

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

Лінгвістика. Лінгвокультурологія

Збірник наукових праць



2011

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Дніпропетровський національний університет
імені Олеся Гончара

Лінгвістика Лінгвокультурологія

Збірник наукових праць

Дніпропетровськ
Видавництво ДНУ
2011

УДК 811(082)
ББК 81:0; я 5
Л59

*Друкується за ухвалою вченої ради Дніпропетровського
національного університету
імені Олеся Гончара згідно з планом видань на 2011 р.*

Редакційна колегія:

д-р філол. наук, проф. **О. І. Панченко** (відпов. редактор);
д-р філол. наук, проф. **В. В. Зірка**;
д-р філол. наук, проф. **В. І. Ліпіна**;
д-р філол. наук, проф. **Н. В. Підмогильна**;
д-р філол. наук, проф. **Т. В. Філат**;
канд. філол. наук, доц. **Д. П. Амічба** (відпов. секретар).

Розглядаються актуальні проблеми сучасної лінгвістики, теоретичні аспекти когнітивної лінгвістики, прагмалінгвістики, лінгвокультурології, етнолінгвістики, лінгвістики тексту.

Л59 **Лінгвістика. Лінгвокультурологія** : зб. наук. праць – Д. : Вид-во Дніпропетр. нац. ун-ту, 2011. – 120 с.

ISBN 978–966–551–300–1

Рассматриваются актуальные проблемы современной лингвистики, теоретические аспекты когнитивной лингвистики, прагмалингвистики, лингвокультурологии, этнолингвистики, лингвистики текста.

The urgent problems of modern linguistics, theoretical aspects of cognitive linguistics, pragmalinguistics, linguoculturology, ethnolinguistics, text linguistics are regarded.

УДК 811(082)
ББК 81:0; я5

ISBN 978–966–551–300–1

© Дніпропетровський національний університет
імені Олеся Гончара, 2011
© Видавництво ДНУ, оформлення, 2011

УДК 372.881'373.614.046.16

Д. П. Амичба

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара

«ВРЕМЯ» – ЭТНОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ОБЩЕЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КОНЦЕПТ-КОНСТРУКТ

Розглядається та аналізується ментальний конструкт «Час» на матеріалі абхазької, російської, української фразеології. Теоретичні положення даної статті та їх практична реалізація дозволили дійти висновку, відповідно до якого концепт-конструкт «Час» є не лише національно-культурною матрицею абхазів, росіян, українців, але й базовою загальнолюдською константою, яка структурує культуротворчі форми.

Ключові слова: особистісний конструкт, матриця, національно-культурна конотація.

Рассматривается и анализируется ментальный конструкт «Время» на материале абхазской, русской и украинской фразеологии. Теоретические положения данной статьи и их практическая реализация позволили прийти к выводу, согласно которому концепт-конструкт «Время» является не только национально-культурной матрицей абхазов, русских, украинцев, но и базовой общечеловеческой константой, структурирующей культуротворческие формы.

Ключевые слова: личностный конструкт, матрица, национально-культурная коннотация.

Mental construct “Time” is regarded and analysed basing on the material of Abkhazian, Russian, Ukrainian phraseology. Theoretical ideas of the article and their practical realization aloud to conclude that the concept-construct “Time” is not only the matrix of the Abkhazians, Russians and Ukrainians but also a basic common human constant structuring culture-creating forms.

Key words: personal construct, matrix, national cultural connotation/

Цель данной статьи – описать с лингвокультурологического ракурса общечеловеческую константу «Время». Задача: изучить теоретическую базу, позволяющую определить место национально-культурной коннотации «Время» в абхазской, русской, украинской фразеосистемах.

«Время», – конечно, философская категория, дефиниция которой в толковом словаре определяется так: 1. Одна из форм бесконечно развивающейся материи – последовательная смена её

явлений; 2. Продолжительность, длительность чего-нибудь, измеряемая секундами, минутами, часами; 3. Промежуток той или иной деятельности, в которой совершается что-нибудь, последовательная смена часов, дней, лет; 4. Определённый момент, в который происходит что-нибудь и т. д. [15, с. 103]. Следует особо отметить, что, рассматривая ментальный конструкт «Время», необходимо помнить о тесной связи данной категории с философскими, психологическими и эзотерическими учениями. Привлекает точка зрения, согласно которой мысль воздействует «на одну из двух главных составляющих мироздания», т. е. время. И это время получило, в эзотерическом учении Э. Мулдашева, определение «Энергия Свободного Времени» [12, т. 3, с. 336]. Цитируемый автор прямо пишет, что «мысль есть не просто время, сопряжённое с Пространством, а есть Свободное Время, свободная энергия Времени, живущая вне пространства по своим законам в прекрасном Море Мыслей – Море Времени...» [12, т. 3, с. 333]. Понятие «пространство» связано с понятием «мироздание». Пространство вообще имеет, по мысли учёных, «искривлённый характер»; в таком пространстве «разные вещества и разные энергии» способны менять характер его искривления. Сила, которая воздействует на искривление пространства, – это мысль. Мысль «находится вне пространства ... она состоит из субстанции, не менее значимой, чем Пространство» [12, т. 3, с. 331–333]. В другом источнике Э. Мулдашев пишет следующее: «Мысль – мощнейшая думающая субстанция. Время и мысль едины! Но даже мощи Времени-Мысли не хватит для того, чтобы в этом мире всё жило, работало и функционировало ... нужна ещё одна энергия, которая позволяла Мысли жить и функционировать, энергия-катализатор, энергия, пробирающая душу любого человека ... называется Любовью» [12, т. 4, с. 288].

Наверное, и с этим трудно спорить: человек направлен «в этот угрюмый материальный мир», чтобы «внедрить» светлые законы «Чистой Души и Любви». Законы эти можно реализовать тогда, когда деньги, главная составляющая материальной жизни, будут заменены на понятия «Честь, Совесть, Любовь» [12, т. 4, с. 189]. Существует, согласно этой концепции, некий «мощный информационный механизм накопления и распространения мыслей» [12, т. 3, с. 336]. Механизм, названный «информосомой», термин «ин-

формасома» восходит к трудам академика медицинских наук, автора идеи о «космопланетарном феномене человека», Влаиля Петровича Казначеева. В. П. Казначеев научно доказал, что в основе информасом лежат «сгустки мыслей», способных заставлять другие организмы мыслить или делать то, что заложено в этих «сгустках мыслей» [12, т. 3, с. 378–379].

Для эзотериков время есть «невообразимо сложная, а, возможно, и самая сложная энергетическая субстанция, способная избирательно устанавливать индивидуальные характеристики течения жизни для отдельного человека, отдельной клеточки и даже отдельного предмета». [12, т. 3, с. 127]. Следует признать, что время как культуротворческая форма, действительно, может быть «суперсжатым», приобретая при этом «новое качество». О каком же новом качестве времени как «особом виде энергии, пронизывающей всё и вся во Вселенной», говорят представители эзотерической мысли? Речь идёт о времени, которое влияет на пространство и человека в этом пространстве, переводя его «в другое пространственное измерение», где он не просто выталкивается из «трёхмерного», а где изменяется «всё вещество его тела и придавая ему свойства вещества, адекватного для параллельного мира» [12, т. 3, с. 149].

Возможно, имеет смысл утверждать, что человек способен одновременно воспринимать, чувствовать и осознавать себя как в настоящем, так прошлом и будущем. Разве иногда, пусть даже в мыслях, мы не связываем наше прошлое с настоящим и будущим, не пытаемся заглянуть и представить наше настоящее в будущем или, наоборот, прошлое с настоящим. Согласимся с тем, что мысли наши могут быть «суперсжаты», поскольку время, отсчитывающее эти доли секунды, является творцом, находится «в состоянии творческого порыва, мобилизуя все свойства и все возможности думающей и созидательной субстанции» [12, т. 3, с. 149]. Отметим, что уже сейчас современные физики относят энергию к веществу, в котором «искривлено пространство» и в котором «остановлено время». Учёные-физики также открыто говорят об энергии как «искривлённом пространстве»... в котором течёт время» [12, т. 3, с. 149–150]. Народная мудрость, имеющая глубинные корни, содержит в своей памяти ментальные конструкты, в сложности и многоуровневости которых не приходится сомневаться.

Как часто из наших уст можно услышать: «*Время неумолимо, Время бежит, За временем не угнаться, Время остановилось, Время не ждёт, Тянут время, До поры до времени* и т. д.» Или вспомним такие характеристики времени, как *Дасть Бог час, дасть і раду* [21, с. 30]; *Дурно переводити час* [21, с. 508]; *Дух часу* [21, с. 138]; *Згаяти час = Марно гаяти (витрачати) час* [22, с. 594]; *Злий час = Лихий час* [21, с. 509]; *На вічні часи = На всі віки й часи = На всі часи* [21, с. 509]; *Покаже час; Слушний час; У добрий час; Час від часу, від (із) часу до часу* [22, с. 597].

Конечно же, без сомнения, время связано с личностью человека, с вещным миром, окружающим его, и отношениями человека к миру. Поэтому, определяя время, исходят из того, что «время» – это не только «одна из форм бесконечно развивающейся материи, последовательная смена её явлений и состояний», но и «определённый момент, в который происходит что-нибудь» [15, с.103] в жизни человека. И этот аспект времени наиболее интересен для нашего исследования. Возможно, поэтому, как нам думается, связанные корни: **т, te, ti**, – в слове «время» восходят к одному источнику. Сравним анализируемое слово и указанные корни в языках: абхазском «**Аамта**», латинском «**tempus**», английском «**time**», немецком «**Zeit**», [14, с. 619; 13, с. 598]. В немецком языке рассматриваемый корень встречается в слове **temporal** «временной» [14, с. 568]. Понятие «время» можно связать со следующими словоформами: абх. **аамтацара** досл. «время-идёт», нем. **Zeitrechnung** «времяисчисление»; абх. **аамтагара** (амшгара) досл. время-нести, день-тратить, нем. **Zeitvertreib** «времяпрепровождение»; абх. **аамта**, нем. **Zeiten** «времена»; абх. **аамтала**, нем. **Zeitweilig** «временный»; абх. **аамта зго** досл. «время которое-уносить», нем. **Verubergehend** «преходящий». В английском языке интервал, временной промежуток определяется словом «**time-lag**», вечный, неустаревающий обозначены словом «**timeless**», слова **time-limit** переводятся как «предельный срок», **pastime** – «времяпрепровождение». Лексикосемантический компонент «потеря времени» в языке передан следующими словами: **recall past** в значении «непоправимый», **recovery past** «безвозвратно потерянный», **past redemption** «без надежды на улучшение», **past retriwe** «безвозвратно, непоправимо» [13, с. 599; с. 406]. Синонимами слову «время» являются: «пора, период, час(ы), времена, эпоха, минута, момент, миг, срок, промежуток

времени, сезон, век, эра, дата, година, старинны годы, наши дни, в один присест; минувшее, исполнившееся, прошедшее, перепавшее, грядущее; продолжительность, перфект, досуг, шанс, хронос, счастливый случай, благоприятная пора, время не ждет, нужный момент, пришел срок, подходящий момент, пришло время, самое время, время подошло, свободное время, время не терпит, дожитие, отрезок времени, времечко, сеанс, окно, длительность, уран, благовремя, прайм-тайм, командирский запас, крон, телевремя, черед, случай, часы, полоса, старина...» [7].

И, наверное, будет правильным то, что ментальный конструкт «время» можно увязать с «фундаментальным понятием человеческого мышления», отображающего «изменчивость мира, процессуальный характер его существования, наличие в мире не только «вещей» (объектов, предметов), но и событий» [6]. Правда в том, что в понятие «время» входят такие его аспекты, как «одновременность», «временная последовательность», «длительность», а также представления человека о прошлом, настоящем и будущем. Следует остановиться на том, что для мифологического мышления время представлялось сферой действия первопричин. Оно источник архетипических первообразов и социальных ритуалов. Посредством обращения к мифическому времени поддерживался порядок в природе и обществе. Линейная модель времени была дополнена циклической моделью, чему способствовало ритуальное повторение событий [6]. В рамках анализируемого концепта-конструкта «Время» необходимо отметить тот факт, что в истории развития данного понятия можно выделить несколько этапов. В античную эпоху время рассматривалось в рамках мифопоэтической и религиозно-мифологической картины мира. О Хроносе, или Кроне, – титане греческой мифологии – повествуется о том, что он заглатывал своих, едва появившихся на свет детей. Обычно его изображают с песочными часами в руке, также часто говорят и о другом символе этого титана – серпе. Серп символизирует смерть, которая сводит «расчёты с живыми» [2, с. 127]. Интересно, но Крону в греческом мифе отводится третье место, или «ступень» после Хаоса и любви. По одной из версий, Хронос, выстраивая все явления в хронологическом порядке, демонстрирует при этом их конец. Даже тогда, когда его побеждает Зевс, не исчезает. Попадая в Элизиум, «предается бесконечным играм». По другой

версии, Хронос, оказавшись в Италии, провозглашает «золотой век», в котором люди живут «подобно богам» счастливо и беззаботно, сильные и здоровые [2, с. 127–128; 9]. Как мы видим, греческий миф рассказывает о смене жизненных циклов, в которых человек занимает одно из ведущих положений.

Человек и время – доминирующая мысль, которую мы попытаемся структурировать так, чтобы понять и прочитать смысл и значение базовых понятий, заложенных в слове «время». Неудивительно, что в последующих «натурфилософских умозрениях» греческих мыслителей: Гераклита, Парменида, Демокрита, Аристотеля, не последнее место отводилось человеку [6]. Даже и в средние века (IV–XIV вв.) внимание оказалось сосредоточенным в основном не только на связи понятия времени с теологическими проблемами и проблемой сотворения мира, но и на проблеме человека. Следует заметить, что философы и мыслители – такие, как Дж. Беркли, Д. Юм, И. Кант, считали, что «время» способно характеризовать только человеческое сознание. Как бы обобщая философскую мысль прошлого, А. Бергсон (в философии жизни) и М. Хайдеггер (в экзистенциализме) предпочитали говорить в основном о «субъективном, внутреннем переживании», которое несёт в себе понятие «время» [6]. Бергсон провел различие между абстрактным (*temps*) и подлинным (*durée*) временем. Для Хайдеггера проблема времени была связана со смыслом человеческого бытия вообще. Р. Вендорф рассматривает развитие культуры как функцию изменения сознания времени.

Н. Элиас интерпретирует время как социальный символизм, для него существенно «пятое измерение времени» – коммуникативное. «Время» как понятие выражает собой объективную длительность, порядок и направление событий, а также субъективное отношение к изменениям и жизненное ощущение временности. Временность, будучи философским понятием, имеет два значения – изменчивость и преходящесть бытия. Временность, или *temporarily*, не только охватывает любые объекты, но и относится только к экзистенциальным формам сознательных существ» [6]. В этом смысле лишь те существа пребывают во времени, которые не только обладают сознанием времени, но и в своей деятельности и мышлении способны преодолевать горизонт настоящего, «оказывая целенаправленное воздействие на будущее и сохраняя

в рефлектирующей памяти прошлое» [8]. Временность как фундаментальная структура субъективности, по Хайдеггеру, конституирует эмпирическое время повседневности и определяется как «изначальное время» [8].

О многообразии концепций времени и сложности построения единой теории свидетельствуют труды Международного общества по изучению времени, в которых рассматриваются проблемы времени применительно ко всем наукам, в архитектуре, в обществе, в жизни индивида, в литературе, музыке и т. п. [8]. Пространство и время приобретают особенный смысл в изучении философии культуры, поскольку являются фундаментальными категориями исследования бытия. «Каждый факт, историческое событие, художественный памятник, юридическая норма, научное открытие и даже любое явление повседневной жизни неизбежно вписываются в эту систему координат» [10]. Как нам думается, «время», «временность» напрямую связаны с понятием «хронотоп». Данный термин, вслед за трудами А. А. Ухтомского, получил широкое распространение в работах известного литературоведа и культуролога М. М. Бахтина. Слово «хронотоп» переводится дословно «время-пространство», восходит к греческим корням – *chronos* «время» + *topos* «место». Если мы правильно понимаем и интерпретируем анализируемое понятие, то «хронотоп» – это и вечность, и миг одновременно, «точка интенсивности» (определение М. Мамардашвили) [19]. Перефразируя А. Белого и М. Мамардашвили, мы можем сказать, что хронотоп – это не только человек во времени и пространстве, познающий себя в мыслях другого себе подобного, но и время, и пространство, над которыми мы можем подняться, чтобы «если не познать, то хотя бы сознать» скованное время, превращённое в пространство, которое можно и должно удержать «при помощи мысли» [19].

Не приходится сомневаться в том, что «преодоление пространства и времени и овладение ими – это экзистенциальная задача, которую человечество решает в своей истории, а человек – в своей жизни. Человек субъективирует пространство и время, разъединяет, объединяет их, трансформирует, обменивает и превращает одно в другое. Хронотоп – это живое синкретичное измерение пространства и времени, в котором они нераздельны» [10]. Смыслы, сфокусированные в хронотопе, действительно, выражают «многослой-

ность и полифонизм культуры», о которых писал М. М. Бахтин. Следует признать множество культурно-исторических смыслов отношения к пространству и времени, которые «в разных культурах становятся основой диалога, стимулируют понимание и переживание культурных ситуаций прошлого, создают духовную близость поколений. Далекие культурные миры преодолевают пространство и время, вовлекаются в культурную ментальность, оживают в образах и памятниках» [10]. Исходя из изложенного, можно заключить, что «время» – основа «личностного конструкта», носитель «ментальных моделей» человека, поскольку данное понятие связано со смыслом человеческого существования. Как известно, человек, познающий вещный мир, не только актуализирует и категоризирует окружающую действительность, но и стремится анализировать, предугадывать в силу своих ментальных возможностей действия и ход мысли собеседника. Под указанным термином, введённым в научный оборот Джорджем Келли, следует понимать способ, при помощи которого человек «конструирует» свой взгляд на окружающий мир. «Если человек интерпретирует опыт в какой-то мере подобно тому, как это делает другой человек, то его психические процессы подобны психическим процессам другого человека» [11]. На практике это означает, что, во-первых, люди со схожими конструктами будут в одинаковых условиях вести себя похожим образом и, во-вторых, между ними с большой вероятностью возникнут отношения близости по принципу «подобное тянется к подобному» [19].

Теория личностных конструктов близка концепции «ментальных моделей» К. Крэйка, которая предшествует во временном срезе работам Дж. Келли. Согласно К. Крэйку, «...ментальные модели представляют собой форму обращения человека с множеством внутренних представлений об окружающем его (внешнем) мире. Если в голове человека хранится «мелкомасштабная модель» внешнего мира и сценариев его возможных действий в нем, то он может осуществить отбор различных альтернатив; сделать заключение о том, какая из них является лучшей; заблаговременно отреагировать на ситуации, которые могут возникнуть при столкновении с чем-то непредсказуемым, действуя при этом наиболее правильно и компетентно».

Развивая концепцию ментальных моделей, современный исследователь Ф. Джонсон-Лэйрд отмечал: «Ментальные модели играют центральную и объединяющую роль в представлении объектов, состояния дел, последовательности событий, форм существования окружающего мира, а также социальной и психологической составляющей повседневной деятельности. Они позволяют людям делать умозаключения и прогнозы, понимать явления, выбирать способы действия и контроля его исполнения. Но, прежде всего, они помогают усваивать опыт; пользоваться языком для создания представлений, сравнимых с теми, которые могут быть получены в ходе непосредственного ознакомления с окружающим миром» [11]. «Время» – конструкт, сложный, глубокий, содержащий ментальные поля положительной и отрицательной коннотаций. Как мы уже отметили, «время» – понятие, связанное напрямую с жизнью человека от его рождения до смерти.

Как нам думается, наиболее точно и содержательно о времени, в рамках нашего исследования, не сказано нигде, как в Библии. Время «всякой вещи», действительно, в представлении многих народов, сосредоточено «под небом», или под Богом. Большинство из нас уверено в том, что именно Бог вершит судьбами людей. Человек проживает жизнь во времени: настоящем, прошедшем, будущем. Прошедшее, как известно, не вернуть. Настоящим можно приблизить хорошее или плохое будущее. Будущее для человека – не только заманчивое, но чаще призрачное и неочерченное. Неопределённое будущее всегда, с одной стороны, манит, а с другой – пугает. Будущее всегда неизвестно. И вот на этом промежутке времени между полюсами – настоящее и будущее – с человеком могут происходить изменения либо в хорошую, либо плохую сторону. На этом промежутке чаще человек балансирует между добром и злом, не зная, кого выбрать – Бога или Дьявола, истину или ложь, правду или неправду, жить с холодным или горячим сердцем, источающим тепло, любовь или, наоборот, ненависть и злость. Это время, или, точнее, промежуток жизненного пути, когда есть выбор добра или зла. Глубокая общечеловеческая мысль заложена в конструкте – *Всему своё время...* У человека, конечно же, есть время, настоящее время, накопленное опытом прошлого, чтобы понять: *Время всякой вещи под небом: – время рождаться, и время умирать; – время насаждать, и время вырывать поса-*

женное; – время убивать, и время врачевать; – время разрушать, и время строить; – время плакать, и время смеяться; – время сетовать, и время плясать; – время разбрасывать камни, и время собирать; – время обнимать, и время уклоняться; – время любить, и время ненавидеть; – время войне, и время миру (Ек., 3: 1–8).

Слово «время», по данным этимологического словаря М. Фасмера, заимствовано из церковнославянского «*вереме, ср. укр. véreme «ведро, погода», блр. véreme, др.-русс. веремья, ст.-слав. Врѣмѣ, греч. καιρός, χρόνος ..., болг. време, сербохорв. вријеме, словен. vrēme. Родственно др.-инд. vartma ср. р. “колея, рытвина, дорога, желоб”, сюда же вертеть Для обоснования этой этимологии Покровский приводит лат. annus vertens, mensis vertens, anniversarius (Symbolae Rozwadowski 1, 225). Менее вероятно сравнение с др.-инд. varīman – “размер, объем” (Mi. EW 384) или с вереница, верига и родственными; см. Зубатый, AfslPh 16, 418. Неприемлема этимология время как “жаркое время” от вретъ “кипеть”; см. Желтов, ФЗ, 1876, вып. 6, стр. 56» [20]. Этимология анализируемого понятия может в русском языке восходить к таким словам, как «погода», «колея», «рытвина», «дорога», «жёлоб», «размер», «объём», «вереница» и даже к слову «кипеть». Метафорически, наверно, все указанные слова сравнимы с понятием «время». Проанализировав дефиниции слов: погода, колея, рытвина, дорога, размер, объём, вереница, кипеть [15, с. 74; 176; 283; 441; 649; 690], – мы пришли к выводу, что ведь, правда, жизненный путь человека не усыпан розами и никогда не бывает гладким и ровным. Никто не знает, сколько человеку отмерено, поэтому размер и объём, в которые можно вложить жизнь человека, трудно поддаются измерению и подсчёту. Никто не подвергает сомнению то, что человеческая жизнь – это и рытвины, и ухабы, и кипение, и бурление страстей. Жизнь и действия человека во времени и пространстве можно образно и метафорически представить как погоду, которая бывает изменчива в зависимости от атмосферных осадков, у человека же – в зависимости от сложившихся обстоятельств. Думается, и в абхазском понятии «аам÷а» содержится усечённый корень – М со значением «гореть» и аффикс – т, несущий лексико-семантический компонент «место». Дословно **Аамта** можно перевести как «Место огня здесь». Возможная этимология вполне оправдана обстоятельствами, в которых часто

оказывается человек. Жизнь для человека – вечная борьба, горение, кипение, наконец, путь, который он выбирает, бывает сложным и полным препятствий – и с этим трудно поспорить.

Абхазское понятие «аамта» – это не только отрезок времени, но и протяжённость во времени, с которой человек связывает жизнь с рождения до кончины. Зафиксированное в «Абхазско-русском словаре» (2005) понятие *аамтаx*⚡ досл. «время – это место – кривизна (рана)» описательно можно перевести так: «конец», «смертный час, или конец жизненного и временного пути (пребывания) для человека». Как мы понимаем, *аамта*, в представлении абхазов, имеет кривизну, или излом. Другими словами, в жизни человека во временном пространстве наступает «конец, кончина, смерть», отсюда, вероятно, и кончина, или конец времени пребывания человека на Земле, у абхазов же – это искривление времени, возможно, и рана во времени. Наверно, поэтому фразеологизмы: *Аамта кьа*⚡⚡⚡ досл. «Время коротко»; *Аамта иуна*⚡⚡⚡ *ах*⚡⚡⚡, *аамта иар*⚡⚡⚡⚡⚡ досл. «Время оно – тебе – давая рана время оно – её – зарубцует – Время, которое тебя ранит, тебя же и лечит», – для абхазов остаются ценностными и жизнеутверждающими конструктами.

Понятия: «жизнь человека», «время» – структурируют очень важные и глубоко метафоричные лингво-ментальные поля, наполняющие содержанием и смыслом следующие фразеологизмы. С одной стороны, – такие, как *Век живи – век надейся; Все мы растём под красным солнышком, на Божьей росе; Век долгод – всем полон; Жив Бог – жива моя душа* [16, с. 9–10], с другой – *Года, как века, пройдут – не увидишь; Живи надвое: и до веку, и до вечера; Жизнь бежит, а годы скачут; Жизнь не камень: на одном месте не лежит, а вперёд бежит* [16, с. 9; 11–12]. В образном лингво-ментальном пространстве русских «прошлое», хорошее/плохое, – это прожитое, которое, как известно, *что пролитое не воротишь*. Эта истина настолько верна, как и та, что *Дважды лета в году не бывает; Не пожить тех дней, что прошли* [16, с. 14–15; 143]. Эта же мысль выражена в английской пословице: *Lost time is never found again* «Потерянное время никогда не найти снова» [4, с. 18]. В образной ментальности русских, украинцев и абхазов понятие «настоящее» и приближённое к нему «завтрашнее» имеет большое значение для существования человека «сейчас», «сегодня», в «этот день». Заоблачное «завтра» манит, но оно

неизвестно, поэтому *Живи не прошлым, а завтрашним днём*, где «завтра» близко по времени с «сегодня». Поэтому трудно спорить с тем, что *Живут один раз: не потом, а сейчас* [16, с. 11]. Трудно подвергнуть сомнению народную мудрость, согласно которой человеку надо жить сегодняшним днём, не впадая в уныние от «сегодня», старясь не вспоминать прошлое, если оно было трудным, не заглядывать в будущее, поскольку знать, что с тобой будет через час или завтра, почти невозможно. Как известно, обмануть судьбу нельзя. Возможно, поэтому общечеловеческий конструкт – русск. *Время – деньги* = укр. *Час – це гроші* = англ. *Time is money* «Время – это деньги»; *Time is gold* «Время – это золото» [17, с. 20; 4, с. 19] сегодня не только не утратил своего значения, но и наполнился новым содержанием, правда, не всегда положительным. Для нас, людей, живущих в беспокойное время, полное катаклизмов как природных, так и политических, особенно актуальна утешающая мысль: русск. *Время – лучший лекарь; Время лечит* = абх. *Аамҭа зегь аҭыҭ икәнаҭоит* досл. «Время всё разложит по местам; *Аамҭа иамфо егыҭкам* досл. «нет ничего, что не съест время» = *Аамҭа иамырҭато хьаа ҭалом* досл. «Нет той боли, что не смягчит время» [18, с.23; 40] = укр. *Час – найліпший лікар* = *Нема такого горя, щоб його час із пам'яті не стер* [21, с. 92; 509] = ср.: англ. *Time is the great healer* «Время – великий целитель»; *Time heals all wounds* «Время залечивает все раны»; *Time cures all things* «Время лечит всё»; *Time tames the strongest grief* «Время смягчит самое сильное горе» [4, с. 19].

Время бывает «добрым», поэтому и говорят: ср.: русск. *В добрый час* = укр. *Добрий час* = абх. *Аамҭа иузыбзиахаит* досл. «Пусть это время будет для тебя добрым»; время называют ещё и «коротким», например, ср.: укр. *У короткім часі; У недовгім часі* = абх. *Аамҭа кьаеуп* (мачун) досл. «Время коротко (мало)». Заметим, что для абхазов так же, как для русских и украинцев, время, заставляющее действовать «сейчас» – *Время не ждёт* = ср.: абх. *Аамҭа иҭиуам* «Время не ждёт»; *Аамҭа узаанкылоум* «Время ты не остановишь» = ср.: англ. *Time and tide wait for no man* «Время и прилив никого не ждут»; *Time – flies* «Время летит» [4, с. 19]. =ср.: укр. *Час на часу не стоить; Час не віл, його не налігаєш* [17, с. 20] – очень важный ментальный конструкт, заставляющий принять активную жизненную позицию. Никто не сомневается в

том, что *Як проб'є час і година, то не одхреститься людина*, как и в том, что *Час настал, час не ждєт*. Пришєл час, пришло время – глубокий по смыслу и содержанию конструкт. С одной стороны, можно говорить о времени, когда каждый будет держать ответ перед Всевышним, с другой – когда человек поставлен перед выбором добра и зла, с третьей – когда за минуту или секунду надо принять самое важное для себя, семьи, общества, Родины, решение. Главное в этой ситуации каждому из нас успеть, понимая, что: *Часи змінюються, і ми змінюємося разом з ними*. Чтоб сохранить душу чистой и не запятнать её даже тогда, когда балансируешь между везением/невезением, достатком/недостатком, светлой/чёрной жизненной полосой. Смысл этой ситуации раскрывает украинская пословица: *Часом з квасом, а порою і з водою = Буває різне: і гарне і погане* [17, с. 112; 21, с. 597].

Из изложенного выше следует, что «Время» – сложный многоуровневый концепт-конструкт общечеловеческого смысла и значения.

Библиографические ссылки

1. Абхазско-русский словарь /сост. В. А. Касландзия: В 2 т. – М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2005
2. **Бауер В., Дюмотц И., Головин С.** /В. Бауер, И. Дюмотц, С. Головин // Энцикл. символов [пер. с нем. Г. Гаева]. – М. : Крон-Пресс, 2000. – 504 с.
3. Библия Книги священного писания Ветхого и Нового Завета. – М. : Рос. библ. о-во, 2002. – 303 с.
4. **Бодрова Ю. В.** Русские пословицы и поговорки и их английские аналоги = Russian proverbs and sayings and their english equivalents / Ю. В. Бодрова. – М. : АСТ ; СПб. : Сова, 2007. – 59 с.
5. **Брокгауз Ф. А., И. А. Ефрон.** Время // Энциклоп. словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz_efron/24503/%D0%92%D1%80%D0%B5%D0%BC%D1%8F
6. Время // Философская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/224/%D0%92%D0%A0%D0%95%D0%9C%D0%AF
7. Время // Словарь русских синонимов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Vasmer-term-2196.htm>
8. Время. Философия // Энциклоп. словарь [под ред. А. А. Ивина]. – М. : Гардарики, 2004 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/224/%D0%92%D0%A0%D0%95%D0%9C%D0%AF

9. Время. Символы. Знаки. Эмблемы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/~%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%A0%D0%95%D0%9C%D0%AF>

10. **Иконникова С. Н.** Хронотоп культуры как основа диалога поколений /Н. С. Иконникова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.anthropology.ru/ru/texts/ikonnik/misc_10.html

11. **Келли Дж.** Теория личности: психология личностных конструкторов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uchcom.botik.ru/educ/PSYCHOLOGY/Library/Kelly/Kelly-main.ru/html/> – СПб.: Речь, 2000.

12. **Мулдашев Э. Р.** В поисках города богов. – т. 3: В объятиях Шамбалы /Э. Р. Мулдашев. – СПб. : Издательский Дом «Нева», 2005. – 528 с; т. 4: Предисловие к книге «Матрица жизни на Земле» . – СПб. : Издательский Дом «Нева», 2005. – 352 с.

13. **Мюллер В. К.** Большой англо-русский словарь. 250 000 слов и словосочетаний: новая редакция. – М. : Дом Славян. книги, 2008. – 706 с.

14. Новейший немецко-русский, русско-немецкий словарь /100 тысяч слов и словосочетаний [сост. Л. Ф. Перепеченко]. – Харьков : Проминь, 2010. – 960 с.

15. **Ожегов С. И.** Толковый словарь русского языка /С. И Ожегов, Н. Ю. Шведова. – Рос. акад. наук : ин-т русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд., доп. – М. : Азбуковник, 1999. – 944 с.

16. Пословицы и поговорки /сост. В. Д. Сысоев. – М. : АСТ ; Астрель : Хранитель, 2008. – 191 с.

17. Пословица не мимо молвится. Русские пословицы и поговорки с украинскими соответствиями [сост. Н. Беленькова (на рус. и укр. языках)]. – К. : Дніпро, 1969. – 247 с.

18. Пословицы абхазов, проживающих в Турции [соб. – сост. О. Шамба, Б. Гургулия, А. Мукба (на абх. языке)]. – Сухум : Алашара, 2003. – 87 с.

19. Психологическая энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mirslovarei.com/content/psy/xronotop-2604.html>

20. **Фасмер М.** Время [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Vasmer-term-2196.htm>

21. Фразеологія перекладів Миколи Лукаша: словник-довідник [уклали О.І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк // за ред. Г. П. Півторака]. – Київ: Вид-во Довтра, 2002.– 735 с.

22. **Ярещенко А. П.** Сучасний фразеологічний словник української мови /А. П. Ярещенко, В. І. Бездітко, О. В. Козир. – Харків : ТОРСІНГ ПЛЮС, 2008. – 640 с.

Надійшла до редколегії 17.06.2011

УДК 801.3:882:883.06-1

Ге Яньлей

Пекинский университет, Китайская Народная Республика

АТРИБУТИВНАЯ ПАНОРАМА ПОЭЗИИ А. С. ПУШКИНА

Аналізується поетична атрибутивна конструкція із семантичним зсувом на основі лексикографічного представлення ключового компонента.

Ключові слова: атрибут, конструкція, семантичний зсув.

Анализируется поэтическая атрибутивная конструкция с семантическим сдвигом (АКС) на основе лексикографического представления ключевого компонента.

Ключевые слова: атрибут, конструкция, семантический сдвиг.

The article analyses the poetic attributive construction with semantic deviation on the basis of lexicographic presentation of a key component.

Key words: attribute, construction, semantic deviation.

Сложность и многогранность таких лингвистических феноменов, как синтаксическая конструкция, с одной стороны, и многозначное имя прилагательное, с другой стороны, которое как часть речи имеет сложную эпидигму, предполагают многообразие исследуемых нами атрибутивных конструкций с семантическим сдвигом. Сказанное позволяет утверждать, что данная тема находится в русле важнейших лингвистических исследований.

Широта семантической структуры прилагательных, по определению А. А. Уфимцевой, приближает их к «универсальным знакам». «Отличительной особенностью прилагательных, выражающих своими значениями свойства предметов, оценки и их качеств людьми, — пишет она, — является непомерно широкий смысловой объем имен прилагательных, сочетающихся с предметными именами разной степени абстрактности и едва заметные границы их лексико-семантического и семантико-стилистического варьирования. Это естественно, ибо в окружающей нас предметной, социальной и духовной сферах наличествует гораздо больше свойств, качеств, прагматических и эмоциональных оценок, чем самих предметов, событий, лиц, которым они принадлежат или номинально приписываются» [5, с. 197].

Значения имени прилагательного находятся в сложном взаимодействии. Н. И. Толстой выделяет в составе семантических признаков, или сем, образующих данное значение, семы двух видов – опорные (конкретные и немаркированные) и сопутствующие (абстрактные и маркированные, служащие основой противопоставлений) [4, с. 345]. По-видимому, семантическому сдвигу в первую очередь подвержены именно сопутствующие семы.

Подвижность семантики имен прилагательных дает возможность предложить различные классификации конструкций, компонентами которых они являются. Целью данной статьи является классифицировать атрибутивные конструкции с семантическим сдвигом (далее – АКСД), исходя из таких критериев:

а) изменение сем, входящих в значение адъективов;

б) функция АКСД в тексте;

Данную классификацию АКСД мы можем представить с учетом следующих критериев:

1) приобретение именем прилагательным нового значения;

2) приобретение нового компонента значения (новой семы);

3) утрата одной или нескольких сем, ранее присутствовавших в слове;

4) приобретение нестандартного контекстного синонима или антонима;

5) изменение (сужение или расширение) значения сочетания слов в целом.

Приведем примеры АКСД, иллюстрирующие перечисленные виды изменений семантики атрибута:

1) В сочетании «*полдень воспаленный*» у слова «*воспаленный*» появляется значение «*жаркий*», которое не зафиксировано в словаре С. И. Ожегова [2], где это слово толкуется так: *Припухлый, с краснотой, в состоянии воспаления*. Дефиниция слова «*воспалять*» в словаре В. И. Даля [1] имеет следующий вид: «**ВОСПАЛЯТЬ** или вспаливать, вспалить или вспалить – то же, что жечь, зажигать, поджигать, воспламенять, возжигать, распалить, более употреб. в знач. разжигать, возбуждать или подстрекать».

Люблю я в полдень воспаленный

Прохладу черпать из ручья

И в роще тихой, отдаленной

Смотреть, как блещет в брег струя (Вода и вино).

У Пушкина слово «*воспаленный*», по-видимому, имеет положительную коннотацию в отличие от словарных дефиниций, так как сочетается со словом «*люблю*».

Иными примерами к данному разделу классификации можно считать сочетания «*скромный карман (бедный)*», «*холостая рифма (бесплодная)*», «*жадный слух (внимательный)*» и др.

2) Слово «*жирный*», входящее в АКСД «*жирный пир*», имеет одно из словарных значений «*тучный, обильный жиром, салом, маслом, вологою*» [1]. В следующем отрывке, помимо указанных сем, по-видимому, слово «*жирный*» приобретает дополнительную сему, присущую слову «*обильный*», – «*обильный, богатый*»:

*О Галич, верный друг бокала
И жирных утренних пиров... (К Галичу).*

Вряд ли на утреннем пиру молодых дворян подавались исключительно жирные блюда; в романе «Евгений Онегин» в типичное меню аристократа входят **beef-steaks**, **страсбургский пирог** и трюфли, «роскошь юных лет», то есть еда роскошная, но не жирная.

Приведем еще несколько примеров: «*сладкий шепот*», «*погибельные крылья*», «*скупое время*».

3) Значение прилагательного «*ветренный*» определяется в словаре С. И. Ожегова [2] следующим образом: «*легкомысленный, пустой*», а В. И. Даль приводит следующее толкование: «**Ветер, говор. о человеке: ветрогон, ветренный, скорохват; непостоянный, непоседный, ненадежный, опрометчивый. Ветром подбитый, то же*» [1]. В сочетании со словом «*мудрец*» сема «*пустой*» представляется нам неприемлемой, так как отрицает само понятие «*мудрец*»:

Ты не забудешь дружбы нашей.

О Пуцин, ветренный мудрец! (Мое завещание друзьям).

Другие подобные сочетания: «*ленивый бой*», «*философическая забава*», «*стройная лира*».

4) В небольшом стихотворении – эпиграмме «*Угрюмых тройка есть певцов*» характеристика певцов осуществляется также с помощью слова «*злой*». Мы обратили внимание на порядок слов в данном тексте: в первой строке в сочетании «*угрюмых пев-*

цов» – рематическим компонентом является слово «*угрюмых*», в третьей строке в сочетании «*тройки злой*», как нам представляется, атрибут является тематическим компонентом, то есть речь идет о той же тройке, принципиально новой информации не добавляется, и в данном контексте значение указанных слов сближается, и они приближаются к синонимичным:

*Угрюмых тройка есть певцов –
Шихматов, Шаховской, Шишков...
Но кто глупей из тройки злой?
Шишков, Шихматов, Шаховской!*

Этот вид АКСД представлен также примерами «*веселая тень – строгая тень*», «*беспечная рука – ленивая рука*» и др.

5) В предыдущих разновидностях АКСД менялось значение прилагательного, однако есть множество конструкций, в которых меняется значение сочетания в целом, например, *рублевая Киприда*, *новый Буало*, *домашний бог*, *келья восковая*. Прямое значение относительного прилагательного связано с денежной единицей; *Киприда* – одно из имен мифологической богини любви; в целом данное сочетание в контексте служит для обозначения продажной женщины:

*Всё столько ж трусов и нахалов,
Рублевых столько же Киприд,
И столько ж глупых генералов,
И столько ж старых волокит (Тень Фонвизина).*

Сдвиг в значении атрибутивной конструкции может быть классифицирован семантически несколько с другой точки зрения, учитывая, какая именно часть конструкции и как меняет свое значение.

Здесь мы выделим следующие виды семантического сдвига:

1. Изменение значения всего сочетания в целом, когда в нем появляется идиоматический компонент (*голубая лента*, *желтый дом*, *фернейский старичок*, *келья восковая*):

– *Ах! боже мой, какую
Я слышал весть смешную;*

Разумник получил ведь ленту голубую (то есть орден Андрея Первозванного, который носили на голубой ленте) (*На гр. А. К. Разумовского*).

2. Сдвиг в значении субстантивного компонента конструкции (в следующем примере под *тесным новосельем* подразумевается поле Бородинской битвы, где похоронены погибшие французы, превратившееся для них в кладбище):

Но долог будет сон гостей

На тесном, хладном новоселье,

Под злаком северных полей! (Бородинская годовщина).

3. Сдвиг в значении атрибутивного компонента конструкции:

а) изменение прямого значения;

б) изменение переносного значения.

Как показывают наши исследования, основанные на работе с лексикографическими источниками, можно выделить конструкции с семантическим сдвигом, основанным на первом, прямом, основном словарном значении слова. Для понимания значения адъектива в таких конструкциях необходимо изучить словарную дефиницию и найти одно из последующих значений многозначного слова, которое актуализировано в данном примере. Такой семантический сдвиг можно назвать внутрисловным.

Существует также иной тип семантического сдвига, который можно назвать авторским, когда при написании поэтического произведения у имени прилагательного появляется новое значение, не зафиксированное в словарях. Для понимания таких оборотов студенты нуждаются в особых письменных комментариях или устных пояснениях преподавателя.

Рассмотрим значение слов в таких адъективных конструкциях:

кипящий Париж,

пленный Париж.

Слово «*кипящий*» является производным от глагола «кипеть», который в словаре В. И. Даля имеет первое значение «*Кипеть, о жидкости: достигнув высшей степени согреванья, волноваться от порывающегося с исподу пара; клокотать от жару*» [1]. В этом значении в адъективной конструкции наблюдается семантический сдвиг. Однако второе словарное значение слова «кипеть» формулируется следующим образом: «**Волноваться, кишеть, в роде кипящей жидкости*». Метафора с таким значением создает впечатление оживленного города с большим накалом

чувств и событий. Этот пример иллюстрирует внутрисловный семантический сдвиг в описываемом адъективе.

*Поедем, я готов; куда бы вы, друзья,
Куда б ни вздумали, готов за вами я
Повсюду следовать, надменной убегая:
К подножию ль стены далекого Китая,
В кипящий ли Париж... (Поедем, я готов).*

Слово «пленный» в том же словаре толкуется как «Пленный, плененный, взятый в плен, при войне, в набеge, или дикими грабителями, в рабство. Военнопленный, взятый в плен на условиях и по обычаям войны образованных народов» [1], то есть в значительной степени относится к человеку, а в соответствии с определением в словаре С. И. Ожегова «человек, находящийся в плену» [2] воспринимается как отадъективное существительное. Применение этого адъектива по отношению к городу можно считать проявлением метонимического семантического сдвига (в плену находится население Парижа).

*Вы помните, как наш Агамемнон
Из пленного Парижа к нам примчался... (Была пора).*

В качестве примера авторского семантического сдвига приведем следующие строки:

*Державин, бич вельмож, при звуке грозной лиры
Их горделивые разоблачал кумиры... (Послание цензору).*

Слово «грозный» В. И. Даль толкует следующим образом: «**Грозный**, грозящий, страшный, ужасный, угрожающий; кто или что грозит; жестокий, строгий, карательный; суровый, пасмурный и сердитый на вид; встарь, напр. о царях: мужественный, величественный, повелительный и держащий врагов в страхе, а народ в повиновении. | То же что грозовой, грозоносный, несущий молнии и гром. Грозная туча, грозовой день». Музыкальный инструмент сам по себе не может карать и держать врагов в страхе, но, будучи орудием писателя или поэта, приобретает такую способность.

Приведем еще несколько примеров конструкций с различными видами семантического сдвига:

*усталая секира,
утренняя секира.*

Секира («старинное оружие на длинной рукояти», согласно словарной дефиниции) легко ассоциируется с такими пушкинскими адъективами, как *губительная, преступная*. Адъектив *усталый* в словаре определяется как «*испытывающий слабость, упадок сил после продолжительной работы, движения: усталый путник, обнаруживающий, выражающий усталость: усталый голос*» [2]. Первое значение слова относится к живому существу, и в отнесении к неодушевленному предмету, к орудию казни, вызывает у читателя представление о предшествующих многочисленных казнях.

*Подъялась вновь усталая секира
И жертву новую зовет.
Певец готов; задумчивая лира
В последний раз ему поет (Андрей Шенье).*

Слово *утренний* определяется в словаре как прилагательное от слова *утро* в первом значении «*начало дня*» [2]. По отношению к секире мы наблюдаем семантический сдвиг, когда существительное *секира* выступает в метонимическом значении по отношению к каким-либо событиям, связанным с применением оружия утром, в начале дня.

*Но только сквозь завес во храмину мою
Блеснет Авроры луч – клянусь моей порфирой, –
Главы их упадут под утренней секирой! (Клеопатра).
Рассмотрим следующий пример:
Он в песнях гордо сохранил
Всегда возвышенные чувства,
Порывы девственной мечты
И прелесть важной простоты.*

Слово «простота» получает следующее лексикографическое толкование в Словаре С. И. Ожегова [2]:

простота 1. см. простой.

2. То же, что глупость. П. хуже воровства. На всякого мудреца довольно простоты. Святая простота – о человеке наивном до глупости.

В. И. Даль[1] отмечает значение слова «простой»: «*простая вещь, простое дело, обиходное, не мудрое и не мудренное, не хитрое, всякому доступное, легкое*». Подобное значение не соче-

тається с приведенними значениями слова «важный»: **Важный**, *стар. важский, важкой южн. увесистый, тяжелый, веский. | Уважительный, значительный, требующий особого внимания, уважения. | Осанистый, знаменитый, величественный, степенный; гордый».*

По словарю С. И. Ожегова [2], *Важный 1. Имеющий большое особое значение, значительный. Важное событие. Сейчас это не важно.*

2. Высокий по должности положению (разг). В. начальник. Важная персона.

3. Горделиво-величественный, надменный вид. Важно (нареч.) держать себя.

Приведенный выше отрывок характеризует поэтические произведения Ленского. Нам кажется, что поэт имел в виду, что восемнадцатилетний юноша Ленский, не вооруженный еще богатым жизненным опытом, в душе был простым, открытым, «не хитрым», однако, в соответствии с поэтическими принципами своих кумиров, пытался «важно» изливать свои чувства. В нем не было еще сознательного притворства, и поэтому такое сочетание юношеской наивности и поэтической «важности» кажется Пушкину прелестным.

В следующем примере также видно несоответствие между словарными значениями компонентов атрибутивного сочетания.

*Они сошлись. Волна и камень,
Стихи и проза, лед и пламень
Не столь различны меж собой.
Сперва взаимной разнотой
Они друг другу были скучны...*

Словарная дефиниция у В. И. Даля имеет следующий вид:

Взаимный, друг другу равно отвечающий; отплатный, обоюдный, круговой. Взаимная дружба, взаимная хлеб-соль. Взаимно все друг за друга ручаемся [71].

Существительного «разнота» в использованных нами словарях нет. Прилагательное, соответствующее ему, представлено так [2]:

*Разный – 1. Неодинаковый, несходный в чем-н. Разные люди.
2. Не один и тот же, другой. Они живут в разных комнатах.*

3. *Разнообразный. Букет из разных цветов. Знакомые у него – самые разные.*

4. *Всякий, какой угодно (разг.) Р. хлам.*

Возникающее при семантическом сдвиге определенное несоответствие, расхождение между традиционным значением слова и вновь полученным его значением может быть выявленным в большей или меньшей степени. Это расхождение как бы останавливает внимание читателя и заставляет его вдуматься в полученное сочетание.

Бibliографические ссылки

1. **Даль В. И.** Толковый словарь живого русского языка. – Т. 1. – М., 1978. – 699 с. – Т. 2. – М., 1979. – 779 с. – Т. 3. – М., 1980. – 555 с. – Т. 4. – М., 1982. – 683 с.

2. **Ожегов С. И.** Словарь русского языка [Под ред. Н. Ю. Шведовой]. – М.: Наука, 1991. – 917 с.

3. **Пелепейченко Л. Н.** Переходные типы значений слов (на материале русского языка). – Харьков, 1994. – 120 с.

4. **Толстой Н. И.** Некоторые проблемы сравнительной славянской семасиологии // Славянское языкознание. VI Междунар. съезд славистов. – М.: Наука, 1968. – С. 345–361.

5. **Уфимцева А. А.** Лексическое значение (Принцип семиологического описания лексики). – М.: Наука, 1986. – 240 с.

Надійшла до редколегії 17.06.2011

УДК 811.161.2'373.46

О. В. Гурко

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

МОРФОЛОГІЧНИЙ СПОСІБ ТВОРЕННЯ (на прикладі лексики графічного дизайну)

У статті проаналізовано три різновиди морфологічного способу словотворення лексики графічного дизайну, а саме: основоскладання, словоскладання та аббревіація.

Ключові слова: морфологічний спосіб, основоскладання, словоскладання, аббревіація, лексика графічного дизайну.

В статье проанализированы три разновидности морфологического способа словообразования лексики графического дизайна (основосложение, словосложение и аббревиация).

Ключевые слова: морфологический способ, основосложение, словосложение, аббревиация, лексика графического дизайна.

Three varieties of the morphological ways of world-building of lexica of the graphic design (composition, juxtaposition, abbreviation) have been analyzed in this article.

Key words: the morphological ways, composition, juxtaposition, abbreviation, the lexica of the graphic design.

Кожна мова має свою систему словотвору, яка формується, розвивається і вдосконалюється за певними тенденціями та закономірностями. Крім того, їй притаманні власні словотворчі ресурси, за допомогою яких творяться слова. І. І. Ковалик зазначає, що способи словотворення – це комплексна система використання різних структурних словотворчих засобів і способів утворення дериватів з їх словотвірними структурами – словотвірними формами і словотвірними значеннями на всіх етапах розвитку мови [6, с. 38].

Питання дериватології цікавили дослідників ще з кінця минулого століття, але лише в наш час з'явилася реальна можливість з'ясувати роль кожного способу словотворення в розширенні лексичного складу мови. Проблемам словотвору присвячені роботи вітчизняних науковців К. Г. Городенської, В. О. Горпинича, М. А. Жовтобрюха, Н. Ф. Клименко, І. І. Ковалика, Г. І. Циганенко та ін. Термінологія графічного дизайну не має своїх власних словотвірних засобів, її термінолексеми продукуються за моделями, властивими українській літературній мові загалом, причому термінологія обирає саме ті з них, які допомагають розкрити поняттєву сутність терміна. На відміну від загальнолітературного, термінологічне словотворення має свою специфіку. Це свідомий процес, який «... дає можливість штучно запроваджувати в царині термінології спеціалізовані за значенням словотворчі морфеми» [4, с. 65]. Важливість принципів словотворення для термінології набуває особливого значення, оскільки чіткість і прозорість словотвірних моделей прямо пов'язані як з внутрішньою формою, мотивованістю терміна, так і з конкретністю, виразністю його семантики.

Як відомо, більшість термінів-слів сучасної української мови твориться морфологічним способом. У ньому чільне місце посідає афіксація, тобто деривація за допомогою афіксальних морфем: префіксів, суфіксів, префіксів і суфіксів одночасно. Моделей афіксального творення є дуже багато, термінологія ж узяла для себе лише деякі. Однак вони стали основним фактором системної організації термінології, зокрема й графічного дизайну. Словотвірна структура лексем графічного дизайну ще не була об'єктом наукової розвідки, саме це й зумовлює актуальність запропонованого дослідження.

Для вирішення цієї проблеми видається доцільною мета даної статті – проаналізувати лексику графічного дизайну, утворену шляхом основоскладання, словоскладання та аббревіації.

Предметами наукового дослідження є лексика графічного дизайну та шляхи її творення.

Під композицією, або основоскладанням, у сучасній лінгвістиці розуміють поєднання кількох основ слів (основи й цілого слова) за допомогою інтерфіксів – о-, – е – або без них [13, с. 31].

У термінолексичі графічного дизайну, як і в сучасній українській літературній мові, основоскладання відбувається як за допомогою сполучних морфем – о-, – е – (*іконографія*), так і без них (*блікфанг*). Наприклад, *артефакт*, *архетип*, *касетон* (сполучна морфема – е-); *формоутворення*, *іконопис*, *іконографія*, *ергодизайн*, *ліногравюра*, *кольорогама*, *кольорознавство*, *логотип*, *рекламоносій* (сполучна морфема – о-); *артдеко*, *блікфанг*, *брандмауер*, *брендбук* (без сполучної морфemi).

За структурно-морфологічними ознаками та способом і характером сполучення основ іменникові композити представлені в багатьох різновидах: по-перше, це складні терміни, першою частиною яких виступає прикметникова основа, а другою – іменникова безсуфіксна або ускладнена суфіксом: *світлотінь*, *кольорографіка*; по-друге, складні терміни, перша основа яких числівникова, а друга – іменникова, наприклад: *двоколірний*, *однобарвний*, *однотонний*; по-третє, складні терміни з першою прислівниковою і другою іменниковою основами, наприклад: *багатокольоровий*, *багатотиражний*, *багатофігурний*.

Результати аналізу засвідчують, що іменникові терміни-композити утворюються за моделями, які історично склалися від-

повідно до внутрішніх закономірностей української мови. Кожний складний термін виражає одне поняття, яке «відрізняється від кожного з понять, виражених окремими словами» [17, с. 53].

Загальна тенденція у способі словоскладання полягає у виробленні та використанні цілого кола стандартних терміноелементів. Спосіб складання їх різний, але більшість із них належать до самостійних слів. Структурно вони являють собою або усічену основу іменників чи прикметників (чи то слів деяких інших самостійних частин мови), що виступають у функції першого компонента утворення, або зв'язані компоненти, які використовуються як перший і другий (опорний) компонент складання. Серед стандартних частин словоскладання в термінолексичі графічного дизайну (усічених основ і зв'язаних компонентів) значне місце належить іншомовним за походженням лексемам, які вже достатньо усталилися в українському терміноутворенні.

Поняття «терміноелемент» уперше визначив Д. С. Лотте: «Під терміноелементом розуміємо слово чи його частину, що мають самостійне значення і входять до складу простого чи складного терміна» [9, с. 15]. В. П. Даниленко вважає, що мінімальною структурною одиницею в термінології треба вважати терміноелемент, розуміючи під ним широке поняття, яке включає в себе на рівних умовах твірну основу, словотворчу морфему (афікс), слово у складі складних слів і словосполучень, символи у складі різного типу символослів [3, с. 37]. Це трактування дещо розширене: на її думку, з терміноелементів можуть складатися не тільки слова, а й словосполучення, крім того, символи теж варто відносити до терміноелементів. Ми розуміємо терміноелемент як морфему із фіксованою семантикою, що використовується регулярно для творення термінів у певній терміносистемі.

У термінолексичі графічного дизайну терміноелементи вживаються лише у препозиції та постпозиції. У ролі першого компонента (препозиції) використовуються такі мовні одиниці: *авто-, аеро-, кіно-, мікро-, моно-, супер-, фото-*: *автогравюра, автографічний, автолитографія, автопортрет, аерограф, кіноафіша, мікрогравіювання, монограма, монохромія, суперграфічний, суперобкладинка, моносерія, фотоксилографія, фотолитографія*.

У функції другого компонента (постпозиції) в термінолексичі графічного дизайну вживаються такі одиниці: – *граф*, – *графія*, –

тинія: автограф, кольорографія, ксилографія, олеографія, ризографія, акватинія, гігантотинія, фототинія.

Міжнародні терміноелементи вносять певну спеціалізацію. Препозитивні мають загальнішу орієнтацію: *авто* – «само»: *автограф* – власноручний підпис, напис на книзі, фотографії, *автопортрет* – портрет художника, скульптора, виконаний ним самим [11, с. 21]; *моно* – «один, єдиний»: монограма – умовний знак, ініціали замість підпису на творах художників, монохромія – одноколірність мистецького твору [12, с. 681], а постпозитивні – виконують систематизуючу функцію: блок *граф* – утворює різновид графічного мистецтва: *ксилографія* – різновидність графічного мистецтва гравюри на дереві, гравірування по дереву і відтиск на папері з дерев'яної друкарської форми [10, с. 91], *літографія* – специфічний вид тиражної графіки, спосіб плоского друку, за якого утворюються відбитки перенесенням фарби під тиском із плоскої нерельєфної (друкованої) форми безпосередньо на папір [12, с. 506].

В українській термінології графічного дизайну постпозитивний іншомовний елемент – *тинія* вказує на техніку виготовлення, наприклад: *автотинія* – цинкографічний спосіб виготовлення кліше за допомогою аерографа [11, с. 56], *гігантотинія* – друкарська техніка виготовлення великоформатних відбитків (включаючи і багатолистові плакати, афіші, стенди) [15, с. 34], *фототинія* – різновид плоского друку, спосіб відтворення найскладніших тонових оригіналів, малюнків олівцем [15, с. 188].

Поряд з основоскладанням для творення термінолексики графічного дизайну використовується словоскладання. Юкстапозиція, або словоскладання, – це поєднання двох слів або словоформ в одному складному слові [13, с. 31]. Незалежно від того, із кількох слів складаються юкстапозити, за змістом вони мають одне значення і становлять одну лексему.

Н. Ф. Клименко визначає юкстапозицію як «... основоскладання кількох оформлених слів, для яких характерне поєднання двох чи більше компонентів без сполучних голосних» [5, с. 3]. Порівняно з композитами юкстапозити є менш активними при творенні термінолексики графічного дизайну. Розглянемо це на прикладах.

Більшість термінів графічного дизайну, що являє собою складні слова, – це іменники, які позначають назви спеціальностей,

наприклад: *дизайнер-графік, стаф-дизайнер, стріт-артер, художник-гравер, художники-графіки*. Слід відзначити, що особливої інтенсивності набуло малопродуктивне раніше для української мови словоскладання (утворене поєднанням запозичених слів або комбінуванням запозичених та національних слів) на зразок: *альбом-каталог, антиква-гротеск, блок-знак, дизайн-концепція, дизайн-пакування, дизайн-проекування, дизайнер-графік, ескіз-малюнок, знак-монограма, знаки-екслібриси, знак-символ, креатив-дизайн, майстер-графік, оригінал-макет, оп-арт, поп-арт, стріт-арт, флаєр-стікер*. Незначну частину серед термінів графічного дизайну становлять складні прикметники, наприклад: *візуально-графічна комунікація, візуально-графічна мова, візуально-графічний текст, газетно-журнальна графіка*.

До слово- й основовакладання належить і такий спосіб творення похідних, як аббревіація. При аббревіації, як і при складанні, похідне утворюється з'єднанням компонентів кількох слів [2, с. 129]. Щодо творення термінів унаслідок аббревіації Д. С. Лотте писав, що цей метод часто призводить до псування й перекручування мови, технічних помилок, але водночас було б неправильно його зовсім відкинути [9, с. 31]. Учений зазначає, що не можна нехтувати цим способом творення, якщо буде «збережено почуття міри, мовного чуття і термінологічного смаку» [9, с. 31].

В. М. Лейчик уважає, що створення аббревіатур є найпродуктивнішим способом компресії багатослівних назв [8, с. 59].

Відомо, що джерелом аббревіатур є словосполучення, які позначають предмети, явища та поняття. Щоб аббревіатурна одиниця була зрозуміла для тих, хто її використовує, треба, аби кожен елемент аббревіатури був мотивований відповідним словом, що входить у початкове словосполучення. О. С. Кубрякова наголошує: «Чим більша кількість повнозначних елементів у початковій структурі знаходить відображення в морфологічній структурі деривата і чим більш повне відображення елементів, тим легше стає поверхнева структура деривата ключем до його розуміння» [7, с. 71].

Оскільки безпосередніми складниками термінів-аббревіатур можуть виступати літери, звуки, склади, то й класифікувати їх з погляду структури можна по-різному.

В. М. Лейчик поділяє аббревіатури на: 1) літерні; 2) звукові; 3) складові; 4) комплексні [8, с. 77–84]. З. А. Потіха виділяє три типи аббревіатур: 1) ініціальні; 2) складові; 3) змішані [14, с. 273].

О. Е. Волох визначає аббревіатури 1) часткові; 2) ініціальні; 3) комбіновані [1, с. 192]. Укладачі «Словника скорочень в українській мові» пропонують їх класифікацію: 1) ініціальні; 2) графічні (умовні) скорочення [16, с. 6].

Як показали дослідження, в українській термінології графічного дизайну можна виділити, услід за класифікацією В. О. Горпинича, такі структурні типи аббревіатур: а) ініціальні (поєднання в аббревіатуру початкових звуків або літер): *AGS* – алфавіт графічних символів (alphabet of graphic design), *CC* – креативна концепція (creative concept), *CG* – комп'ютерна графіка (computer graphics), *CMS* – система управління кольором (cyan, magenta, yellow and black), *DPI* – кількість крапок в дюймі (dots per inch), *ICC* – міжнародний кольоровий стандарт (International Color Consortium), *GIF* – графічний міжнародний формат (Graphic Interchange Format), *CMYK* – блакитний, чорний, жовтий, рожевий кольори, **RGB (red, green, blue) – це змішування трьох кольорів**; б) словформні – поєднання частини слова з відмінковою словоформою: *агітмбл*о – засіб наочної агітації, форма фірмової реклами, *пром-графіка* – вид ужиткової графіки, що охоплює сферу виробництва, збуту, реклами промислової продукції (виготовлення афіш, етикеток, товарних ярликів, упаковки та ін.); в) усічено-словесні – поєднання частини слова з повноцінним словом: *хай-тек* (від англ. high stile – **високий стиль і technology – технологія**) – **специфічний напрям в архітектурі кінця 60-х років XX ст.** Для цього напряму характерне розкриття несучих конструкцій та комунікацій, обігрування естетики найновіших матеріалів, використання на фасадах та в інтер'єрах інженерного обладнання, розробленого з урахуванням найновіших досягнень дизайну й пофарбованого відповідно до технологічних вимог.

Отже, композиція та юстапозиція є одними із засобів формування термінологіки графічного дизайну. Утворення нових термінів графічного дизайну шляхом основоскладання та словоскладання набуває все більшої впорядкованості. Це також призводить до значного кількісного зростання продуктивних терміноелементів у досліджуваній термінологіці – як власне українських, так

і запозичених. Із поданого матеріалу стає зрозумілим, що серед термінів графічного дизайну, утворених унаслідок аббревіації, переважають аббревіатури ініціального типу. Частина з них вживається як у сфері фіксації, так і в сфері функціонування паралельно із синонімічними термінологічними синтаксичними конструкціями, від яких і утворюються.

Бібліографічні посилання

1. Волох О. Т. Сучасна українська літературна мова. Друге видання, перероблене і доповнене / О. Т. Волох. – К. : Вища школа, 1996. – 199 с.

2. Горпинич В. О. Сучасна українська літературна мова: Морфеміка. Словотвір. Морфологія / В. О. Горпинич. – К. : Вища школа, 1999. – 207 с.

3. Даниленко В. П. Русская терминология: Опыт лингвистического описания / В. П. Даниленко. – М. : Наука, 1977. – 246 с.

4. Даниленко В. П. Терминологизация разных частей речи: Термины-глаголы / В. П. Даниленко // Проблемы языка, науки и техники. – М. : Наука, 1970. – С. 42–59.

5. Клименко Н. Ф. Основы морфеміки сучасної української мови / Н. Ф. Клименко. – К. : ІЗМН, 1998. – 180 с.

6. Ковалик І. І. Вчення про словотвір / І. І. Ковалик. – Львів : ЛДУ, 2001. – Випуск 2. – 83 с.

7. Кубрякова О. С. Типы языковых значений: Семантика производного слова / О. С. Кубрякова. – М.: Наука, 1981. – 84 с.

8. Лейчик В. М. Терминология информатики: Теоретические и практические вопросы / В. М. Лейчик, В. И. Смирнов, И. М. Суслова // Информатика: Итоги науки и техники. – М. : Наука, 1977. – Т. 2. – 138 с.

9. Лотте Д. С. Основы построения научно-технической терминологии: Вопросы теории и методики / Д. С. Лотте. – М. : Изд-во АН СССР, 1961. – 158 с.

10. Ничкало С. А. Мистецтвознавство: Короткий тлумачний словник / С. А. Ничкало. – К. : Либідь, 1999. – 208 с.

11. Новий тлумачний словник української мови / [уклад. і гол. ред. В. В. Яременко, О. М. Сліпушко]. – К. : Аконіт, 2000. – Т. 1. – 910 с.

12. Новий тлумачний словник української мови / [уклад. і гол. ред. В. В. Яременко, О. М. Сліпушко]. – К. : Аконіт, 2000. – Т. 2. – 911 с.

13. Плющ М. Я. Граматика української мови: Морфеміка. Словотвір. Морфологія: У 2 ч. Ч. 1. / М. Я. Плющ. – К. : Вища школа. – 2005. – 286 с.

14. Потиха З. А. Современное русское словообразование / З. А. Потиха. – М. : Просвещение, 1970. – 384 с.

15. Реклама. Словник термінів / ред. Н. В. Іванченко. – К., 1998. – 202 с.

16. Словник скорочень в українській мові: В 7 т. / [ред. Л. Паламарчук]. – К. : Вища школа, 1988. – Т. 2. – 457 с.

17. Шмелев Д. Н. Проблемы семантического анализа лексики (на материале русского языка) / Д. Н. Шмелев. – М. : Наука, 1973. – 280 с.

Надійшла до редколегії 17.06.2011

УДК 811.161.2'37

С. В. Зайцева

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГ В УКРАЇНОМОВНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

У статті у семантико-функціональному аспекті розглянуто сленгізми, які виникли на тлі україномовного медіапростору, подано їх класифікацію за певними словотвірними особливостями, визначено основні функції жаргонізмів.

Ключові слова: комп'ютерний сленг, жаргон, сленгізм, жаргонізм, Інтернет, медіапростір, калька, Інтернет-мем.

В статье в семантико-функциональном аспекте рассматриваются сленгизмы, возникшие на фоне украиноязычного медиапространства, предлагается их классификация в соответствии с определенными словообразовательными особенностями, определяются основные функции жаргонизмов.

Ключевые слова: компьютерный сленг, жаргон, сленгизм, жаргонизм, Интернет, медиапространство, калька, Интернет-мем.

The slangisms formed on the basis of the Ukrainian Internet are investigated in this paper. The description of their semantic and functional traits is given. The classification according to their word-formative features is presented. The main functions of these lexemes are analysed.

Key words: computer slang, jargon, slangism, jargonism, Internet, media area, calque, Internet-mem.

У статті у загальному вигляді ставиться проблема вивчення сленгової лексики у мові сучасного українського Інтернету. У семантико-функціональному аспекті розглядаються сленгізми, які виникли на тлі україномовного медіапростору. Ця тема

пов'язана з важливими напрямками досліджень у сучасній лексикології, тому що питання щодо внутрішньомовної мобільності та міграції лексики завжди були предметом зацікавлення науковців, адже ця мобільність і міграція є важливими чинниками розвитку словникового складу сучасної української мови.

Проблематика мовних змін сьогодні знаходить своє відображення у працях відомих українських науковців С. Я. Єрмоленко, Є. А. Карпіловської, Н. Ф. Клименко, М. П. Кочергана, О. С. Мельничука, В. М. Русанівського, О. А. Стишова, О. О. Тараненка та ін.

Зокрема тема лексичних інновацій у мові мережі Інтернет висвітлюється у роботах таких сучасних слов'янських лінгвістів, як Д. Айдачич, М. В. Бойчук, П. В. Ліхолітов, О. В. Лутовінова, Л. П. Попко та інших.

Але на сьогодні більшість лінгвістичних розвідок ведеться на тлі російськомовного Інтернету, або так званого Рунету, а щодо Укрнету, то тут проблема виникнення та функціонування лексичних інновацій, а зокрема сленгізмів, залишається недостатньо вивченою. Тому метою даного дослідження є виявлення сленгізмів, які виникли на тлі саме україномовного Інтернету, їх опис та класифікація за певними словотвірними особливостями, визначення основних функцій даного прошарку лексики у межах досліджуваного поля медіапростору.

Предметом розгляду у статті є сленгізми, які функціонують у мові сучасних жанрових різновидів Інтернет-комунікації, таких як блог, чат, форум.

У ХХІ ст. до переліку соціальних діалектів української мови, про які написано в підручниках та енциклопедіях, увійшов новий – діалект спілкування в Інтернеті. Розповсюдження персональних комп'ютерів і створення Інтернету залучило до цієї сфери широкі шари населення, які сприйняли і збагатили комп'ютерну лексику. Порівняно молодий вік спеціалістів, які зайняті у цій сфері професійної діяльності, а також популярність комп'ютерів у молодіжному середовищі, схильному до вживання жаргонних і сленгових висловів, визначають моду на комп'ютерний жаргон серед користувачів.

Молодіжний сленг є засобом спілкування великої кількості людей, об'єднаних віком. Він охоплює практично всі області життя, описує різні ситуації, оскільки сленгове слово народжу-

ється як результат емоційного ставлення мовця до предмета розмови. Сленг – це постійна словотворчість, в основі якої лежить принцип мовної гри. Нерідко саме комічний, гральний ефект є головним у сленговому тексті. Молодій людині важливо не тільки «що сказати», але і «як сказати», щоб бути цікавим оповідачем. Крім того, молодіжний сленг являє собою такий лінгвістичний феномен, побутування якого обмежено не лише певними віковими рамками, але й соціальними, часовими і просторовими параметрами. Можна стверджувати, що сленгова лексика цікава для дослідника як унікальне мовне явище і як система, що відображає процеси, властиві для лексики народної мови.

Традиційно сленг визначають як слова і вирази, що використовуються особами певних професій або соціальних спільнот. Виділяють такі різновиди сленгу, як: міський, студентський, проگرامістський, сленг художників, комп'ютерний сленг тощо [8: 119].

До лексики обмеженого функціонування, для якої характерне забарвлення нелітературності, належать жаргонізми. Жаргон – різновид мови, який характеризується специфічними експресивно переосмисленими, «зниженими» лексикою, формами й зворотами і вказує на приналежність до відносно автономної соціальної групи [8: 41].

Термін «сленг» у письмовій формі вперше був зафіксований в Англії у XVIII ст. і використовувався на позначення «незаконної» просторічної лексики [1: 3–4]. Використання цього терміну було більш притаманне західній лінгвістичній традиції. У сучасному мовознавстві не існує однозначної диференціації термінів «жаргон» і «сленг». Молодіжний жаргон часто називають сленгом. На цій позиції стоять такі російські лінгвісти, як Є. Г. Борисова-Лукашапєць, А. Н. Мазурова, Л. А. Радзиховський. І. Р. Гальперин, навпаки, розрізняє ці поняття, вказуючи на те, що жаргон має соціальну, а не місцеву приналежність, являє собою кодову систему, якій відповідає окреме словникове значення. Сленгу ж, на відміну від жаргону, трактування не потрібне. Він відмічає, що жаргон, у свою чергу, може стати сленгом. [9: 104–116]. «Жаргонізми, або сленгові слова, – слова, властиві розмовній мові людей, пов'язаних певною спільнотою інтересів», – стверджує відомий мовознавець М. Кочерган [4: 215]. У статті «Сленг: ненормативно, але нормально» С. Пиркало відмічає, що сленг (він же соці-

альний жаргон) передовсім, є засобом маркування приналежності мовця до певної соціальної (чи асоціальної) групи [7].

Отже, спираючись на визначення М. Кочергана, у даній статті ми розглядаємо сленг і жаргон як синонімічні поняття.

Користувачами Інтернет-сленгу є здебільшого молодь, яка часто на позначення нового предмета та поняття не знаходить відповідної лексики в літературній мові та її діалектах, чи останні інколи не надають можливості висловити думку стисло й емоційно, або існує потреба у спеціалізованій лексиці. Тут і слугує сленгова лексика, яка помітно орієнтована на англізоване мовлення. Але все частіше в україномовному медіапросторі фігурують питомо українські лексеми, адже, як і всі соціальні діалекти, сленг являє собою лексикон, який живиться джерелами народної мови, живе на її фонетичному і граматичному ґрунті.

Найтиповішими способами творення українських комп'ютерних сленгізмів виступають метафоричне перенесення або переосмислення на основі подібності; фонетична адаптація лексем англійської мови; аббревіація; каламбурна підстановка тощо. Здебільшого ці процеси відбуваються з урахуванням граматичних норм сучасної української мови. Але разом з тим заслуговує на увагу й стилістичний прийом, спрямований на досягнення експресивно-комічного ефекту шляхом зумисно помилкового написання слів, який отримав назву «олбанської мови» («Є дві версії написання: «олбанський» та «албанський», останній зазвичай просять не плутати з мовою країни Албанії») [10] або «падонківського» сленгу. Це різновид спілкування групи Інтернет-юзерів, які, створивши спільноту з назвою «*Пеши правельно!*», навмисно кличуть себе «*грамотними падонками*». Найпоширеніші приклади їх «письмової розмовної мови» – це російські лексеми на кшталт «*аффтaр, пеши ісчo*», «*aФФтaр жжжот*», «*зачoД*», «*ржжунимагу*», «*пpевeд мeдвeд*», які без жодних змін потрапляють до україномовних блогів, чатів і стають невід'ємною частиною їх існування.

Як правило, «олбанська мова» – це кальковані з російської вислови, які характеризуються наявністю подвоєних приголосних наприкінці або всередині лексики – «*Аццкий сотона*», навмисним оглушенням дзвінких та одзвінченням глухих приголосних – «*кpевeДкО*», компресією на графічному рівні – «*Фтeмy!*».

Спільною рисою майже всіх прикладів є фонетичний принцип написання лексем, який значно спрощує процес письма та якомога точніше передає емоції комунікаторів.

Але з розвитком україномовного сегменту Інтернету, так званого Укрнету, все більшої популярності набирають питомо українські відповідники російських «падонківських» висловів. Здебільшого це відбувається кількома способами. Ми виокремили два види **кальок**. Перший – переклад з використанням нейтральних слів, що набувають нового значення:

Гламурненько – Файнесенько;

Афтар жжот, пеши исчо – Афтор пече, що аж хочеться ще;

Зочем ви травите? – Нащо ви цькуєте?

Фтему! – Доречно;

Классный юзерник! – Чотке людинозображення!

Картинки не грузяца – Малюнків нема;

Плакаль – Рюмсає;

Баян – Трембіта (вар: Цимбали) – відеоролики, статті, книги тощо, що вже є відомими значній кількості учасників обговорення тієї чи іншої теми. Те, що було актуально та смішно вчора, сьогодні – „баян”.

Варто зазначити, що російські помилки не завжди передаються українською мовою. Ймовірно, це пояснюється тим, що популярність російського «падонківського» сленгу поки що залишається у перевазі.

Другий – під час перекладу спрацьовує механізм асоціативного мислення. Асоціації чи метафори, що виникають, можуть бути різними і несуть відтінок емоційно-гумористичного забарвлення:

В Бобруйск, жевотное – В Жидачів, тварюко;

Ужоснах! – Страхіттянах!

Афтар, выпей йаду – Афтор, випий тріла;

5 баллофф! – 12 балів!

Учи албанский! – Вчи москальську, нею Ленін розмовляв!

Чмоки, противный – Цьом, плюгавий;

В газенваген! – Та подавіться ви тим газом!

У межах групи виділяємо лексичні одиниці, у складі яких наявний фразеологічний компонент:

Аццкий сотона – Пекельний дідько (вар: лихий москаль);

Вмемориз – Затямити (вар: Намотати на вуса);

та елементи компресії на графічному рівні:

Фтонку! – *Допічки*;

Зачот – *Зарах*;

Ниасилил – *Ниподужав*;

Оффтон – *Невтем*.

Часом номінації «олбанської» мови переходять до категорії Інтернет-мемів. Термін *мем* уперше вжив Річард Докінз. *Мем* (або *мім*), за його теорією, – елемент відтворюваних мислячих структур, інфекційний інформаційний зразок, який копіюється, інфікуючи розум людини, змінює її поведінку задля розмноження зразка. Цей термін уведений за аналогією з геном. По суті, це ідея, що передається від людини до людини [2]. Надалі меми стають частиною культури. Модні мелодії, анекдоти, плітки та чутки – це меми.

Із плином часу та розвитком інформаційних технологій, зокрема, внаслідок популяризації Інтернету, *меми* отримали нове середовище для поширення та функціонування і стали основою специфічного явища – Інтернет-мемів. Це зазвичай текстова інформація (іноді відео, аудіо), що передається від користувача до користувача з розважальною метою, але трапляються також меми провокаційного та ворожого характеру. Найактивніше меми поширюються через блоги та форуми, що зумовлено їхньою специфікою.

Мем *превед медвед* уперше з'явився в Рунеті і став першим популярним Інтернет-мемом, що, так би мовити, пробився в «оффлайн», у світ за межами мережі. За аналогією зі словом *превед* почали з'являтися подібні деривати: *буффай*, *красунчег*, *медвед*, *ведмед*, *аффтар*, *учаснег*, *студентег* та інші. Як бачимо, найпродуктивнішим способом творення Інтернет-мемів є навмисне оглушенням дзвінких та одзвінчення глухих приголосних, подвоєння приголосних з експресивно-стилістичною метою.

Ще один популярний Інтернет-мем, що вийшов за межі віртуального простору – *йа креветко* (можливі варіанти написання *йа креведко*, *йа криведко*), демонструє популярність фонетичного принципу написання слів.

Один із найбільш незрозумілих і найменш змістовних мемів – *вротмненоги* використовується для заміни нецензурних висловів й демонструє такий спосіб словотвору, як компресія на графічному рівні, що є невід'ємною частиною Інтернет-сленгу.

Мем, загалом, як і людину, сприймають спочатку за зовнішніми ознаками. Він привертає увагу незвичністю, оригінальністю, особливим стилем. Також фактором, що привертає увагу, може стати невідповідне місце вживання мему чи почуття, які він викликає, коли вперше його чуєш: «Мабуть, я не знаю чогось важливого та загальновідомого». Таким чином, на перших етапах популяризації важлива форма, а не глибина змісту. Кожен мем має свою історію. Дуже часто меми виходять за межі Інтернет-простору і стають суспільно-політичною реальією.

Бажання виокремитися, зреалізуватися та самоствердитися, бути причетним до чогось особливого, оригінального надихають користувачів всесвітньої мережі на створення своєї субкультури зі своїми законами та традиціями, що, як будь-яка мовна система, впливає на розвиток мови в цілому, змінюючи її, і це відкриває для науковців нові горизонти досліджень.

Бібліографічні посилання

1. **Борисова-Лукашапек Е. Г.** Лексические заимствования и их нормативная оценка (на материалах молодежного жаргона 60–70 годов): / Е. Г. Борисова-Лукашапек. – М., 1992. – 236 с.
2. **Докинз Ричард.** Эгоистичный ген / Р. Докинз – М. : Мир, 1993–157 с.
3. **Друм Т.** Сленг: погляд зсередини// Дивослово. – 1998. – № 12. – С. 59–60.
4. **Кочерган М.** Вступ до мовознавства: Підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих закладів освіти / М. Кочерган. – К.: Академія, 2000. – 368 с.
5. **Лутовинова О. В.** Язык виртуальной коммуникации в аспекте неологии. – / О. В. Лутовинова // Электронный ресурс. Режим доступа : <http://neolexiling.narod.ru/Material/Konferenc/5.htm>.
6. **Попко Л. П.** О критериях определения новых слов / Л. П. Попко // Вісник Дніпропетровського університету. – 2004. – № 3. – С. 247–251.
7. **Пиркало С.** Сленг: ненормативно, але нормально / С. Пиркало // Урок української. – 2000. – № 4. – С. 26–28.
8. **Столярова Л. П., Пристайко Т. С., Попко Л. П.** – К., 2003. – 192 с.
9. **Galperin I. R.** Stylistics / I. R. Galperin . – М., 1977. – 332 с.
10. Электронный ресурс. Режим доступа : [Forum.root.ua – http://forum.root.ua/viewtopic.php?f=19&t=60#p1083](http://forum.root.ua/viewtopic.php?f=19&t=60#p1083)

Надійшла до редколегії 20.06.2011

УДК 659.1

В. В. Зирка

*Днепропетровский университет экономики и права
имени Альфреда Нобеля*

РЕКЛАМА: СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ЭКСПРЕССИИ В СЕМАНТИКЕ СЛОГАНА

Статтю присвячено вивченню лінгвістичних засобів для створення експресивного й ефективного рекламного слогану. У цьому ракурсі розглядаються звук, слово, словосполучення та речення на прикладах сучасних слоганів.

Ключові слова: рекламний текст, слоган, звук, слово, словосполучення, речення, базові одиниці мови.

Статья посвящена изучению лингвистических средств для создания экспрессивного и эффективного рекламного слогана. В этом ракурсе рассматриваются звук, слово, словосочетание и предложение на примерах современных слоганов.

Ключевые слова: рекламный текст, слоган, звук, слово, словосочетание, предложение, базовые единицы языка.

The present paper deals with the study of the linguistic means for the expressive and effective slogan creation. In this perspective sound, word, phrase and sentence are considered on the examples of the contemporary slogans.

Key words: advertisement, slogan, sound, word, phrase, sentence, basic linguistic units.

Слоган, как показывают наблюдения рекламистов-практиков [4; 8; 9], является автономным образованием по отношению к рекламному тексту, но при этом вступает в определенные отношения с брендом, выполняя различные конкретизирующие функции по отношению к наименованию товара/услуги: *BRITA* (бренд). *Мойте воду перед едой* (слоган) (реклама фильтров для очистки воды); *George Dental Group* (бренд). *Гарантия на 10 000 конфет* (слоган) (реклама сети стоматологических клиник); *Electrolux* (бренд). *Сделано с умом* (слоган) (реклама домотехники); *ЦЕП-ТЕР* (бренд). *Королевская посуда для экономных людей* (слоган). Достигается это для создания у потребителя ассоциаций с брендом, которые могли бы привести его к приобретению рекламируемого товара.

Можно отметить, что разноструктурные конструкции слогов ориентированы не только на подачу потребителям важной информации, но и на собственную способность выгодно и эффективно подать эту информацию. Речь идет о так называемом «художественном оформлении», хотя можно встретить мнение о том, что всяческие словесные «трюки» только отвлекают потребителя от содержания рекламной фразы. Так, И. Морозова отмечает, что «... затемнять содержание может лишь плохое художественное решение слогана» [8, 45]. Но, как показывают многочисленные примеры, рекламное пространство как раз и изобилует описательными слоганами типа: *«Рождена новая легенда, раскрыт секрет совершенства волос. Kereastase раскрывает магию масел при уходе за волосами»*; *«В современном мире ничто не ценится так, как постоянство. Настоящие ценности побеждают Время. Ahmad Tea Contemporary – эксклюзивная коллекция новых вкусов»*; *«Отчистит пятна, с которыми другие не справятся»*; *«Самое экономичное средство для мытья посуды»*; *«Выводит любые пятна и уничтожает все известные микробы»* и т. п.

Высшее проявление художественной ценности слогана – его способность запомниться как удачная фраза и, в идеальном варианте, войти в повседневную речь, как это случается с удачными высказываниями писателей, поэтов, ученых, но при этом не терять связи с объектом рекламы. И, конечно же, как и любое художественное произведение, слоган представляет собой уникальное творение. Но поскольку рекламное творчество подчинено четким и жестким рамкам маркетинговой ценности – продать товар, то и языковые приемы здесь также ограничены, что позволило их выделить и систематизировать. Такое утверждение представляет особый интерес для рассмотрения, ибо реклама в целом, и рекламный слоган, в частности, не постоянны и не долговечны, а, значит, требуют перманентного внимания к себе, и, разумеется, модификации.

Поиски эффективных и эффективных вербальных техник привели к рассмотрению трех измерений слогана как словесного произведения – это звук, слово, конструкция (предложение, словосочетание), что и представляет предмет данной статьи.

Лингвисты давно знают, что смыслом обладают не только слова, но и самые маленькие единицы языка – звуки, хотя есть

и утверждения, что звуки речи лишены собственного семантического содержания [5, 147]. Исследование фонетической адекватности во многом сводится к поиску «нужных слов», наиболее точно описывающих объект рекламы и центральную рекламную идею, создающих своим звучанием определенное настроение. Для подтверждения вышесказанного обратимся к наблюдениям И. Морозовой относительно изложенного: «Задача эта не столь трудна, как может показаться. Ведь многие слова уже содержат в своем звуковом составе соответствие обозначаемому предмету. В своем словотворчестве народ чаще всего использует в той или иной степени элементы звукоподражания. Не потому ли во многих пособиях по написанию рекламных текстов даются рекомендации использовать «простые» слова. Ведь именно простые, то есть базовые единицы языка, созданные на самой ранней стадии его формирования для обозначения наиболее важных и типичных элементов окружающей реальности, наиболее ярко отражают соответствие звукового состава изображаемому предмету или явлению. В слове «легкий» сочетание тонкого «Л» и тонкого пронзительного «И» передает идею невесомости, воздушности, тонкости. В слове же «толстый» тяжелое, глухое «Т» и округлое сытое «О» объединились, чтобы зримо представить пухлую, объемную форму обозначаемого предмета» [8, 55]. Если мы сделаем предметом нашего внимания слоган рекламы лимонада «Меринда» – *Взрыв вкуса*, обнаружим, что словосочетание удачно использует аллитерацию – повторение взрывного звука «В» для передачи идеи взрыва, заложенного в рекламную концепцию. Однако следует признать и то, что сочетание слов с конечным **в** в слове **взрыв** и начальным **в** в слове **вкус** произносится с трудом.

Отметим, что в последние десятилетия звуковая изобразительность и «звуковой символизм становятся предметом серьезных филологических изысканий» [3, 5]. Например, звук А получил в интерпретации известного ученого А. П. Журавлева такие признаки, как «хороший, большой, могущественный, светлый, активный, простой, сильный, красивый, безопасный, величественный, яркий, радостный, громкий, добрый, могучий». По мнению ученого, названия «Алиса», «Алекс» – это примеры удачного словоупотребления с точки зрения звучания [10, 12].

Выразительные возможности звуков можно проиллюстрировать и таким примером: «Подсолнечное масло «Дельтекс» – солнечное золото высшей пробы!». Преднамеренное повторение звука «С», с которого начинается слово *солнце*, создает впечатление чего-то теплого, яркого, мягкого и т. д. Таким образом, звук при включении в организованный с определенным коммуникативным заданием текст создает дополнительную смысловую нагруженность высказывания за счет выполнения изобразительной и экспрессивной функций. Подтверждением этому могут служить следующие примеры: *Краска для волос ВЕЛЛА. Вы великолепны; Напиток БРАВО. Это бизнес на бис; Сделай паузу – скушай ТВИКС; «Денежные переводы «Юнистрим». Упростим и убыстрим; МОБИЛ. Самое надежное моторное масло в мире.*

Созвучие относят к одному из самых эффективных способов облегчить потребителю восприятие слогана. Наличие в слогане двух или более созвучных слов значительно увеличивает его запоминаемость и особенно имени бренда, если оно иноязычное или специально созданное. Наглядным примером считается слоган корма для кошек «Вискас»: *Ваша киска купила бы Вискас*. Во-первых, оба созвучных слова – значимые рекламные единицы. Во-вторых, в качестве одного из элементов созвучия использовано имя бренда – иноязычное слово, которое изначально лишено каких-либо коннотаций для носителя русского языка. Запомнить его довольно сложно без определенных ассоциаций. В-третьих, вместе со всем этим имя бренда является главным элементом слогана, и без его запоминания вряд ли возможно повышение целевого спроса на продукцию данной марки. Создавая созвучие, автор слогана использовал в качестве второго элемента (простое) слово из обиходной лексики – *киска*, узнаваемость и привычность которого увеличивается уменьшительно-ласкательной формой, что в отличие от слова *кошка* создает у потребителя ощущение большей личной вовлеченности. Правда, удачи, подобные слогану «Вискас», случаются, к сожалению, весьма редко. Созвучие дает те формальные установки, которые удерживают фразу в памяти и помогают быстрее извлечь ее оттуда в случае необходимости. Вот еще несколько примеров использования созвучий: стиральный порошок «Tide»: « *Чистота – чисто Тайд*»; линия моющих средств «Санлайт»: «*Солнечная чистота «Санлайт*»; бытовая техника «Ровента»: «*Ровента: радость в вашем доме*».

Ритм и рифма являются вторым средством создания экспрессии на фонетическом уровне, они делают слоган более структурированным, позволяют его быстрее запомнить. Например: мятные конфеты «Рондо»: *Свежее дыхание облегчает понимание*; чистящий порошок «Миф-универсал»: *Новый МИФ – Универсал Сохраняет капитал!* кондиционеры «Тошиба»: *Круглый год – оптимальный комфорт*; «ЖИЛЛЕТТ». *Лучше для мужчины нет*. Таким образом, как видно, ритм и рифма являются эффективным средством для создания воспроизводимости слогана в русском языке.

Следует упомянуть также об использовании омофонов и омоформ в слоганах, но случаи их использования ограничены. Тем не менее, мы приведем следующий слоган для подтверждения сказанного: гель для лица «КЛЕРАСИЛ». *Результат налицо; Магазин «МЕДА»*. Слоган: *Медовый месяц – круглый год!* Это случаи могут рассматриваться не только как примеры ярко выраженной омоформии, но и как речевое воплощение игры слов.

Как отмечают исследователи рекламы, слоган должен передать максимальное количество базовой маркетинговой информации минимально возможным количеством слов. Поэтому по требованию этого конструкта слово, входящее в слоган, должно быть предельно точно, весомо и обоснованно. При этом во многих пособиях по написанию рекламных текстов можно встретить рекомендацию использовать прежде всего глагол [2; 3, 62; 8, 62; 9, 152]. Это вполне закономерно, поскольку, являясь обозначением действия, глагол обладает скрытой динамикой в нем, движением и имеет *большую* побудительную силу, нежели именные части речи. Таким образом, наличие глагола значительно улучшает эффективность слогана, в особенности его вовлекающую силу. Наши наблюдения позволяют полностью согласиться с данным тезисом, и констатировать факт частого использования побудительных конструкций в слоганах (30% отглагольных слоганов). Такая доля их участия в слогане обусловлена прежде всего принципом «навязчивости» современной русскоязычной рекламы. В русском языке, в силу прагматической инерции, для которой характерно убеждение, побудительные конструкции находят свое выражение и через эллиптические и лозунговые конструкции-призывы, как: «*ФИЛИПС*». *Изменим жизнь к лучшему*; «*TOYOTA*». *Управляй мечтой*; «*Renault Megane*». *Достоин уважения. Расправь крылья*; «*Carls-*

berg». *Оставайся верен себе; «Shamtu». Почувствуй ощущение чистоты; Yandex – найдется все!* (интернет-поисковик). Такая передача информации считается нами адекватной, так как сохраняется основная экспрессивная характеристика слогана, создаваемая при помощи приема соучастия.

Чрезвычайно экспрессивной в рекламном слогане оказывается семантика слов, и, в частности, имен существительных и прилагательных. Более того, нередко язык рекламы характеризуют как субстантивный, признавая более высокую долю существительных в рекламе по сравнению с другими разновидностями языка. Например, ни один глагол не сравнится с использованием существительного «вкус» в слоганах: *Lexus. Стремление к совершенству; Ecco. Обувь для жизни; Превосходный вкус* (масло Рама); *Ahmad Tea Contemporary – эксклюзивная коллекция новых вкусов; Знак хорошего вкуса* (чай Липтон); *Неповторимый устойчивый вкус* (жевательная резинка Стиморол); *Во вкусе умной старины...* (реклама ресторана Le Grand); *Вам по вкусу* (чай Дехли); *Все, что нужно, для лучшего вкуса* (майонез Кальве); *Живи со вкусом* (кофе Элит); *Заманчивый вкус* (чипсы Эстрелла) и т. д.

В поисках оригинальных и эффектных слов создаются также и собственные, новые лексемы. Естественно, абсолютно новыми такие слова назвать нельзя: как правило, они состоят из частей известных слов, представляют собой искаженные или переделанные слова активной лексики русского или иностранных (чаще английского) языков.

Рекламная кампания «Пепси-Кола», традиционно ориентированная на тинейджеров, удачно использовала в слогане иностранное слово NEXT вместо традиционно звучавшего ранее русского эквивалента «новое». Появившееся в результате Поколение NEXT гораздо ярче, чем его русскоязычный предшественник, передает идею новизны поколения еще и потому, что активная адаптация неприводимых англоязычных слов стала стилем именно сегодняшнего поколения.

Одним из ярких способов по привлечению внимания к слогану является использование так называемых «слов-матрешек». В качестве примера одного из самых удачных слоганов с использованием «слова-матрешки» И. Морозова приводит слоган компании, предлагающей услуги транспортировки грузов: **ЖЕЛЕЗНО!**

дорожные перевозки [8, 75]. Наши несколько примеров подтверждают сказанное: «СПАкойствие, всегда СПАкойствие...» (реклама СПА-салонов); Пишущие машинки «Оптим» **ОПТИМА**льный вариант; «Фанта: Новая **ФАНТА**стическая бутылка.

Использование фразеологизмов при создании слогана – весьма широко распространенная практика. *Этот вопрос представляется нам перспективным и заслуживает отдельного внимания.* Преимущество использования фразеологизма в слогане – в его актуальности, привычности, узнаваемости, востребованности обществом. Употребляя его в повседневной речи, люди автоматически вспоминают о рекламной интерпретации выражения. Например: Автомобили «Volvo»: *Вольному – Вольво*; Йогурты «Fruttis»: *Молочные реки, фруктовые берега*; «Колдрекс» *сильнее вашей простуды*; Лекарство от простуды «Coldrex»: *Семь бед – один ответ*; Магазин пледов из овечьей шерсти: *Душевное тепло*; Средство от комаров «Autan»: *Комар носу не подточит*; «Аэрофлот»: *Легко на подъем*; Компания «Тракт» (производство рабочей одежды): *Всегда в рабочей форме*; Клей «Момент»: *Цены Момент!*

Одним из значимых вопросов в построении слогана считается сам вопрос: Усиливает ли воздействие слогана его синтаксическая форма? Здесь можно говорить о двух точках зрения. Согласно первой – о синтаксической модальности: сколько-нибудь заметного воздействия модальности предложения на запоминаемость и вовлекающую силу слогана отдельными исследователями [8, 80] не выявлено. Приведем примеры: «*Ты желаешь стать красивой? Попробуй это сделать у нас. Салон красоты Beauty*»; «*Хочешь быть здоровым и счастливым? – Бросай курить! Хватит себе и другим вредить!*» (Здравоохранение Украины). Представители же второй точки зрения утверждают, что синтаксису принадлежит важнейшая роль в создании выразительности рекламного текста, синтаксические средства играют гораздо более существенную роль в реализации прагматической установки рекламного текста по сравнению с остальными уровнями языковой системы [5, 162]. Нам все же близка вторая точка зрения.

Абсолютным критерием лаконичности называют структуру слогана. Синтаксические особенности уже неоднократно становились объектом внимания ученых, занимавшихся исследованием рекламы в целом, а не составляющих ее конструктивных ком-

понентов [1]. При этом естественным объектом исследования были предложения, и, в частности, их модальные разновидности. Если же рассматривать слоган как самостоятельную структурно-семантическую единицу, а не в составе рекламного текста, то синтаксис его не ограничивается только лишь предложениями, в нем активно используются и другие структурные образования.

Таким образом, определяющими факторами для слоганов в русском языке оказываются семантическая насыщенность и формы создания экспрессии как путем фоностилистических приемов, так и при помощи синтаксических конструкций. Морфология и словообразование играют в слоганах служебную роль и зависят скорее от конкретного языка, чем от потребностей чисто рекламной направленности.

Сейчас модно говорить о самодостаточности слогана. Однако, на наш взгляд, этот тезис требует доказательства. Ярким свидетельством самодостаточности слогана является его активное использование в разговорной речи, в газетно-публицистической сфере, научной литературе, в анекдотах и пародиях на рекламные тексты и когда реклама рекламирует самое себя. Вот несколько примеров: Парень приходит в незнакомую компанию, его приветствуют: «*Вливайся!*» (реклама напитка «Фанта»); Название статьи о спасательных жилетах: «*Жилет: лучше для мужчины нет*» (реклама бритвы «Жиллет»); реклама автомобиля «Дэу-Нексия»: «*Имидж – ничто. Машина – все. Нексия*»; (реклама напитка «Спрайт»: «*Имидж – ничто. Жажда все*»). Слоган прежде всего имеет потенциальную возможность к автономному употреблению в силу своей частой повторяемости, и поэтому его информативный потенциал может приближаться к значению бренда в целом.

Подчеркнем, что слоганы испытывают большое воздействие экстралингвистических факторов, какими являются экономическое положение страны, нормативная законодательная база, регулирующая рекламную деятельность, переводимость (в случае иноязычно переводной рекламы), установки рекламодателя, культуры и ментальности и др. Влияние этих факторов сочетается с собственно структурными особенностями и семантическими концептами, типичными для русскоязычного населения.

Вместе с тем появление статей, монографий, диссертационных исследований, в которых исследуется слоган, и существование ли-

тратури с такой ориентацией подтверждает определившуюся автономность данного жанра рекламного текста [1; 2; 5; 8; 7] и др. Он основан на структурном своеобразии, подкрепленном визуальным образом.

Необходимо также учитывать и мнение о рекламной деятельности простого потребителя, так как в русскоязычной среде реклама зачастую вызывает раздражение, в первую очередь из-за того, что для людей среднего и пожилого возраста реклама – это не совсем привычная реальность. Тем не менее фактический материал русскоязычных слоганов свидетельствует о том, что это один из наиболее интересных видов рекламного продукта, в котором в высшей степени проявляются возможности русского языка, талант креативных копирайтеров и переводчиков-профессионалов.

Библиографические ссылки

1. **Дмитриев О. А.** Структурно-семантическая характеристика слогана как особой разновидности рекламного текста / О. А. Дмитриев : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Орел, 2000.
2. **Зирка В. В.** Манипулятивные игры в рекламе / В. В. Зирка: Лингвистический аспект. Изд. 2-е, испр. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.
3. **Клушина Н. И.** Реклама, которая лечит / Н. И. Клушина // Русская речь. – 2004. – № 1. – С. 64–67.
4. **Кухаренко В. А.** Интерпретация текста : учеб. пособие / В. А. Кухаренко. – М. : Наука, 1988.
5. **Лившиц Т. Н.** Реклама в прагмалингвистическом аспекте / Т. Н. Лившиц. – Таганрог, 1999.
6. **Литвинова А. В.** Компас в мире слоганов / А. В. Литвинова // Практика рекламы. – 1999. – № 1/2. – С. 196–201.
7. **Минаев Г.** Слоганы нового поколения: «с крылышками». Рекламные идеи – YES! / Г. Минаев. – 1999. – № 3. – С. 79–80.
8. **Морозова И.** Слагая слоганы / Морозова И. И. – М. : Рип-холдинг, 2002.
9. **Назайкин А. Н.** Практика рекламного текста / А. Н. Назайкин. – М. : Бератор-Пресс, 2003.
10. Рекламный мир, 1995. – № 2, с. 12.

Надійшла до редколегії 10.06. 2011

УДК 811.161.2'373

Н. Ю. Козырева

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара

**ДОМАШНЕЕ ЧТЕНИЕ КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ
ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
СТУДЕНТОВ-ИНОСТРАНЦЕВ НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ
ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ**

Розглядається самостійна робота як невід'ємна частина навчання російській мові як іноземній; пропонується один з напрямків її організації – самостійне домашнє читання.

Ключові слова: навчання російській мові як іноземній, комунікативні потреби, вміння та навички самостійної роботи, домашнє читання, активне самонавчання.

Рассматривается самостоятельная работа как неотъемлемая часть обучения русскому языку как иностранному (далее – РКИ); предлагается одно из направлений её организации – самостоятельное домашнее чтение.

Ключевые слова: обучение РКИ, коммуникативные потребности, умения и навыки самостоятельной работы, домашнее чтение, активное самообучение.

The article deals with the independent work as an indispensable part of teaching Russian as a foreign language; one of trends of its organization – independent home reading – is suggested.

Key words: teaching Russian as a foreign language, communicative needs, skills of independent work, home reading, active self-teaching.

Развитие коммуникативной компетенции студентов-иностранцев, как известно, комплексный процесс, который подразумевает работу над полным спектром языковых навыков. Освоение многих из них требует активного контакта с преподавателем. Однако нельзя не учитывать того, что некоторые студенты-иностранцы в силу ряда самых разных причин не всегда способны сразу войти в контакт с преподавателем. Центр тяжести обучения переходит, таким образом, от педагога к самостоятельной работе студентов. К тому же на начальном этапе обучения студенты-иностранцы часто испытывают значительные трудности в понимании, переработке и усвоении необходимой информации в связи со сжатыми сроками их обучения на подготовительном отделении (далее – ПО).

В этом случае им также должна предоставляться возможность работать в собственном ритме. Как известно, существуют такие области, как чтение, работа над лексикой, закрепление пройденных грамматических конструкций и др., в которых студенты должны уметь работать «автономно».

Цель статьи – обозначить роль чтения в процессе обучения иностранных студентов РКИ, а также представить организацию их самостоятельной работы с текстами для домашнего чтения.

Известно, что приёмы и способы систем образования большинства, к примеру, арабских стран исключают из учебной познавательной деятельности самостоятельность вообще в любых её проявлениях. Да и опыт работы показывает, что студенты из арабских стран практически не владеют навыками самостоятельной работы и считают источником получения новых знаний исключительно преподавателя, чего не скажешь о китайских студентах, которым работать самостоятельно не привыкать. Исходя из разного уровня умений и навыков самостоятельной работы студентов-иностранцев, возникает необходимость обучать их общим принципам и действиям самостоятельной работы как виду учебной деятельности. Таким образом, вопросы организации самостоятельной работы студентов-иностранцев, приобретения умений и навыков самостоятельной работы, необходимых иностранным студентам в процессе обучения РКИ, не теряют актуальности в настоящее время, и они неоднократно обращали на себя внимание методистов [1; 3 и др.]. Остановимся на положениях некоторых из них.

Итак, определённо, среди коммуникативных потребностей во всех видах речевой деятельности студентов-иностранцев на начальном этапе обучения РКИ особое место занимают коммуникативные потребности в чтении. Доказано, что чтение выступает как автономный, самодостаточный вид речевой деятельности и является ведущим средством получения специальной информации в процессе обучения самостоятельной работе. И с этим трудно не согласиться. Неоднократно отмечалось, что в процессе обучения иностранных студентов самостоятельной работе чтение играет важную роль: развивает и совершенствует речевые навыки студентов-иностранцев, прививает навыки самостоятельной работы с литературой по специальности на русском языке, расширяет их словарный запас и т. д.

На подготовительном отделении студентов-иностранцев в основном обучают двум видам чтения: изучающему и ознакомительному. Изучающее чтение предполагает полное и точное понимание языкового материала текста и его содержания. Основные целевые установки данного вида чтения: понимание-запоминание-воспроизведение. Ознакомительное чтение имеет целью понимание главной информации текста и всех основных фактов, изложенных в нём. При этом виде чтения отсутствует специальная установка на запоминание, использование или воспроизведение изложенной информации [3, с. 167]. Нельзя не согласиться с тем, что в процессе самостоятельной работы продуктивным является обучение именно ознакомительному чтению.

При обучении чтению с методической целью умения и навыки самостоятельной работы разделяют на две категории: навыки и умения собственно иноязычного чтения и навыки и умения собственно самостоятельной работы. Безусловно, данные умения целесообразно начинать формировать у иностранных учащихся на аудиторных занятиях под руководством преподавателя, а развивать и совершенствовать – во внеаудиторное время в процессе самостоятельной работы. Основываясь на структуре самостоятельной работы как определённого вида деятельности, состоящего из ориентировочной, исполнительской и контрольной частей, выделяют группу умений самостоятельной работы при иноязычном чтении, которая включает: умения самоорганизации учебной деятельности, умения рационального умственного труда, справочно-информационные умения. Умения самоорганизации учебной деятельности включают самопланирование, самопрограммирование, самоисполнение и умение самоконтроля [1, с. 6]. Таким образом, учебная деятельность студентов вообще не может быть в достаточной мере эффективной, если они не умеют приобретать знания самостоятельно.

В настоящее время на кафедре перевода и лингвистической подготовки иностранцев (далее – ПЛПИ) ДНУ разрабатывается учебное пособие для студентов-иностранцев «Тексты для самостоятельного чтения». Основу этого пособия должны составить небольшие по объёму тексты, расположенные по степени сложности и смысловой значимости. Тексты подбираются с учётом представленности в них различных коммуникативных способов изложения (тексты-

описания, тексты-повествования, тексты-рассуждения), а также с учётом форм устной речи (монолог, диалог, полилог). Это тексты для самостоятельного домашнего чтения о жизни и деятельности учёных, общественных деятелей. Особое предпочтение отдаётся рассказам, т. к. принято считать, что именно рассказы в большей степени отвечают задачам практического обучения языку и активизации речи (скажем, рассказы-сценки А. П. Чехова).

Система текстов для домашнего чтения служит закреплению пройденной лексики и грамматики, расширению словарного запаса. Предполагается регулярное самостоятельное чтение этих текстов под руководством и контролем преподавателя, и рассчитано оно преимущественно на понимание. Важно также отметить, что при отборе текстов учитывается интерес студентов-иностранцев к предложенным темам, учитывается проблемность текстов, что обеспечивает несомненное выполнение самостоятельной работы над текстом.

Известно, что проблемное обучение эффективно воздействует на активизацию мыслительной деятельности обучаемых, на развитие творческого мышления и т. п. «Проблемный метод позволяет задействовать все виды речевой деятельности:

- 1) рецептивный (чтение и/или слушание);
- 2) репродуктивный (пересказ, письменное изложение);
- 3) продуктивный (дискуссия)» [2, с. 166].

Проблемная ситуация, кроме всего прочего, является важным мотивационным и эмоциональным средством в процессе обучения.

Отметим, что преподавателями кафедры ПЛПИ ДНУ проблемность уже учитывалась при отборе учебных текстов для методического пособия «Основы литературы», где тексты подобраны как сюжетно-информационная основа для организации дискуссии. Понятно, что проблемный текст вызывает желание дискутировать, а дискуссия актуализирует языковые средства для адекватного выражения мыслей. Тексты для домашнего чтения также могут быть адаптированными художественными текстами, в которых поднимаются общечеловеческие морально-этические проблемы.

Справедливо мнение, что система проблемного обучения с использованием текстов морально-этической направленности даёт возможность:

- 1) активизировать речемыслительную деятельность учащихся;
- 2) индивидуализировать обучение;
- 3) достичь партнёрства и взаимопонимания преподавателя и студентов во многих мировоззренческих и этических вопросах [2, с.167].

Тексты должны быть подобраны таким образом, чтобы они вызвали желание высказать отношение к поставленной в тексте проблеме. Важные этические вопросы, которые ставятся русской классической литературой, не могут не влиять на нравственное мышление, чувства и убеждения иностранных студентов. Последующие после прочтения текстов проблемные занятия-дискуссии в практике преподавания можно отнести к числу наиболее эффективных и целесообразных тактик, поскольку тут доминирует приоритетный принцип обучения иностранному языку – выход в естественную неподготовленную коммуникацию.

Практика преподавания РКИ на ПО показывает, что тексты для самостоятельного домашнего чтения должны обладать следующими особенностями:

- 1) не содержать избыточной информации;
- 2) создавать определённый мотивационный настрой (должен обеспечиваться познавательный интерес обучаемых).

Тексты, используемые студентами-иностранцами в самостоятельной работе, в основном связаны с:

- чтением художественной литературы;
- конкретной специальностью студента.

Работа над текстом начинается в аудитории и происходит под непосредственным активным руководством преподавателя. Вне-аудиторную работу над текстом студент организует самостоятельно уже по предложенной преподавателем схеме. Вначале – это чтение с заданием выписать незнакомые слова, проверить их по словарю с целью научить студентов пользоваться словарём и составлять словарь незнакомых слов.

В соответствии с целью следующего этапа работы в разработке текстов для самостоятельного чтения могут присутствовать такие типы заданий:

- «найдите в тексте доказательства, подтверждающие следующие утверждения...»;
- «согласны ли вы со следующими утверждениями..?» и т. п.

Используемые задания заставляют студента неоднократно пересчитывать текст и рассчитаны на самостоятельную работу студентов при подготовке к занятиям.

Упражнения заключительного этапа работы над текстом – контроль понимания информации, заложенной в тексте, и обсуждение прочитанного как средство развития устной речи студентов на основе содержания текста. Контроль за домашним чтением студентов-иностранцев даёт возможность руководить индивидуальной работой каждого студента, развивать творческие способности лучших студентов.

Тексты для самостоятельного домашнего чтения направлены на овладение студентами навыками разных видов чтения адаптированной или оригинальной художественной литературы на иностранном языке, расширение словаря студентов, развитие навыков устной речи. Такое развитие самостоятельных навыков в чтении является базой для создания основных принципов работы по изучению в дальнейшем специализированной литературы.

Таким образом, правильно организованная самостоятельная работа представляет собой неотъемлемую часть любого учебного процесса и является одним из факторов его оптимизации. Эффективность её организации заключается в разработке системы заданий и упражнений, которые создают условия для наиболее эффективного погружения в языковую среду, не присутствуя на занятии.

Тексты для самостоятельного домашнего чтения обеспечивают благоприятные условия для успешного решения целого ряда важных методических задач: развития навыков неподготовленной устной речи при обсуждении прочитанного, стимулирования мыслительной деятельности студентов, обучения сознательному, углублённому подходу к тексту. Умение самостоятельно работать над текстом обеспечивает способность свободно пользоваться специальной литературой на иностранном языке, самостоятельно вести информационный поиск в дальнейшем.

Библиографические ссылки

1. **Авраменко Н. А.** Изучение навыков и умений самостоятельной работы иностранных студентов при обучении чтению / Н. А. Авраменко, Д. И. Дочинец, Е. А. Рощупкина // Викладання мов у вищих навчаль-

них закладах освіти на сучасному етапі. Міжпредметні зв'язки : тези XIII міжнар. наук.-практ. конф. – Харків, 2009. – С. 5–7.

2. **Иванова Л. В.** Активизация речемышлительной деятельности студентов-иностранцев на материале текстов морально-этической тематики/Л. В. Иванова, Н. П. Мациевская, Л. П. Агекян // Проблемы обучения иностранных студентов: поиски, находки, перспективы : матер. междунар. юбилейной научно-практ. конф. – Одесса, 2000. – С. 166–167.

3. **Рошупкина Е. А.** Роль чтения как вида речевой деятельности в процессе обучения иностранных студентов самостоятельной работе / Е. А. Рошупкина, Г. С Манаева // Викалання мов у вищих навчальних закладах освіти на сучасному етапі. Міжпредметні зв'язки : тези XIII міжнар. наук.-практ. конф. – Харків, 2009. – С. 166–168.

Надійшла до редколегії 10.06.2011

УДК 811.161.2'373

Лю Фейхун

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара

СПОСОБЫ ПОСТРОЕНИЯ СЛОВАРНОЙ СТАТЬИ (на материале русских междометий)

Розглядаються засоби тлумачення слова у словнику російської мови на прикладі статей, які презентують вигук.

Ключові слова: словник, словникова стаття, дефініція, вигук.

Рассматриваются способы толкования слова в словаре русского языка на примере статей, относящихся к междометиям.

Ключевые слова: словарь, словарная статья, дефиниция, междометие.

The article deals with the ways of word definition in an explanatory Russian language dictionary in the entries referring to interjections.

Key words: dictionary, entry, definition, interjection.

Выяснение сущности значения слова, анализ качественных изменений в структуре слов – в их историческом движении, – являются одними из актуальных задач современной лексикологии и лексикографии. Как считает В. Г. Гак, лексическое значение слова – содержание слова, отображающее в сознании и закреп-

плюющее в нем представление о предмете, свойстве, процессе, явлении и т. д. Лексическое значение слова – продукт мыслительной деятельности человека, оно связано с редукцией информации человеческим сознанием, с такими видами мыслительных процессов, как сравнение, классификация, обобщение. Лексическое значение слова носит обобщенный и обобщающий характер. Формирование лексического значения слова играет первостепенную роль в познавательной деятельности человека. Лексическое значение слова формируется в процессе активной деятельности говорящих [4].

Одним из путей подхода к решению сложных вопросов, связанных с изучением слова и его значения, с исследованием законов изменений значений слов, является выяснение разных типов или видов лексических значений слова и способов или форм их связи в смысловой структуре слова.

Проблема отдельного значения слова поднималась К. Бальдингером, В. В. Виноградовым, Б. Н. Головиным, В. А. Звегинцевым, С. Д. Кацнельсоном, Г. Кронассером, Э. В. Кузнецовой, Л. А. Новиковым, А. А. Потебней, А. И. Смирницким, Ю. С. Степановым, С. Ульманом, Д. Н. Шмелевым и другими лингвистами в их классических трудах.

Целью данной статьи является систематизация позиций лингвистов в вопросе об оптимальном построении словарной дефиниции на примере толкования русских междометий. Междометие – это класс неизменяемых слов и словосочетаний, служащих для нерасчлененного выражения чувств, ощущений, душевных состояний и других реакций. Будучи средством выражения чувств, они с трудом поддаются толкованию, то есть представляют собой значительную лексикографическую проблему. Чаще всего в толковании просто обозначается чувство, выражаемое междометием:

БА междомет. изумления: а, ах, вот, ну, вот те на; ба, ба, ба, это что значит? | По-тамб. произносят вместо союза бы: Я ба (бы) и пашол, да недасу (недосуг).

Определение или толкование значений слов – главная цель составления словарей, прямой объект лексикографии. Лексикографию можно считать одним из древнейших видов прикладной лингвистической деятельности. Результатами этой деятельно-

сти пользуется практически каждый грамотный человек. В задаче лексикографии входит не только исследование семантического содержания слов в связи с разработкой словарных статей, «но также участие в языковом мышлении как общественном процессе, состоящем в поисках максимальной ясности и простоты как в разделении значений слов на рубрики, так и в способах интерпретации этих значений в определениях» [5].

Лексикографический труд, по замечанию В. В. Дубичинского, является свидетелем определенного уровня цивилизации народа, он фиксирует состояние и уровень производства и производственных отношений в обществе, развитие философской, политической, религиозной, научно-технической мысли этноса – носителя описываемого в словаре языка [6, с.16–17].

Словарь является описанием всего того, что есть в языке. Задача лексикографа – собрать и сгруппировать каким-то образом все слова, хорошие или плохие, нравятся они ему или нет, он историк языка, а не его критик. Таким образом, роль лексикографа должна сводиться прежде всего к объективному и беспристрастному собиранию фактов языка, а лексикография перестала бы быть одним из искусств, ... превратилась бы в одну из областей науки о языке, то есть приобрела бы действительно научный характер [9]. Задача лексикографа состоит в том, чтобы показать те значения, в которых слова действительно употребляются в языке, а не давать мнение редакторов словаря относительно того, каковы должны быть эти значения.

Толковый словарь должен быть регистрирующим, то есть должен описывать действительно существующие в настоящий момент в данном языковом коллективе языковые факты и на основе их объективного анализа делать соответствующие обобщения [9, с. 38].

В связи с этим А. М. Бабкин высказывается следующим образом: «Рекомендации и оценки, предлагаемые в словаре, должны носить объективный характер и опираться не на показания предшествующих словарей, а на материалы языковой действительности» [2, с. 91]. Л. П. Ступин свое мнение о регистрирующем словаре обосновывает в таком высказывании: «Ни один словарь, составленный на подлинно научных принципах, не может быть предписывающим, ибо ученые-языковеды не могут предписы-

вать, предсказывать развитие языка, особенно в части изменения значения слов, их узуального статуса, появления новых слов и т. п. Тезис о предписывающем словаре противоречит самой природе языка, подверженного непрестанной эволюции» [9, с. 40].

Таким образом, важнейшим компонентом любого словаря является словник. В него включаются все единицы языка, которые входят в область описания словаря и являются входами словарных статей. Словник является одним из наиболее существенных факторов, определяющих объём словаря.

Задача словаря не сводится только к возможно полному отражению запаса слов современного языка. Правильное его истолкование, показ места слов в лексической системе языка, особенностей, условий их употребления – не менее важная и не менее трудная часть всякой словарной работы. Очень хорошо о важности правильного и полного истолкования семантики слов в словаре говорил В. Дорошевский, подчеркивая, что основная «объективная» задача лексикографии заключается в объяснении, «что значат слова, в чем состоит эта *orationis et vitae societas*, т. е. связь слов с жизнью, составляющая самую их сущность. Ясное осознание содержания слов – это форма овладения ими и одновременно ситуациями, в которых употребляются слова как орудия мышления и деятельности. Формирование рационального отношения к словам и к жизни – высокая цель теоретической работы над познанием языка и общественно-практической работы над его культурой» [5, с. 207–208].

АЙ и **АЙ-АЙ-АЙ** [айяй], межд. 1. Выражает самые разные чувства: испуг, боль, упрёк, порицание, удивление, одобрение, насмешку. Ай, больно! 2. Усиливает слово, к к-рому примыкает одно или вместе с местоименными словами «как», «какой», (разг.). Ай как плохо! Ай (какой) молодец! * Ай да (всегда в непосредственном сочетании с именем или глаголом) (разг.) – выражает похвалу, одобрение. Ай да молодец! Ай да погуляли!

Таким образом, словарь, безусловно, является одним из важнейших способов описания лексической системы языка. В отличие от некоторых других способов, лексикографической интерпретации словарного состава присуща комплексность анализа слова (характеристика с позиций всех уровней языка), полнота (универсальность, всеохватность структуры словарной статьи),

доказательность исследования, достаточность для отдельных периодов, определенная обозримость, наглядность. Рассмотрим следующий пример.

АУ. 1. межд. Воскликание, к-рым перекликаются в лесу, чтобы не потерять друг друга. 2. в знач. сказ. Кончено, пропало (разг.). Теперь-то уж ау, не догонишь его!

Чаще всего в словаре комментируется семантическая структура слов, т. е. словам в словаре сопоставляются толкования их значений и контексты употребления, но возможны и другие типы комментариев. Помимо слов объектами словарного описания могут выступать более мелкие единицы языковой системы – это, как правило, морфемы. Также в словарях могут быть описаны и единицы, более крупные, чем слово, – это словосочетания различных типов. Существуют также словари, в которых специальные комментарии при каждой единице словарного описания отсутствуют (например, орфографические и орфоэпические словари).

Перед толковыми словарями всегда ставилась задача систематизации и классификации лексических явлений, причем «систематизация» явлений в этих словарях имеет самые различные основания: с одной стороны, это формальные приемы, облегчающие пользование словарем, например, расположение материала в алфавитном порядке, некоторые структурные особенности словарных статей и т. д.; с другой – разные виды и типы описания, обусловленные различными связями, отношениями лексики в её живом употреблении, которые должны раскрыть читателю особенности лексического состава [11, с. 20].

АГА нареч. зап., эге малорос. (буква г произн. по-южному, с придыханием) да, так, конечно, ладно. Ты быв ён тамацки? – «Ага» смол. Ага, агату междомет. изумления смол. а, ах, ба. | Ага междомет. торжества а-а!

Традиционное назначение словаря – определить значение слова, его «лица необщее выраженье» [7, с. 85], его отличие от других слов и, следовательно, место среди других единиц лексического уровня, короче говоря, установка словаря – на детальную дифференциацию лексем. Пополнение и уточнение дифференциальных признаков слова, совершенствование наших представлений о значениях слов и способах упорядочить, систематизировать эти представления – важная и необходимая компонента линг-

вистического знания, все это отражено и зафиксировано в трудах многих поколений лексикографов.

По мнению ученых, самым важным в составлении толковых словарей является толкование значений слов, раскрытие их реального содержания, показ различных оттенков значения и особенностей употребления. «По существу, – отмечает Ф. П. Сороколетов, – толковые словари составляются ради этого (или, по крайней мере, прежде всего ради этого)» [8, с. 3].

Наиболее важной композиционной частью словарной статьи, основным компонентом в структуре её текста является дефиниция. Лексикографы все чаще ставят вопрос о необходимости изучения формы, конструкции, синтаксиса словарной дефиниции, а главное – структурно-семантических отношений между главным словом и его дефиницией.

АГУ междомет. род привета младенцу, вызов на улыбку, агу-нюшки. агушеньки и пр.; агунить, тешить ребёнка агу.

По мнению Е. Н. Толикиной, определение как структура языка описания состоит из двух частей: левой (определяемой) и правой (определяющей), между которыми – в идеале – стоит знак равенства. Но определения могут быть различного характера не только по своему способу, но и по своей направленности, то есть комбинация отобранных абстрактных свойств предмета (при правильном замещении позиций) в правой части должна составлять указательный минимум, позволяющий «опознать» предмет, означенный определяемым [10, с. 62].

А. А. Уфимцева так же, как и Е. Н. Толикина, интерпретирует структуру словарной статьи, указывая при этом на связь последней с микроструктурой словаря и называя словарную статью «уравнением» между объясняющим и объясняемым [12].

АХ. 1. межд. Выражает удивление, восхищение, испуг и другие чувства. 2. межд. Усиливает слово, к к-рому примыкает – одно или вместе с местоименными словами «как», «какой». Устал ты, ах (ах и, ах как) устал! Чудак он, ах какой чудак! 3. ахи, – ов. Аханье, восклицания, выражающие удивление, сожаление (разг.). Ахами да охами делу не поможешь. Ах да 1 (разг.) – вот кстати; восклицание при внезапном воспоминании о чём-н. упущенном. Ах да, чуть не забыл сказать. Не ах (разг. шутл.) – не особенно хорош, так себе. Костюмчик, конечно, не ах.*

Набор определений типологически гораздо более разнообразен, чем это предусмотрено инструкциями современных словарей. Так, например Е. Н. Толикина выделяет следующие типы определений по основаниям, на которых они построены, и по их назначению: одни типы определений построены на основании интерпретации знака в другом знаке, т. е. строго лингвистическим путем (derivационные, синонимические, а главное – идентифицирующие), другие – соотносят знак с внеязыковой действительностью и нашим знанием о ней (несколько типов логических определений), третьи – ориентируют его в системе принятых словарем способов описания (множество отсылочных и формально-грамматических определений), четвертые – представляют собою многочисленные комбинации, образованные из вышеназванных трех [10, с. 55–56].

Лексикографам хорошо известно, что главная трудность связана с определениями лексических значений тех классов слов, где семантические составляющие не мотивированы материальной структурой, и потому такие слова требуют иных методов анализа, ориентированных на другие, не словообразовательные связи. Такие слова составляют основную часть словника. Для ее описания словарями применяются аналитические определения: идентифицирующие и логические.

Логические определения (дефиниции) являются весьма важным и очень широко применяемым способом раскрытия значений слов и терминов в словарях как энциклопедических, так и филологических.

АТУ, межд. Побуждающая команда собаке: лови, хватай. Ату его!

Наиболее научно обоснованной и отражающей положение дел в той части словарного состава, где нет прямого раскрытия содержания, на наш взгляд, является классификация Д. И. Арбатского, включающая в себя отсылочные определения, синонимические определения и перечисления [1, с.180–186].

Словарная дефиниция может быть: 1) логической (значение слова определяется через ближайший род и видовое отличие обозначаемого предмета – родовидовые; через отношение целого и части – партитивные; через объем – предметные, обобщенно-классифицирующие); 2) лингвистической как следствие лингвистических операций анализа, иногда этот тип называют струк-

турным (через синонимы – синонимические определения, через антонимы – антонимические, через словообразовательные формулы – деривационные; синтагматические, отсылочные).

В лингвистических определениях описание строится таким образом, что объекты, названные словом, характеризуются с помощью лингвистических понятий, отсылающих к другому исходному слову:

АЮШКА, аяй, аякса и пр. см. ай.

Таким образом, существующая палитра разнообразных способов представления слова в толковом словаре дает лексикографам возможность успешно толковать даже такие сложные семантические единицы, как междометия.

Библиографические ссылки

1. **Арбатский Д. И.** Об объектах семантических определений. / Д. И. Арбатский. // Вопросы теории и методики изучения русского языка / [сб. статей / отв. ред. И. И. Назаров]. – Ижевск : Удмуртия, 1965. – В. 4. – С. 10–40.
2. **Бабкин А. М.** Словарь языка и язык словаря / Александр Михайлович Бабкин. // Современная русская лексикография / [сб. трудов / АН СССР, Ин-т рус. яз. / отв. ред. А. М. Бабкин]. – Л.: Наука, 1975. – С. 3–24.
3. **Вотинцева М. Л.** Лексикографическое представление словоносемантов (на материале русского языка) : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.02. / Марина Леонидовна Вотинцева. – Днепропетровск: 2008. – 208 с.
4. **Гак В. Г.** Лексическое значение слова. / В. Г. Гак. // Лингвист. Энциклопед. словарь / [гл. ред. В. Н. Ярцева]. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – С. 261–263.
5. **Дорошевский В.** Элементы лексикологии и семиотики. // Авториз. пер. с польск. В. Ф. Конновой / В. Дорошевский. – М.: Прогресс, 1973. – С. 213–214.
6. **Дубичинский В. В.** Теоретическая и практическая лексикография. / В. В. Дубичинский – Wien: Ges. Zur Förderung slawistischer Studien; Харьков: Харьковское лексикографическое о-во, 1998. – 156 с. – (Wiener slawistischer Almanach. Sonderband 45).
7. **Золотова Г. А.** О новых возможностях лексикографии / Г. А. Золотова. // Вопросы языкознания. – 1994. – № 4. – С. 85–95.
8. **Сороколетов Ф. П.** Лексико-семант. система и словарь национального языка / Ф. П. Сороколетов. // Современность и словари :

сб. статей / АН СССР, Ин-т рус. яз. ; ред. Ф. П. Филин, Ф. П. Сороколетов. – Л. : Наука, 1978. – С. 67.

9. **Ступин Л. П.** Каким должен быть толковый словарь: предписывающим или регистрирующим / Л. П. Ступин // Язык и общество. – Вып. 5. – Саратов : Саратов. ун-т, 1978. – С. 33–41.

10. **Толикина Е. А.** О некоторых правилах толкового словаря / Е. А. Толикина // Современная русская лексикография, 1976. : сб. статей / АН СССР, Ин-т рус. яз. / отв. ред. А. М. Бабкин. – Л. : Наука, 1977. – С. 54–70.

11. **Тычинская Н. Л.** Квазидефиниции в толковом словаре русского языка : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.02. / Наталья Леонидовна Тычинская. – Днепропетровск: 2001. – 179 с.

12. **Уфимцева А. А.** К вопросу о так называемом дефиниционном методе описания лексического значения слов / Анна Анфилофьевна Уфимцева. // Слово в грамматике и словаре / [ред. В. Н. Ярцева]. – М. : Наука, 1984. – С. 134–142.

Надійшла до редколегії 10.06.2011

УДК 811.161.1'367.333

И. И. Меньшиков

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара

СТРУКТУРНЫЕ МОДЕЛИ ОСНОВНЫХ ТИПОВ СКАЗУЕМОГО В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Аналізується структурна організація предикатних одиниць і висловлюється думка про необхідність уніфікації й чіткої детермінації таких синтаксичних категорій, як простий, простий ускладнений, складений, складений ускладнений, складний, складний ускладнений присудок

Ключові слова: присудок, репрезентативи, простий присудок, складений присудок, парадигматичний клас слів.

Анализируется структурная организация предикативных единиц, высказывается мнение о необходимости унификации и чёткой детерминации таких синтаксических категорий, как простое, простое осложнённое, составное, составное осложнённое, сложное, сложное осложнённое сказуемое.

Ключевые слова: сказуемое, репрезентативы, простое сказуемое, составное сказуемое, парадигматический класс слов.

Structural organization of predicative units is analyzed; the opinion about the necessity of unification and strict determination of such syntactic categories as simple complicated, compound complicated, complex, complex complicated predicate is expressed.

Key words: predicate, representatives, simple predicate, compound predicate, paradigmatic class of words.

Сказуемое – это не только один из главных членов двусоставного предложения, так или иначе соотносящийся с подлежащим в принятой большинством русистов концепции двувершинности основной коммуникативной единицы, но и тот её компонент, который собственно и конструирует высказывание. У сказуемого особый функциональный статус, связанный как с содержательной значимостью носителя предикативности, так и с тем, что именно в сказуемом представлены самые существенные для фразы её формально-грамматические параметры. У сказуемого гораздо больше, чем у других членов предложения, возможностей и способов его субстанционального воплощения. Не случайно в связи с этим многие лингвисты квалифицируют сказуемое в качестве единственного абсолютно определяемого, единственной вершины предложения [15, 17 и др.], что, по всей вероятности, требует ещё большего внимания к этой синтаксической категории как в плане толкования её сути, так и в плане описания её репрезентативных возможностей в речевых цепях, причём независимо от того, как дефинируется собственно предикативная основа предложения и что в ней квалифицируется в качестве синтаксической и смысловой доминанты. И если при определении понятия сказуемого как грамматической категории у лингвистов принципиальных расхождений нет, то основные типы сказуемого как структурного образования до сих пор чётко не систематизированы и по-разному представляются разными учёными не только в их собственных или разделяемых ими концепциях, но и в академических изданиях, а также изданиях справочного характера, в том числе и в словарях лингвистических терминов, призванных, надо полагать, разъяснять функционирующие в языковедении понятия и унифицировать связанную с ними терминосистему. Реальная же картина здесь далека от идеальной.

Мы проанализировали словарные статьи, касающиеся сказуемого, в двенадцати наиболее популярных справочно-энцикло-

педических украинско- и русскоязычных лингвистических изданиях последних пятидесяти лет [1, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 16] на предмет выделения в них структурных типов сказуемого как главного члена предложения, и выяснилось, что даже сама номенклатура этих типов в рассмотренных изданиях не свободна от терминологического разнобоя и массы различного рода нестыковок. Сказуемому поставлена в соответствие такая, в частности, его номинация:

Глагольное [1, 7, 10, 14, 16], именное [1, 10, 14, 16], адъективное [1], наречное [10], собственно-глагольное [16], междометно-глагольное [16], глагольно-именное [1]; простое [6, 10, 16], простое глагольное [1, 3, 5, 8, 9, 11, 13, 14], простое именное [1], составное [8, 10, 16], составная форма глагольного и именного сказуемого [11], составное глагольное [1, 3, 5, 6, 9, 13, 14, 16], составное именное [1, 3, 5, 6, 7, 9, 13, 14, 16], составное причастное [1], двойное [1], двойное (сложное) [11, 16], сложное [6, 9, 10, 13, 14], сложное именное [1], сложное наречное [3], сложное составное [9], осложнённое глагольное [9, 13], осложнённое простое глагольное [5], осложнённое составное глагольное и именное сказуемое [11]; осложнённая разновидность составного именного сказуемого [16]; замещённое [10], расщеплённое [1] и др.

Довольно пёстрая картина, осложняющаяся к тому же ещё тем, что в ряде словарей используется своя, иногда весьма специфическая номинация разных типов сказуемого, а большинство употребляемых в приведенных изданиях терминов не определено достаточно чётко и толкуется зачастую без должной корректности. О. С. Ахманова, например, выделяет двусказуемые предложения, к которым относит конструкции типа *Я хожу задумчивый*; *Она пришла усталой*, квалифицируя слова *хожу* и *пришла* в качестве главного сказуемого, а слова *задумчивый* и *усталой* в качестве дополнительного, или второстепенного [1, 414]. Н. Д. Арутюнова и А. М. Ломов считают возможным ограничиться только двумя основными типами сказуемого, при этом по-разному их формируя. В «Лингвистическом энциклопедическом словаре» это глагольное, образованное глаголом или глагольным словосочетанием, и составное именное [7, 455]. В словаре А. М. Ломова – простое глагольное с синкретичным выражением бытийного и вещественного его компонентов и составное ска-

зуемое с раздельным выражением этих компонентов [8, 319]. В энциклопедии «Українська мова» и в словаре под редакцией С. Я. Ермоленко к содержательному компоненту составного именного сказуемого относится инфинитив [5, 141; 23, 494]. Е. А. Селиванова составное глагольное и составное именное сказуемые называет составными формами глагольного и именного сказуемых [11, 499]. Особенно же много разночтений в трактовке сказуемого с такими его детерминантами, как сложное, осложнённое и двойное.

Отметим сразу, что термин **сложное сказуемое** включён не во все наши справочные издания, а термины **осложнённое сказуемое** и **двойное сказуемое** в большинстве из них вообще отсутствуют. Там же, где эти термины есть, их толкование далеко не однозначно. Самая общая трактовка сложного сказуемого структурирована достаточно чётко, и если простое сказуемое состоит из одного слова (компонента, словоформы), составное из двух, то сложное соответственно из трёх и более [10, 294; 13, 589; 14, 124]. В словаре же Е. В. Кротевица и Н. С. Родзевич к сложным сказуемым относятся сочетания личной формы глагола и приглагольной части, образующей с ним неразложимое лексическое целое, как это имеет место в предложении типа *Вчений веде листування із своїми учнями* [6, 141]. У О. С. Ахмановой есть сказуемое сложное, которое выражается словосочетанием [1, 415], но есть и сказуемое именное сложное, т. е. сложное сказуемое, состоящее из именной части и знаменательного глагола, как это имеет место в предложениях типа *Охотник **пришѐл усталый*** и *Она **вернулась в родное село учительницей*** [1, 414]. Д. И. Ганич и И. С. Олейник выделяют сложное наречное сказуемое, которое выражается наречием в сочетании с глагольной связкой или без неё, и приводят такие примеры: *Жити **стало краще***; *Ти **збоку, ти зайвий*** [3, 225]. В словаре Д. З. Розенталя и М. А. Теленковой сразу несколько толкований сложного сказуемого. Это и сказуемое, выраженное устойчивым словосочетанием (*Делегация **ведѐт переговори***), и то же, что и составное глагольное сказуемое, и сложное составное сказуемое, сказуемое трёхчленное, многочленное [9, 427–429]. В. Д. Стариченок, определяя сложное сказуемое как сказуемое, состоящее из трёх и более компонентов, считает возможным поставить ему в соответствие и такие наименования, как смешанное

и осложнённое [13, 589], связанные уже с несколько иным лингвистическим явлением.

Осложнённое сказуемое традиционно толкуется как определённого рода сочетание двух глаголов или глагола с некоторыми частицами [4, 5, 9, 13] и фиксируется в конструкциях типа *Он ходил, ходил в деканат – всё напрасно; Ты спи себе; Я возьму да и уйду; Она сидит себе газету читает* и т.п. При этом терминологически осложнение связывается с простым глагольным сказуемым, хотя осложнённым в указанном плане может в принципе быть и составное, и даже сложное сказуемое (ср.: *Он был далёк, далёк от этой мысли; Она как бы захотела спать; А он взял да и попробовал себе начать ходить учиться грамоте не в школу, а к соседям*). В. Д. Стариченок, правда, допускает осложнение составного сказуемого, как глагольного, так и именного, но в качестве осложнённых квалифицирует сказуемые в предложениях типа *Он готов был выстрелить первым* и *Теперь я только хочу быть любимым* [13, 605–606], не содержащих в себе таких компонентов, которые, собственно, и осложняют сказуемое. Аналогичные примеры осложнения составного сказуемого (*Він має бути розумним*) приводит и Е. А. Селиванова, однако толкует она это явление как объединение в одном члене предложения компонентов глагольного и именного составного сказуемого [11, 499]. В энциклопедии же «Українська мова» об объединении элементов составного глагольного и составного именного сказуемых (*Справа починала бути поганою; Поет не може бути власністю*) говорится только как об осложнённой разновидности составного именного сказуемого. [16, 494]. И здесь, таким образом, речь о собственно осложнении как о дополнении сказуемого какими-то лексемами, непосредственно не связанными с маркировкой синтаксического предикта, не идёт.

Наконец, двойное сказуемое. В словаре О. С. Ахмановой это составное именное сказуемое, выступающее как сочетание глагольного и именного сказуемого [1, 414], т. е. то, что в рассмотренных выше изданиях квалифицировалось как сказуемое осложнённое. Двойное сказуемое в этих изданиях уточняется в скобках детерминантом **сложное** и иллюстрируется примерами типа *Вона прийшла втомлена; Він стоїть засмучений* [11, 499; 16, 494] без соотнесения с понятием сложности как многокомпо-

нентности. О. С. Ахманова же такого рода сказуемое называет сказуемым дополнительным (*Хожу задумчивый; Сижу печальный*) [1, 414], а ещё и сказуемым составным вещественным (Он *проснулся бодрый*; Она *бродит унылая*), не задаваясь при этом необходимостью указать на различия между ними, если таковые, конечно, имеются [1, 415].

Разночтений много и при описании морфологического (частеречного), а также лексического наполнения как простого, так и основных компонентов составного и сложного сказуемого. Но если решение таких, скажем, проблем, как фразеологизация сказуемого; определение типа составного сказуемого с содержательной его частью, выраженной наречием и причастием; замещение сказуемого; нулевое сказуемое; квалификация сказуемых с компонентами типа *рад, готов, в состоянии, не в силах* и последующим инфинитивом, квалификация сказуемых с конверсией типа *начать строить* и *начать строительство, хотеть любить* и *хотеть любви*; квалификация фразеологизмов типа *не иметь намерения* в качестве функционального эквивалента личной формы глагола в составном глагольном сказуемом и т. п., требует достаточно серьёзных метаязыковых разработок, в том числе и коллективных, то инициальную (начальную) терминологию структурных типов сказуемого, т. е. его параметры, связанные с количеством и характером наполняющих синтаксический предикат компонентов, обобщить и упорядочить вполне возможно, исходя из уже существующих концепций, а значит, возможно построение структурной типологии сказуемого и его структурных моделей, моделей, однозначно толкуемых, воспроизводимых, а при наличии определённого опыта и навыков легко выделяемых в любом предложении. И вот, в частности, предлагаемая нами самая, на наш взгляд, простая и в то же время прагматически эффективная, достаточно универсальная и непротиворечивая структурная типология сказуемого как синтаксического предиката.

В основе предложенной ниже системы лежит указанная выше точка зрения лингвистов, в соответствии с которой сказуемое может состоять из одного компонента, совмещающего в себе, условно говоря, форму и содержание, тогда оно простое, даже если и аналитическое, из двух компонентов, формального и содержательного, тогда сказуемое составное и, наконец, из трёх и более компо-

нентов, когда составное сказуемое в силу тех или иных причин не может выполнить функцию синтаксического предиката, тогда мы имеем сложное сказуемое. Основной критерий отнесения сказуемого к простому, составному или сложному – его содержательно-семантическая достаточность, смысловая завершенность. Простая иллюстрация типичной коммуникативной ситуации:

1. *Он проснулся.* 2. *Он поэт.* 3. *Он захотел.* 4. *Он был.*

В первых двух предложениях синтаксический предикат определен, и мы имеем простое сказуемое. В третьем и четвертом однокомпонентное сказуемое семантически недостаточно и нуждается в содержательном его дополнении таким, например, образом:

5. *Он захотел спать.* 6. *Он был умён.* 7. *Он захотел начать.* 8. *Он был готов.*

Теперь у нас составные сказуемые (глагольные и именные), но и здесь не всё однозначно. И если в пятом и шестом предложениях составное сказуемое функционально маркировано, то в следующих же двух конструкциях снова семантическая недостаточность, требующая введения в составное сказуемое дополнительных компонентов, восполняющих эту недостаточность. Например:

9. *Он захотел начать обедать.* 10. *Он захотел стать пожарным.* 11. *Он был готов попытаться начать работать пожарным.*

Здесь уже сложное сказуемое, трёхкомпонентное и многокомпонентное. И всё это чётко структурируется в общей системе, в которую можно включать самые разные морфологические типы сказуемого, в том числе и наречного (*Моя комната внизу; Моя комната останется внизу; Моя комната должна будет остаться внизу*), и participialного (*Письмо написано; Письмо было написано; Письмо должно будет написано*), и любого другого.

Что касается осложнённого сказуемого, а соответственно и самого явления осложнения, то его, как уже отмечалось выше, не следует связывать ни с каким-то одним типом этого члена предложения, ни, тем более, с какой-то одной – а такая тенденция есть [2,121–122] – частью составного или сложного сказуемого. Осложнение – это введение в сказуемое каких-то лексем, которые

выполняют модально-экспрессивные функции, не внося существенных изменений ни в содержание базового, условно говоря, компонента самого сказуемого, ни в его назначение как синтаксического предиката. В этом плане можно провести аналогию с осложнением простого предложения (включение и повторение глаголов – однородные члены предложения и обособления как вторичная предикация; частицы – внесения и обращения), можно принять и ту трактовку осложнения, какая даётся этому явлению в некоторых учебных пособиях, трактовку, при которой удаление частиц или повтора из осложнённого сказуемого не разрушает собственно сказуемого – утрачивается в нём только какое-то добавочное значение [12, 291–292]. И если принять, что осложнение – это тоже структурный параметр синтаксического предиката, то вполне, на наш взгляд, логично построить следующую систему структурных моделей сказуемого: **простое** (*Он спит*), **простое осложнённое** (*Он спит себе*), **составное** (*Он хотел спать*), **составное осложнённое** (*Хотеть-то спать он хотел*), **сложное**, (*Он был согласен попробовать спать на голых досках*), **сложное осложнённое** (*Он взял да и попробовал начать спать на голых досках*) – с последующей при необходимости конкретизацией морфологического и даже лексического наполнения всего сказуемого или отдельных его компонентов в соответствии с принятой их классификацией следующим, например, образом: **простое глагольное**; **составное наречное осложнённое**; **сложное именное с полнозначным глаголом в функции связки, осложнённое частицами** и т. п.

Построенная система носит универсальный характер, а отсюда и возможность представить предложенную типологию сказуемого символически, в виде моделей, таким, например, комплексом аналитических выражений:

П – простое; **ПО** – простое осложнённое; **С** – составное; **СО** – составное осложнённое; **М** – сложное (многочленное); **МО** – сложное осложнённое. А затем и с такой их конкретизацией: **П(фр)** – простое, выраженное фразеологизмом; **П(гл)О** – простое глагольное осложнённое; **С(им)О(чс)** – составное именное, осложнённое частицами и т. п.

Всех метаязыковых проблем сказуемого как главного члена двусоставного предложения приведенная типология, разуме-

ется, не решает. Вряд ли возможно из-за недостатка места, да и в силу объективных причин, связанных со сложностью и многоаспектностью предмета нашего исследования, рассмотреть в рамках одной статьи и все детали собственно структурной организации сказуемого, поэтому высказанные выше соображения мы квалифицируем прежде всего как постановку вопроса, вопроса о необходимости унификации и более чёткой детерминации целого ряда синтаксических категорий и прежде всего наиболее важных из них, таких, в частности, как сказуемое (или его аналог в односоставном предложении), являющееся носителем основного параметра коммуникативной единицы – предикативности. И мы в этом плане остановились пока только на инициальной терминологии, которая ставится в соответствие сказуемому как члену предложения, не претендуя, естественно, на истину, как говорится, в последней инстанции. Хотелось бы всё же в заключение обратить внимание на то, что наши построения, так или иначе касающиеся сказуемого как главного члена двусоставного предложения, вполне приложимы и практически к системе всех традиционно выделяемых главных членов односоставного предложения, к его конструктивным центрам, выраженным любой частью речи, любым парадигматическим классом слов, в том числе и неизменяемым (*Уже стало светать; В комнате было тепло; Ему нужно было попытаться начать работать; Мороз так мороз; А ей взять бы да и выйти замуж за студента; Таскать вам не перетаскать* и т. п.). Это, в свою очередь, открывает определённые перспективы для перехода к более простой и более, на наш взгляд, адекватной метаязыковой концепции – одновершинности предикативной основы предложения.

Библиографические ссылки

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : Сов. энцикл., 1966. – 608 с.
2. Беляев Ю. И. Синтаксис современного русского литературного языка : учеб. пос. – Изд. 2-е, дополн. и перераб. – Херсон: Изд-во ХГУ, 2003. – 496 с.
3. Ганич Д. І. Словник лінгвістичних термінів / Д. І. Ганич, І. С. Олійник. – К. : Вища шк., 1985. – 360 с.
4. Грамматика русского языка / Под ред. В. В. Виноградова, Е. С. Истриной. – М. : Изд-во АН СССР, 1960. – Т. 2. – Синтаксис. – Ч. 1. – 703 с.

5. **Єрмоленко С. Я.** Українська мова: короткий словник лінгвістичних термінів / С. Я. Єрмоленко, С. П. Бибик, О. Г. Тодор / за ред. С. Я. Єрмоленко. – К.: Либідь, 2001. – 224 с.
6. **Кротевич Є. В.** Словник лінгвістичних термінів / Є. В. Кротевич, Н. С. Родзевич. – К.: Вид-во АН УРСР, 1957. – 236 с.
7. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. – М.: Сов. энцикл., 1990. – 688 с.
8. **Ломов А. М.** Словарь-справочник по синтаксису современного русского языка / А. М. Ломов. – М.: Восток-Запад, 2007. – 416 с.
9. **Розенталь Д. З.** Словарь-справочник лингвистических терминов. – 2-е изд., исправ. и дополн. / Д. З. Розенталь, М. А. Теленкова. – М.: Просвещение, 1976. – 544 с.
10. Русский язык. Энциклопедия / под ред. Ф.П.Филина. – М.: Сов. энцикл., 1979. – 432 с.
11. **Селіванова О. О.** Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава: Довкілля; К., 2006. – 716 с.
12. Современный русский литературный язык. – Изд. 2-е, испр. / под ред. П. А. Леканта. – М.: Высш. шк., 1988. – 416 с.
13. **Стариченко В. Д.** Большой лингвистический словарь / В. Д. Стариченко. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 811 с.
14. **Столярова Л. П.** Базовый словарь лингвистических терминов / Л. П. Столярова, Т. С. Пристайко, Л. П. Попко. – К.: Изд-во Гос. академии руковод. кадров культуры и искусств, 2003. – 192 с.
15. **Теньер Л.** Основы структурного синтаксиса / Л. Теньер. – М.: Прогресс, 1988. – 656 с.
16. **Українська мова. Енциклопедія** / за ред. В. М. Русанівського, О. О. Тараненка. – К.: Укр. енцикл., 2000. – 752 с.
17. **Храковский В. С.** Проблема доминанции членов предложения в системе абстрактных синтаксических структур / В. С. Храковский // Языковые универсалии и лингвистическая типология. – М.: Наука, 1969. – С. 187–200.

Надійшла до редколегії 10.06.2011

УДК 811.111

О. І. Панченко

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

**ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТВОРІВ
ЧАРЛЬЗА ДІККЕНСА**

Мова йде про гумор як стильову ознаку творчості Ч. Діккенса та варіанти його передачі у перекладі російською мовою.

Ключові слова: переклад, гумор, перекладацька трансформація.

Речь идет о юморе как стилевоm признаке творчества Ч. Диккенса и вариантах его передачи в переводе на русский язык.

Ключевые слова: перевод, юмор, переводческая трансформация.

The article deals with humor as a stylistic peculiarity of Dickens's artistic works and the variants of its rendering into Russian.

Key words: translation, humour, translational transformation.

Дана стаття знаходиться у руслі важливих лінгвістичних досліджень, оскільки проблеми перекладу гумору, незважаючи на довгу історію їх обговорення, ще не знайшли свого вирішення, тому є сенс звернутися до витоків справжнього англійського гумору та засобів його перекладу.

Творчий феномен англійського письменника Ч. Діккенса викликав широкий відгомін на сторінках тогочасних видань і сьогодні є джерелом філологічних роздумів. Зарубіжна та вітчизняна діккенсіана надзвичайно багата і розмаїта, вона представлена великою кількістю монографій та статей. Серед англійських та американських дослідників: А. Адріан, П. Девіс, Дж. Кінсайд, Ф. Коллінз, С. Маннінг, М. Слатер, Б. Харді, Дж. Честертон та багатьох інших. Вони торкалися різних аспектів творчості Ч. Діккенса. Зокрема А. Адріан звернув увагу на відтворення письменником стосунків між батьками та дітьми. Б. Харді досліджував проблему моральності в характерах діккенсових персонажів, Ф. Коллінз з'ясовує роль освіти в художньому доробку англійського романіста. Натомість Дж. Кінсайд простежив майстерність митця у використанні засобів гумору, а С. Маннінг досліджував секрети іронії письменника, притаманні його «зрілим» творам.

Не втратили своєї наукової вартості монографії, написані російською мовою в радянські часи. Книги І. Катарського, Н. Ми-

хальської, М. Нерсесової, Т. Сільман, М. Тугушевої, Д. Урнова, Ю. Фрідлендера відзначаються ретельним аналізом мистецького доробку Ч. Діккенса, з'ясуванням становлення художньо-творчого методу та його органічних складових, зосередженням уваги на ідейно-тематичній та естетичній цінності творів, дослідженням жанрової специфіки літературної спадщини письменника.

Україномовна діккенсіана представлена здебільшого статтями, за винятком хіба монографії З. Лібмана. Окремі грані художньої майстерності Ч. Діккенса досліджували С. Гречанюк, В. Мацапура, І. Матвєєва, Л. Скуратовська, М. Стріха, К. Шахова, проте вивчення творчого набутку автора в контексті перекладу гумору не було об'єктом їх наукового зацікавлення.

Тому метою даної роботи є встановити відповідності відтворення у перекладах «духу» оригіналу, передачі авторського гумористичного стилю. Про природу діккенсівського гумору тонко і проникливо писав відомий англійський письменник середини ХХ століття Ч. П. Сноу: «Гумор Діккенса не має нічого собі рівного у творчості інших англійських письменників ХІХ століття. У гуморі Діккенса немає ніякої недомовленості. Багато в ньому від комізму характерів і ситуацій. У той же час це гумор молодії людини, яка перебуває у щасливій впевненості, що тільки вона знає відповідь на загадку, яку їй задали оточуючі дурні. Його сміх видається добрішим, ніж він сам, тому що саме абсурдність людської поведінки викликає у нього ці напади шалених веселощів. Часто такий сміх примушує відчувати себе незатишно». Гумор раннього Діккенса Сноу називає «наслідувальним».

Стисло окреслимо існуючі переклади Діккенса. Російською мовою його твори активно перекладалися вже в ХІХ сторіччі і почали активно перекладатися українською мовою за радянських часів: так, найбільш ранній переклад українською мовою роману «Записки Піквікського клубу» був виконаний Миколою Івановим, надрукований у Харкові 1929 року. Цей перший переклад є неповним (скороченим) та авторизованим. У той же час перекладаються вперше й інші популярні романи: «Великі сподівання», «Олівер Твіст», цикл різдвяних оповідань тощо. Деякі твори існують у шести перекладах («Різдвяна пісня в прозі»), трьох – «Пригоди Олівера Твіста», двох – («Тяжкі часи»).

Щодо визначення того, що ми будемо аналізувати як гумор, треба розглянути різноманітні підходи до цієї проблеми. Згідно із семантичною теорією гумору, гумористичний ефект виникає при неочікуваному пересіченні двох протилежних контекстів у місці бісоціації. Бісоціація – це ситуація перетину свідомості двох незалежних, але логічно виправданих асоціативних контекстів. Нам смішно, коли два контексти, цілком один одному чужі, завдяки бісоціації починають здаватися нам асоційованими – так виникає когнітивний дисонанс, який компенсується реакцією сміху.

Гумор – 1. Доброзичливо-глузливе ставлення до чого-небудь, спрямоване на викриття вад. Фізична або вербальна дія, яка має на меті розсмішити. **2.** Художній прийом у творах літератури або мистецтва, заснований на зображенні чого-небудь у комічному вигляді, а також твір літератури або мистецтва, що використовує цей прийом.

Гумор часто не є універсальним і не переноситься з однієї культури в іншу, зазвичай через те, що залежить від деталей конкретного культурного оточення. Тому надзвичайно важкою є проблема перекладу національно маркованого гумору, анекдотів, політичних жартів тощо. Ми зупинимось на менш важкій, але, на наш погляд, не менш цікавій проблемі – проблемі перекладу гумору художнього твору на прикладі творів Чарльза Діккенса.

Провідною рисою гумору Діккенса є іронія, тобто художній троп, який виражає глузливо-критичне ставлення митця до предмета зображення. Іронія – це *насмішка*, замаскована зовнішньою благопристойною формою.

Стиль Діккенса, як не дивно, у багатьох випадках не ускладнює завдання перекладача. В його іронії мало okazіоналізмів, гри слів тощо, тому часто ми спостерігаємо лише вдалий адекватний переклад.

Так, у епізоді роману «Ніколас Нікльбі» описується леді, яка хотіла вдавати із себе шляхетну даму з вищого світу, тому мала пажа, про якого автор пише так:

«The page left it; but if ever an Alphonse carried plain Bill in his face and figure, that page was the boy. – Альфонс вышел; но если у какого-нибудь Альфонса было ясно написано на лице "Билл", то именно таким мальчуганом был этот паж».

Переклад є цілком вдалим за рахунок незначних лексико-граматичних трансформацій (заміна артикля словом «какой-нибудь», пропуск слова *figure*, синтаксична транспозиція).

Одним з яскравих образів того ж роману є надзвичайна дитина – дочка директора театру, про яку йдеться у наступному діалозі

'May I ask how old she is?' inquired Nicholas. 'You may, sir,' replied Mr Crummles, looking steadily in his questioner's face, as some men do when they have doubts about being implicitly believed in what they are going to say. 'She is ten years of age, sir. "Not more!" "Not a day." "Dear me!" said Nicholas, 'it's extraordinary.

'Могу ли я спросить, сколько ей лет? – осведомился Николас. – Можете, сэр, – ответил мистер Крамльс, в упор глядя в лицо собеседника, как смотрят иные люди, когда сомневаются, будет ли безоговорочно принято на веру то, что они намерены сказать. – Ей десять лет, сэр. – Не больше? – Ни на один день. – Боже мой! – сказал Николас. – Это поразительно.

У даному випадку застосовано майже дослівний переклад, який досягає своєї мети – читач розуміє, що дівчинці вже давно не десять років, тобто вона не є ніяким феноменом.

Проілюструємо складніший випадок, коли для передачі внутрішньолінгвістичного значення необхідною стає компенсація, оскільки у наступному епізоді саме внутрішньолінгвістичне значення є ключовим. Містер Сквірс повчає нових дітей, відданих до його школи:

«Never postpone business, "is the very first lesson we instill into our commercial pupils... «Never,» repeated Master Belling... «P,» suggested Nicholas, good-naturedly. 'Perform – business!' said Belling. 'Never-perform-business!'"

«Никогда не уклоняйтесь от дела!» – вот первое правило, которое мы внушаем нашим ученикам, изучающим коммерцию... Никогда не – начал юный Беллинг. – У... – добродушно подсказал Николас. – Увлекайтесь... делом! – сказал юный Беллинг. – Никогда... не увлекайтесь... делом!»

У даному випадку необхідно підібрати слова зі схожими початковими літерами і протилежні за змістом, щоб зберегти авторську гру слів. Тому замість англійських *postpone* та *perform* перекладач влучно вживає слова *уклоняйтесь* та *увлекайтесь*.

У наступному епізоді вжито сполучення, яке на теперішній час розглядається як англійський фразеологізм, але дискусійним є питання про те, чи його вперше вигадав Діккенс, чи цей фразеологізм стосовно годинника існував до роману Діккенса.

– *How goes the enemy, Snobb?* 'asked Sir Mulberry Hawk.

– *'Four minutes gone.'*

– *'Bravo!'*

– *Что показывают злодейские часы, Сноб?* – спросил сэръ Мальбери Хоук.

– *Прошло четыре минуты.*

– *Браво!*

При перекладі наступного уривку, де міс Сквірс та Фанні Прайс обговорюють свої дівочі проблеми залицяння, перекладачем вжито прийом компенсації, коли особливості мови не дуже освіченої дівчини передаються в даному уривку за рахунок розмовної одиниці *етак*, яка відсутня в оригінальному тексті.

Did he look in this way?' inquired the miller's daughter, counterfeiting, as nearly as she could, a favourite leer of the corn-factor. 'Very like that – only more genteel,' replied Miss Squeers.

А вот этак он смотрел? – осведомилась дочь мельника, избображая, по мере своих способностей, излюбленное подмигиванье торговца зерном. – Очень похоже на это... только более благородно, – ответила мисс Сквирс.

Спосіб підбору аналога в російському варіанті вжито перекладачем у опису ранку сірки та патоки у школі Сквірса:

'Drat the things,' said the lady, opening the cupboard; 'I can't find the school spoon anywhere. ' 'Never mind it, my dear,' observed Squeers in a soothing manner; 'it's of no consequence. 'No consequence, why how you talk!' retorted Mrs Squeers sharply; 'isn't it brimstone morning?' 'I forgot, my dear,' rejoined Squeers; 'yes, it certainly is. We purify the boys' bloods now and then, Nickleby. 'Purify fiddlesticks' ends,' said his lady.

Черт побери! – сказала леди, открывая буфет. – Нигде не могу найти школьную ложку. – Не волнуйся, дорогая моя, – успокоительным тоном заметил Сквирс, – это не имеет никакого значения. – Никакого значения! Что ты такое говоришь? – резко возразила миссис Сквирс. – Да разве сегодня не утро

серы?– А я и забыл, дорогая моя ! – отозвался Сквирс. – Да, совершенно верно. Время от времени мы очищаем мальчишкам кровь, Никльби.– Глупости! Что мы там очищаем! – сказала его половина.

У наступному уривку перекладачем застосовано прийом додавання, але, на наш погляд, цей варіант не є цілком вдалим, тому що для містера Лілівіка, який розмірковує про якості французької мови, типовою є певна невизначеність оцінок, він уникає прямого вислову своєї думки.

What's the water in French, sir? 'L'EAU,' replied Nicholas. 'Ah!' said Mr Lillyvick, shaking his head mournfully, 'I thought as much. Lo, eh? I don't think anything of that language – nothing at all.'

Как по-французски вода, сэръ?– L'eau, – ответил Николас.– Вот как! – сказал мистер Лиливик, горестно покачивая головой. – Я так и думал. Ло? Я невысокого мнения об этом языке, совсем невысокого.

Ще одним цікавим варіантом застосування перекладацької компенсації є переклади відомої промови місіс Джeneral з роману «Крихітка Дорріт» щодо надання красивої форми губам. В оригіналі вона каже:

«Papa, potatoes, poultry, prunes and prism are all very good words for the lips».

У перекладі Є. Калашнікової внутрішньолінгвістичне значення цих слів, які починаються з губно-губного звуку П, передається наступним чином:

Слово «папа» придает изящную форму губам. Папа, пчела, плomba, плющ и пудинг – очень хорошие слова для губ; в особенности плющ и пудинг.

Перекладачі М. Енгельгардт та Б. Томашевський пропонують інший варіант:

Слово «папа» придает изящную форму губам. Папа, помидор, птица, персики и призмы – прекрасные слова для губ, особенно персики и призмы.

Проілюструємо варіанти перекладу важких для перекладача засобів створення індивідуального мовлення персонажа ще одним прикладом з роману «Крихітка Дорріт». Комічний велико-світський гультяй Едмунд Спарклер говорить про кожну дівчину, яку він зустрічає:

«a doosed fine gal – well educated too – with no biggodd nonsense about her». На наш погляд, варіанти, запропоновані в обох версіях перекладу, є надзвичайно вдалим.

Так, Є. Калашникова перекладає цей постійний рефрен наступним чином:

– *«премиленькая канашка – и хорошо воспитана – без разных там фиглей-миглей»*.

Другий варіант, який належить М. Енгельгардту та Б. Томашевському – *«без всяких этаких глупостей»*.

Таким чином, основними умовами творчих успіхів перекладача є збереження відповідного стилістичного і прагматичного реєстрів та використання адекватного образу як перекладацька компенсація.

Бібліографічні посилання

1. **Colebrook Claire**. Irony. London : Routledge. – 2004.
2. **Thomas R. Dickens**: Great Expectations. – London : **Edward Arnold (Publishers)** Ltd, 1964.

Надійшла до редколегії 10.06. 2011

УДК 811.161.1'38

С. А. Панченко

Предприятие Минтхай, Китайская Народная Республика

СТРУКТУРА КИНОАНОНСА КАК РЕЧЕВОЙ ЦЕПИ

Розглядається кіноанонс як особливий вид тексту та специфічні характеристики його синтаксичної структури.

Ключові слова: текст, кіноанонс, синтаксична структура, мовленнєвий ланцюжок.

Рассматривается киноанонс как особый вид текста и специфические характеристики его синтаксической структуры.

Ключевые слова: текст, киноанонс, синтаксическая структура, речевая цепь.

The article deals with blurb as a specific kind of a text and the peculiarities of its syntactic structure.

Key words: text, blurb, syntactic structure, speech chain.

Особое внимание к тексту, его структуре и значению, обусловленное эволюцией лингвистики во второй половине XX ст., способствовало формированию текстоцентрического подхода к изучению различных языковых явлений и к возникновению особого раздела языкознания – лингвистики текста.

В самом различном толковании названной лингвистической единицы как объекта лингвистического анализа неоспоримо, пожалуй, только колоссальное разнообразие текстов, в функциональное множество которых входит и кинотекст. Сказанное поясняет тот факт, что данная тема лежит в русле актуальных исследований. На основе кинотекста, который является первичным документом, возникают его фрагменты и вторичные документы: название фильма, рецензия, реклама, а также такой коммерческий продукт, как непосредственный предмет нашего исследования – киноанонс.

Киноанонс – это самостоятельное речевое произведение, заключающее в себе фрагментарную (зачастую с элементом интриги) информацию о предлагаемом к показу фильме, оформленное композиционно и синтаксически, имеющее прагматическую установку на привлечение внимания потенциального зрителя к анонсируемому кинофильму. Можно говорить о том, что это произведение состоит из таких элементов, как название фильма и аннотация, однако только аннотация фактически является собственно киноанонсом и отдельным предметом исследования, противопоставленным названию фильма как особой субстанции со своей спецификой и своими интересующими лингвиста параметрами.

Актуальность исследования киноанонса как речевого произведения продиктована, с одной стороны, востребованностью современной наукой системных исследований в области лингвистики текста, с другой стороны, важностью таких видов искусства, как кинематограф и телевидение, возрастающей ролью рекламы в современном мире, все большим распространением рекламных текстов. Существенны при этом когнитивная значимость исследуемого жанра и неполнота его освещения в теоретической литературе.

Проблематика киноанонса – это одна из составляющих проблемы кинотекста, а соответственно, дискурса и текста в це-

лом, которая не раз рассматривалась и лингвистами, и представителями других наук. Так, например, кинотекст как особое явление в целом вызывает устойчивый интерес исследователей в области философии, семиотики, литературоведения и искусствоведения (Р. Барт [1], А. А. Горных [2], Ю. М. Лотман [5], М. Б. Ямпольский [7] и др.). Заметный вклад в лингвистическое исследование кинотекста и киносценария внесен Е. Б. Ивановой [3], Г. Г. Слышкиным [6] и др.

Большое значение в тексте, который призван быстро донести информацию и при этом оказать определенное влияние на читателей, имеет четкая организация его синтаксической структуры. Немаловажную роль при этом играет и экспрессивный синтаксис, поскольку, во-первых, благодаря этим структурам возможно усилить воздействие, во-вторых, четко структурировать текст анонса, что положительно влияет на его восприятие. С точки зрения структурной организации киноанонс характеризуется наличием переменного состава компонентов, исследование которых и является задачей данной статьи.

Структурные модели собственно киноанонса как жанра уже получали теоретическое освещение. Так, анализ образцов киноанонсов, представленных в немецких журналах, позволил Ю. В. Колодной выделить девять компонентов, которые могут присутствовать в графическом пространстве соответствующего текста:

- 1) надзаголовок (цитата);
- 2) собственно заголовок (название фильма или название анонса);
- 3) подзаголовок (краткое содержание фильма, определение его жанра);
- 4) основной текст (описание сюжета фильма, его оценка, информация об актерах);
- 5) изображение (фотография, сцена из фильма);
- 6) подпись;
- 7) дополнительная информация (сведения о режиссере, актерах, оригинальном названии фильма, годе выхода фильма в прокат, ограничениях для просмотра);
- 8) оценочный компонент (вербально выраженное предложение, жестовая эмблема «большой палец руки вверх – вправо –

вниз», выражающая значения «хорошо», «посредственно», «плохо», комбинация вербально выраженного предложения и жестовой эмблемы или комбинация вербально выраженного предложения, жестовой эмблемы и оценочной таблицы);

9) указатели четырех типов (У1 – технические символы; У2 – время показа, название канала; У3 – отметки; У4 – длительность, время окончания фильма) [4, с. 52].

В своем исследовании Ю. В. Колодная оперировала западноевропейскими реалиями. Проанализированные же нами русскоязычные рекламные тексты как целостные многослойные построения и фрагменты кинотекста имеют менее развитую структуру, которая может включать в себя такие компоненты, как 1) собственно заголовок (название фильма); 2) дополнительная информация (сведения о режиссере, актерах, годе выхода фильма в прокат), 3) основной текст, т. е. собственно киноанонс (описание сюжета фильма, его оценка); 4) креолизированный оценочный компонент, условное обозначение жанра фильма; 5) в незначительном количестве случаев – кадр из фильма. Так, типичными можно считать следующие построения:

«ГОРОД ХЕЛЛОУИН»
США, 1968. Реж. Дуглас Дикин. В ролях: Дебби Рейнольдс, Дуглас Хоуг, Ветти Мофер, Шеррин Лавсон
 Комедия. Конечно же городок под названием Хеллоуин просто не может быть обычным городом! В этом местечке вечно творятся чудеса и живут целые династии ведьм и волшебников как, например, Гвен Кромваль, ее дочери Марни и Софи, а также сын Дилан. Навестить внуков приезжает бабушка Эджи — опытная ведьма, которая хочет преподать Марни уроки магии.

«ТРАКТИР НА ПЯТНИЦКОЙ»

СССР, 1977. Реж. Александр Файнциммер. В ролях: Геннадий Корольков, Тамара Семина
 Детектив. Во времена нэпа сотрудники уголовного розыска сумели разоблачить опасную банду преступников-рецидивистов, нашедшую пристанище в трактире на Пятницкой улице в Москве.

НТК 12.05

В киноанонсах для телевидения указаны также время показа и канал, по которому данный фильм демонстрируется.

Лингвистической составляющей этих, как и всех подобных им анонсов, является их текстовая часть как некая речевая цепь определенной синтаксической структуры, и эта цепь является непосредственным предметом нашего исследования. Мы акцентируем свое внимание именно на синтаксисе киноанонса, поскольку на остальных уровнях структуры языка соответствующие тексты не имеют столь заметной специфики. Морфология в них, естественно, нормативна. Нормативна и лексика, причем без предпочтения каких-либо тематических ее групп или семантических полей. Содержание фильма может быть самым разнообразным.

Несмотря на ограниченный объем текста киноанонсов, они отличаются значительным разнообразием синтаксической структуры. Это разнообразие, однако, не выходит за рамки традиционных синтаксических конструкций, в связи с чем все многообразие речевых цепей можно свести только к двум синтаксическим единицам: предложению и сверхфразовому единству (СФЕ), или сложному синтаксическому целому (ССЦ). В первом случае мы будем иметь киноанонсы минимальной конфигурации, во втором – развернутые киноанонсы.

И анонсы минимальной конфигурации, и развернутые анонсы могут, в свою очередь, быть представлены конструкциями разной степени сложности. Предложение, в частности, может быть простым (*Фильм о сложности семейной жизни трех молодых подруг* [Все или ничего]), осложненным (*В результате напряженного поиска историк восстанавливает доброе имя революционера, обвиненного коллегами в предательстве и покончившего с собой* [Две строчки мелким шрифтом]) и сложным (*Дре и Сидип знали друг друга с детства, но возникает момент, когда они начинают испытывать и нечто большее, хотя Дре помолвлен, а Сидип имеет поклонника в лице известного баскетболиста* [Коричневый сахар]).

Сверхфразовое единство может включать в себя не только минимум коммуникативных единиц, т. е. два самостоятельных предложения (*Королева Регина собирается замуж за блестя-*

щего офицера – принца Вольфрама. Но однажды он встречается юную воспитанницу монастыря Патрисию Келли и безоглядно влюбляется в нее... [Королева Келли]), но и гораздо большее их количество, например, четыре:

Осень, 1941 год. В маленький уральский городок вместе с эвакуированным заводом прибывают беженцы. Анна Свиридова берет к себе в дом женщину с детьми. Ее примеру следуют остальные... [Большая земля];

шесть:

Уже наступило утро, но Эд Саксон никак не может заснуть. Накануне вечером его жена Ева не вернулась домой. Эд звонит ее лучшей подруге, в больницу и, наконец, в полицию. Полиции известно об угоне машины и похищении светловолосой женщины. Но быстро выясняется, что жертвой преступления была не Ева. Проходят дни, но Эд так и не может заснуть... [Навязчивый сон]

или больше:

СССР, 1984 год. Финал советской эпохи. Провинция. После дискотеки пропадает дочь секретаря райкома партии. Свидетелей нет. Виновные не обнаружены. В этот же вечер на окраине города происходит убийство. Виновный – хозяин дома. Оба расследования поручены капитану милиции Журову... [Груз 200].

При этом киноанонсы, квалифицированные уже в качестве тех или иных синтаксических единиц, могут, разумеется, обладать всеми существенными лингвистическими параметрами последних, причем параметрами, которые так или иначе связаны со спецификой жанра киноанонса, в том числе и прямолинейно, самым непосредственным образом, как это имеет место, например, в анонсе фильма «Новый Вавилон», представленном номинативным предложением *Фильм о Парижской Коммуне*, но могут, будучи отдельным предложением, вообще никак не соотноситься с жанром киноанонса, как, скажем, в анонсе фильма «Тимур и его команда», который построен таким образом:

В дачном поселке пионер Тимур и его друзья тайком помогают семьям красноармейцев и пожилым людям.

Конструкцию последнего типа можно встретить в речевых произведениях практически любого жанра.

Большинство исследованных нами анонсов имеет стандартную форму, которая состоит из двух-четырех предложений, как, например, следующие тексты, состоящие из:

– двух предложений:

Король преступного мира Казанова Франкеништейн и психиатр Аннабель Лик, находящаяся под его дьявольским обаянием, замышляют злоешие планы. Для этого они похищают Капитана Великолепного, обладающего сверхъестественными способностями... [Мистические люди];

– трех:

Польский школьник Янек летит в Африку. В самолете он знакомится с русской девочкой Таней. Они болтают и не замечают, что самолет уже захвачен бандой торговцев наркотиками... [Похищение «Савойи»];

или четырех:

Ульяна Тулина – необычный человек. Во взрослом теле живет душа наивного ребенка. Единственный родной человек, который заботится об Ульяне, – ее сестра-близняшка Лиза. Хрупкая гармония отношений рушится, когда в доме Тулиных появляется мужчина... [Дура].

Такая структура текста, на наш взгляд, обусловлена общераспространенными особенностями выражения мысли в достаточно краткой форме, когда в первом предложении дается определенная вводная информация (вводная посылка), затем она уточняется или дополняется в последующей фразе, и в некоторых случаях делается какой-то вывод.

Приключения ирландского терьера Майкла начались в тот момент, когда выпущенный хозяевами погулять, он убежал на берег моря (завязка действия). Здесь его подобрал стюард со шхуны «Макамбо» Дэс Доутри (краткое описание развития действия). Псу и его новому хозяину предстоит много счастливых и грустных дней (предположение о дальнейшем развитии событий)... [Приключения рыжего Майкла].

Существенно для речевых цепей киноанонсов, как нам кажется, то, что они легко трансформируются, превращаясь то в одну, то в другую синтаксическую конструкцию, и единственным, пожалуй, формальным признаком киноанонсного функционирования соответствующей речевой цепи, если исклю-

чить из нее номинанты типа *фильм, кинолента, драма* и т. п., является интригующее, если можно так выразиться, многоточие, которое, как правило, ставится в конце текста анонса, но может быть и в его середине, например:

Кузнец-изобретатель пытается подняться в небо на самых невероятных самодельных летательных аппаратах... [Небывальщина].

После разорения семейство Фолькнеров вынуждено было покинуть свой дом и переехать на новую квартиру в обшарпанном старом доме. Одной из их многочисленных соседок оказалась ... Катарина Бук – их заклятый враг, которая так же ненавидит Фолькнеров, как и они ее... [Адские соседи-2].

Анонс расширенной структуры – это обычно краткий текст, элементы которого связаны с помощью определенных средств, характерных для нормативного сложного синтаксического целого: синтаксической цельности, формальной (части текста имеют соотносящиеся между собой языковые элементы) и семантической (части текста имеют общие содержательные компоненты) связности, эмотивности (текст отражает отношение автора к действительности) и т. п. Основные структурные типы киноанонса расширенной структуры таковы: система их выделения базируется на характере первого предложения как зачина сложного синтаксического целого, с учетом чего выделены две основные группы текстов: киноанонсы с односоставным (обычно номинативным) началом и киноанонсы с двусоставным предложением в качестве зачина. Расширенный киноанонс в разных изданиях может быть представлен различными его вариантами, которые образуются, как правило, усечением более объемного текста с необходимыми при этом стилистическими правками. Но и редуцированный текст сохраняет все основные параметры киноанонса, свидетельствуя тем самым о стабильности данного речевого жанра.

Библиографические ссылки

1. **Барт Р.** Риторика образа / Ролан Барт // Избранные работы. Семиотика. Поэтика. – М. : Прогресс, 1989. – С. 297–318.
2. **Горных А.** Живой Журнал в зеркале русской прессы: Вебография и цитатник // С февраля 2004. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/lj/rlj_biblio.html).

3. **Иванова Е. Б.** Художественный видеофильм как текст и его категории / Е. Б. Иванова // Языковая личность: проблемы креативной семантики. К 70-летию профессора И. В. Сентенберг: сб. науч. тр. / ВГПУ. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 200–206.

4. **Колодная Ю. А.** Лингвопрагматические характеристики печатного креолизованного текста киноанонса: На материале немецкого языка: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Колодная Юлия Анатольевна. – Самара, 2006. – 206 с.

5. **Лотман Ю. М.** Диалог с экраном / Ю. М. Лотман, Ю. Г. Цивьян. – Таллинн, 1994. – 215 с.

6. **Слышкин Г. Г.** Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) / Г. Г. Слышкин, М. А. Ефремова. – М. : Водолей Publishers, 2004. – 153 с.

7. **Ямпольский М. Б.** Память Тиресия. Интертекстуальность и кинематограф / М. Б. Ямпольский. – М. : РИК «Культура», 1993. – 464 с.

Надійшла до редколегії 10.06.2011

УДК 81'27: 004.738.5

Л. П. Попко

Государственная академия руководящих кадров культуры, Киев

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРАГМАТИЧЕСКОЙ ОКРАШЕННОСТИ НЕОЛОГИЗМОВ

У статті йдеться про прагматичну функцію, яку виконують певні неологізми, зокрема, політична лексика та запозичення.

Ключові слова: неологізм, прагматика, запозичення.

В статье речь идет о прагматической функции, которую выполняют определенные неологизмы, в частности, политическая лексика и заимствования.

Ключевые слова: неологизм, прагматика, заимствование.

The article deals with pragmatic function which certain neologisms fulfil, political vocabulary and borrowings in particular.

Key words: neologism, pragmatics, borrowing.

В последнее время в неологии преимущественный акцент делается на функционально-прагматический аспект новых слов и значений, на учет социологических факторов. Устанавливается

определенная связь между прагматикой и активными процессами номинации. Прагматика при этом понимается как наука, «изучающая язык с точки зрения использующего его человека в аспекте выбора языковых единиц, ограничений на их употребление в социальном обществе и эффекта воздействия на участников коммуникации» [2, с. 240].

Так, например, появление у слова нового лексико-семантического варианта (далее – ЛСВ) в прагматическом аспекте вариативности рассматривается как результат варьирования его употребления в различных ситуациях общения в зависимости от социального, территориального, национального, возрастного, профессионального и прочих статусов участников коммуникации. Одна и та же лексика по-разному реализуется в однотипных ситуациях представителями различных слоев носителей языка. В результате употребления слова в нетипичной для него ситуации (контексте) носителем иного социолекта (языка определенной социо-профессиональной группы) оно приобретает новый оттенок значения, который затем оформляется в отдельный лексико-семантический вариант слова.

С другой стороны, любая семантическая новизна рождает прагматическую новизну. Появившийся новый ЛСВ слова расширяет прагматику всей лексемы, так как расширяется спектр ситуаций и контекстов ее употребления, и, следовательно, ограничений на ее употребление.

В лингвистической литературе последних лет связь, существующую между прагматической ситуацией и прагматическими компонентами нового слова, предлагают фиксировать в словарях, т. е. прагматическую зону предлагают ввести в словарную дефиницию и разработать дополнительную систему помет, например, по оппозициям частотности употребления слова (обиходное или редкое), конкретной сфере употребления (профессиональный, научный, юридический регистр и т. д.). Особенно очевидна необходимость дополнительной системы помет в словарях для иностранцев, а также в словарях новых слов и значений, которые вызывают трудности адекватного выбора и употребления.

Само появление нового слова диктуется прагматическими потребностями. Отправитель сообщения выбирает из наличного лексического тезауруса то, что наилучшим образом выражает

его мысли и чувства. Если в лексиконе отправителя такого слова нет, то нередко он видоизменяет старую или создает новую лексическую единицу [1, с. 6]. Новые лексические единицы создаются в процессе речи как осуществление говорящим определенного коммуникативного намерения, а не как единицы, заранее планируемые говорящим для расширения или пополнения лексики.

Прагматически ориентированная неология включает в круг проблем своего исследования, кроме представленных выше, также следующие:

- уточнение путей опознания новых слов и значений;
- анализ факторов их появления в соотнесенности с прагматическими потребностями общества;
- изучение моделей их создания и ограничений на их употребление;
- разработка принципов отношения к ним (их принятие или нет) в различных социопрофессиональных, возрастных и прочих группах;
- лексикографическая обработка с указанием прагматических ограничений на употребление в различных ситуациях общения с учетом социальной дифференциации языка.

В последнее время в средствах массовой информации идет оживленное обсуждение целесообразности или вредности того или иного неологизма. Так, например, эта проблема обсуждается на сайте Федора Смирнова Вебпланета .

Авторы сайта считают, что многие люди с недоверием относятся ко всему новому, поэтому чаще всего на неприятности можно нарваться, употребив неологизм. Неологизмы, особенно в русском языке, напоминают «лиц кавказской национальности»: о возвращении в стан родного языка не может быть и речи, а в новой языковой среде их не торопятся регистрировать и наделять всеми правами, что, впрочем, не мешает им успешно существовать. Посреди всего многообразия изгоев можно выделить три группы.

Во-первых, это модные «ахи-вздохи» на нерусский лад типа «*вау*», «*упс*», «*супер*», «*бэст*», «*респект*». Эти слова приняты в молодежной среде, но вызывают легкое ворчание у людей среднего и старшего поколений.

Во-вторых, это «вполне осмысленные слова, будь-то язык управленцев: *«аджэнда», «хэдхантеринг», «мерчендайзер», «vip», «бренд-менеджер»,* или шаблоны СМИ: *«нацбол», «май-дан», «монетизация», «путинизм», «пораженцы».*

В третью группу включаются многие вполне привычные слова, получившие почти терминологическое значение, например *«провайдер», «хостер», «интерфейс», «юзер», «эсэмэски»* и даже *«блог».* Не в почете и яркие представители «новояза» – *«нах», «убейсебяапстену», «афтар жжжот», «гламурно».*

Заметно, что в число ненавистных слов и выражений попали именно заимствования. Такое количество заимствованных слов среди ненавистных неологизмов говорит лишь о том, что в последнее время мы слишком быстро принимаем и перенимаем иностранные веяния. Границу между вредным и жизненно необходимым еще предстоит определить. Однако результаты уже весьма показательны: наряду с заклятыми *«гламур»* и *«креатив»* в десятку «самых тошнотворных» попало и полезное *«контент»*, хотя, на первый взгляд, для него нет достойных аналогов. *Контент* – это не просто текст с картинками, размещенный в Сети. Без заимствованных неологизмов мы зачастую становимся ограничены в своих возможностях. Тем не менее, многие из них вызывают отрицательные оценки в опросах: *«пиар», «креатив»* и *«имхо»* признаны словами-монстрами как в Интернете, так и за его пределами. «Твиттер» (twitter) – мобильное программное обеспечение, позволяющее любому человеку в любом месте мгновенно связаться с кем угодно и где угодно (если все они подключены).

В речи продавцов одежды, а затем и покупателей какое-то время назад стали встречаться слова *«элочка»* (вариант – *«элочка»*) и *«эмочка»*, на звуковом уровне совпадающие с ласкательными именами собственными. Это разговорные обозначения размеров одежды L и M. Сравнительно недавно появилось, хотя и не стало очень употребительным, слово *«юрики»*, обозначающее новую европейскую валюту – евро.

Главная тенденция последних лет, отраженная народом в языке, – соединение, укрупнение, слияние всего хорошего и мощного со всем еще более хорошим и мощным: помимо слова *«дуумвират»* еще неологизмы *«медвепутия», «религархия»* (церковно-государственная олигархия), *«руслиш»* (смесь русского языка

с английским), «силовигархи» (силовики-олигархи, «злобрО») (правда, не попавшее в финал) – «добро, которое оборачивается злом и даже хуже зла».

Или вот неологизм «глупырИ» (нелюди, убивающие своей глупостью) – те же упыри подразумеваются, то есть нечисть. Получается, глупость – это нечто не зависящее даже от самого глупца, игра темных сил: знакомое российское самооправдание – «не сам, бес попутал». Сходны с ним по формообразованию и нЕхоть и нЕлюбь (состояние, когда ничего не хочется и никого не любишь): опять подразумевается нечто не персонифицированное, мутное, обстоятельство непреодолимой силы.

Наконец, сетевые неологизмы: из них примечательны «гУглик» (единица известности в Интернете – одно упоминание в сети, новейшая информационная валюта) и «нИчность» (от «ник») – виртуальная личность.

Радиостанция «Эхо Москвы» также обратилась к своим слушателям с вопросом: «Почему бы нам с вами не выявить в русском языке новые слова, которые кажутся вам самыми неприятными, вызывают раздражение у вас и ваших знакомых?» В этот список вошли 17 слов: *гламур, промоушн, пиар, блокбастер, контент, мерчендайзер, вау, винтаж, вип, креатив, педалировать, имхо, месседж, респект, шерп, электорат, энтертеймент*.

Проблемы прагматической оценки того или иного политического неологизма также привлекают к себе внимание СМИ. Первый цикл опросов «Дня» по расшифровке неологизмов, которые привнесла в лексикон украинцев слишком бурная политическая жизнь, был посвящен «донецкому коду». Под таким заголовком в № 65 газеты вышел материал, в котором эксперты делились своими ассоциациями по поводу понятия «донецкие» и трактовали появившуюся на стенах и заборах Киева надпись «Все будет Донбасс».

Посторанжевые годы создали новый политический язык, аналогов которому не существует. Вот некоторые неологизмы, без которых, как считают журналисты, теперь Украину не понять.

Дед – экс-президент Украины Леонид Кучма.

Доны – донецкие сторонники Партии регионов.

Кнопкодавы – депутаты, голосующие по указанию главы фракции.

Косвенный – замаскированный сторонник Тимошенко.

Луцнуть – уничтожить политическую карьеру методом скандала, как глава МВД Украины Юрий Луценко в немецком аэропорту.

Луцмерие – непризнание чиновником своей вины, несмотря на общественное порицание.

Межкапельный – первый президент Украины Леонид Кравчук, согласно анекдотам умеющий ходить в дождь между каплями и выходить сухим из воды.

Оранжевисты – сторонники «оранжевой революции».

Скунс – бывшая «оранжевая» фракция «Наша Украина – Народная Самооборона» (НУНС) в период ее полураспада.

Ширка – широкая парламентская коалиция.

Следует отметить, что неологизмы быстро распространяются. Раньше над лексиконами месяцами, а то и годами работали опытные редакторы. Это признак того, что информация быстро циркулирует везде – даже в стране, которая занимает предпоследнее или около него место в Европе по количеству пользователей Интернета и персональных компьютеров.

Обратим внимание на некоторые неологизмы, относящиеся к современным политическим фигурам. У Владимира Владимировича Путина кличек тоже хоть отбавляй. Его имя чаще всего сокращают до банального «ВВП». Джордж Буш младший называл своего коллегу не иначе как «Пути-Пут», а российская общественность именует своего лидера «Вовочкой», «Володым-Володымом», «Пукиным», «Гадким Путенком» и «Ути-Пути». Не возникает также сомнений, кто именно имеется в виду, когда в листовках-кариатурах российских анархо-зеленых упоминается некое загадочное «Зачищающе-мочашее средство – туалетный Путенок».

Наиболее колоритный персонаж российской политики Владимир Жириновский в широких народных массах известен как «Жирик», «Жир», «Сын юриста», «ВВЖ» и «Либералиссимус всея Руси». Петр Порошенко – «КУМикадзе», «Полуфабрикант». Николай Мельниченко – «СвоБодигард».

«Обама» (Obama) и «Обамомания» (Obamamania) (2008); эти слова дошли до городов и весей всего мира, когда первый чернокожий президент США вступил в должность; он продолжает бо-

роться с проблемами американской империи – это еще одно модное выражение, которое то появляется, то пропадает, – в то время как США сталкиваются с упадком во всех областях – в политике, экономике, охране окружающей среды и здравоохранении.

Имплицитная оценочность, содержащаяся в семантике нового слова, выражается, прежде всего, оценочными неологическими метафорами, которые призваны организовать общественное мнение, создать у адресата нужный адресанту яркий, зримый образ, также суггестивно (внушая, вызывая собою какие-либо представления) влияющий на восприятие информации под заданным углом зрения.

Например: политический сериал в Украине – о затянувшемся периоде формирования правительства и назначения премьера. Неологическое значение реализуется в контекстах типа: «Украинский политический сериал открывает новый сезон парламентской коалиции» (Время, 2006, 26 июля).

Имплицитная оценочность свойственна также слову «семья» в новом социально-политическом значении. В качестве ядерной здесь выделяется сема ‘укрепление и приумножение экономического благополучия’. Наряду с этим формируются негативно-оценочные семы ‘клановость’, ‘коррупция’, ‘нажива’. Новое значение характеризуется функциональной ограниченностью, так как реализуется в основном в пределах политической сферы. Ср.: «Приход Дерипаски дал старт мощному наращиванию экономических “мускулов” Семьи, последовательно прибравшей к своим рукам алюминий, автомобили, затем уголь» (Совершенно секретно, 2003, № 12).

Итак, представленное понимание природы и сущности оценочности новых слов позволяет заключить, что основным признаком оценки является наличие деятельностной работы языкового сознания, в результате чего возникают многочисленные неонимации с оценочной семантикой, формирующие субъективное отношение к неологизируемым фрагментам обновляемой картины мира. В неологизмах с оценочной семантикой выражается новое смысловое содержание, воплощающее новое видение данным языковым коллективом номинируемого объекта познания. Это происходит благодаря аксиологической функции репрезентирующих ее неологизмов.

Библиографические ссылки

1. Арутюнова Н. Д. О новом, первом и последнем // Логический анализ языка: язык и время. – М., 1997. – С. 170–201.
2. Горбачевич К. С. Нормы современного русского языка. – М. : Просвещение, 1981. – 239 с.

Надійшла до редколегії 17.06.2011

УДК 811.111'376

Т. С. Пристайко

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ФОРМАЛЬНА АДАПТАЦІЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ У ТЕРМІНОСФЕРІ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ТА РОСІЙСЬКОЇ МОВ)

Проаналізовано особливості адаптації іншомовних термінів в українській та російській мовах на графічному, фонетичному та морфолого-синтаксичному рівнях.

Ключові слова: запозичення, формальна адаптація, термінологія економіки та права.

Проанализированы особенности адаптации иноязычных терминов в украинском и русском языках на графическом, фонетическом и морфолого-синтаксическом уровнях.

Ключевые слова: заимствование, формальная адаптация, терминология экономики и права.

The peculiarities of foreign language term adaptation in Ukrainian and Russian are analyzed on graphic, phonetic and morphological and syntactic levels.

Key words: borrowing, formal adaptation, economics and law terminology.

Термінологічні підсистеми економіки та права в українській та російській мовах протягом останніх десятиліть розвиваються надзвичайно інтенсивно. У становленні молодих терміносфер значну роль відіграє терміносфера англійської мови, яка продукує до терміносистем-реципієнтів велику кількість запозичених найменувань. У зв'язку з цим виникає нагальна необхідність у теоретичному та практичному вирішенні проблем адаптації, уніфікації та стандартизації запозичених термінів.

Процес проникнення іншомовної лексики досить складний для виявлення, тому вчені пропонують різні критерії засвоєння іншомовного слова у мові-реципієнті. До них, як відомо, належать: 1) фонетична і графічна асиміляція, 2) засвоєння на морфологічному рівні, 3) словотвірна інтеграція, 4) семантичне засвоєння.

Метою нашого дослідження є розгляд питань, які присвячені особливостям формальної адаптації (адаптації зовнішньої форми) англomовних запозичень економіко-правової терміносфери в українській та російській мовах.

Як відомо, графічне та фонетичне відображення іншомовного слова засобами рідної мови є першим ступенем його засвоєння. Особливість цього рівня асиміляції полягає в тому, що слід насамперед враховувати неадекватність фонетичних систем мов, що взаємодіють, відносну хронологію запозичення і шляхів запозичення – прямого чи відносного.

Оскільки механізм трансформації фонемного складу англomовних термінів не відрізняється від загальних засобів засвоєння запозичень, що надходять до приймаючих мов шляхом транскрипції або ж транслітерації, ми не будемо повторювати загальновідомих положень про відповідності та розбіжності у фонетичних системах української – англійської та російської – англійської мов і зупинимося на характеристиці тих фонетико-графічних варіантів запозичених термінів, що були виявлені під час дослідження і зумовлені, з одного боку, різними способами входження термінів до приймаючих мовних систем, а з іншого – процесами дерусифікації в українській мові останнього часу.

Графічні варіанти, що були виявлені у терміносфері російської мови, найчастіше зумовлені незавершеною фонетичною адаптацією твердого чи м'якого приголосного перед наступним звуком [e]: *истеблишмент* – *истэблишмент*, *бай-бек* – *бай-бэк*, *хайтек-компания* – *хайтэк-компания*, *спред* – *спрэд*, *брейн-дрейн* – *брэйн-дрэйн* («утечка мозгов») та ін. Написання *э* після приголосного, як відомо, відповідає реальній вимові нового запозичення, тому практика, незважаючи на рекомендації діючих правил, використовує цей засіб для позначення точного звучання запозиченого слова [1, с. 178]. З літерою *э* пишуться й інші нещодавні запозичення, які функціонують у загальноекономічній сфері та

сфері менеджменту: *конмэн* – *конмен*, *кэш-дата*, *сделка «кэш»*, *фонды «кэш»*, *соглашение «кэп»*, *«кэп»-контракт на акции*, *оговорка «бэк»*, *кредит «бэк-ту-бэк»*, *кредит «стэнд-бай»*, *стратегия «пэк-мэн»* та ін.

Ще одна група графічних варіантів запозичених термінів виникла внаслідок співіснування транскрибованої та транслітерованої форм одного й того ж слова. Так, у російськомовній вимові англійське сполучення *lump sum* (у вимові – [Lʌmp sʌm]) лексикалізується у слово, що існує у трьох варіантах *лапсум* – *лупсум* – *люпсум*. Поряд з транслітерованою аббревіатурою *ЛИФО* (англ. *LIFO* – *last-in – fast-out*), що є компонентом складного терміна *метод ЛИФО*, функціонує і його транскрибований варіант – *метод ЛАЙФО*; те ж саме спостерігаємо й у варіантах терміна *клеймси* – *клаймси*. В україномовній системі зафіксовано лише варіант *клеймси*.

Ця група може бути доповнена варіантами *дистрибьютор* – *дистрибутор* – *дистрибьютер* < *distributor* (в укр. мові – *дистриб'ютор* – *дистриб'ютер*); *мерчендайзинг* – *мерчандайзинг* < *merchandising*; *мерчендайзер* – *мерчандайзер* < *merchandise*; *риэлтер* – *риэлтор* – *риелтор* < *realtor* (ріелтер); *супервизор* – *супервайзер* < *supervisor*.

Графічні варіанти можуть бути утворені запозиченнями, що прийшли до приймаючої системи безпосередньо з мови-донора або ж через інші мови, наприклад *брейнсторминг* (*brainstorming*) – *брейниторм* (через нім. мову). Зазначимо, що цей ряд фіксується словниками, натомість у спеціальних (і російських, і українських) текстах найчастіше в цьому разі функціонують скальковані терміни «*мозговой штурм*» і «*мозговая атака*» / «*мозкова атака*».

Найбільшу кількість варіантів містять ланцюжки похідних з англійською основою *франчайз* – та основою з французькою вимовою *франшиз*-, що позначають документ: *франчайза* – *франшиза*; людину: *франчайзор* – *франчайзер* – *френчайзор* – *франчайзиат* – *франчайзи* – *франшизор* – *франшизер* – *франшизи*; діяльність: *франчайзинг* – *франшизинг*.

В україномовній терміносистемі ці варіанти зустрічаються у такому вигляді: *франчайза*, *франчайзер*, *франчайзі* / *франчайзі*, *франчайзінг*.

Для російськомовної терміносистеми закономірним є існу-

вання графічних варіантів з однією чи двома приголосними: *бэк-офис* – «бэк-офис», *операции офф-шор*, *офшор* и *оффшор*, *экааутинг* – *экаутинг*, *андеррайтинг* – *андерайтинг* тощо.

Аналіз графічних варіантів, що наявні в україномовній терміносфері менеджменту, дозволяє говорити про наявну тенденцію до поступового звільнення від впливу російськомовних адаптаційних традицій і поновлення орієнтації на відповідність фонемного складу англomовних запозичень нормам української мови (див. про це: [3, с. 6]). Це перш за все стосується новітніх запозичень у сфері економіки. Зокрема, в англomовних термінах менеджменту з диграфом *ai* поряд з поданням його сполученням *au*, спостерігається субституція цього диграфа сполученням *av*, що більшою мірою відповідає українській адаптаційній традиції: *авдитор* (ср. рус. *аудитор*). Ми не можемо сказати, що така форма запозичення притаманна усім дослідженим текстам, але можна передбачати, що з часом цей варіант замінить традиційний.

Найбільша кількість варіантів виникає у консонантній системі при відтворенні англomовної фонemi [h], яка відсутня в обох мовах. При запозиченні, вона замінюється українськими фонемами [x] або [r], іноді й [r]: *Готорн* – *Хоторн* < *Hawthorne*, *холдинг* – *голдінг* – *голдінг* < *holding*, *хайринг* – *гайринг*, *хедж* – *гедж* – *тедж* < *hedge* и даже *ноу* – *гау* при більш поширеному *ноу-хау*.

Наслідком паралельного відображення у запозичених термінах процесів звукової дивергенції є виникнення фонетичних варіантів, що для терміносистеми розцінюється як негативне явище [3, с. 7]. На наш погляд, слід залишити як унормовані терміни *голдінг*, *гайринг*, *гедж*, звуковий склад яких відповідає фонетичній системі та орфоепічним нормам української мови й при цьому є найбільш близьким вимові мови-джерела.

Перегляд навіть цих небагатьох фактів асимілювання нових запозичень у терміносфері економіки дозволяє зробити висновок про те, що по відношенню до запозичених термінів залишаються актуальними рекомендації термінологів «відразу ж унормовувати вигляд запозичень. ... Щоб забезпечити найшвидше і найлегше входження до лексичної системи запозичених термінів, треба брати до уваги вже зроблені спостереження про зміни, які відбуваються під час засвоєння; це дає можливість передбачити можливі трансформації форм термінів, що запозичуються, й відразу ж

намагатися надати їм оптимальні форми (при цьому у деяких випадках слід відразу ж вирішувати питання щодо спрощення форми, бо простий за формою термін має більше шансів бути засвоєним мовою-реципієнтом)» [3, с. 132–133].

Проведення синхронного аналізу морфемної структури однослівних запозичених термінів свідчить, що під час входження до приймаючих терміносистем української й російської мов значна частина вихідних запозичених основ функціонує як нечленовані: *бенчмаркінг* / *бенчмаркинг*, *венчур* / *венчур*, *дисконт* / *дисконт*, *клиринг* / *кліринг*, *перформер* / *перформер*, *профит* / *профіт*, *роялти* / *роялті* та інші.

Зміни ж у морфемній структурі нових запозичень зазвичай є типовими для усієї запозиченої лексики. Наприклад, на етапі входження до приймаючої терміносистеми відбувається спрощення вихідних англомовних основ і лексикалізація словосполучень: *backwardation* – *бэквардэйшн*, *del credere* – *делькредере* / *делькредеде*, *deck holder* – *декхолдер*, *con man* – *конмен* / *конмэн*, *post audit* – *посттаудит* / *посттаудит* та ін.

У приймаючих терміносистемах наявна значна варіативність морфемної членованості, яка зумовлена написанням одного й того ж терміна разом, окремо або через дефіс, при цьому вихідна форма може писатися разом (англ. *auttrade* – *ауттрейд* й *аут-трейд*; нім. *Hofbroker* – *гофброкер* й *гоф-брокер*), окремо (*buseness plan* – *бізнес план* й *бізнес-план*; *time sheet* – *таймшит* і *тайм-шит*; *news makers* – *нюсмейкеры* і *нюс-мейкеры*) або ж через дефіс (*buy-aut* – *бай-аут* та *байаут*).

Під час засвоєння англомовних термінів і в українській, і в російській мовах може відбуватися усичення та спрощення запозичених основ внаслідок оформлення англіцизмів відповідними суфіксами, що наближує нові слова до автохтонної лексики обох мов: *innovation* – *інновація* / *инновация*, *capitalization* – *капіталізація* / *капитализация*, *prolongation* – *пролонгація* / *пролонгация*; *crediting* – *кредитування* / *кредитование*, *planning* – *планування* / *планирование*, *testing* – *тестування* / *тестрование*, *financing* – *фінансування* / *финансирование* тощо.

Проведене дослідження виявило, що структурна адаптація однослівних та складених англомовних термінів у мовах-реципієнтах є досить різноманітною, тому перерахувати у межах

доповіді усі можливі випадки структурних відповідностей неможливо.

Тож зупинімося на найхарактерніших структурних відповідностях або ж невідповідностях вихідних та адаптованих однокомпонентних і деяких двоконпонентних номінаціях у приймаючих терміносистемах.

Однослівний англomовний термін найчастіше матеріально запозичується або ж калькується одним словом. Але спостерігаються й деякі структурні розбіжності, а саме: простому або ж складному англomовному терміну відповідає термін-калька з кількох слів: *parenting* – * (відповідника нема – Т. П.) / *вышестоящие звенья (стиль руководства)*; *advancement* – *просування (по роботі) / продвижение по службе*; *service, servicing* – *організація сервіса, сервісне обслуговування / организация сервиса, сервисное обслуживание*; *feedback* – *зворотний зв'язок / обратная связь*, *networking* – *створення мережі контактів / создание сети контактов*, *flextime* – * / *гибкое рабочее время*, *rightsizing* – *установлення верних розмірів (про переструктурування організації) тощо*.

Найбільш простою моделлю підрядного сполучення є двоконпонентне словосполучення. Для англійської терміносистеми це найчастіше сполучення двох іменників, один з яких є атрибутом. В українській та російській мовах цій моделі відповідає сполучення іменника у називному відмінку з іменником у родовому відмінку (*power culture* – *культура влад / культура власти*; *capital market* – *ринок капіталу / рынок капиталов*; *corporate strategy* – *стратегія корпорації / стратегия корпорации*), або ж прикметника з іменником (*balance sheet* – *балансовий звіт / балансовый отчет*; *investment plan* – *інвестиційний план / инвестиционный план*; *high-performance team* – *високоєфективна команда / высокоэффективная команда*). Англomовні терміни цієї ж моделі можуть калькуватися конструкцією «С + С в оруд. відм.»: *debt management* – *управління боргом*; *stock control* – *управління запасами*; *cash management* – *управління наявністю*; *personal management* – *управління персоналом*.

У межах цієї моделі наявні розбіжності між українським та російським аналогами: російськомовна калька утворюється за моделлю С + С, а україномовна – за двома моделями: П + С або (С +

C): *marketing strategy* – маркетингова стратегія (стратегія маркетингу) / стратегія маркетинга, хоча варіантність атрибутивного компоненту притаманна й російськомовній терміносистемі: *стратегия корпорации* – корпоративная стратегія / стратегія корпорації – корпоративна стратегія.

Менш частотна в англійській мові двокомпонентна модель, що складається з прикметника та іменника **A + N** і, як правило, переходить до систем-реципієнтів (*temporary administrator* /тимчасовий адміністратор /временный администратор, *vertical specialisation* – вертикальна спеціалізація /вертикальная специализация), при цьому можуть використовуватися й інші моделі, наприклад, генетивна (*structural choice* – вибір структури /выбор структуры; *organizational leader* – лідер організації /лидер организации).

В англomовній терміносистемі є компактна група термінів з прийменником *by*, яким в українській мові відповідають номінації з прийменником *за*, а у російській – з прийменником *по* і/або аналітичні та описові терміни: *management by objectives* – керування (управління) за цілями (цільове управління) /управление по целям (целевое управление, управление с помощью постановки целей); *management by exception* – управління за відхиленням /управление по отклонениям; *management by product* – управління за продуктом /управление по продукту та ін.

Прийменниковим двокомпонентним моделям можуть відповідати безприйменникові моделі (*capacity of market* – ємність ринку /объем рынка; *delegation of authority* – делегування повноважень /делегирование полномочий) та, навпаки, безприйменникові моделі калькуються прийменниковими конструкціями (*product management* – * /управление по видам продукции, *management services* – управлінські послуги /услуги по управлению // управленческие услуги).

І ще одна особливість, яка заслуговує на увагу в аспекті культури професійного мовлення. Двокомпонентним моделям англійської мови у приймаючих системах можуть відповідати так звані терміни-дескриптиви – багатоконпонентні утворення, наприклад: *team-based reward* – винагорода за результатами командної роботи / вознаграждение по результатам командной работы; *management consultant* – консультант з питань управ-

ління виробництвом /консультант по вопросам управления производством; *joint management* – * /участие представителей рабочих в управлении; *fixed-term personnel* – персонал, работающий по срочным контрактам; *management decisions* – * /решения по вопросам управления тощо. Іноді україно – /або російськомовний еквівалент такий поширений, що наближується до дефініції, наприклад: *customer departmentation* – организационная структура, ориентированная на покупателя, *area agreement* – соглашение о территории между работниками и руководителями; *majority shareholder* – акционер, владеющий контрольным пакетом акций; *service worker* – робітник, що працює у сфері обслуговування; *on-the-job training* – підготовка без відриву від виробництва; *payday* – день отримання заробітної плати. Таке явище звичайно ускладнює використання терміна як у російській, так і в українській мовах.

У цілому, завершуючи розгляд особливостей адаптації іншомовних термінів в українській та російській мовах, слід зазначити, що найбільшій увазі з точки зору культури професійного мовлення потребують графічний та фонетичний рівні засвоєння таких слів, бо саме на цих рівнях виникають найбільш численні варіанти, що можуть існувати досить тривалий час.

Бібліографічні посилання

1. Букчина Б. З. Об орфографии в терминологии / Букчина Б. З. // Культура речи в технической документации. – М. : Наука, 1982. – С. 173–192.
2. Гринев С. В. Терминологические заимствования: Краткий обзор современного состояния вопроса / С. В. Гринёв // Лотте Д. С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов. – М. : 1982. – С. 108–135.
3. Сергеева Г. А. Англомовні запозичення в українській правничій термінології / Г. А. Сергеева : автореф. дис. ... канд. філол. наук. – Харків, 2002. – 16 с.

Надійшла до редколегії 20.06.2011

УДК – 811. 161. 1'373.23

А. В. Ходоренко

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара

**О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ КОГНИТИВНОЙ
ОНОМАСТИКИ (на примере групп людей в сети Интернет)**

У статті в загальному вигляді розглядаються когнітивні конструкти найменувань груп осіб (далі – НГО). Концепти, фрейми, сценарії у процесі створення НГО сприймаються як цілісний гештальт. Надаються перспективи досліджень. Наводяться описання різних лінгвістичних засобів, за допомогою яких конструюються НГО-гештальт; обговорюються засоби інтенсифікації концептуальних ідей у мовних одиницях – найменуваннях груп осіб за допомогою когнітивних конструктів. Наведено ряд прикладів найменувань груп осіб, які займаються комерційною, політичною, творчою діяльністю, що ілюструють когнітивні конструкти НГО. Описано базові складові всередині лінгвістичного гештальту. Зроблено деякі висновки щодо подальших досліджень лінгвістичного гештальту НГО.

Ключові слова: концепт, фрейм, гештальт, схема.

В статье в общем виде рассматриваются когнитивные конструкты наименований групп лиц (далее – НГЛ). НГЛ рассматривается в соотносении с такими понятиями когнитивистики, как концепт, образ, гештальт, фрейм, сценарий. Описаны основные взаимодействующие конструкты внутри лингвистического гештальта, обсуждаются способы интенсификации создаваемой идеи-концепта. Приводятся различные примеры наименований групп лиц, занимающихся коммерческой, политической, творческой деятельностью, которые иллюстрируют когнитивные конструкты НГЛ. Сделаны некоторые выводы о перспективах исследований гештальта НГЛ.

Ключевые слова: концепт, фрейм, гештальт, схема.

The article deals with the analysis of cognitive constructs (frame, schemes, concepts) in the process of creation people groups names (further mentioned as PGN). Frames, schemes and concepts are discussed to present a certain geschtalt. The idea of concept implementation in people groups' names is supposed to be proved in the article. Different examples of the names of various people groups (leading commercial, political, creative activities) are suggested to illustrate PGN geschtalt. Further perspectives of PGN geschtalt investigations are given. It has been described constructional parts of linguistic geschtalt.

Key words: concepts, frames, geschtalt, schemes.

В статье в общем виде рассматриваются когнитивные конструкции наименований групп лиц (НГЛ), наименований групп людей в сети Интернет, в частности. НГЛ рассматривается в соотносительности с такими понятиями когнитивистики, как концепт, образ, гештальт, фрейм, сценарий. Особое внимание привлекает понятие гештальта в приложении к НГЛ. В предыдущих работах мы останавливались на разных аспектах функционирования НГЛ в языке. Не оставляет сомнения факт сложной системной – целостной или «гештальтной» организации НГЛ. Остановимся подробнее на гештальте. Гештальт не имеет определения или четких рамок в лингвистике. Цель настоящей статьи – обрисовать в общем приближении, в чем заключается гештальтная природа языкового знака НГЛ. Гештальт – важный термин когнитивной науки. Не преувеличивая, можно сказать, что гештальт – это ключ к пониманию восприятия, мышления и особенностей когнитивного подхода в целом. Парадоксально, но среди тех, кто должен понимать в этом аспекте, а также из тех, кто говорит о гештальте, лишь немногие в действительности в полной мере понимают его содержание.

В описании гештальта мы будем двигаться от функционирования этого явления в психологии. Мы приведем определение гештальта в психологии. Гештальт (*Gestalt*) – **немецкое заимствование**, эквивалентом которого в русском языке является понятие «целостность».

Гештальт (от нем. *Gestalt* – целостная форма или структура) рядом со своим бытовым смыслом (образ), еще со времен Гёте получил особенное значение. Он использовал это слово, рассказывая о целостной и органической манере воспринимать и исследовать мир, которая позволяла понять «сущность вещей». В общем употреблении этот термин попал лишь в начале XX столетия, благодаря трудам немецкой школы гештальтпсихологии [8]. По мнению теоретиков, предметы, которые составляют наше окружение, воспринимаются не в виде отдельных объектов, а как целостные формы. Восприятие не сводится к сумме ощущений, а свойства фигуры не описываются через свойства частей. Собственно гештальт являет собой *функциональную структуру*, которая *упорядочивает* многообразие отдельных явлений, а также *формируется в сознании* человека при восприятии объектов или их образов. Это первичное индивидуальное свойство психики,

которая находится в соответствии с физиологическими процессами мозга и внешним миром.

Гештальтпсихология – направление (школа) в западной психологии первой трети XX века, основанное Максом Вертгеймером в 1912 году. Основной принцип гештальтпсихологии заключается в том, что анализ частей не может привести к пониманию целого, поскольку целое определяется не суммой, а взаимодействием и взаимозависимостью его отдельных частей. Отдельно взятая часть – это лишь часть, и ни одного представления о целом она не дает. В гештальт-теории Курта Левина [8] отбрасывается идея разделения тела и ума, объекта и субъекта, а также человека и среды.

Представителями когнитивного подхода, тесно связанного с гештальт-психологией, в семантике являются преимущественно американские ученые Дж. Лакофф, Г. Лангакер, Р. Джекендофф, Ч. Филлмор, Л. Талми и др. Известным является труд Р. Джекендоффа «Семантика и когнитивная деятельность», в котором обоснована связь семантики с психологией [см. 2 – 4, 7 – 14].

Представители когнитивной семантики считают, что их главное задание – обнаружить и объяснить, как организовано знание о мире в сознании человека и как формируются и фиксируются понятия о мире. Поэтому они рассматривают семантику и языковые проблемы в целом через призму связанных с лингвистикой наук – герменевтики (от греч. *hermeneutikos* «объяснительный»; искусство толкования текстов, учения, о принципах их интерпретации); гештальтпсихологии (одна из основных школ зарубежной, преимущественно немецкой, психологии первой половины XX ст., которая выдвинула принцип целостности – гештальт – как основу в исследовании сложных психических явлений), когнитивной психологией (одно из направлений преимущественно американской психологии), которая рассматривает все психические процессы как опосредованные лингвистическим гештальтом, по типу гештальта в психологии, мы назовем цепь ассоциаций, интенций, концептов человека в языковом их выражении посредством когнитивных конструкторов (фреймов, фреймовых сценариев, модулей) в когнитивном аппарате – нейронных сетях, в которых реализуются ассоциативные трансформации.

Необходимо проследить механизмы ассоциативных трансформаций, воплощение концептов номинатора в языковые формы их

выражения для построения дефиниции гештальта. Ранее в своих работах мы давали самое общее описание лингвистического гештальта и называли ядром гештальта концепт. Необходимо заметить, что понятие ядра гештальта требует обсуждения, так как, возможно предположить, в соответствии с определением гештальта, – само это понятие предполагает равно значимое взаимодействие частей лингвистического гештальта (далее ЛГ). Поэтому в нашей работе мы условно назовем концепт ядром, имея в виду воплощаемую в языковую форму идею, преломленную в когнитивном аппарате индивида.

На воплощение концепта в форму языка, кроме 1) объективных языковых норм (стилистических приёмов, грамматических конструктов, лексического выбора), влияет 2) внешняя экстралингвистическая реальность (категории действительности, прототипы и прототипические ситуации); 3) внутренние параметры когнитивного аппарата индивида, виды когнитивной модели (память, библиотека видов фреймов – акциональных, логических, ассоциативных). Все эти параметры мы называем таковыми, которые составляют лингвистический гештальт.

Лингвистический гештальт – комплексное понятие, граничащее с абстрактными единицами восприятия, однако конкретно имеющее выражения в единицах речи и языка. Посредством фреймов концепты, понятийная сторона, в данном случае, понятийная сторона НГЛ, воплощается в язык и, пройдя путь ассоциативных связей в когнитивном аппарате номинатора, создается имя группы, организации и т. д. – НГЛ. Мы остановимся подробнее на фрейме. Отметим, что в работах западных школ часто фрейм и гештальт отождествляются. Мы же считаем эти два понятия разными: гештальт – более ёмким, вмещающим фрейм [12], как конкретное языковое выражение идеи-концепта.

Приведем примеры наименований с имплицированными идеями, соотносёнными с фреймами. Во фрейме *Люби и делай что хочешь* узел «*делай что хочешь*» – слотовая часть – является указателем, задающим слот фрейма-кандидата «необузданность желаний», *Мамочки и папочки* или *Наши малыши* – фреймовые слоты «семья», «дети», «родители».

Фрейм как схема типичной ситуации клишированного, часто ритуального характера, содержит инвариантные параметры си-

туации – терминальные узлы (terms) и конкретные реализации параметра ситуации – слоты (slots). Так, слотовая часть фрейма «Магия» реализована в НГЛ (Интернет-группы) *Тантра*, *Нострадамус*, *Сновидения и предсказание сновидений* и др.

Слотовая часть фрейма «своеобразие, уникальность» реализована в НГЛ интернетовской группы *Мы – лучшие жены*, *ООО Лучшие металлопластиковые окна*, *ООО Уникум партнер* и др.

Гештальт не получил еще многоаспектной разработки. Содержание этого термина, как уже отмечалось, является достаточно своеобразным. Его невозможно объяснить, лишь ссылаясь на его словарный перевод (образ, конфигурация), как часто делают сегодня. Чтобы понять сущность и значение гештальта, невозможно его однозначно сопоставить с чем-то уже понятным – необходимо синтезировать новое содержательное понятие. Попробуем приблизиться к смыслу слова «гештальт», используя несколько метафор. Ни одна из них не является полностью точной, но в совокупности мы сможем получить первичный «намеки», который со временем и опытом сложится в крепкое и выразительное понимание этого ключевого понятия [7].

Гештальт связывают с так называемым «протосимволом». Знак или символ – это элементарная единица, из которой состоит половина накопленных человечеством знаний. Тексты состоят из букв, формул – из чисел, схем и чертежей – из линий и других геометрических фигур. Эти знания закодированы в комбинациях символов и знаков, а с помощью письма, вещания и символических рисунков люди научились обмениваться ими.

Но это лишь половина наших знаний. Существует и вторая, менее явная. В ней знания являются такими, которые не поддаются прямому переложению в знаки и символы, но так же, как и знаковые знания, могут влиять на наше мышление, восприятие и поведение. Таким же образом, люди умеют обмениваться этими знаниями, хотя этот обмен не является таким очевидным. Основной единицей этих знаний является гештальт. Образно говоря, это противоположность знака или символа, это «антизнак».

Когда мы смотрим на картину внешнего мира или изучаем ситуацию в социальной системе, нам всегда являются доступными оба вида знаний. То, которое удастся выразить словами, описаниями, схемами и символами, становится символическим знанием.

Но всегда остается то, что невозможно заключить в символические описания – неявное знание, которое мы можем чувствовать, которое мы можем «знать», но не можем выразить в символах, знаках и схемах. Его называют протосимволическим знанием, или просто протознанием [см. 14].

В переводе с греческого, «протос» – значит первый. Протосимволическое знание предшествует символическому, оно является более глубоким и давним. Возможно даже способность к протознанию роднит человека с животным, поскольку последним почти недоступна способность использовать символы и знаки. Подобно тому, что символические знания выражены символами и знаками, протосимволическое знание представлено гештальтом.

Способность воплощать опыт в слова, символы и схемы, – это максимальная способность, которой в природе наделен лишь человек. Но мы настолько переоцениваем важность символических знаний, своих и чужих слов, схем, формул, что наш ум уже привык сознательно пользоваться лишь одной половиной всего того, которое является открытым для нас в любой момент. От природы мы всегда воспринимаем обе половины – то есть воспринимаем знания гештальтно.

В определенном смысле, как описывают Дж. Лакофф и М. Джонсон, **метафора** может быть примером гештальтного восприятия.

Как уже было отмечено, в распоряжении человека существует символическая система, которой нет равных по возможностям и гибкости. Это наш язык. Хотя все наши слова состоят из нескольких десятков букв, из них возможно создать тысячи слов, каждое из которых является символом определенной вещи, процесса или качества мира. Язык людей намного больше любой другой символической системы и служит при прародительстве всех других наших символических систем [42]. Высказывание в химической системе «Формула воды H_2O » – это лишь удобное сокращение обычного «Молекула воды состоит из атома кислорода и двух атомов водорода».

Говоря о гештальте в психологическом аспекте, говорят о **«феномене дискретного и недискретного/непрерывного»**. Мы будем говорить о феномене реального и абстрактного.

В мире можно увидеть два типа вещей. Одни имеют четкие пределы. Они имеют выразительный ограниченный контур, они явля-

ются предметными. Такие вещи называют дискретными (реальными): яблоко на столе, звук выстрела, звезда на ночном небе.

А есть другие: абстрактные – запах цветущего жасмина, шум далекого шоссе. В языке существуют категории абстрактных существительных, которые обозначают такие недискретные (абстрактные) предметы. Дискретные вещи возможно считать, измерять, изображать на рисунке или схеме. Поэтому наши знаковые знания, в первую очередь, следует отнести к дискретным вещам мира. И наоборот, недискретные вещи редко поддаются счету, ведь трудно считать вещи, в которых невозможно увидеть четких пределов, или невозможно понять, где они находятся. В целом, они плохо поддаются перевоплощению в слова и схемы. Поэтому основное содержание наших протосимволических знаний принадлежит к непрерывным вещам. Люди, пытаясь все закодировать в слова и числа, научились замещать настоящую живую реальность ее абстрактной обезображенной копией, в то же время теряя половину доступных знаний о ней.

Таким же образом, как соотносятся друг с другом дискретное и непрерывное, соотносятся символ и гештальт. Чтобы понимать дискретные вещи, нам необходимы символы: слова, знаки, схемы. Чтобы знать недискретные, нужен гештальт. Гештальт, другими словами *механизм передачи абстрактного знания*.

Гештальт обладает глубокой собственной уникальной сущностью, и для его осознания и понимания необходимо окунуться в эту сущность. Выделим несколько основных аспектов, благодаря которым возможно объяснить этот феномен. *Гештальт представляет собой пространственно наглядную форму предметов, функциональную структуру, которая упорядочивает многообразие отдельных явлений, а также формируется в сознании человека при восприятии объектов или их образов*. Это первичное индивидуальное свойство психики, которая находится в соответствии с физиологическими процессами мозга и внешним миром. *Среди ключевых средств, которые помогают отобразить сущность гештальта в языке, выделяются стилистические средства выражения, категории действительности (дискретное и недискретное), которые они представляют, прототип*. Совокупность таких знаний помогает воспроизвести целостную кар-

тину о феномене гештальта и средствах его воплощения в психолингвистическом аспекте.

Многоаспектность и многообразие преломляющихся в НГЛ явлений демонстрируют сложные мозговые процессы личности. Подобно сложным опытам с памятью, которые в свое время проводились учеными, сделан вывод о морфогенетической природе памяти. «Память находится везде и одновременно нигде», иными словами – отдельные нано-составляющие по всему мозгу при условии правильной работы каждой частицы памяти приводят к функционированию весь механизм. Целостность в восприятии и воспроизводстве является неким гештальтным принципом в работе памяти, мозга, воспроизводстве и восприятии языка и отдельных языковых единиц, – а значит есть смысл говорить о некоем лингвистическом гештальте, о котором упоминал Дж. Лакофф в своих статьях в 80-х, но в научной литературе лингвистический гештальт не приобрел должной разработки.

Основываясь на положениях когнитивистов (В. З. Демьянкова, Дж. Лакоффа, М. Джонсона, Ч. Филлмора), а также на выводах, сделанных в настоящем исследовании, мы можем также предположить, что **лингвистическим гештальтом** является набор и оперирование всеми лингвистическими средствами, воплощение их в соответствующие структуры, всевозможные языковые трансформации в парадигме категоризации действительности, как цели сознательного и осознанного использования языкового знака вообще.

Взаимодействие и слаженное функционирование всех отдельных механизмов (фреймов – как представления знаний в конкретных структурах, модулей – языковых грамматических, семантических, синтаксических структурах) является не случайным, а скорее запрограммированным результатом такого функционирования и взаимодействия, целостного (гештальтного) представления знаний.

Когнитивисты говорят как о гештальте – термине, пришедшем из психолингвистики, так и о лингвистическом гештальте. Но если в психологии акцент больше приходится на целостное восприятие и воспроизводство действительности на уровне поведенческих реакций (бихевиористский подход), то нам интересна именно лингвистическая импликация знаний о действительности, воспроизводство и восприятие языковых единиц. То есть мы

говорим о лингвистическом гештальте и ищем ему объяснение в нейронных процессах, тяготея к методам нейронаук), с конечной целью приблизиться к процессам неизученного, процессам мозговой деятельности человека.

Как отмечал Дж. Лакофф, – лингвистический гештальт требует описания всех его составляющих. Мы ставим задачей выделение этих составляющих на примере ономастических единиц.

Описание когнитивных единиц представляет объективную сложность из-за абстрактности этих понятий. Однако мы попытаемся выделить из абстрактного ряда конкретные единицы в их языковом выражении. Попробуем связать результаты когнитивной деятельности, каковой является воспроизводство языка – в данном случае – воспроизводство ономастических единиц.

Мы полагаем, что когда жизненная ситуация, индивидуальные установки, опыт реципиента равны жизненной ситуации, установке, целям, опыту, и т. д. номинатора, давшего жизнь НГЛ, тогда НГЛ концепт становится понятным реципиенту и достигается желаемое воздействие: реципиент реагирует на НГЛ. Можно говорить о реакции нейронной, когда активируются нейронные цепи, замыкающиеся, в частности, недавно открытыми зеркальными нейронами, выполняющими активную роль в работе нейронных цепей.

Гештальт является особенным, более высокоорганизованным видом когнитивной структуры, которая соединяет в себе чувственное и рациональное в их единстве и целостности. Это результат нерасчленяющего восприятия ситуации, высший уровень абстракции, недискретное, неструктурированное знание, расположенное вне категориальных пределов естественного языка, но реконструированное на основании языковых средств. Гештальт совмещает все возможные организации концептуальной информации, тесно переплетенные в умственно-речевой деятельности человека: образный, схематический, фреймовый, сценарный или разные комбинации этих уровней.

Например, если рассмотреть наименование интернетовской группы *Сон Лемура*, то он будет содержать фрейм «творчество» (поскольку группа посвящена творчеству группы «Сон Лемура»), а также фрейм «поклонники», фрейм «экзотические животные». Фреймы можно представить как цепи слотов и связей между ними. Такая система связей – это семантическая или условная

нейронная сеть, принципом построения которой есть гештальт, а принципом построения языковых единиц в системе является лингвистический гештальт.

Для описания ситуаций действия используются структуры акциональных фреймов, которые отображают разные типы взаимосвязей между элементами. С этой целью в теории Дж. Лакоффа были предложены так называемые пропозиции. Самым простым их элементом является связь «субъект» (S) – «предикат» (P). **Субъект – это то, относительно чего сделано определенное утверждение, предикат – это то, что о субъекте утверждается.** Обычно грамматический субъект – это подлежащее, которое выражено существительным, предикат – сказуемое, выраженное глаголом. Например, субъект – «понедельник», предикат – «начинается с...», а целостно *Понедельник начинается с ... работы.*

Похожий подход был предложен в лингвистике. Ч. Филлмор в своих трудах выделил следующие роли элементов:

1) агент – одухотворенный инициатор действий, которые описаны, как правило, глаголами. В примере интернетовской группы *Приглашаю к столу* агентом выступает подразумеваемое лицо «Я», на что указывает личное окончание первого лица единственного числа глагола «приглашаю»;

2) контрагент – сила, против которой направлено действие (*Сезон Бикини. Скажи Целлюлиту НЕТ!*);

3) объект – вещь или сущность, которая перемещается или изменяется, положение или существование которой является предметом внимания *Меняю. Обмен ВСЕГО (вещи, одежда и др.);*

4) место – физическое тело, которое чувствует непосредственное влияние со стороны деятеля *Стероиды и бодибилдинг;*

5) адресат – лицо, в интересах которого или во вред которому происходит действие *Требуется переводчик в Мюнстее;*

6) пациент – лицо, которое чувствует эффекты действия *Corp-BL – поиск партнёров по бизнесу;*

7) результат – вещь, которая возникает в результате действия *Сувениры из бересты;*

8) инструмент – стимул или непосредственная физическая причина действия *Обойти конкурента!;*

9) источник – исходное состояние объекта к выполнению действия *Назад в Россию! Погостили и хватит!*

При любом восприятии той или другой ситуации, благодаря сложной структуре знаний мы всегда готовы сразу понять множественное число ее особенностей, которые невозможно наблюдать в отдельно взятый момент. Речь идет о том, что ассоциативных связей может быть огромное множество и восприятие одного и того же НГЛ может варьироваться у разных реципиентов в соответствии с их когнитивными особенностями.

У замужней и незамужней женщины или у людей, побывавших и не бывавших за границей, ассоциации и семантические цепи при восприятии, например, НГЛ (наименование интернетовской группы *Жены немецких немцев, или за морем житье не худо?* может вызывать, например, такие ассоциативные фреймы, которые будут прямо противоположными друг другу: «блаженство», «достаток», «безмятежность», «проблемы с деньгами», «дороговизна», «разница в национальном мироощущении», «отсутствие общего исторического прошлого», «любовь по контракту», «языковой барьер» и т. д. Развертывание фреймов должно проходить с учетом типов личности, воспринимающих какой-либо языковой стимул.

Труды по моделированию мышления в кибернетике привели к более детальным описаниям структур знаний. Современные системы искусственного интеллекта теперь позволяют описать механизм синтеза у человека идей, которые на первичной стадии не заметны самому их автору. Также, относительно понятия фрейма в системе целостности знаний, опираясь на совокупность существующих моделей структур знания, можем прийти к выводу, что это понятие является разновидностью, и более узким аспектом гештальта в лингвистике. В то время, как гештальт – это целостностный образ, сообщение, фрейм является выделенной частью, кирпичом в таком сообщении.

В НГЛ вербализованы воспринимаемые единицы действительности, категории, понятия, которые можно проследить с помощью построения гештальтных семантических (или в нашей терминологии условных нейронных сетей концептуальных идей). Цель такой реконструкции – в получении целостной картины в диахронии изменения понятий и восприятия одного и того же понятия разными индивидами. Мы можем видеть, например, как разрушаются стереотипы о слабости и беззащитности женщины (пример

интернетовской группы *Я сама*), в то же время подкрепляя другие стереотипы о выносливости женщин (Интернет-группа «Развод», в комментарии о специфике группы читаем: *«просьба мужчинам: запросы не отправлять!!!»*, смене социальных ролей во фреймах НГЛ. Приведем примеры групп людей в сети Интернет: *Однополая любовь, Личная жизнь Клуб Предпринимателей Безработные лоботрясы Германии МКБД – Мюнхенский Комитет Благородных Девиц :) Между нами девочками!!! Женский клуб «Наташулька» Подружки (П О И С К) Клуб лесбиянок Германии = КЛГ, ПОМОГИТЕ СОВЕТОМ: Работа Знакомство Секс Бизнес. Девишник Уголок женской души!!!! ОНА стремится к совершенству Самые красивые попки и др.*

Таким образом, гештальт – комплексная целостная функциональная структура, упорядочивающая многообразие отдельных фреймовых структур в сознании и «доставляющая» концепт из глубин индивидуального сознания «на поверхность» языкового выражения вербального знака, в данном случае – НГЛ, представляет собой целостный образ, совмещающий чувственные и рациональные элементы, а также объединяющий динамические и статические аспекты отображаемого объекта или явления. Гештальты объединяют представления, фреймы, схемы, сценарии [14]. Таким же образом, НГЛ-вербальный знак, новая ономастическая единица, объединяет представления индивидуума-автора НГЛ, фреймы представлений знаний об окружающем мире, всевозможные сценарии действий, связанных с образом, воссоздающимся в НГЛ.

Библиографические ссылки

1. **Апресян А. А.** Лексическая семантика. Синонимические средства языка. / А. А. Апресян. – М. : Издательский центр «Академия», 1974. – 445 с.
2. **Арутюнова Н. Д.** Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – 367 с.
3. **Балли Ш.** Французская стилистика / Ш. Балли. – М., 1961. – 289 с.
4. **Вольф Е. М.** Функциональная семантика оценок / Е. М. Вольф. – М. : Наука, 1985. – 456 с.
5. **Караулов Ю. Н.** Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 356 с.
8. **Левин К.** Уровень притязаний / К. Левин, Т. Дембо, Л. Фестингер, П. Сирс // Психология личности. – М. : МГУ, 1982. – С. 86–93.

9. **Маслова В. А.** Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М. : Издат. центр «Академия», 2001. – 179 с.

10. **Степанов С. С.** Разум в поисках целостности / С.С. Степанов. – Режим доступа: <http://psyjournals.ru/authors/a1155.shtml>

11. **Телия В. Н.** Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 367 с.

12. **Чепель Ю. В.** Специфика синонимии в Интернет-коммуникации : автореф. дис. на соиск. ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / Чепель Ю. В. – Курск, 2009. – 23 с.

13. **Fillmore C. J.** Frame semantics / C. J. Fillmore. – Seoul : SPH, 1982. – P. 111–137.

14. **Lakoff G.** Linguistic gestalts / G. Lakoff. – Chicago : Chicago university press, 1977. – V. 13. – P. 236–287.

Надійшла до редколегії 20.06.2011

УДК 811.161.2'373

Е. В. Шкурко

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара

ОБУЧЕНИЕ АННОТИРОВАНИЮ ТЕКСТОВ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

Визначається сутність анотації, розглядаються її види, перераховуються вимоги до процесу анотування, пропонуються завдання, що формують навички складання стислого тексту.

Ключові слова: анотація, анотування, первинний/вторинний документ.

Определяется сущность аннотации, рассматриваются ее виды, перечисляются требования, предъявляемые к процессу аннотирования, предлагаются задания, формирующие навыки составления сжатого текста.

Ключевые слова: аннотация, аннотирование, первичный/вторичный документ.

The essence of abstract is defined, its types are regarded, the demands set to the process of creating abstracts are enumerated, the tasks forming the skills of compressed text creation are suggested.

Key words: abstract, creating abstracts, primary/secondary document.

Чтение на иностранном языке является одним из самых необходимых видов речевой деятельности, поскольку возможность общаться с иностранцами устно имеют сравнительно немногие люди, а возможность читать иностранную литературу и периодику – практически все.

Исследование закономерностей процесса чтения определяло сферу научных интересов многих психологов и лингвистов. Большой вклад в изучение данной проблемы внесли такие ученые XX столетия, как Б. В. Беляев, Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев и многие другие. При этом методическая мысль шла главным образом по пути преодоления лексических и грамматических трудностей при линейном пофразном извлечении информации из текста. Методика обучения чтению и работе с целым текстом стала особенно бурно развиваться в результате использования идей лингвистики текста – нового направления в языкознании, которое получило свой официальный статус в 1974 году, когда в Москве была проведена первая конференция по указанной проблеме.

В последние десятилетия внимание ученых все больше привлекает лингвопсихологический аспект чтения, в частности, проблема информативности текстовых материалов, особенности восприятия текста в условиях массовой коммуникации, а также специфика сжатого текста [2, 3, 4].

Работа с подобного рода текстами является программным требованием при изучении иностранных языков на неязыковых факультетах вузов: перед преподавателями ставится задача обучения студентов составлению рефератов и аннотаций статей. К сожалению, действующие учебники почти не содержат методического аппарата, который был бы специально направлен на формирование навыков сокращать или адаптировать текст. Как правило, умение излагать содержание прочитанного сводится к простому пересказу, причем это задание не подготовлено какой-либо специальной серией упражнений по обучению текстовым трансформациям. Преподаватель в этом случае также не располагает специальными критериями оценки умения работать над смысловыми фрагментами, превосходящими по объему предложение. Особенно остро, на наш взгляд, проблема формирования навыков составления сжатого текста стоит в иностранной

аудитории. Все это заставляет нас обратить особое внимание на процесс обучения иностранных учащихся компрессии текста. В данной статье мы определим сущность аннотации, рассмотрим ее виды, перечислим требования, предъявляемые к процессу аннотирования, предложим ряд заданий, предшествующих составлению текстов подобного рода.

Аннотация (от лат. *annotatio* – замечание) представляет собой предельно краткое изложение содержания первичного документа, составленное в результате компрессии текста оригинала и в нескольких строчках дающее представление о его тематике [1]. Первичными документами являются различного рода произведения печати, послужившие первоисточниками.

Аннотация, являясь жанром функционального стиля научной и технической литературы, наряду с общими закономерностями, присущими данному стилю, имеет свои, специфические особенности, которые определяются как условиями существования и функционирования этого жанра, так и назначением его употребления. Так, аннотация не раскрывает содержания документа, а лишь информирует о существовании данного объекта, имеющего определенное содержание и характер, и дает самое общее представление о нем.

Аннотирование представляет собой процесс аналитико-синтетической переработки первичных документов с целью их анализа и извлечения нужной информации. Этот процесс завершается составлением аннотации – вторичного документа, дающего предельно краткие сведения, характеризующие первичный документ со стороны его содержания, ценности назначения и основных особенностей. Аннотация дает читателю предварительное представление о незнакомой публикации и тем самым помогает ему в поиске и отборе необходимой информации.

Различают следующие виды аннотаций. По содержанию и целевому назначению аннотации подразделяются на *справочные*, которые также именуются описательными или информационными, и *рекомендательные*. Справочные аннотации характеризуют тематику документа и сообщают какие-либо сведения о нем, но не дают его критической оценки. Рекомендательные аннотации характеризуют документ и оценивают его в отношении пригодности для определенной категории потребителей, с учетом уров-

ной подготовки, возраста и других особенностей реципиентов, которым эти аннотации предназначены.

По полноте охвата содержания аннотируемого документа и читательскому назначению аннотации подразделяются на *общие*, характеризующие документ в целом и рассчитанные на широкий круг потребителей, и *специализированные*, характеризующие документ лишь в определенных аспектах и рассчитанные на узкий круг специалистов. В специализированных аннотациях особо подчеркивается то, что имеет отношение к определенной тематике и узкой области знаний.

Разновидностью специализированной аннотации является *аналитическая* аннотация, характеризующая определенную часть или аспект содержания документа. Такая аннотация дает краткую характеристику только тех глав, параграфов и страниц документа, которые посвящены некой теме, содержание же остальной части документа не рассматривается. Специализированные аннотации чаще всего носят справочный, а не рекомендательный характер.

Аннотации также могут быть *групповыми*. Групповая аннотация – это аннотация, содержащая обобщенную характеристику двух или более документов. Как правило, она характеризует несколько произведений печати, близких по тематике. Для справочной групповой аннотации характерно объединение сведений о том, что является общим для нескольких книг или статей на одну тему, с уточнением особенностей ее трактовки в каждом из аннотированных произведений.

В научной и научно-информативной деятельности наибольшее распространение получили справочные аннотации. Рекомендательные аннотации используются работниками книготорговых организаций, библиотек и информационных органов для рекламы произведений печати.

При написании курсовых, дипломных и диссертационных работ из всех видов аннотаций важнейшее значение имеют справочные аннотации как наиболее эффективные в предоставлении своевременной информации о новейших достижениях в различных областях науки и техники и экономящие время на поиск и сбор научной информации. Знание правил составления аннотаций и умелое пользование ими способствуют адекватному извле-

чению основных положений источника по теме исследования и их оформлению в соответствии с требованиями нормативных документов.

Структура аннотации любого вида состоит из двух частей: библиографического описания и текста аннотации. Текст справочной аннотации может включать следующие сведения: 1) тип и назначение аннотируемого документа (монография, диссертация, статья и т. п.); 2) задачи, поставленные автором первичного документа; 3) метод, которым пользовался автор (эксперимент, сравнительный анализ, компиляция других источников); 4) принадлежность автора к определенной научной школе или направлению; 5) предмет и тему произведения, основные положения и выводы автора.

Для того чтобы извлечь информацию из первичного документа, сформулировать и правильно оформить ее в виде максимально сжатого текста, необходимо владеть достаточными знаниями и умениями в составлении аннотации. Текст аннотации не стандартизирован так, как библиографическое описание. Основные требования, предъявляемые к составлению аннотаций, следующие: 1) *композиция* аннотации должна быть внутренне логична и может отличаться от композиции аннотируемого текста; 2) *отбор информации*, формулирование основных положений и их расположение зависят от содержания и характера аннотируемого документа, назначения аннотации и потребителя, на которого она рассчитана; 3) *язык* аннотации должен быть литературным, лаконичным, простым и ясным, без длинных сложных периодов, без абзацев; 4) *средний объем* аннотации – 500 печатных знаков.

Основная ошибка при составлении аннотаций – избыточность информации. В целях предупреждения этого недочета следует избегать повторения сведений, лишних фраз, не несущих основной информации, вводных слов и предложений, сложных придаточных конструкций. При написании аннотаций желательно использовать простые предложения, содержащие пассивные конструкции, однородные сказуемые, причастные и деепричастные обороты, безличные предложения.

Извлечение из текста основной информации, ее обобщение и оформление в максимально сжатом виде является нелегкой зада-

чей для иностранных учащихся. Очевидно, что аннотированию документов студентов необходимо специально обучать. Можно рекомендовать следующие задания, подводящие к написанию аннотаций: 1) найдите в каждом абзаце главную, дополнительную, разъяснительную информацию; 2) опустите все вводные слова и предложения в абзаце; 3) опустите все повторы и примеры, не содержащие значимой информации; 4) измените предложения, используя лексическое и грамматическое перефразирование; 5) изложите основные положения текста в виде плана; 6) перескажите текст, используя составленный план и т. п. Кроме того, студентов необходимо ознакомить с речевыми стандартами-клише, которые используются при составлении аннотаций:

В (данном) тексте / в (данной) статье, книге

- говорится, рассказывается, идёт речь + **о** (о чём? + П. п.);
- рассматривается, исследуется, освещается + **проблема** (чего? + Р. п.);
- определяются, излагаются + **цели, задачи** (чего? + Р. п.);
- даётся характеристика (чего? + Р. п.) = характеризуется (что?);
- даётся определение (чего? + Р. п.) = определяется (что?);
- даётся описание (чего? + Р. п.) = описывается (что?) и т. д.

Создавая вторичные тексты, учащиеся приобретают навыки самостоятельного извлечения, обработки и кодировки информации. Понимая сущность аннотаций, студенты будут иметь возможность лучше ориентироваться в потоке публикаций при поиске и отборе информации, а владея навыками аннотирования, смогут использовать свои умения при создании собственной картотеки, позволяющей отбирать и накапливать необходимый материал по теме исследования. При написании курсовых, дипломных и диссертационных работ аннотации эффективны в процессе подбора литературы, поскольку позволяют кратко и четко изложить содержание используемого в работе первичного документа.

Библиографические ссылки

1. Демидова А. К. Пособие по русскому языку. Научный стиль речи. Оформление научных работ / А. К. Демидова. – М. : Русский язык, 1991. – 201 с.

2. **Калашник Н. Г.**, Гетьман Н. О. Компресія тексту. Алгоритм реферату і анотації. Основи перекладацького реферування / Н. Г. Калашник, Н. О. Гетьман // Теорія і практика перекладу: навч. посібник. – Запоріжжя, 2004. – 222 с.

3. **Метельская Л. Н.** Компрессия как способ изучения смыслового восприятия текста вторичной языковой личностью / Л. Н. Метельская // Филологические науки в МГИМО : сб. науч. тр. № 22 (37). – М. : МГИМО-Университет, 2006. – С. 82–88.

4. **Панченко Е. И.** Сжатый текст : новейшие лингвистические и экстралингвистические изменения / Е. И. Панченко // Наук. вісник Херсон. держ. ун-ту. Серія Лінгвістика. Вип. 10. – Херсон, 2009. – С. 266–269.

Надійшла до редколегії 20.06.2011

ЗМІСТ

Амичба Д. П. «ВРЕМЯ» – ЭТНОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ОБЩЕЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КОНЦЕПТ-КОНСТРУКТ	3
Янълей Ге. АТРИБУТИВНАЯ ПАНОРАМА ПОЭЗИИ А. С. ПУШКИНА.....	17
Гурко О. В. МОРФОЛОГІЧНИЙ СПОСІБ ТВОРЕННЯ (на прикладі лексики графічного дизайну).....	25
Зайцева С. В. ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГ В УКРАЇНОМОВНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ.....	33
Зирка В. В. РЕКЛАМА: СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ЭКСПРЕССИИ В СЕМАНТИКЕ СЛОГАНА.....	40
Козырева Н. Ю. ДОМАШНЕЕ ЧТЕНИЕ КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ- ИНОСТРАНЦЕВ НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ	49
Фейхун Лю. СПОСОБЫ ПОСТРОЕНИЯ СЛОВАРНОЙ СТАТЬИ (на материале русских междометий).....	55
Меньшиков И. И. СТРУКТУРНЫЕ МОДЕЛИ ОСНОВНЫХ ТИПОВ СКАЗУЕМОГО В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ	63
Панченко О. І. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТВОРІВ ЧАРЛЬЗА ДІККЕНСА	73
Панченко С. А. СТРУКТУРА КИНОАНОНСА КАК РЕЧЕВОЙ ЦЕПИ... ..	79
Попко Л. П. НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРАГМАТИЧЕСКОЙ ОКРАШЕННОСТИ НЕОЛОГИЗМОВ	87
Пристайко Т. С. ФОРМАЛЬНА АДАПТАЦІЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ У ТЕРМІНОСФЕРІ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА (на матеріалі української та російської мов)	94
Ходоренко А. В. О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ КОГНИТИВНОЙ ОНОМАСТИКИ (на примере групп людей в сети Интернет).....	102
Шкурко Е. В. ОБУЧЕНИЕ АННОТИРОВАНИЮ ТЕКСТОВ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ.....	114

Для нотаток

Наукове видання

**ЛІНГВІСТИКА.
ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЯ**

Збірник наукових праць

Українською, російською та англійською мовами

Редактор *Є. В. Бугайова*
Технічний редактор *В. А. Усенко*
Коректор *Є. В. Бугайова*
Комп'ютерна верстка *К. В. Усенка*

Підписано до друку з оригінал-макета 7.11.2011. Формат 60×84 ¹/₁₆.
Папір друкарський. Друк плоский. Ум. друк. арк. 6,94. Ум. фарбовідб. 6,94 .
Обл.-вид. арк. 7,96. Тираж 100 прим. Вид. №1556. Зам. № .

Свідоцтво держреєстрації серія ДК № 289 від 21.12.2000 року
Видавництво Дніпропетровського національного університету,
пр. Гагаріна, 72, м. Дніпропетровськ, 49010.

Друкарня ДНУ, вул. Наукова, 5, м. Дніпропетровськ, 49050