ка в диахроническом аспекте: при изменении господствующего порядка слов в языке роль топика возрастает, и он может брать на себя свойства субъекта — типа согласованности с глаголом; в иные же периоды развития языка топик и субъект более жестко разграничены, и можно различать (см. Ли, Томпсон, 1976) топиково-главные языки, субъектно-главные языки и переходные градации, в зависимости от того, что превалирует в данном языке: отношение субъект — предикат или топик — комментарий.

Возможно, наиболее органично ряд понятий «субъект — топик — тема» вписывается в концепцию «упаковки» (packaging) У. Чейфа (см. Чейф, 1974, 1976). В ней различается то, что передается предложением — сообщаемое (message), и то, в каком виде, в какой «упаковке» это передается. Упаковка — это прежде всего оформление предложения, связанное со способом подачи предложения говорящим, и она только косвенно определяется содержанием сообщенного. В упаковку входит: 1) противопоставление: новая информация — старая информация, 2) «фокус контраста» (см. ниже), 3) противопоставление: определенность — неопределенность, 4) субъект, 5) топик, 6) точка зрения, или «эмпатия» (empathy). К упаковке не относятся, по У. Чейфу, такие аспекты, как тема и эмфаза: эти понятия относятся им к сообщенному. Определение элементов упаковки дается с помощью понятия осознания, или осознанности. Так, старая информация — это та информация, которая, как говорящему *A* представляется, находится в сознании адресата *B* в момент говорения *A*. Фокус контраста — это та часть предложения, которая является выделенной вследствие ее противопоставленности какому-либо отрывку того же дискурса, например, *Иван* в предложении *Иван съел ваш бутерброд* (а не Петр), фокус контраста выделяется с помощью грамматических средств или с помощью интонации и ударения («логического ударения»). Фокус контраста, вообще говоря, может не совпадать ни со старой, ни с новой информацией. С категорией определенности мы имеем дело, когда говорящий считает, что адресат осознает, кем является упоминаемый в данной ситуации общения объект, и может его идентифицировать. Топиком У. Чейф называет составляющую предложения, устанавливающую и задающую тот понятийный контекст (framework), в котором имеет место выраженная в предложении предикация (Н. Иклер такой топик называет ситуационным, см. Иклер, 1977). Субъектом У. Чейф называет то, о чем говорится в предложении, или то, что является отправным пунктом предложения, к которому в предложении сообщаются дополнительные сведения (Н. Иклер называет это тематическим топиком; по его мнению, предложение может иметь более одного тематического топика).

Понятие эмпатии введено в оборот в лингвистическую литературу сравнительно недавно (см. Куно, 1975, 1976; Куно, Кабураки, 1977; Макино, 1976), оно заимствовано из социальной психологии. Говорят, что человек «эмпатизирует» с референтом некоторой именной составляющей, если предложение устроено так, что видно, что говорящий смотрит на описываемую в предложении ситуацию как бы из-за спины этого референта (в частном случае отождествляет себя с ним). Так, в предложении *Джон бьет свою жену* говорящий больше эмпатизирует с Джоном, чем с его женой — лицом, как бы определяемым через отношение (родственное в данном случае) к Джону, в предложении *Мери была жестоко избита своим собственным мужем* говорящий эмпатизирует с Мэри больше, чем с ее мужем, а в предложении *Джон и Мери поцеловались в знак примирения* разница в степени эмпатии с Джоном и с Мери незначительна. Тот объект, с которым говорящий эмпатизирует, называется фокусом эмпатии. В работах по эмпатии выдвигается гипотеза о запрещенности несбалансированных двух или более фокусов эмпатии в предложении: предложение, не удовлетворяющее этому условию, приводит к