountain* (= an ornamental structure in a pool or lake from which one or more jets of water are pumped into the air); *waterfall* (= a cascade of water falling

from a height, formed when a river or stream flows over a precipice or steep incline); *pond* (= a small body of still water formed naturally or by artificial means); *stream* (= a small, narrow river).

НГ6 «Садовые конструкции»: *arch* (= a curved symmetrical structure spanning an opening and typically supporting the weight of a bridge, roof, or wall above it); *arcade* (= a covered passage with arches along one or both sides); *pavilion* (= a building at a cricket ground or other sports ground, used for changing and taking refreshments); *gazebo* (= a small building, especially one in the garden of a house, that gives a wide view of the surrounding area); *trellis* (= a framework of light wooden or metal bars used as a support for fruit trees or creepers, typically fastened against a wall); *arbor* (= an axle or spindle on which something revolves).

НГ7 «Зоны отдыха»: *patio*, *back yard*, *front yard*, *play area*; *outdoor kitchen*, *outdoor living room*, *secluded spots*.

НГ8 «Произведения искусства»: *sculpture*, *stone statue*, *stone vase*, *wooden statues*, *adornment*, *furnishings*, *drawings*.

**Действия агентов ландшафтного дизайнера** характеризуют поэтапное планирование деятельности дизайнером и представлены единицами следующих номинативных групп.

НГ1 «Измерительные работы»: *measure* (= to ascertain the size, amount, or degree of (something) by using an instrument or device marked in standard units); *mark* (= to indicate the position of a particular section or area); *lay out* (= to construct or arrange buildings or gardens according to a plan); *sketch* (= to make a rough drawing); *plan* (= design or make a plan of (something to be made or built)).

НГ2 «Земляные работы»: *dig* (= to break up and move earth with a tool or machine, or with hands, paws, snout); *excavate* (= to make (a hole or channel) by digging); *drain* (= to cause the water or other liquid in (something) to run out, leaving it empty or dry).

НГ3 «Разбивка сада, установка элементов ландшафтного дизайнера»: *design* (= to decide upon the look and functioning of (a building, garment, or other object), by making a detailed drawing); *plant* (= to put (a seed, bulb, or plant) in the ground so that it can grow); *mow* (= to cut down grass with a machine); *install* (= to place or fix (equipment or machinery) in position

ready for use); *fix* (= to fasten (something) securely in a particular place or position).

К **невербальным** относятся колороморфные и топоморфные знаки.

Колороморфные знаки – неотъемлемая составляющая лингвосемиотического пространства ландшафтного дизайна. Символическим для англичан является красный цвет: алая роза – цветочный символ страны, ярко-красный цвет – символ вошедшей в историю своей надежностью и быстротой королевской почты (*Royal mail*), а туристов неизменно впечатляют ослепительно яркие двухэтажные автобусы (*red double-decker*) и представительная форма гвардейцев, охраняющих вход в Букингемский дворец (*a full dress uniform of red tunics, black trousers, and bearskins*). Это объясняет тот факт, что садоводы и ландшафтные дизайнеры страны придают особое значение красному цвету.

Помимо достижения зрительного эффекта, красный цвет выполняет ещё одну немаловажную функцию. Поскольку в Англии, как и в других странах, существует обычай расстилать красную ковровую дорожку перед важными гостями, в саду ее функцию выполняет дорожка из декоративных растений различных оттенков красного или же монохромной алой гаммы.

Англичане по праву считают зеленый господствующим цветом в садово-парковом дизайне, имея в виду, скорее, траву и листья, а не цветочные композиции. Известное выражение *green fingers* (= considerable talent or ability to grow plants) позволяет англичанам с гордостью демонстрировать свои таланты ландшафтных дизайнеров [4].

Колороморф «белый» стал особенно популярным после создания известного Белого сада (*White garden*), где все цветы и кустарники – белого цвета. Белый сад является единственным монохромным садом, известным в Англии.

В англоязычной культуре фиолетовый цвет вызывает прежде всего ассоциации с королевской семьей и атрибутами королевской одежды (мантия, богатая ткань, накидка). А.П. Василевич отмечает, что монарх в Европе – объект уважения и любви. Безусловно, внеязыковая коннотация этого цвета сохраняется в английской культуре (мантии еписко-

пов и уважаемых докторов Оксфордского университета пурпурного цвета), что объясняет использование в дизайне английского сада фиалок, колокольчиков и крокусов. К тому же выражение *be born in purple* (= of royal or exalted birth) подчеркивает целесообразность и значение использования цветов фиолетового оттенка (см. об этом: [1]).

Топоморфные знаки представляют собой текстовый образ социокультурного пространства, сотворенного и организованного человеком [2]. В лингвосемиотическом пространстве ландшафтного дизайна можно обнаружить следующие топоморфы: *estate* (= a housing development); *castle* (= a large fortified building or group of buildings with thick walls, usually dominating the surrounding country); *country house* (= a residence in the country, especially a mansion or other large dwelling on a country estate); *arboretum* (= a place where an extensive variety of woody plants are cultivated for scientific, educational, and ornamental purposes).

Топоморфами также являются места, неразрывно ассоциирующиеся с памятниками ландшафтного дизайна: *Chiswick House*, *Rousham House*, *Stowe House*, *Stourhead*, *Sissinghurst*. Функциональная обусловленность такого рода поместий и имений делает их семиотически значимыми, поскольку их мысленный образ фиксируется сознанием в качестве знака определенного события [3], что позволяет считать топоморфы важным элементом семиотического пространства ландшафтного дизайна.

Итак, разнообразно представленные вербальные и невербальные знаки формируют лингвосемиотическое пространство ландшафтного дискурса, являющегося неотъемлемой частью жизни и культуры англичан в бытовой и институциональной сферах коммуникации.

#### ПРИМЕЧАНИЕ

<sup>1</sup> Источниками для отбора материала послужили следующие издания: Lowe's Complete Landscaping. Ideas Plans & Plants How-To / ed. Michael MacCaskey. Oxmoor House, Incorporated, 2008. 432 p. ; Step-by-Step Landscaping Better Homes & Gardens / Michael McKinley. Meredith Corporation, Des Moines, Iowa,

2007. 407 p. ; Russell N. E. Outdoor Entertaining Idea Book. Newton : The Tauton Press Inc., 2009. 202 p. ; Better Homes and Gardens. Ideas and How-To Garden Structures / Michael McKinley. Meredith Corporation, Des Moines, Iowa, 2007. 234 p.

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Василевич, А. П. Исследование лексики в психолингвистическом эксперименте / А. П. Василевич. – М. : Наука, 1987. – 139 с.
2. Митягина, В. А. Семиотика коммуникации как дискурсивная онтология / В. А. Митягина

// Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2006. – № 5. – С. 100–104.

3. Мишенькина, Е. В. Национально-культурная специфика концепта «цвет» у русских и англичан / Е. В. Мишенькина // Ярославский педагогический вестник. – 2011. – № 1, т. I (Гуманитарные науки). – Электрон. журн. – Режим доступа: [http://vestnik.yspu.org/releases/2011\\_1g/67.pdf](http://vestnik.yspu.org/releases/2011_1g/67.pdf). – Загл. с экрана.
4. Шейгал, Е. И. Невербальные знаки политического дискурса / Е. И. Шейгал // Основное высшее и дополнительное образование : сб. науч. тр. – Волгоград : Политехник, 2001. – Вып. 1. – С. 157–161.

## **LINGUOSEMIOTICS OF THE LANDSCAPE DESIGN DISCOURSE**

**Dzhumagalieva Aliya Satvaldovna**

Postgraduate Student, Foreign Languages for Specific Purposes Department,  
Volograd State University  
[asdzhumagalieva@mail.ru](mailto:asdzhumagalieva@mail.ru), [pic@volsu.ru](mailto:pic@volsu.ru)  
Prospect Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

**Abstract.** The article characterizes verbal and non-verbal signs in linguosemiotic space of landscape design discourse, an important part of social and institutional spheres of communication in English linguoculture. Verbal signs are represented by language units of nominal groups “discourse agent”, “discourse object”, “natural material resources”, “artificial material resources”, “agent’s actions”; non-verbal signs are represented by coloromorphic and topomorphic signs.

**Key words:** linguosemiotics, linguosemiotic space, landscape design discourse, verbal signs, non-verbal signs, English linguoculture.