

А.С. Котлова

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА МЕТАФОРЫ
В ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Посвящено проблемам перевода политической метафоры, встречающейся в военно-политическом дискурсе. Даны понятие политического дискурса и определение метафоры. Подробно описываются особенности метафор как языкового феномена и приводится характеристика функционирования метафоры в политическом дискурсе. Также объясняется, каким образом метафора оказывает влияние на потенциальную аудиторию текстов политического дискурса в условиях ведения информационной войны. На примерах политической метафоры анализируются возможности ее интерпретации и исследуется ее характер в конкретных ситуациях. Изучаются семантика и образность метафор в оригинале и переводе на русский язык. Делается вывод, что употребление метафоры в текстах военно-политического дискурса представляет собой важное средство формирования общественного мнения, в связи с чем перевод метафор с английского на русский язык в таких текстах должен подчиняться определенным правилам, для того чтобы не исказить изначальный посыл автора текста.

Ключевые слова: политическая метафора, военно-политический дискурс, глобальная информационная война, перевод, средства массовой информации, понятийная сфера.

A.S. Kotlova

RELEVANCE OF METAPHOR INTERPRETATION PROBLEM
IN MILITARY AND POLITICAL DISCOURSE

Dedicated to the problems of translation of a political metaphor found in military-political discourse. The concept of political discourse and the definition of metaphor are given. The features of metaphors as a linguistic phenomenon are described in detail and the characteristics of the functioning of metaphors in political discourse are given. It also explains how the metaphor influences the potential audience of texts of political discourse in the context of information warfare. On the examples of political metaphor, the possibilities of its interpretation are analyzed and its character is investigated in specific situations. The semantics and imagery of metaphors are studied in the original and translation into Russian. It is concluded that the use of metaphors in the texts of military-political discourse is an important means of forming public opinion, and therefore the translation of metaphors from English into Russian in such texts must obey certain rules in order not to distort the original message of the author of the text.

Keywords: political metaphor, military-political discourse, global information war, translation, mass media, conceptual sphere.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в настоящий период, который характеризуется нарастанием интенсивности информационного давления на потенциальную аудиторию средств массовой информации, анализ особенностей

функционирования метафоры в различных видах дискурса, в том числе и в военно-политическом дискурсе, приобретает особое значение с точки зрения исследования влияния такой метафоры на читателей (зрителей, слушателей).

В 70-е гг. прошлого века произошло вступление науки в постнеоклассический период ее развития. В качестве одной из наиболее характерных особенностей данного периода можно назвать его междисциплинарность, которая заключается в том, что на стыке различных отраслей научного знания имеет место возникновение новых научных направлений, которые, с одной стороны, дают возможность современной науке преодолевать ряд концептуальных и методологических трудностей, а с другой – уводить поиск новых знаний в прагматическую сторону. Языкознание, не будучи в данном случае исключением, уже сформировало широкий спектр дисциплин социально-гуманитарного характера в рамках взаимодействия с такими отраслями научного знания, как культурология, социология, политология, психология, география и др. Результатом этого является то, что на современном этапе развития лингвистики язык не только рассматривается «в самом себе и для себя», но также и изучается в непосредственной взаимосвязи с его практическим использованием в различных сферах человеческой жизни.

Современный период развития лингвистики можно охарактеризовать так: сейчас имеет место повышение интереса к проблематике средств массовой коммуникации и того информационного воздействия, которое они оказывают на аудиторию, причем этот интерес не является случайным. Практически все страны мира в настоящее время охвачены глобализацией и информатизацией, что ведет к «стиранию» границ и разрушению национальных систем информации. Мощные информационные потоки, которые являются на первый взгляд неконтролируемыми, дезорганизующе и разрушительно действуют не только на сознание отдельно взятого человека, но и на общество в целом.

В связи со сказанным совершенно логичным представляется появление и дальнейшее развитие политической лингвистики, под которой принято понимать науку о речевой деятельности, направленную на пропаганду различных идей, а также на эмоциональное воздействие на граждан того или иного государства с целью побуждения их к политическим действиям, нацеленным на выработку общественного согласия, обоснования и принятия социально-политических решений в рамках существования многочисленных точек зрения в социуме. Политический дискурс, таким образом выступая в качестве одного из наиболее значимых массивов информации в массовой коммуникации, занимает центральное место политической лингвистики.

Политический дискурс, будучи одной из разновидностей дискурса, объединяет все те составляющие, которые имеются в сознании адресата и адресанта и которые способны оказывать влияние на особенности порождения и восприятия общественно-политического текста. Среди таких компонентов можно назвать политические предпочтения автора текста, задачи, которые автор ставил перед собой в процессе создания текста, представления автора, касающиеся адресата и политической ситуации, в рамках которой будет существовать этот текст, а также иные тексты, содержание которых учитывают как автор, так и адресат.

Процесс политической коммуникации характеризуется тем, что в его рамках разнообразных данных, сведений, фактов и суждений оказывается настолько много, что рядовой реципиент сталкивается с определенными трудностями в процессе их осмысления, а иногда и с невозможностью такого осмысления. В большинстве случаев реципиент постепенно привыкает верить написанному, не утруждая себя

анализом или хотя бы оценкой предоставляемой ему информации. Неструктурированная же информация, будучи явно избыточной, ведет к тому, что собственная точка зрения реципиента «размывается», что, в свою очередь, ведет к разрушению объективной реальности.

Современные средства массовой информации в процессе освещения событий, происходящих в мире, передают информацию, характер которой может быть назван обобщенным, фактологическим и образно-метафорическим, причем все эти виды информации обладают значительным воздействием на адресата. Что же касается образно-метафорической информации, то ей в политическом дискурсе отводится роль своеобразного катализатора, который направлен на понимание текста, запрограммированное субъектом речи. Метафора в этих условиях, как было отмечено Дж. Лакоффом, «дает возможность понимания достаточно абстрактных или по природе своей неструктурированных сущностей в терминах более конкретных или, по крайней мере, более структурированных сущностей» [3].

Если говорить другими словами, метафоры, будучи значимыми и истинными, фактически представляют собой феномены, посредством которых обеспечивается понимание. Зачастую субъект речи, стараясь навязать свою точку зрения адресату, так или иначе оказывает воздействие на его волю и поведение, и данный случай также не обходится без применения соответствующих метафор. Кроме того, необходимо отметить, что субъект речи в процессе передачи определенной информации, касающейся окружающей действительности, применяет стилистически окрашенные средства языка с целью убеждения, результатом чего является не только более выраженная эмоциональность текста, но и его убедительность.

Метафора, будучи основным языковым средством, обладающим стилистической окраской, служит для формирования ярких и запоминающихся образов, остающихся в сознании реципиента и действующих на него «изнутри». Декодирование метафор требует достаточно значительных интеллектуальных усилий, а когда метафоры повторяются часто, то аудитория их усваивает, что приводит к началу неосознанных изменений ее политических убеждений. С. Кара-Мурза отмечал, что метафора, посредством которой в воображении реципиента формируется красочный образ, «оказывает на сознание чудодейственный эффект, надолго отшибая здравый смысл. Причем чем более парадоксальной является метафора (то есть чем дальше она отстоит от реальности), тем более значительным оказывается ее воздействие» [1].

Вооруженные силы США разработали новую концепцию ведения войн, в соответствии с которой информационное пространство выступает в качестве основного с точки зрения разворачивания разведывательных и военных операций, равно как и их медийного, дипломатического, экономического и технического обеспечения. В рамках этого информационного пространства необходимо получение превосходства над противником, причем такое превосходство следует трактовать значительно шире традиционного, поскольку в него нужно включать вопросы, касающиеся «формирования отрицательного образа жертвы в мировых средствах массовой информации; блокирования любой информации, которая несет военные, репутационные и иные риски для агрессора; возможности максимально оперативной передачи актуальной информации внутри структур, в том числе и той военной составляющей, которая задействована в операции...» [2].

Как в советский, так и в современный период отечественной истории исследованию особенностей подрывной деятельности средств массовой информации стран Запада всегда уделялось повышенное внимание. Даже если не принимать во внимание глобального противостояния капиталистической и социалистической систем во время существования СССР и анализировать только сущность информационного воздействия западных стран в настоящий период времени, то можно говорить о том, что спустя более чем двадцать пять лет механизмы, средства и методы такого воздействия остались практически неизменными. Под основным ударом в процессе информационного воздействия оказывается сфера общественного сознания. Что же касается воздействия на определенную общность людей, то оно, в конце концов, влияет на сознание каждого отдельно взятого члена этого общества. Результатом является то, что сознание индивида оказывается в мире информационных фантомов, которые могут содержать разрушительное начало, приводить к дезинформации или же формировать антисоциальные установки.

Условия глобальной информационной войны ставят перед переводчиком, работающим с иностранными текстами (в данном случае англоязычными), цель объективации всей совокупности концептов с учетом объективной возможности сделать это в конкретном контексте. Однако анализ практической деятельности переводчиков дает возможность говорить о том, что не всегда удается быстро и легко найти языковые единицы языка перевода, посредством которых была бы возможна объективация нужного концепта. В отдельных случаях необходима рекомбинация концептов посредством слияния, расщепления и другого, а отдельные концепты возможно объективировать только посред-

ством словосочетаний или даже целых предложений.

В процессе выбора той или иной стратегии перевода переводчику необходимо помнить о том, что он должен передать коммуникативный эффект, т.е., он не должен забывать о том, что, порождая новый текст, он реализует в первую очередь не собственную внутреннюю программу, а ту, которая была заложена в текст, предназначенный для перевода, его авторами.

Вплоть до настоящего времени проблема, касающаяся интерпретации и передачи в процессе перевода лингвистических метафорических инструментов, формирующих имидж, продолжает оставаться актуальной и малоизученной. Этот факт обусловлен определенными сложностями в описании данного инструмента языка в силу того, что часто отсутствует возможность распознавания истинных целей и мотивов применения данного инструмента, равно как и нет возможности отслеживания особенностей речевого поведения адресанта. Помимо этого, оценка эффективности лингвистических метафорических инструментов возможна только при условии детального анализа военно-политического дискурса, что прямо предполагает владение навыками лингвистического, психологического и предпереводческого анализа текста.

Одной из прагматических целей перевода военно-политического дискурса является передача необходимого воздействия (коммуникативного эффекта) на реципиента. Коммуникативный эффект, будучи воспроизведенным в процессе перевода, должен определяться основной функцией исходного текста.

Ниже представлены различные разновидности переводческих трансформаций, используемые для передачи метафорических моделей английской и русской политической речи, а также отдельные примеры метафор военного характера.

Целью любого осмысленного высказывания является воздействие на реципиента. Эта цель далеко не всегда осознается субъектом речи, однако это не относится к случаям создания публичного письменного текста. Пресса всегда представляет собой орудие воздействия на читателя, т.е. на «общественное мнение». В качестве результатов такого воздействия могут выступать следующие: смех, встревоженность, равнодушие, успокоенность и иные эмоциональные состояния. Если же речь идет о серьезной прессе, т.е. таких изданиях, которые посвящены политике, социологии, экономике, бизнесу, статистике, культуре, то в данном случае направленное воздействие на реципиента, который является одновременно и покупателем, избирателем и так далее с точки зрения формирования его политических пристрастий и покупательского спроса, представляет собой одну из основных целей такого высказывания.

Феномен речевого воздействия представляет собой многообразное явление, поэтому описание тех или иных его аспектов предполагает экспликацию очерченных самим автором ограничений в проблематике. Метафоры в языке средств массовой информации – неотъемлемый и яркий элемент системы технологий речевого воздействия. В настоящем исследовании рассматривается именно язык средств массовой информации, так как метафора и вообще технологии речевого воздействия наиболее применимы и эффективны именно в языке средств массовой информации. Безусловно, пресса и телевидение не являются исключительной сферой применения метафоры. Она функционирует и в бытовых разговорах, и в анекдотах, и в деловой речи, но по количеству одновременных реципиентов того или иного вида речевого воздействия средства массовой информации (особенно телевидение, радио-

и интернет-издания) идут семимильными шагами и оставляют далеко позади любые другие сферы вращения информации.

Технологии речевого воздействия в средствах массовой информации сегодня развиты до такого уровня, что могут реально и существенно влиять на поведение масс, исход выборов, популярность того или иного продукта, политику или политические проекты, публичного деятеля и многое другое.

Среди приемов воздействия на реципиента в средствах массовой информации применяются и другие, часто не менее действенные: публикация статистических данных, относящихся к деятельности того или иного субъекта (политика, политической партии, организации, государства и т.д.); «тенденциозная» (например, выборочная) демонстрация действий субъекта, последствий этой деятельности или реалий, с этой деятельностью тем или иным образом связанных, без словесного комментария (определенным образом подобранные фотографии или видеоряд); изложение предпочтительной точки зрения на тот или иной вопрос (политической или экономической программы, плана действий, группы оценок) и т.д.

Но статистические материалы часто могут быть непонятны без комментария специалиста и трудны для более или менее полного и подробного воспроизведения в дальнейших обсуждениях, где любая точка зрения «вызывает», сверяется с точкой зрения, принятой людьми, чья позиция по той или иной причине релевантна для конкретного читателя, избирателя, покупателя. Комментарий же к публикации статистических данных, подытоживающий их, выражающий чью-то точку зрения, вполне может содержать и часто содержит метафоры, которые, собственно, запоминаются и становятся впоследствии предметом ци-

тирования, воспроизведения, обсуждения, т.е. реальным инструментом воздействия.

Метафора как термин в газетном тексте призвана передавать более точно смысл явлений, подчеркнуть новый и важный нюанс. Она нужна газете для того, чтобы соединить прошлое с будущим, старые теории с новыми. Познание неизвестного возможно только лишь через хорошо знакомое, а адекватное языковое отражение этого нового может случиться при использовании хорошо знакомых слов, помещенных в новые контексты.

В терминообразовании метафора сохраняет одно из своих основных свойств – принцип языковой экономии, исключительно важный в публицистическом стиле. Именно здесь метафора полностью удовлетворяет требованию публицистического текста. В лаконичном высказывании содержится информативно емкое содержание.

Метафора позволяет мгновенно осознать, ухватить мысленно самую сущность статьи, проникнуть в ее содержание. Вот несколько терминов-метафор: *infrared slavery, nuclear democracy, noble metal*. В публицистическом тексте метафоричное выражение гипотетического множества идет с помощью следующих существительных: *army, troop, platoon, crew, crowd, band, gang, choir, chorus, party, swarm, shoal, flock, herd* и т.д. Символами множества существительные могут стать в условиях их семантической транспозиции, ведущей к переходу из конкретных понятий в абстрактные. Такие сдвиги реализуются в определенных лексико-фразеологических формах слова. Кроме значения множества каждое существительное в семантической транспозиции может вносить различные оттенки эмоциональной окраски (например, положительной или отрицательной оценки, иронии, одобрения, неодобрения и др.), которые изменяются в зависимости от кон-

текста. Построение семантической системы языка обязательно требует тщательного изучения стилистических характеристик метафорических единиц в условиях контекста.

На примерах политической метафоры можно проанализировать возможности ее интерпретации и исследовать ее характер в конкретных ситуациях.

В качестве наиболее частотного и детально структурированного в политических текстах можно назвать применение метафоры в контексте президентских выборов или же в контексте освещения наиболее значимых решений, принятых властью. Если говорить о публицистических и даже аналитических текстах изданий США, посвященных политике, то наиболее характерной чертой для них выступает повышенная метафоричность, что отчасти можно объяснить конкурентным характером политической культуры современного американского общества.

В соответствии с семантикой сферы-источника метафорическая война ведется на территории всей страны по заранее разработанной стратегии, ее участники непрерывно сражаются, нападают, атакуют, стреляют и вынуждены противостоять друг другу, в войне участвуют враги и союзники, есть победители и проигравшие, агрессоры и жертвы и т.д. (табл. 1).

Этот вид метафоры включает следующие образы: «Война и виды войн», «Военные действия», «Участники войны», «Оружие и укрепления», «Исход войны и ее последствия», – представляя собой детально-структурированное образование. Военная концептуальная метафора наполнена агрессивным прагматическим потенциалом, реализует смыслы жестокости, враждебности, выявляет антагонистический, бескомпромиссный характер политических решений (табл. 2).

Таблица 1

Примеры метафоры в военно-политическом дискурсе

Исходный язык	Перевод
Mr. Trump's win has emboldened Russia's authoritarian president, Vladimir Putin, a friend to Serbia and Serb nationalists in neighbouring Bosnia, and an <i>implacable enemy</i> of Kosovo's very existence [5, p. 24]	Победа г-на Трампа ободрила властного российского президента Владимира Путина, союзника Сербии и сербских националистов в соседней Боснии, а также непримиримого противника действительного существования Косово
Put bluntly, if Mr. Putin's tanks roll into the Baltics it will not be the Bundeswehr that takes the lead in rolling them back [6, p. 27]	Откровенно говоря, если танки г-на Путина въедут на территорию Балтики, уж точно не Бундесвер будет руководить мерами по их возвращению
The bleak cadence of last month's inauguration was still in the air when Donald Trump lobbed the <i>first Molotov cocktail of policies and executive orders</i> against the capital's brilliant-white porticos [4, p. 7]	Слабые темпы инаугурации в прошлом месяце все еще обсуждались общественностью, когда политика и правительственные распоряжения Дональда Трампа стали первым коктейлем Молотова, запущенным в ослепительно белые портики колонн Капитолия

Таблица 2

Примеры военно-концептуальной метафоры

Исходный язык	Перевод
Quitting the Trans-Pacific Partnership, demanding a renegotiation of NAFTA and a wall with Mexico, overhauling immigration, warming to Brexit-bound Britain and Russia, cooling to the European Union, <i>defending torture, attacking the press</i> : onward he and his people charged, leaving the wreckage of received opinion smouldering in their wake [4, p. 7]	Выход из Транстихоокеанского партнерства, требование повести переговоры по пересмотру НАФТА и строительство стены на границе с Мексикой, перестраивание миграционной политики, потепление отношений с Великобританией, увязшей в проблемах брексита, и Россией, отдаление от Европейского союза, оправдание применения пыток, нападки на прессу: он [г-н Трамп] и его люди продолжили атаковать, оставляя после себя медленно тлеющие руины общественного мнения...
Countless treaties and conventions would be undermined [Ibid.]	Бесчисленные договоры и конвенции были бы подорваны

Метафорическая модель «международные отношения – это театр» включает значительное количество употреблений слов в метафорическом смысле. Необходимо отметить, что широкое распространение «театральной» метафоры в настоящий период времени связывается главным образом с развитием средств массовой информации. Исследователи полагают, что театрализация событий на международной политической арене достигла максимально завершённой и гипертрофированной формы.

В соответствии с тематикой исходной понятийной сферы субъекты политических отношений выступают на театраль-

ных подмостках, исполняя различные роли, написанные специально для них. У политического шоу, как и у любого другого, имеются собственные сценаристы, режиссеры и постановщики, равно как и собственная публика, которая следит из зала за тем, как развиваются события. В отдельных случаях театральная метафорика трансформируется в метафору кино, цирка или иных видов зрелищного искусства. Данная метафора представлена такими тематическими образами, как «Виды и элементы зрелищных представлений», «Режиссеры и сценаристы», «Зал театра и театральные реквизиты» и другое (табл. 3).

Примеры «театральной метафоры»

Исходный язык	Перевод
On February 19th the country's state prosecutor accused Russian "state organs" of <i>having masterminded the plot</i> in order to prevent the country's imminent accession to NATO [7, p. 22]	19 февраля государственный прокурор [Сербии] обвинил российские правительственные органы в разработке и постановке сценария по недопущению скорейшего вступления государства в НАТО
It is probable that this election is a <i>farce, a staged theatrical comedy</i> , put on by the ruling powers who control the dozens of intelligence agencies, the bought and paid for Congress, the extremist courts and the militarized police army that occupies America [8]	Вполне вероятно, что эти выборы лишь фарс, комедия, театрально поставленная руководящими силами, которые контролируют десятки разведорганов, купленных и оплаченных Конгрессом, экстремистские суды и армию спецподразделений полиции, которые заполнили всю Америку

В метафоре (см. табл. 3) содержатся наименования, обладающие отрицательной эмоциональной окраской, причем метафорическими употреблениями слов актуализируются такие периферийные семы, как «лицемерие», «ненатуральность» и «имитация политической действительности».

Подводя итог исследованию, можно сделать вывод о том, что широкое применение метафоры является подтверждением той тенденции средств массовой информации, которая и является ее наиболее значимой спецификой и которая наиболее яркое находит свое проявление в ее современном состоянии, заключающемся в тенденции к манипулированию сознанием человека. К сказанному в полной мере применимы современные разработки в области психологии, касающиеся манипулирования человеком. В качестве основной функции метафоры выступает убеждение потенциальной целевой аудитории, причем не на

рациональном, а на эмоциональном уровне, а также привлечение ее внимания.

Создание метафорического образа с точки зрения лингвистики представляет собой использование метафоры как одного из способов существования значения лексической единицы, равно как и использование метафоры как одного из явлений синтаксической семантики. В целом развернутая метафора включает грамматические и лексические метафоры, что формирует дополнительные оценочные, эмоциональные, экспрессивные и стилистические соотношения газетного текста. Иными словами, развернутая метафора принимает участие в семантическом осложнении лексического значения слова или высказывания. Будучи одним из средств заполнения газетного текста, те образы, которые формируются посредством метафор, дают возможность делать выводы о богатстве и действенности языка средств массовой информации.

Литература

1. Кара-Мурза С.Г. Манипуляции сознанием. М.: Эксмо, 2008. 862 с.
2. Кулыгина О.А. Тени завтрашнего джихада // Независимое военное обозрение. 2016. № 31. С. 14–15.
3. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: УРСС, 2004. 256 с.
4. An Insurgent in the White House // The Economist. 2017. 4 Feb.
5. Clinton Lands // The Economist. 2016. 19 Nov.
6. Iron Waffler // The Economist. 2016. 19 Nov. 27 p.

7. Russian Overtures // The Economist. 2017. 25 Feb.
 8. Veterans Today: NEO – America’s Elections, Cheap “Police State Theatre” by Gordon Guff. URL: <http://www.veteranstoday.com/2016/05/03/americas-elections-cheap-police-state-theatre> (date of the application: 06.08.2020).

Literatura

1. *Kara-Murza S.G. Manipulyatsii soznaniem*. M.: Eksmo, 2008. 862 s.
2. *Kulygina O.A. Teni zavtrashnego dzhikhada* // *Nezavisimoe voennoe obozrenie*. 2016. № 31. S. 14–15.
3. *Lakoff Dzh., Dzhonson M. Metafori, kotorymi my zhivem*. M.: URSS, 2004. 256 s.
4. An Insurgent in the White House // The Economist. 2017. 4 Feb.
5. Clinton Lands // The Economist. 2016. 19 Nov.
6. Iron Waffler // The Economist. 2016. 19 Nov. 27 p.
7. Russian Overtures // The Economist. 2017. 25 Feb.
8. Veterans Today: NEO – America’s Elections, Cheap “Police State Theatre” by Gordon Guff. URL: <http://www.veteranstoday.com/2016/05/03/americas-elections-cheap-police-state-theatre> (date of the application: 06.08.2020).

DOI: 10.25586/RNU.V925X.20.04.P98

УДК 81’367.7

Э.Г. Куликова, О.М. Акай, И.В. Беляева

ЭЛИМИНИРОВАННЫЕ ЛАКУНЫ VS ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ГРАММАТИЧЕСКИЕ ФОРМЫ: КОРРЕЛЯЦИЯ ПОНЯТИЙ*

В современной лакунологии достигнуто понимание того, что язык характеризуется не только тем, какие ячейки в его парадигмах заполнены единицами и формами, но и тем, какие ячейки не заполнены и представляют собой лакуны. Важнейший вопрос состоит в том, почему эти ячейки не заполнены и как выглядят те виртуальные (потенциальные) единицы и формы, которые должны располагаться в вакантных ячейках. Ответ на вопрос, какие семантические и прагматические функции могут выполняться элиминированными лакунами, позволяет судить о потенциале языка и альтернативных путях его эволюции. Грамматические лакуны выявляют творческое начало грамматики. *Ключевые слова*: грамматическая лакунарность, интраязыковые лакуны, когнитивная мотивированность, лингвопрагматика, семантика, элиминированные лакуны.

E.G. Kulikova, O.M. Akaj, I.V. Belyaeva

ELIMINATED LACUNAE VS POTENTIAL GRAMMATICAL FORMS: THE CORRELATION OF CONCEPTS

In modern lacunology, it is understood that a language is characterized not only by which cells in its paradigms are filled with units and forms, but also by which cells are not filled and represent lacunae. The most important question is: why are these cells not filled and what do the virtual (potential) units and forms that should be located in the vacant cells look like. The answer to the question, what semantic

* Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований в рамках научного проекта № 19-012-0016.