

НАТАЛЬЯ АНИСИМОВА

Россия, Архангельск

НАУЧНАЯ ПЕРИФЕРИЯ ДЕНОТАТИВНОГО КЛАССА <ОБЛАКА>

ABSTRACT:

Possibility of scientific texts semantics analyzing on the basis of denotative classes is settled down in the article. The idea of scientific periphery is developed – structure of denotative class fixing the results of world fragment scientific cognition. Some features of clouds conceptualization in scientific field are detected. The main method of scientific periphery analyzing is its comparison with the basic fund of denotative class and its aesthetic periphery. It makes possible to detect typical character of world fragment interpretation in various fields of knowledge.

KEY WORDS:

Denotative class, scientific text, scientific periphery, conceptualization, semantics.

Научная периферия денотативного класса фиксирует результаты научного познания фрагмента мира, обозначенного именем денотативного класса. Материал научной периферии составляют высказывания, выявленные в научных текстах с опорой на имя денотативного класса [Симашко 1998: 25]. Например, именем денотативного класса <облака> является слово *облако* (*облака*). Поэтому в состав научной периферии данного класса включаются все высказывания научных текстов, которые содержат этот компонент (и его дериваты – *облачность*, *облачный*, *облачно*): *Солнце и луна через эти облака не просвечивают* [САО: 34]; *Как правильно, с атмосферными фронтами связана характерная облачность* [Астапенко 1982: 132]. Кроме того, в соответствии с принципом формирования состава денотативного класса, предложенным Т.В. Симашко [Симашко 1998], в научную периферию денотативного класса <облака> включаются все метеорологические термины, в дефинициях которых содержится идентификатор *облако* (*облака*) или его дериваты. Такая терминосистема включает не только названия облаков и их свойств, но и названия тех процессов и явлений, с которыми облака так или иначе связаны. Например, термин *вторичное сияние* включается в исследуемую терминосистему, так как в его дефиниции содержится компонент *над (высокими) облаками*: ‘высокая и широкая светлая дуга, иногда наблюдаемая в сумерках над высокими обла-

ками в той части небосвода, где взошло или должно взойти солнце' [МС: 97]. Такой принцип отбора материала позволяет объединить единицы, в значениях которых фиксируются разнообразные сведения об облаках: их свойства, фазы их образования и развития, их отношения с другими явлениями, характер их использования в практической деятельности человека, их оценку и пр.

Научная периферия представляет собой одну из структур денотативного класса. Наряду с ней, в составе денотативного класса выделяются базовый фонд, отражающий результаты обыденного познания того или иного объекта мира, и эстетическая периферия, отражающая результаты его эстетического освоения. Генетически периферии складываются на базе обыденного языка. В связи с этим основным принципом изучения научной периферии является ориентация на базовый фонд и сопоставление с эстетической периферией.

Сопоставительный анализ позволил обнаружить, что денотативная сфера <облака> представлена в различных формах познания (обыденной, научной и эстетической) рядом сходных семантических доминант: <способность облаков быть источником осадков>, <способность облаков перемещаться под воздействием ветра>, <способность облаков закрывать от взора наблюдателя небесные светила> и др. Эти семантические доминанты фиксируются и в базовом фонде, и в перифериях – научной и художественной, хотя, безусловно, в каждой из этих структур денотативного класса они находят своеобразное языковое воплощение.

Обратимся к конкретному примеру. Так, в ряде единиц базового фонда фиксируется семантическая доминанта <свойство облаков обладать различной степенью удаленности относительно определенной точки>, в частности: *жидели* (пск., твер.) – 'осенние низкие облака', *теменца* (арх.) – 'дальнее облачко', *букосель* (арх.) – 'низко идущее облако' [см. Симашко 1998: 289]. Как видим, названная семантическая доминанта выражается посредством характеристик 'низкий', 'дальний'. В художественных текстах она получает выражение в виде оппозиции признаков 'высокий' – 'низкий', 'далекий' – 'близкий', например: *Небольшие розовые тучки стояли высоко в ясном небе* (И. Тургенев); *Белое солнце и низкие, низкие тучи* (М. Цветаева); *Я не думал, что месяц так мал // И что тучи так дымно-далеки...* (И. Анненский); *Облака были близко* (В. Кокорин).

В научных текстах данный параметр вписывается в систему теоретического знания, поэтому, с одной стороны, получает наиболее точное, числовое выражение, например: В слоисто-кучевых облаках *Sc на высотах 0,3 – 1,9 км* длина волны $\lambda = 0,87...6,7$ км, среднее значение – 2,46 км [Облака 1989: 76]; с другой стороны, подается через систему классификации: закрепляется в терминах *тропосферные облака, стратосферные облака и мезосферные облака* через указание на известные в науке слои атмосферы (тропосферу, стратосферу или мезосферу), в которых наблюдаются облака. Вместе с тем исследование обширного текстового материала показывает, что строго научный способ фиксации семантической доминанты <свойство облаков обладать различной степенью удаленности относительно определенной точки> не исключает возможности использования в научной речи для выражения ее содержания образов обыденной речи, например: *Переохлажденная морось выпадает из низких слоистых облаков* [Заморский 1959: 24]. Безусловно, чаще всего выражения обыденной речи употребляются в научно-популярных

текстах, так как при изложении научных данных ученый стремится быть понятным неспециалисту и, следовательно, учитывает фактор адресата.

При обозначении некоторых признаков облаков (прежде всего признаков внешнего вида) средства естественного языка применяются регулярно. Широко используются прилагательные и глаголы, называющие особенности цвета, формы и других внешних характеристик облаков (*синий, молочно-белый, плотный, сереть, затягивать, светиться* и др.): *Внизу **большого** облака намного темнее, чем сверху* [Бялко, 127]; *Затем эти облака постепенно **сереют*** [АО, 11]. Многие из этих средств носят межстилевой характер: они употребляются для конкретизации представлений о свойствах облаков и в научных, и в художественных текстах, напр., при определении формы облаков регулярно используются прилагательные *плоский, продолговатый, перистый, слоистый* и др., существительные *гора, башня, вал, купол, пелена, покров, слой, клочья* и др. в различных синтаксических конструкциях (генитивных сочетаниях, сравнительных оборотах и др.), глагол *клубиться*. Ср. в художественных текстах: *Мы шли над Северной Европой на большой высоте, обходя исполинские **башни** белоснежных кучевых облаков* (К. Паустовский); *... небо поднялось, облака в нем висели **горами** и начинали с краев белеть* (В. Распутин); в научных текстах: *Кучево-дождевые облака. Плотные и мощные облака со значительным вертикальным развитием в форме **гор** и **башен*** [МС: 236].

В то же время в научных текстах обнаруживается специфика выражения представлений о форме. Прежде всего это стандартность научного описания. Научное описание не несет никакой эмоциональной нагрузки, оно только идентифицирует объект, поэтому в различных метеорологических изданиях – академических, учебных, справочных, научно-популярных – те или иные признаки формы обозначаются одними и теми же словами, употребление которых закреплено традицией и на основе которых вырабатываются стандарты передачи чувственно-наглядной информации. Разнообразие лексики в научных текстах связано с объективным разнообразием фиксируемых форм облаков, а не со стремлением индивидуализировать описание.

Специфически в научных описаниях формы облаков воссоздается ситуация сопоставления: 1) используются прилагательные с суффиксоидами *-образный, -видный (дугообразный, куполообразный, хребтовидный* и др.): *При этом облако может сохранять **куполообразную** форму* [Облака 1989: 86]; 2) косвенные номинации обычно вводятся в высказывание посредством компонентов *в виде, напоминает, имеет вид, представляет собой, наподобие* и др.: *Иногда эти облака **имеют вид разорванных клочьев*** [Хромов 1983: 200]; 3) в качестве сравнений привлекается несколько лексических единиц, обладающих общим семантическим признаком: *Высоко-кучевые облака представляют собой облачные пласты или гряды белого или серого цвета (или одновременно обоих). Это достаточно тонкие облака, более или менее затеняющие солнце. Пласты (или гряды) состоят из **плоских валов, дисков, пластин**, часто расположенных рядами* [Хромов 1983: 199–200]. Оказываясь в отношениях перечисления, единицы *плоские валы, диски, пластины* актуализируют сему 'плоский'. Остальные признаки внешнего вида (*диск* – 'круглый', *вал, пластина* – 'протяженный') отходят на второй план.

Помимо этого, к особенностям выражения представлений о внешнем виде облаков в научных текстах можно отнести стремление зафиксировать точные сведения о размере облаков, их мощности, удаленности от поверхности земли, активно под-

ключаются количественные данные, выраженные с помощью цифровых обозначений. Это связано с тем, что чувственный компонент научного знания вписывается в систему теоретических представлений и реализуется в сочетании с ними.

Многие философы говорят о схематизации чувственного образа в структуре научного познания [В.Н. Сагатовский, А.В. Славин, В.С. Степин и др.]. А.В. Славин видит причину этого процесса в принципиально иных функциях наглядности научных представлений: схематизация есть *«своеобразная реконструкция наглядного образа, в результате которой функция изображения у него сочетается с функцией обозначения»* [Славин 1971: 197]. Благодаря этой функции чувственный образ, воссоздаваемый в научном тексте, способен вызывать совокупность теоретических знаний о фиксируемом объекте. Действительно, если предложить носителю обыденного знания и носителю специального знания какой-либо термин, структура которого фиксирует внешний признак явления (например, *кучевые облака*), то первый, безусловно, воспримет лишь ту информацию, которая заключена в наименовании ('в виде куч'), и на основании выделенного элемента значения построит визуальный образ явления, тогда как в представлении второго возникнут, наряду с эмпирическим образом, и известные ему теоретические (рациональные) сведения о природе кучевых облаков, среди которых доминантными будут следующие: 'один из родов международной классификации облаков', 'возникающие в процессе конвекции', 'относятся к облакам вертикального развития', 'имеющие капельную микрофизическую структуру'. Чувственный образ явления служит своего рода знаком, «сигналом» имеющейся у субъекта суммы знаний о природе объекта.

В лингвистике вопрос о специфике научного текста разработан детально. Вместе с тем справедливо замечание А.С. Герда о том, что *«объектом анализа в большинстве работ обычно оказываются лишь элементы экзотические, дифференциальные с позиций литературного языка, отдельные специфические слова, выражения, конструкции»* [Герд 1986: 54]. Тогда как, наряду с ними, в научных текстах функционируют единицы общенародного языка, семантика которых обычно приобретает специальную направленность и функции которых отнюдь не ограничиваются обеспечением коммуникации. Исследование научных текстов не должно замыкаться на анализе терминов и тех языковых средств, которые выражают основные логические отношения. Необходимо учитывать все типы семантических отношений между всеми словами, которые привлекаются в научный текст. Использование понятия научной периферии как принципа систематизации единиц научных текстов и как основы изучения особенностей концептуализации фрагмента мира в научной сфере позволяет преодолеть эту неполноту в исследовании научных текстов.

Источники:

- Астапенко, П.Д.: *Вопросы о погоде*. Л. 1982.
Атлас облаков / Под ред. А.Х. Хргиана. Л. 1957 (в тексте – АО).
 Бялко, А.В.: *Наша планета – Земля*. М. 1983.
Сокращенный атлас облаков для судовых гидрометеорологических наблюдений / Под ред. Л.Г. Соболева. Л. 1961 (в тексте – САО).
 Хромов, С.П.: *Метеорология и климатология для географических факультетов*. Л. 1983.
 Хромов, С.П., Мамонтова, Л.И.: *Метеорологический словарь*. Л. 1974 (в тексте – МС).

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

- Герд, А.С.: *Язык науки и техники как объект лингвистического изучения*. In: *Филологические науки* 1986, № 2, с. 54–59.
 Симашко, Т.В.: *Денотативный класс как основа описания фрагмента мира*. Архангельск. 1998.

АЛЕКСАНДР БЕЛОКУРОВ, СВЕТЛАНА БЕЛОКУРОВА, АЛЕКСАНДР БЕЛОКУРОВ
Россия, Санкт-Петербург

ГРАММАТИКА ДИАЛОГА О РУССКОМ ЯЗЫКЕ: ИНТЕРНЕТ-ОПЫТ ПРОЕКТА «КУЛЬТУРА ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ» (WWW.GRAMMA.RU)

ABSTRACT:

The place and the role of the Internet-resources in the decision of linguistic formation problems in conditions of dynamics of language and communicative norms in modern Russian are shown on the basis of the web-portal «Culture of written speech» functioning experience. The analysis of the interactive help service activity is given; directions of the effective decision of Russian language acquisition problems and popularization of speech culture among Internet users are offered.

KEY WORDS:

Russian Language, website, The Culture of Written Speech, interactive advisory service, language standards, analysis, question categories.

Обсуждение проблем, связанных с культурой речи, выходит сегодня на новый виток в связи со стремительным развитием Интернета как новой сферы функционирования языка. О тех опасных для русской речи последствиях, к которым может привести неконтролируемость интернет-пространства, отказ (зачастую сознательный) интернет-пользователей от соблюдения многих языковых норм и – как следствие – широчайшее распространение тех или иных нарушений нормы, говорят сегодня отнюдь не только филологи. Однако очевидно, что, подобно многим иным изобретениям, это завоевание цивилизации может принести куда больше пользы, нежели вреда – и ныне Интернет должен стать одним из проводников языковой политики и активных помощников в деле распространения культуры речи.

Эта идея и послужила стимулом для создания сайта «Культура письменной речи» (www.grammar.ru). Сайт был задуман как неофициальный и некоммерческий и реализован в мае 2001 года. Задача проекта формулировалась его авторами как «помощь в овладении нормами современного русского литературного языка и навыками совершенствования устной и письменной речи».

О сегодняшней востребованности сайта говорят данные статистики: он уверенно входит в пятерку лучших и наиболее посещаемых филологических ресурсов Рунета.

та. Общее число посетителей уже превысило шестнадцать миллионов, ежедневная посещаемость – две-три тысячи. Жители Российской Федерации составляют 65 % посетителей, 35 % приходится на долю представителей более чем 100 иностранных государств, среди которых США, Германия, Перу, Йемен, Лихтенштейн, Иордания, Таиланд, Кувейт, Корея и др. Спектр посетителей сайта очень широк как по социальной принадлежности, так и по возрастным показателям. Основная их часть (60 %) – возрастная группа до 30 лет (школьники, студенты, научные работники, преподаватели, представители СМИ, бизнеса и официальных структур, редакторы и корректоры издательств, технические специалисты); 40 % – люди старшего поколения (преподаватели, руководители подразделений и предприятий и т. п.).

Деятельность портала охватывает ряд направлений: учебно-образовательное (разделы «Русский язык», «Литература», «Стиль документа», «Экзамены»); нормативно-правовая и методическая поддержка преподавателей русского языка и литературы (раздел «Учителю»); информационно-справочное обеспечение («Библиотека» и «Справочный раздел»); популяризация грамотного владения русским языком («Колокол» – обсуждение актуальных проблем современного русского языка, «Комната отдыха» – лингвистические и литературные конкурсы, коллекция речевых ошибок, языковых казусов и нелепиц, замеченных в публикациях, речи, в письменных работах школьников и абитуриентов). Особый интерес посетителей вызывают рубрики «А вы знаете» (история происхождения и развития значений слов и выражений, сведения из области истории русского языка) и «Ликбез от Gramma.ru» (как правильно и почему именно так). Научно-популярные статьи, опубликованные в этих рубриках, появились вследствие диалога авторов портала с его посетителями и представляют результаты наших исследований актуальных языковых проблем, пока не нашедших достаточного отражения в словарях и справочной литературе.

Одно из самых востребованных направлений – индивидуальные консультации. Их выполняет справочная служба русского языка, в адрес которой ежедневно поступают десятки разнообразных по тематике вопросов.

Около 80 % всех вопросов посвящено проблемам языковых и коммуникативных норм [Геккина 2006]. Традиционным для этой группы вопросов является их сопровождение комментариями и суждениями, основанными часто на собственных представлениях о нормах языка. Обращения нередко сопровождаются вопросами *Почему именно так? Какое правило действует в данном случае? К какому словарю или справочнику следует обращаться в первую очередь?* Многие склонны указывать на разночтения, имеющиеся между теми или иными словарями и справочниками. Около половины посетителей интересуются динамикой языковой нормы, историей, просят объяснить, почему предлагается именно такое написание, излагают собственные соображения по интересующему их вопросу.

В области языковых норм заметное внимание уделяется правилам и нормам письменного оформления речи (почти 30 % общего объема вопросов). Чаще других обсуждается слитное, дефисное и раздельное написание слов (*медиаплан, естественно-научный, в связи*), сочетаний слов, конкурирующих, как правило, со словами, имеющими слитное или дефисное написание; употребление прописных и строчных букв в составных наименованиях различных типов; употребление сокращений и аббревиатур; употребление гласных и согласных букв в словах в соста-

ве конструкций (в соответствии, ни – не), в терминах и новых заимствованных словах (*бренд, секонд-хенд, дистрибьютор, фитнес*).

Около 60 % вопросов по орфографии связано с письменным оформлением составных или сложных языковых единиц, а также недавних заимствований. Эти вопросы направлены на получение знаний и, главное, на понимание правил, принципов и закономерностей русского письма; возможностей пользоваться источниками достоверной информации.

Среди вопросов, посвященных проблемам графики, следует выделить темы, связанные с проблемой допустимости иноязычных вкраплений, а также касающиеся передачи средствами русской графики заимствованных слов, в частности имен собственных.

Иной характер у вопросов, связанных с пунктуацией. Основной причиной обращения в справочную службу становятся «контекстуальные» проблемы в применении тех или иных знаков препинания, когда предложение является частью связного текста и каждый знак имеет свое «авторское задание».

Нормы фонетические являются традиционным предметом обсуждения, и авторы около 10 % вопросов интересуются словесным ударением, произношением звуков и звуко сочетаний.

Следующую категорию норм характеризует их принадлежность грамматическому уровню языка, и около 20 % вопросов посвящено проблемам формообразования, словоизменения и синтаксической связи единиц в словосочетаниях и предложениях. Около половины вопросов о формообразовании изменяемых частей речи связано с образованием существительных в форме множественного числа (*договоры – договора, кремы – крема*). Самыми популярными темами при обсуждении вопросов корректного словоизменения оказываются особенности склонения топонимов (в *городе Уфе – в городе Уфа, в Купчино – в Купчине*) и антропонимов (*Черных, Заяц*), сложных существительных (*счёт-фактура*), конструкций, в состав которых входят количественные слова (*Большинство гостей приехало или приехали?*), несклоняемые существительные (*Можно ли сказать «известная кутюрье»?*).

Вопросы управления активно обсуждаются в связи с конкуренцией предложных конструкций (*в/на Украину, контроль за/над, на/в фирме*).

Лексические нормы чаще всего становятся предметом обсуждения благодаря вопросам о сочетаемости лексических единиц (*Допустимо ли выражение «свободные вакансии»?*) и о значении и семантических различиях слов.

Вопросы о коммуникативных нормах сравнительно немногочисленны: их доля составляет чуть выше 1 % от общей численности. Большинство из них касается речевого этикета и его форм. Единичны вопросы о распространенности ненормативной лексики, слов-паразитов в речи на радио и телевидении.

Значительная доля вопросов, поступающих в справочную службу сайта, касается языка делового общения и правил оформления деловых бумаг.

Вторую по объёму группу составляют вопросы по семантике или этимологии слов, устойчивых выражений и фразеологических оборотов, о происхождении имен и фамилий, контекстуальном значении слова, содержании терминов литературоведения. Значительная доля вопросов этой категории касается новейших и еще не зафиксированных словарями заимствований. Ответы на вопросы этой категории послужили базой для создания размещенных на сайте и постоянно попол-

няемых словарей: «Старый и новый лексикон», «Словарь фразеологизмов и устойчивых выражений», «Словарь литературоведческих терминов».

Самую малочисленную группу образуют вопросы, касающиеся лингвистической квалификации фактов и явлений из разных сфер языка, вопросы методического и информационного характера.

Материалы справочной службы вполне определенно очерчивают круг языковых проблем, требующих помощи специалистов. Как правило, поводом для обращений за помощью к лингвисту является вариативность языковых норм; часто она осознается из-за конкуренции тех или иных вариантов или обнаружения разных комбинаций языковых единиц на уровне сочетаемости.

Таким образом, интернет-портал GRAMMA.RU работает для массового адресата, оперативно и по разным направлениям.

Представляется, что он не только имеет самостоятельную ценность в научном и методическом отношении, но и обладает богатейшим потенциалом, позволяющим в значительной мере обеспечить лингвистическую базу для функционирования русского языка в современных условиях. Наилучшим образом такую задачу можно реализовать именно в рамках интернет-ресурса, который способен обеспечить широкий охват аудитории (как потенциальных пользователей – носителей языка, так и специалистов), позволяет сделать доступной компетентную справочную информацию по конкретной языковой проблеме и – что особенно важно – осуществлять оперативную коррекцию заложенной информации в зависимости от динамики движения нормы и с учетом запросов носителей языка.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

Геккина, Е.Н., Друговейко-Должанская, С.В., Рогожина, Н.О.: *Языковые и коммуникативные нормы как объект метаязыковой деятельности (Опыт справочно-консультационных служб)*. In: Современная русская речь: состояние и функционирование. Выпуск 2: Сборник аналитических материалов. СПб., 2006.

Ирина Быдина

Россия, Волгоград

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИДИОСТИЛЯ В КОММУНИКАТИВНОЙ СТИЛИСТИКЕ ТЕКСТА

ABSTRACT:

The article is devoted to description of art concepts in poetry. The cognitive-communicative research has been helped to differentiate universal and individual senses in art concept and poetry word.

KEY WORDS:

Art concepts, cognitive-communicative research, universal and individual senses in art concept.

Исследование поэтической речи вообще, и языка отдельного автора в частности, не может обойтись без понятия идиостиля, который в современной лингвистике принято определять как «единство ментального и языкового» [Тарасова 2003: 15], то есть концептов и их языкового воплощения. В поэтической речи вербализуются концепты особого типа – художественные, сущность которых находится пока на стадии научного осмысления.

Художественный концепт, как нам представляется, целесообразно выделять в относительно самостоятельную субкатегорию. Дело в том, что в этом феномене органично совмещаются и коллективные, то есть обусловленные поэтической традицией, и личностные смыслы, исходящие из индивидуально-авторского опыта. Этот опыт восходит к культурной парадигме, к определенной эстетической программе того литературного направления или школы, в рамках которой осуществляется художественное мышление.

Разрабатываемый нами **когнитивно-коммуникативный** подход к исследованию поэтического текста как раз и позволяет выделить в художественном концепте и универсальные, и личностные смыслы. Первая составляющая когнитивно-коммуникативной субпарадигмы соответствует пониманию общечеловеческого, инвариантного механизма лингвокогнитивной деятельности и ее результатов, зафиксированных в любом концепте, и в художественном в том числе. По мнению Е.С. Кубряковой, концепт является «единицей ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отража-

ет знания и опыт человека» [Кубрякова 1996: 90], в нашем случае – знания и опыт создателя определенного поэтического произведения. Вместе с тем, концепт – это «содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга (*lingua mentalis*), всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [Там же], благодаря чему возможен поэтический диалог между автором и читателем.

На оси между **когнитивным** и **коммуникативным** располагаются различного рода промежуточные когнитивные образования, которые по мере удаления от начальной точки утрачивают общечеловеческую значимость и все больше приобретают личностную интерпретацию. Д.С. Лихачев обращает внимание на то, что концепт «живет» в индивидуальном сознании и на последнем этапе своего формирования объективируется в языке, определяя собой природу лексического значения слова. Согласно его теории, концепт следует понимать как результат «столкновения словарного значения с личным и народным представлением человека» [Лихачев 1993, 52: 4], как индивидуальный смысл в отличие от коллективного, словарно закрепленного значения [Там же]. Такое понимание концепта соответствует второй составляющей когнитивно-коммуникативной субпарадигмы и оказывается весьма плодотворным для изучения идиостиля того или иного поэта, поскольку такого рода исследование направлено, прежде всего, на выявление различий между словарно закрепленным значением поэтического слова и его индивидуально-личностным, контекстуально обусловленным смыслом.

Когнитивно-коммуникативное исследование поэтического идиостиля предполагает, кроме того, обращение к понятию **дискурса**. Дело в том, что для определения роли концепта в моделировании идиостиля того или иного автора методологически значимым является направление от дискурсивной семантики поэтического слова к художественному концепту. При этом дискурс понимается как «сложное когнитивно-коммуникативное явление, в состав которого входит не только сам текст, но и различные экстралингвистические факторы (знание мира, мнения, ценностные установки), играющие важную роль в понимании и восприятии информации» [Алефиренко 2006: 7-8]. Семантика поэтического слова, на наш взгляд, представлена двумя типами: внутренней и внешней. **Внутренняя семантика** – это собственно семантическая структура слова, зафиксированная в лексикографических источниках. **Внешняя семантика** представляет собой различные имплицитные связи поэтического слова с другими единицами текста, в котором это слово функционирует. В результате связей слов в тексте формируется определенное дискурсивно детерминированное смысловое поле – художественное пространство микроконтекста, контекста целого произведения, цикла произведений или даже всего творчества данного автора. Художественный концепт возникает и «живет» в рамках этого дискурсивно детерминированного смыслового поля.

В структуре художественного концепта мы последовательно выделяем следующие актуализированные слои: понятийный, предметный, ассоциативный, образный, символический и ценностно-оценочный. Доминирование того или иного слоя художественного концепта зависит, во-первых, от того, к какому типу он восходит (эмоциональному, пространственному и т. п.), во-вторых, это объясняется особенностями идиостиля того или иного автора, а также зависит от эстетической программы, в рамках которой творит поэт.

Например, в художественных концептах, вербализуемых в поэтических текстах, наиболее ярко представлен, как правило, **ассоциативный слой**. Это и понятно: одним из законов построения поэтического текста является, как известно, закон ассоциативно-образной связи слов. Для реконструкции ассоциативного слоя целесообразно использовать методику составления текстовых и межтекстовых ассоциативно-смысловых полей концептов, разработанную Н.С. Болотновой. Под ассоциативно-смысловыми полями понимаются «*концептуально объединенные лексические элементы на основе их эстетических значений, то есть системных текстовых качеств слов*» [Болотнова 1994: 40]. Соответственно, под ассоциативно-смысловыми полями концептов понимается совокупность связанных парадигматически и синтагматически вербальных репрезентантов концептов в тексте и система порожденных этими репрезентантами в сознании читателя ассоциаций. Дополнительно была использована методика направленного ассоциативного эксперимента, которая позволила объективировать выводы об ассоциативно-смысловом развертывании концепта в том или ином поэтическом тексте.

Так, в ядро ассоциативно-смыслового поля художественного концепта «Творчество» в идиостиле Виктора Сосноры попадают ассоциаты, которые представлены лексическими единицами, имеющими сему **‘писать’** в узальном значении. Это прежде всего такие лексемы, как *чернильница, перо, карандаш, листок (бумаги), машинка (пишущая), чернильный, пишущий* [подробнее об этом см.: Быдина 2005: 77-82]. Кроме того, в ядро ассоциативно-смыслового поля рассматриваемого концепта включаются культурологические ассоциаты, частотность которых достаточно велика в идиостиле этого поэта. Слова-ассоциаты этого типа обязательно имеют интертекстуальные связи с известными поэтическими текстами других авторов. Например, сверхсловный ассоциат *вырвать грешный язык* представляет собой цитату из стихотворения А.С. Пушкина «Пророк». К ближайшей периферии ассоциативно-смыслового поля исследуемого концепта отнесены лексические единицы, соотносящиеся с понятием искусства. Особенно частотны в идиостиле Виктора Сосноры ассоциаты *кифара, театр, актер, рисовать*.

В то же время в художественных концептах, вербализуемых в поэтических текстах разных авторов, могут доминировать такие слои, как **образный** или **символический**. Так, в художественном концепте «Творчество» в идиостиле Тимура Кибирова ярко представлен символический слой. Активное использование Тимуром Кибировым как поэтом-постмодернистом интертекстуальных вкраплений порождает символические ассоциации. Например, в идиостиле этого поэта встречается символическая ассоциация **творчество – бессмертие** [подробнее об этом см.: Быдина 2005: 83-86], которая носит традиционно-поэтический характер, что подтверждается данными поэтических словарей, а также дискурсивным анализом: «*Нет, все мы не умрем. От тлена хоть кто-то убежит, Сережа!*» [Кибиров 1998: 127]; «*И душе в заветной лире как от тленья убежать?*» [Там же: 16] и др. Во многих стихотворениях поэтического сборника 1998 года «Избранные послания» Тимур Кибиров обыгрывает известные пушкинские строчки (19 случаев). Другая символическая ассоциация – **творчество – свобода** – также возникает благодаря апелляции к тексту пушкинского «Памятника» (11 случаев): «*И все же – для того ли уж полтора года лет твердят – покой и воля – пишты русские – свобода и покой! – чтоб я теперь их предал? За душой есть золотой*

запас, незыблемая скала... И в наш **жестокый век** нам, право, не пристало скулить и кукситься» [Там же: 108].

Когнитивно-коммуникативное исследование поэтического текста предполагает сопоставление смыслового развертывания концептов в идиостилиях разных поэтов. Дискурсивный анализ помогает выявить в художественных концептах как универсальные смыслы, отражающие опыт этнокультуры в целом и эстетический опыт определенного литературного направления или школы, так и индивидуально-личностные смыслы, отражающие авторское осмысление действительности. В этом плане интересным оказалось сопоставление ассоциативных слоев одноименных концептов «Душа» в идиостилиях Федора Сологуба и Виктора Сосноры. Два направления ассоциирования в смысловом развитии данного концепта в идиостилиях Ф. Сологуба и В. Сосноры совпадают: **душа – смерть; душа – творчество**. Сопоставление соответствующих контекстов произведений этих поэтов с данными поэтических словарей дает основание предположить, что названные ассоциативные параллели являются устойчивыми для русской поэзии и модернистов, и постмодернистов. Устойчивые ассоциации, которые носят традиционно-поэтический характер, формируют символический слой одноименных концептов «Душа» в идиостилиях Ф. Сологуба и В. Сосноры.

Итак, **когнитивно-коммуникативное исследование** поэтического идиостиля представляет собой комплексное изучение произведений того или иного автора, базирующееся на нескольких методиках: послойный анализ художественного концепта, построение текстовых и межтекстовых ассоциативно-смысловых полей концептов, ассоциативный эксперимент, дискурсивный анализ. Все это позволяет выделить в художественных концептах универсальные, коллективные, смыслы, обусловленные поэтической и, шире, этнокультурной традицией, а также индивидуально-личностные смыслы, которые передают специфику авторского художественного мышления.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

- Алефиренко, Н.Ф.: *Язык, познание и культура: Когнитивно-семиологическая синергетика слова*. Волгоград, 2006.
- Болотнова, Н.С.: *Лексическая структура художественного текста в ассоциативном аспекте*. Томск, 1994.
- Быдина, И.В.: *Основы коммуникативно-прагматического исследования поэтического текста и поэтического слова: Спецкурс*. Волгоград, 2005.
- Кибилов, Т.: *Избранные послания*. Санкт-Петербург, 1998.
- Кубрякова, Е.С.: *Концепт*. In: Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996. С. 90-93.
- Лихачев, Д.С.: *Концептосфера русского языка*. In: Известия РАН. Серия литературы и языка. 1993. Т. 52. № 1. С. 3-9.
- Тарасова, И.А.: *Идиостиль Георгия Иванова: когнитивный аспект*. Саратов, 2003.

МАРТА ВАГНЕРОВА

Чехия, Ческе Будейовице

СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ РУССКИХ ТЕРМИНОВ ИНТЕРНЕТА В СРАВНЕНИИ С ЧЕШСКИМИ

ABSTRACT:

The authoress characterizes sources of Russian Internet terminology. She distinguishes lexical units from the standpoint rate of adaptation of borrowed English terms she distinguish lexical units: 1) keeping original orthography and pronunciation, 2) partially or fully adapted. She mentions examples of semantic and phraseology calks, of hybrid lexical units. She divides all Russian Internet terminology into one-word, compound and multicomponent structural types. She analyses them and she mentions a lot of examples. In the end the authoress emphasizes the necessity of inquiry, systematization, unification and standardisation of Russian and Czech Internet terminology.

KEY WORDS:

Russian language, Russian Internet terminology, borrowed terms, semantic calks, phraseology calks, hybrid lexical unit, one-word terms, compound terms, multicomponent terms, akronym.

Современный этап развития человечества ознаменован информационно-компьютерной революцией, в основе которой лежит стремление оптимально использовать, т.е. получать, хранить и передавать информацию, в том числе с помощью такого уникального средства, каким является Интернет. Проникновение сетевых технологий в повседневную жизнь миллионов людей приводит к широкому распространению лексики данной области коммуникации (см. работы Е. Буториной, Г.Н. Трофимовой по [Воборжил 2006]), вхождение её в жизнь людей, не только профессионально занимающихся этой проблематикой, но и связанных с ней опосредованно, как пользователи, поскольку деятельность многих специалистов разных профессий сегодня невозможно представить без применения сети Интернета. В этой связи изучение лексики сетевых технологий приобретает особую значимость. Подъязык новой отрасли возник на стыке многих наук, складывался на основе терминосистем этих наук. Свои истоки терминология Интернета (ТИ) берёт в терминосистеме информатики и вычислительной техники, термины которой и сегодня составляют мощный пласт ТИ. Однако по мере развития формировались черты, характерные только для ТИ. В связи с этим назрела необходимость её выделения в отдельный подъязык научно-технической терминологии

и изучения её особенностей. В настоящее время данная терминология подвергается систематизации и унификации. В помощь переводчикам, специалистам, занимающимся разработками в области сетевых технологий, студентам технических вузов, а также простым пользователям глобальной сети Интернета возникают как толковые, так и переводческие словари терминов Интернета.

Материалом исследования способов образования русских терминов глобальной компьютерной сети Интернета послужил составленный нами Р-Ч словарь ТИ, в который вошло около 400 терминов. В основу словаря легла книга Л.Ш. Лозовского, Л.А. Ратновского «Интернет – это интересно» [Лозовский, Ратновский 2000], содержащая более 300 базовых понятий на русском и английском языках. Этот корпус мы дополнили, используя электронный «Современный англо-русский словарь компьютерных технологий» Н.А. Голованова [Голованов 2005] и несколько А-Р, Р-А словарей он-лайн; чешские эквиваленты мы добавляли, в частности, по А-Ч, Ч-А толковому словарю терминов Интернета [2004] и по нескольким он-лайн словарям.

В основе и русской, и чешской ТИ лежит, конечно, терминология английская. Среди заимствованных терминов (см., напр., комплексное описание одного из самых очевидных процессов, происходящих в современном РЯ – заимствования слов из иностранных языков в статье Я. Грегора [Gregor 2005]) по мере их освоения можно различать: **1) лексические единицы, сохраняющие исконное написание и произношение**, напр.: *e-mail, Internet, off-line, on-line*. В большинстве случаев, однако, одновременно употребляется и написание на кириллице, исходящее из произношения данных единиц в английском: *и-мэйл/е-мэйл, Интернет, офф-лайн/оффлайн, он-лайн/онлайн*. Исключением является слово *e-mail*, для которого предпочтительным является исконное написание. Исконное написание принято сохранять и у многих акронимов: *FTP, HTML, HTTP, IP, JPEG, URL* и др.; **2) лексические единицы, частично или вполне освоенные**, напр.: *компьютер, модем, сайт, сервер, хакер, чат; кэшировать – кэширование, ранжировать – ранжирование*. Хотя правописание таких лексических единиц иногда колеблется, они вполне освоены русской языковой средой, обрастают русскими суффиксами, префиксами, склоняются/спрягаются по образцам, от них образуются прилагательные (*модемный, сайтовый, серверный*), глаголы (*хакировать, чатовать*) и т.п.

Многие русские термины Интернета образованы путём **калькирования**, напр.: *активный канал, белые страницы, заявка на комментарий, карта сервера*. Встречаются также **семантические** (*закладки, зеркало, меню, мозаика, сеть, шлюз*) и **фразеологические кальки** («*насколько мне известно*», «*также известный как...*», «*на мой взгляд*», «*для твоего/вашего сведения*» / «*к твоему/вашему сведению*», «*прочитай руководство*» и др., являющиеся в своём большинстве расшифровкой употребляющихся в ходе общения в Интернете английских аббревиатур). Путём соединения в термине элементов РЯ и АЯ возникают **гибридные лексические единицы**, напр.: *гиперссылка, киберпространство, веб-страница, интернет-магазин, баннерообменный*.

Вся русская ТИ разделена нами на однословные, многословные и многокомпонентные структурные типы. По справедливому замечанию В.Д. Табанаковой и Е.А. Зыкова «такое выделение позволяет отделить однословные термины, состоящие из морфологических компонентов, от терминов, в состав которых входят

элементы, имеющие неморфологическую природу (аббревиатуры, буквенные и цифровые символы)». [Табанакова, Зыков 2000]

Согласно морфологической природе термина (отношение к той или иной части речи) **однословные термины** разделены на следующие группы: **1) однословные субстантивные**, напр.: гипермедиа, домен, киберпространство, пароль, поиск, провайдер, сайт, чат; **2)** намного реже встречающиеся **однословные атрибутивные**, напр.: виртуальный, глобальный, дуплексный, интерактивный; открытый, экспортируемый и **3) односл. глагольные**, связанные в своём большинстве с отглагольным существительным, напр.: загрузка – загрузить, кодировка (текстовой информации) – кодировать, кэширование (данных, веб-сайтов) – кэшировать, модерирование/модерация – модерировать, ранжирование – ранжировать. **Двусловные термины** в соответствии со структурными моделями можно распределить на следующие типы: **1) субстантивные, состоящие из двух существительных**, напр.: заголовок окна, имя пользователя, панели инструментов, строка меню, эмуляция терминала; как видно, второе существительное с синтаксической точки зрения является несогласованным определением и наиболее часто стоит в род. падеже, но может встречаться также в другой форме, напр.: адрес в Интернете, вирусы в Интернете, пиратство в Интернете, этикет в Интернете; гиперссылка по умолчанию; заявка на толкование, заявка на комментарий. Встречаются и сложные наименования, в которых препозитивный элемент выступает в адъективной функции. В этой роли особенно часто выступают слова веб, Интернет и некоторые другие, напр.: веб-мастер, веб-приложение, веб-сервер, веб-страница; Интернет-каталог, Интернет-магазин, Интернет-маркетинг, Интернет-сервис; **2) субстантивные, состоящие из прилагательного и существительного**, напр.: активный канал, опорная сеть, поисковые механизмы, системный оператор, текстовый процессор; имя прилагательное иногда стоит в постпозиции, напр.: запрос простой, запрос усложнённый, поиск быстрый, поиск сложный; **3) субстантивные, состоящие из причастия и существительного**: арендуемая линия, выделенный сервер, коммутируемая линия, подключаемый модуль, просмотренная гиперссылка, скрытое поле, удалённый доступ, причастие также иногда может стоять в постпозиции, напр.: изображение встроенное, изображение проявляющееся.

Среди **многословных** терминов наиболее часто встречаются **трёхсловные термины** разной структуры, напр.: единицы измерения информации, протокол передачи гипертекста; кодировка текстовой информации, система доменных имён; вложение в электронное письмо; работа в автономном режиме; активный рабочий стол; унифицированный локатор ресурсов; многократно увеличенная точность. **Четырёх- и большесловные термины** уже более редки и, как и **многокомпонентные термины**, о которых будем говорить ниже, в своём большинстве представляют собой расшифровку на Р/Ч языке английских акронимов, используемых в ходе общения пользователями Интернета или отражающих специфику работы в сети, напр.: язык описания виртуальной реальности – *označovací (značkovací) jazyk pro virtuální realitu* (Virtual Reality Markup Language, VRML); протокол маршрутизации с определением кратчайшего маршрута – *otevřený směrovací protokol pro nalezení nejkratší cesty* (Open Shortest Path First, OSPF).

Среди упомянутых уже **многокомпонентных терминов** можно наблюдать: **1) термины, аналогичные фразовым единствам**, напр.: «насколько мне известно» – «*pokud je mi známo*» (*As Far As I Know, AFAIK*), «также известный как» – «*známý také jako*» (*Also Known As, AKA*), «на мой взгляд» – «*podle mého (skromného) názoru*» (*In My Humble Opinion, IMHO*), «для твоего/вашего сведения» / «к твоему/вашему сведению» – «*pro tvoji/vaši informaci*» (*For Your Information, FYI*), «я ищу тебя» – «*hledám tě*» (*I Seek You, ICQ*), «прочитай руководство» – «*přečti si návod*» (*Read The Manual, RTM*). Как показывает последний пример, указанные термины могут содержать в своей структуре императивный компонент, что предполагает выполнение пользователем определённых действий. Вышеуказанные и подобные фразы соотносятся с общелитературными единицами и, как справедливо замечают В.Д. Табанакова и Е.А. Зыков в своей статье, посвящённой английским Интернет-терминам, «появление таких терминологических образований обусловлено особенностями общения Internet-пользователей в сети и режимом диалогового интерфейса, используемого сетью». [Табанакова, Зыков 2000]

Встречаются также **2) термины, содержащие в своей структуре акроним**, напр.: *HTML-страница, оптимизированный HTML, IP-адрес, управляющий протокол семейства IP, технология ActiveX, сетевой протокол SLIP с уплотнением данных, уровень управления доступом к среде передачи данных в сетях ISDN*, причём эти акронимы английские и в РЯ, как правило, сохраняется их написание в латинской графике. Но возникают и русские аббревиатуры: *БД – база данных, ИЦ – индекс цитирования, ВИЦ – взвешенный индекс цитирования, ПО – программное обеспечение, чаво (ЧаВо, ЧаВО) – сокращение фразы: «часто задаваемые вопросы и ответы на них»*. Очень редки в РЯ **3) термины-акронимы, в структуру которых входят другие акронимы: ТВИЦ – тематический ВИЦ (тематический взвешенный индекс цитирования)**.

Значимая часть русских терминов Интернета – это, конечно, слова заимствованные из АЯ: *веб, домен, кибермэлл, логин, никнэйм, промютер, сервер, чат, юзабилити* и многие др. Для многих предметов и явлений русского наименования вообще не существует, наряду с некоторыми употребляются и русские термины, напр.: *броузер/браузер – обозреватель, провайдер – поставщик услуг, юзер – пользователь* и для наименования определенной группы предметов и явлений вошли в употребление только русские слова, напр.: *маршрутизатор, поиск*, причём, главным образом, это касается двух- и многословных терминов (*имя пользователя, поисковые механизмы, скорость передачи информации* и др.).

Последовательным сопоставлением с ЧЯ мы будем продолжать заниматься. Здесь только хочется отметить, что ЧЯ, образуя термины Интернета, ведёт себя похоже. В ЧЯ встречаются все указанные выше группы наименований, можно, однако, отметить более редкое употребление терминов типа *Интернет-магазин*. Для выражения подобных понятий в ЧЯ более типичны словосочетания с полной формой прилагательного, напр.: *internetový obchod, webová stránka* и т.п. В терминах, содержащих в своей структуре акроним, принято произносить этот акроним по-чешски, напр.: *HTML reklama /há-té-em-el/, HTTP server /há-té-té-pé/* и др. ЧЯ также, как известно, менее охотно заимствует слова из иностранных языков, поэтому, по сравнению с русской, в чешской ТИ употребляется больше исконно чеш-

ских терминов, напр. *prohlížeč X браузер/браузер, обозреватель; soubor X файл; tiskárna X принтер* и др.

Глобальность самого явления, широкое распространение ТИ как в среде специалистов, так и в среде непрофессиональных пользователей, свидетельствуют об актуальности и необходимости проведения комплексного исследования, систематизации, унификации и стандартизации как русских, так и чешских терминов, обслуживающих интернетовскую форму коммуникации, способствующую обеспечению высокого уровня общения и сотрудничества во всех сферах деятельности мирового сообщества. Кроме того, актуальность проведения такого исследования продиктована самой жизнью – необходимостью инвентаризации русской и чешской терминологических единиц и создания Р-Ч / Ч-Р словаря терминов Интернета.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

- Vitovský, A.: *Anglicko-český, česko-anglický výkladový slovník Internetu*. AV, Praha 2004.
- Воборжил, Л.: «Давайте пофоруимся!» Форум как жанр индивидуальной коммуникации в Интернет. In: *Przegląd Rusycystyczny*, 3 (115), XXVIII, Katowice 2006, s. 113-119.
- Голованов, Н.А.: *Современный англо-русский словарь компьютерных технологий*. ЗАО «Новый издательский дом», М. 2005.
- Gregor, J.: *Cizojazyčné přejímky v současné spisovné ruštině*. In: *Auspicia*, 2, II, Č.Budějovice 2005, s. 28-35.
- Лозовский, Л.Ш., Ратновский, Л.А.: *Интернет – это интересно!* М.: Инфра-М 2000.
- Odborné slovníky on-line anglicko-ruské, rusko-anglické, anglicko-české, česko-anglické. *Příruční mluvnice češtiny*. Nakladatelství Lidové noviny, Praha 1996.
- Табанакowa, В.Д., Зыков, Е.А.: *Способы образования терминов глобальной компьютерной сети Internet*. In: *Language and Literatur*, 17, 2000, <<http://www.utmn.ru>>

ЕЛЕНА ВАКУЛОВА

Россия, Санкт-Петербург

ЛАТИНИЗАЦИЯ РУССКОЙ ГРАФИКИ КАК ЛИТЕРАТУРНЫЙ ПРИЕМ И ЯЗЫКОВАЯ ИГРА

ABSTRACT:

The recent political changes have made foreign words borrowing in modern Russian very active. Its extremely high temp has brought to the Russian Cyrillic graphic system a big amount of Latin graphic elements, which is caused by several reasons: high social prestige of all “Western” elements, including Latin letters; needs of nomination for new notions; post-modern tendency for word game; globalization processes of unifying, cosmopolitanism of modern consciousness, reflected in the Russian language. “Latinisation” of Russian graphics is not entirely declarative proposition, because it has real language facts and tendencies in its base.

KEY WORDS:

Cyrillic graphic system, Latin graphic system, word borrowing, word play, translation, stylistics, «Latinisation» of Russian graphics, Anthony Burgess. A Clockwork Orange.

Вторжение латинской графики в кириллическую систему («кентавры» типа *CD-плеер*, *SMS-ка*; *PR-менеджер*, *VIP-обслуживание*, *WEB-дизайн*, *HR-менеджер*) активно демонстрируют тексты наиболее подвижной части современного языка – рекламные, публицистические тексты или тексты, использующиеся в молодежной среде.

Во многих случаях подобное смешение создается осознанно, у его авторов есть определенные цели и задачи, одним словом, речь идет об использовании одного из средств языковой выразительности – о языковой игре: *Я не WWWpy* (рубрика); *SOSedi* (заголовок); *ГРАММАтика*; *Каменный ghost* (заголовок); *Liveнь* (студия звукозаписи), *О.К.на бис!* (реклама оконных рам); *PRоба* (музыкальная премия); *5nizza* (музыкальная группа); *friendloveе к userам shoesы* (реклама обувных магазинов); *Кондиционер ART COOL компании LG с фильтром NEO PLAZMA создает ARTмосферу* (реклама), *ХРУСТЕАМ*.(сухарики). Подобную графическую игру встречаем и в популярном латинизированном оформлении фамилий и имен (*Ab-dylove*, *ОбломOFF*, *Оксана*).

«Латинизация» создает возможность межъязыковых каламбуров: *Two tickets to Dublin, please. – Куда, блин? – To Dublin*; при этом просторечные единицы, невозможные по этическим причинам в системе одного языка, могут проникать в иную

языковую систему: – *Факел* (название журнала) и *FAQкафе* – намек на неприличное английское слово, «*ЗаJOBись!*» (заголовок интернет-статьи о поиске работы) – английское слово «*job*» (работа), в кириллическом контексте получающее неприличное звучание.

Сродни языковой игре использование в художественном тексте языковых единиц с различной графикой – далеко не новый литературно-стилистический прием («Война и мир» Л.Н. Толстого, «Ада» В.Д. Набокова, «Улисс» Дж. Джойса, «Поминки по Финнегану» Э. Берджесса). При переводе подобных текстов на язык с другой графической системой возникает вопрос о том, совпадает ли использование и восприятие данного приема в оригинале либо на языке с той же системой графики с тем, как он воспринимается носителями языка с иной графической системой. Так, в оригинальный английский текст культового для 60-70-х годов романа Энтони Берджесса «Заводной апельсин» (Anthony Burgess: *A Clockwork Orange*) вкраплено множество русских слов, транслитерированных латиницей.

Для англоязычного читателя этот прием означал нечто новое, оригинальное, но и опасное, чуждое (особенно в 60-е гг.), но он не был связан с графической игрой, поскольку Берджесс использовал транслитерированные русские лексемы, при этом трудности прочтения и понимания нейтрализовались контекстом. Задачей автора было ошарашить читателя, сигнализируя о чем-то инородном, постороннем, чуждом, а в 60-е годы – в условиях холодной войны даже опасном. Для современного англоязычного читателя ощущение угрозы и опасности сменилось ощущением чуждости, экзотичности и инородности этих лексем.

В русском переводе, в отличие от оригинала, основное внимание привлечено к графике. Следует отметить, что транслитерация русских лексем с помощью латиницы при чтении кириллического текста иногда может не вызывать затруднений (ср. *Babki**, *Babushka*, *Bezumni*, *Blevanutt**, *Britva*, *Devotshka*, *gownodawu**, *Griva**, *Hanyga**, *Hlebal**, *Kal**, *Kisa*, *Kodla**, *Kolokol*, *Koresh**, *Mahalovka**, *Mesto*, *Obaldennyje grudi*, *Padla**, *Papik**, *Ptitsa*, *Rot*, *Skorenko*, *Slushal*, *Sverbit**, *Svolotsh**, *Sumka*, *Tykwa*, *Toltshok w litso*, *Uho*, *Videt*, *Vyrodok**, *zawedenije* (знаком* обозначены нелитературные единицы – жаргонизмы, просторечия); однако не сразу опознаются слова с шипящими согласными, йотированными гласными, мягким м, твердым знаком (*Baldiozh**, *baldiozhnyj**, *Diadia*, *Glazzja**, *Kliovaja**, *Kurtenn**, *Vash-tdhee**, *Maltshik*, *Murnia**, *Nafig-nafig*, *Naprotsh**, *Odi notshestve*, *Pokoreshiliss**, *Poni = poni matt*, *Pripiorsia**, *Shtutshka*, *Tshelovek*, *Tortsh**, *Tastshatsia*, *Tshai*, *Tshush**, *vestshi*, *Vonn**, *Voniutshi**, *Vtiharia**, *Wjehaw**, *Zhiznn*, *Zastrujatshila**). Даже слово *bratsy* при кажущейся легкости прочтения становится ясным лишь в контексте, будучи использованным в качестве обращения, таким образом, роль контекста при использовании данного приема повышается. Еще более экзотичны авторские кириллическо-латинские неологизмы, межъязыковые окказионализмы, типа *Dratsing* (драка), *Krasting* (кража, воровство), *Kritsh* (крик), *Toltshoking* (удар, избивание), *Mordery* (морды), *Rukery* (руки).

Э. Берджесс использует даже целые словосочетания: *Griazni*, *podli u voniutshi* *Vrezal v puzo*, *Baldiozhnaja tusovka*, *Bez poniatija*, *Do lampotshki*, *Budd zdorov*, служебные слова в таких сочетаниях могут передаваться средствами как латиницы, так и кириллицы, причем порой латиница в «Заводном апельсине» используется без всякой стилистической цели: «*Никому на всем bolshom белом свете нельзя*

верить»; «Для брачных из ты вроде как чересчур *jun, koresh*. Да этого просто быть не *mozhet*».

Основным адресатом данного литературного приема становится, таким образом, читатель, увлеченный языковой игрой. Не случайно поэтому, что произведение, написанное более 40 лет назад и не ориентированное на русскоязычного читателя, стало в наше время популярным именно в молодежной среде, а его перевод обнаруживает как новые глубины, так и новые проблемы.

Прием, использованный Э. Берджессом, оригинален (ср. французские пассажи в романе «Война и мир»), это прием эпатажный, привлекающий внимание читателя, в его основе лежит резкий сбой, нарушение привычного хода повествования, то, что в стилистике принято называть эффектом нарушенного, обманутого ожидания. Это своего рода сигнал, означающий неожиданность, опасность, неординарную, чрезвычайную ситуацию, знак особого, повышенного внимания.

Если в «молодежных» текстах латиница используется естественно, почти бессознательно (ср. названия музыкальных групп: *СКАЛЬПЕЛЬ*, *Яйцы Фаберже*, *Veselyy Rodger* – даже не игра слов, а просто игра, развлечение), то в других случаях такой естественности не наблюдается, зато игра слов вполне очевидна, например, в названии аптеки или рубрики музыкального телеканала: *ПРО ЗРЕНИЕ* (игра слов – «прозрение», *pro* – лат. «для», т.е. для зрения, ради зрения); *RECORDНЫЕ НОВОСТИ* (о музыкальных записях, по-английски, *records*); *DWESTИХИИ* (реклама концерта, «примиряющего» два направления в современной музыке, и реклама сигарет «*West*»).

Граница между графическими системами может поддерживаться художественным оформлением – за счет курсива, заглавных букв, различных шрифтов (по *МА-Химуму*), также довольно часто используются идеи пространственного расположения, симметрии, например, расположения на разных строчках:

ХРУС
TEAM

Название сухариков написано на двух строчках, причем латиница и кириллица каждая на своей.

УСТУПИ
ДОРОГУ
СКОРОЙ

В социальной рекламе латинское написание выделено цветом и особым расположением.

В названии спортивного магазина *ЗАРЯДКА* и в рекламе молодежной музыки *SVOBODA* симметрия усугубляется обыгрыванием сходства графем *R* и *Я* и стилем написания кириллического *Д* – как бы отраженного *V*.

Возможно использование кириллицы и в английском тексте. Так, нами отмечены примеры *АМЕЯКА* (название голливудского фильма о советской угрозе), где «русское» написание служит сигналом опасности (как у Берджесса) и аббревиатура с использованием пространственной симметрии – название группы «nine inch nails» – *НИИ*.

Следует признать, что в английском языке графические игры с использованием наименований букв алфавита и фонетического облика числительных популярны: *IOU* – *I owe you*; *ICQ* – *I seek you*; *FAQ* – *frequently asked questions* (эксплицитное обращение к общепонимаемой лексике); *4 U* – *for you*; *U2* – *you too, you two*; *UPiter* – *you, Piter*; или *Jupiter*, но в русской транслитерации, скорее, *Юнумер*; *2 beer or not 2 beer*.

Графическая игра, основанная на сходстве и отличии букв Д-Д, У-У и И-И, не так очевидна ввиду близости их начертания (например, афиша группы **АКВАРИУМ** или название ресторана японской кухни **SUSHI** с намеком на аббревиатуру СССР).

Довольно часто единицы обеих график тесно переплетены, и достаточно трудно бывает определить границу между ними: **LIVEHЬ** или **LIVEHЬ** (студия звукозаписи); **Замуж за миллионера** или **Замуж за миллионера** (книга и духи); **МакSum** или **МакSum** (псевдоним певицы); **DWESTИХИИ** или **DWESTИХИИ**; **MOTOДЕПО** или **MOTOДЕПО** (магазин). Иногда игра образует некую «смесь латинского с нижегородским» – *Kotleta s, The KPA SKI*.

К трудностям и ошибкам, связанным с данным приемом, можно отнести:

1. Хаотичность применения, смешение, неразличение (например, на афишах группы «Ума Турман» их название представлено как **UMATURMAN**; а для названия кафе «**ТОР**» возможны обе расшифровки (теоретически не исключен кириллический вариант);
2. Неверное оформление названий сайтов и интернет-адресов, которые должны писаться латиницей, однако привычность и удобство кириллицы создает варианты типа **www.kpoxashop.ru**; **www.dwestuxuu.ru** (ср.: «u» и «u»; «x» кириллическое и «x» латинское); **podborpersonalao**;
3. Трудности переключения из одной графики в другую при раскодировании написания могут привести, с одной стороны, к игре слов, с другой – к неверному истолкованию, как в афише с названиями спектаклей одного из петербургских театров:

HE HAMLET
PRO ТУРАНДОТ
БЕЕР ЛЕДИ УИНДЕРМИР.

В первом из них проблема – как читать **HE** – по-русски или по-английски. Название третьего спектакля вначале автоматически воспринимается как английское «beер».

Рассмотренный материал позволил сделать выводы относительно некоторых грамматико-стилистических характеристик латинских варваризмов:

1. Грамматический род устанавливается по аналогии с родом русского эквивалента: *первЫЙ open air года*; *электронная dance music*; *живОЙ rock n'roll sound*;
2. Латинизированные субстантивы (*PR*), в отличие от «кириллизированных» (*пиар*) не склоняются;
3. Не различаются (из-за совпадения формы и отчасти звучания) графемы *A, E, K, M, O, T*; при несовпадении звучания – *H, B, C, P*;
4. Смешиваются, игнорируются либо обыгрываются различия в написании: *У-У, И-И, Д-Д, З-З*; звучание при этом может в значительной мере совпадать;
5. Часто используются маркеры-сигнализаторы «западности» (*F, G, I, J, L, N, Q, R, S, U, V, W, Z*) и «русскости» (*Б, Г, Д, Ж, Л, Ф, Ц, Ч, Ш, Щ, Ъ, Ы, Ь, Э, Ю, Я*); отчасти (только в печатном или только в рукописном варианте) – *И, М, П, Т, У*;
6. В качестве игры слов встречается использование идеи симметрии, зеркального отражения двух графем; наиболее часто – в рекламных текстах;

7. Исключительную роль латиница играет в текстах, ориентированных на молодежную аудиторию (в полулегальных рекламах «продвинутых» групп кириллицы практически нет): *Ищите на фотографиях: группы KOSHEEN (UK), модную DJ SONIQUE (Ministry of Sound – UK), DJ SMASH, Mega ethnic hi-tech show OLMECA VIBE TEAM (Санкт-Петербург), Freak Performances, Olmeca Laser Show*; в других случаях латинские вкрапления относятся к спорадически появляющимся элементам, однако сферы преимущественного использования латиницы формируют общественное сознание, делая латинские графемы (хотя бы для молодежи и «потребительской» части общества) привычными, «своими», не несущими угрозы, а, скорее, обозначающими некую приятную игру, шутку.

ЕЛЕНА ГЕККИНА

Россия, Санкт-Петербург

ЭКСПЛИКАЦИЯ МЕТАЯЗЫКОВЫХ ЗНАНИЙ В ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТАХ: РЕФЛЕКСИЯ ОПЫТА

ABSTRACT:

The basic substantial and functional features of naive informants metalanguage statements are considered in the article on base of materials of the Internet-forum „Lessons of Russian“ (www.rusmedserv.com). The focus on observations and estimations of the word-sign space and its nearest syntactic environment is emphasized. It is noted that metalanguage Internet-activity of naive native speakers is often the reflection of an available linguistic experience, a reflection of the language units properties knowledge checked up by practice.

KEY WORDS:

The Russian language, metalanguage, folk linguistics, naive speaker, Internet, linguistic experience.

Деятельность интернет-пользователей характеризует и такой вид общения, как метаязыковое комментирование, проявляющее себя в широком диапазоне обсуждения фактов языка и речи. Возможностями Интернета предопределяется не только тематическое разнообразие метаязыковых высказываний. Примечательно то, что в Сети формы обсуждения лингвистических явлений, направленность мнений и оценок ничем не ограничены и никак не регламентированы.

Метаязыковая практика в Интернете представляет несомненный научный интерес и заслуживает целенаправленных наблюдений и анализа. Очевидно, в частности, что интернет-площадки, на которых обсуждается русский язык, различаются по составу участников. На одних авторами публикаций и блогов, создателями постов на форумах и чатах являются специалисты, работающие с языком, – лингвисты, учителя, редакторы, корректоры, переводчики, журналисты. Они принимают и самое активное участие в работе сайтов, адресованных широкому кругу лиц, интересующихся русским языком (www.gramota.ru; форум «Говорим по-русски» на сайте радиостанции «Эхо Москвы»). Это интернет-«трибуны» профессионалов. Наряду с ними существуют площадки, на которых суждения о языке высказывают те, кто по образованию или роду занятий не имеет отношения к филологии. Метаязыковой формат здесь поддерживают глоссарии и комментарии к ним; тематичес-

кие разделы на форумах; отдельные, попутные замечания-рефлексивы в текстах о внеязыковых объектах.

В нашей работе излагается опыт исследования основных содержательных и функциональных особенностей метаязыковых высказываний тех, кого можно причислить к создателям «непрофессиональных» метаязыковых интернет-текстов, или, в иной терминологии, наивным информантам. Материалами для наблюдений послужили записи на форуме «Уроки русского» в Дискуссионном клубе Русского медицинского сервера (<http://www.rusmedserv.com/forums/forumdisplay.php?f=25&order=desc&page=2>).

История этого форума такова. Первые записи в топике «Уроки русского» появились 20 октября 2006 года. Через десять дней в нем насчитывалось уже 150 постов, включавших также комментарии и «одобрялки» из рубрики «Репутация сообщения». Спустя полгода (в апреле, а затем в июне 2007 года) добавились последние девять сообщений, после чего форум закрылся. Как можно судить по никам (*doctor101*, *Dr. W.N.*, *Dr. Nathalie*, *Dr. Vadim*, *alexdr*, *Aminazinka*, *antibiotik*), подписям (*хирург*, *анестезиолог*, *реаниматолог*, *фтизиатр*, *инфекционист* и др.) и аватарам, записи оставили почти пятьдесят врачей. В известной мере созданную ими последовательность сообщений можно рассматривать как единый текст, в котором части связаны между собой и образуют цельное, завершено выстроившееся коммуникативное пространство.

Какие факты языка и речи обсуждали участники форума?

Прежде всего отметим многочисленность и многообразие упомянутых единиц и явлений [108]. Из них самую большую группу составили слова [38], в которых по-разному ставят ударение: *проведЁнный* – *провЕденный*, *перенсЁнные* – *перенЕсенные*, [анализ] *кровИ* – *крОви*, *эпилЕпсия* – *эпилепсИЯ*, *наркомАния* – *наркоманИЯ* и др. О том, что проблемы словесного ударения находились не просто в поле зрения, но в фокусе внимания форумлян, свидетельствует и большое количество комментариев к примерам. Не без внимания остались случаи вариантного произношения звуков [9]: *жЁлчный* – *жЕлчный*, *дорсальный* – *дорзальный*, *мышка* [мышка], *гипоталАмус* – *гипоталЯмус*.

Другую активно обсуждаемую группу составили лексемы [31]. Авторы вспоминали интересные, отличительные словечки из речи жителей Москвы (*Пироговка*, *Ленинградка*, *Маросейка*, *Пречистенка*) и Петербурга (*поребрик*, *булка*, *парадная*). Несколько слов были упомянуты постольку, поскольку имеют хождение в языке моряков: *рында*, *склянки*. Приведены номинации, используемые в родном коллективе: *бабушатник* [о палате, в которой находятся пожилые пациенты], *торпедный отсек* [о палате для бомжей]. Как иллюстрации отступления от лексических норм названы *ложат*, *закладывают*, *займи* [мне денег], *сердечное давление*. В ракурсе воспоминаний и языковой игры, основанной на сопоставлении звучания и значений, представлены слова из иностранных языков: *вонявки* [чеш., ‘духи’], *йобба* [швед., ‘работа’], *кебене мать* [иврит, ‘очень далеко’]. В подобной же игровой форме проведен «этимологический» анализ слов *вкалывать*, *стибрили*.

Содержательный диапазон топика формируют и высказывания о морфологических [9] и синтаксических [5] единицах, обсуждение которых в целом ряде случаев носило весьма оживленный характер. Предметом наблюдений стали существительные и их родовые (*кофе*, *виски*), падежные (*Пушкино*, *Ясенево*, *Свиблово*), число-

вые (*вОлокНЫ, Гоголевский бульвар – ГоголЯ*) характеристики. Участники форума указали на распространенность синтаксических ошибок в речи медиков (*лечитьсЯ НА отделении; порезалась о дверное стекло дома*), сделали вывод о допустимости факультативного употребления предлога *от* в шапке заявления и обсудили функционально-стилистические отличия вариантов представления имени, отчества и фамилии.

Совершенно особый пласт создали комментарии, посвященные коммуникативно-прагматическим особенностям лексико-грамматических единиц [9]. Местоимение *мы*-инклюзивное оказалось здесь популярным и полярным, если иметь в виду численность и направленность высказанных суждений. Авторы сообщений уделили внимание глагольным формам в речи врача (*вам надо оперироватьсЯ*) и пациента (*я удалила кисту*), обращениям (*бабули, зайка*), этикетным формулам (*Здравствуйте!*). Эти комментарии дополняют записи об общих установках диалога врача и пациента, способствующих успешному коммуникативному взаимодействию.

Еще один раздел составили комментарии, посвященные написанию слов (7). Частный случай букв Ю/У в *парашиоте* повлиял на ход всего обсуждения, которое в итоге затронуло общие проблемы, связанные с реформированием орфографии.

Завершая тематический обзор форума, заметим следующее. Метаязыковые суждения преимущественно касаются слова, его фонетических, лексических, грамматических и графических особенностей. Сравнительно реже рассматриваются нормы и установки речи вообще, что только подчеркивает отнесенность основного корпуса наблюдений, заметок, оценок к пространству слова-знака и его ближайшего синтаксического окружения.

Какие формы обсуждения использовали участники?

Одни задавали вопросы, другие давали на них ответы; ср. (в цитатах сохраняется авторская графика, орфография и пунктуация): А. – *...на форуме постоянно встречаю: врачѐм. Что там в новых правилах?* Б. – *...Ничего нового в правилах нет, просто многие их не знают.* Однако о такой тактике ведения диалога можно говорить условно: прямые и неигровые вопросы-ответы были редкостью. Чаще коллеги выступали с «ответами», если, например, считали нужным возразить авторам спорных суждений: *Это вариант [жѐлчный] нормативного произношения (написания); На одесском диалекте 'занять' – это только 'одолжить'.*

Именно наблюдения за чужой речью инициировали самую большую (около трети) группу метаязыковых комментариев – сообщений об особенностях высказываний профессоров, больших начальников, представителей других профессий, коллег и пациентов. В основном, особенности расцениваются как отступления от норм, как то, что искажает речь, *бесит, раздражает, передергивает* и вызывает судороги: 1) *Ну, гладкомышечные вОлокНЫ (ударение на «о»)* – *это да, это воспоминания о кафедре анатомии...;* 2) *И как режет слух, когда с большой трибуны, большой начальник говорит – обеспечЕние.*

Ракурс наблюдений за чужими ошибками предопределил критический взгляд и на свою речь; ср.: *...каюсь, сам так [больной поступил НА отделение] говорю.*

Заметки об особенностях региональной речи, напротив, свободны от критики; ср.: *У нас говорят – стеноз, а в Москве – круп!*

Формату «обмен мнениями» близки высказывания о свойствах языковых единиц, давно служащих предметом споров. Реплики типа к *‘кофе’ теперь применим средний род* положили начало дискуссиям и на этом форуме.

Жанровый репертуар дополняют шутливые и ироничные высказывания, анекдоты, цитаты, лингвистическая игра; ср.: *В общем, у Юлия Цезаря у реки Тибр украли коня. Отсюда пошло слово «стибрили».*

Подведем итоги. Очевидно, что с инициативой метаязыкового диалога участники выступают в ситуации, когда полагают, что им известны нормативные особенности обсуждаемых единиц. Это наблюдение позволяет сделать важный вывод: метаязыковая интернет-деятельность наивных носителей – это почти всегда рефлексия проверенных практикой знаний, рефлексия лингвистического опыта.

Какой именно лингвистический опыт нашел отражение в записях?

Важен опыт обучения: *...меня лично учили правильно говорить и писать в школе и РОДИТЕЛИ дома; Меня озадачили этим [сначала имя, потом фамилия] во время обучения в гитарной школе когда учили представляться со сцены. Показательна речевая практика других людей: питерская особенность, кто учился там даже лет 15 назад до сих пор так [большой поступил НА отделение, лечится НА отделении] говорят.*

Ценен собственный опыт осмысления и объяснения свойств языковой единицы: *[инсУльт] французское происхождение с ударением на второй слог.* Помогают в этом мнемонические приемы и приемы, основанные на привлечении противопоставленного или «отрицательного» материала (*Если ребёнок новорОжденный, тогда кто ж его рОждает?*), а также навык работы с авторитетным источником – словарем, справочником, информационно-консультационным интернет-порталом. Интерпретация природы, установок и привычек речевого поведения – еще одна ступень языковой компетенции: *Но вопрос ударений ... Это же поставленное дело, в подкорке; МЫ у мам сидит в подкорке, в позвоночном столбе. Полезно и самостоятельное совершенствование речевого опыта: В записи стараюсь слушать... Также как читать речь перед зеркалом. Запись показывает действительно много лексических, фонетических, смысловых, семантических и прочих ошибок в докладе.*

Эти свидетельства акцентируют в лингвистическом опыте индивида стремление опереться на понимание свойств языковых единиц – в соответствии с нормами языка, соотносительно с существующей речевой практикой. Необходимо, по сути, представлять обоснование самого слова или явления, проистекающее из особенностей языка – когда с *позиций великого и могучего* понятно – и речевого опыта говорящих.

ИРИНА ГРАНЕВА

Россия, Нижний Новгород

МЕСТОИМЕНИЕ «МЫ» В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

ABSTRACT:

The paper deals with special features of referential and non-referential use of Russian pronoun “my” (“we”) in the language of modern Internet communication. The author concludes that the special features of the use manifests only in secondary, non-referential usages of the pronoun. The paper takes into account variants of these kinds of use depending on spoken or written language structures in various types of Internet speech.

KEY WORDS:

Pronoun *my* (*we*), Internet-communication, referential theory of pronominal meaning, primary and secondary referential or non-referential usages of pronouns, substantivization of pronouns.

В настоящей работе исследуются некоторые специфические типы употребления русского личного местоимения *мы*, характерные для особой сферы функционирования языка – для так называемой Интернет-коммуникации.

Мы будем исходить из референциальной точки зрения на семантику и особенности употребления местоимения *мы*, опираясь на концепцию «указательного поля» К. Бюлера [Бюлер 1993: 127-128], а также на концепцию Е.В. Падучевой, согласно которой «все местоимения служат в языке для целей референции» [Падучева 1985: 133]. Тем самым *мы*, как и все личные местоимения, включается в группу слов, в значение которых входит отсылка к участникам акта речи или к речевой ситуации (т.е. слов, выполняющих собственно дейктическую функцию).

В соответствии с этой точкой зрения, следует разграничить референтные и нереферентные значения местоимения *мы*, а точнее говоря – референтные и нереферентные типы употребления. Главным критерием разграничения «референтного» и «нереферентного» *мы* является его употребление или по отношению к лицам, которые являются непосредственными участниками коммуникации, или по отношению к классу лиц, не участвующим в акте коммуникации непосредственно.

Таким образом, можно говорить о базовом, исходном языковом значении местоимения *мы*, которое, на наш взгляд, наиболее удачно сформулировано в «Толковом словаре русского языка» под ред. Д.Н. Ушакова именно через указание на

дейктическую функцию: *‘Служит говорящему для обозначения нескольких или многих лиц, включая и себя’* [Ушаков 1996]. Его можно считать *первичным референтным употреблением*. Тогда на фоне этого первичного референтного употребления возможны и *вторичные референтные употребления*. «Референциальная вторичность» этих употреблений проявляется в том, что одно местоимение используется в категориальном значении, присущем другому местоимению, но при этом сохраняет референцию к непосредственному участнику коммуникативного акта (т.е. в нашем случае – употребляется в значении, например, *‘ты’*, *‘вы’* или *‘я’*). Это, например, ситуация с вопросом доктора пациенту: *Как **мы** себя чувствуем?* (= *Как **ты** себя чувствуешь?*), с объявлением учителя ученикам: *Завтра **мы** пишем контрольную* (= *Завтра **вы** пишете контрольную*), а также различные *мы* вместо *я* в разных типах дискурса: *мы* «научное», *мы* «публицистическое» или «писательское», *мы* «идеологическое» и пр.

Нереферентное употребление *мы* связано с отсутствием отсылки к непосредственному участнику речевой ситуации, когда *мы* обозначает неопределенное или определенное множество людей, не подлежащее параметризации по объему. Возможно, например, *экзистенциальное* нереферентное употребление *мы* (соответствует квантору существования: *есть некоторые S..., существуют S...*), которое предполагает указание на некий класс лиц, которые объединяются с говорящим по важному для него признаку (социальная принадлежность, национальность, убеждения и пр.): ***Мы**, граждане великой России, ...*, – или *универсальное* нереферентное употребление *мы* (соответствует квантору всеобщности: *все S..., для всех S...*), которое предполагает указание на множество всех лиц, включая говорящего, и реализуется в так называемом «обобщенно-личном» *мы*: *Для чего **мы** живем на этой земле?* (= *Для чего **все** живут...*).

Возвращаясь к непосредственной теме данной работы, мы можем отметить, что в сфере первичных или вторичных референтных употреблений местоимения *мы* едва ли можно говорить о какой-либо выраженной специфике *мы* именно в среде Интернет-коммуникации. Это вполне закономерно, потому что референтное *мы*, как, впрочем, и базовые типы употребления других личных местоимений, должны входить в инвариантную семантическую сферу для всех разновидностей использования общепонятного языка. О специфике употребления *мы* в Интернет-коммуникации можно говорить лишь применительно к его неисходным, нереферентным употреблениям.

По сути, Интернет представляет собой множество не связанных между собой областей общения, функционирующих автономно. Соответственно язык Интернета в функционально-стилистическом плане весьма разнороден [Дускаева, Протопопова 2003: 648]. Оставляя в стороне сложный и дискуссионный вопрос о том, в какой мере разнородные языковые явления, регистрируемые в русскоязычной среде Интернет (которые к тому же сильно различаются в зависимости от жанра, коммуникативного типа речи и статуса коммуникантов), можно описывать как некое языковое и стилистическое единство в рамках особого «стиля», «подстиля» или «субязыка», мы будем исходить из того факта, что особенности Интернет-коммуникации все же могут приводить и к определенным речевым, стилевым или прагматическим особенностям употребления языка в этих специфических коммуникативных условиях, как в качественном, так и в вероятностно-статистичес-

ком (частотном) аспектах. Однако указанные особенности при этом не выходят за рамки обычного языкового или стилистического варьирования единиц, моделей и конструкций, характерных для разных стилей или «подстилей» в пределах единого общенародного языка.

В целом на специфику использования языка в Интернет-коммуникации влияют такие факторы, как гипертекстовая организация, своеобразное взаимопроникновение (даже смешение) особенностей письменной и устной речи и интерактивный характер коммуникации (речевое общение в режиме online, т.е. в «реальном времени»). Все это в известной степени определяет и специфику использования интересующего нас в данной работе местоимения *мы*.

Так, например, разные семантические разновидности неререферентных употреблений *мы* очень чувствительны к тому, в устном или в письменном типе речи они функционируют. Поэтому и в Интернет-коммуникации встречаем употребления, по преимуществу ориентированные или на устный, или на письменный строй речи.

В частности, из разновидностей неререферентного *мы*, в «реальном» режиме использования языка тяготеющих к письменному типу речи, в Интернет-коммуникации в последнее время активизировалось так называемое *мы* «адресанта», которое возникает в позиции подписи при рекламном или поздравительном сообщении вместо собственного имени автора послания: *Ваши мы!* Ср., например: *Все, что вы читаете здесь, может повредить вашему психическому здоровью. / А может и не повредить. / Но если во сне вам начнут сниться горы, моря и дальние страны, а ветер начнет выталкивать вас за порог – мы своей цели добились. А дальше вы сами уж как-нибудь мучайтесь. / Ваши Мы.*

В нашей классификации это явление относится к «формальной субстантивации» (или к «грамматической субстантивации»), когда местоимение *мы* в определенных контекстах сочетается, например, с прилагательным или местоимением-прилагательным, но сохраняет свою «местоименную», т.е. дейктическую (указательную) семантику референции к лицам-участникам акта коммуникации (по модели *Ваш Петр, Ваши Петровы* и т.п.).

Из разновидностей неререферентного *мы*, в «реальном» режиме использования языка тяготеющих к устному типу речи, в Интернет-коммуникации мы встретили большое количество случаев так называемой «полной», или «лексической субстантивации» (проще говоря – «лексикализации») *мы*, возможных именно в диалогическом типе речи, который в Интернете выступает в рамках непосредственной интерактивной коммуникации – в речевой среде форумов, чатов, online конференций. Это встречаем, например, в одной из Интернет-«социодрам» (разновидность «деловой игры» или психотренинга): *Социодраматург: Так вы сейчас в каком времени? В момент создания Дела или в настоящем? И какое из ваших «мы» обращено наружу, публике, клиентам, покупателям? Гордое «мы», с каким вы приходите на переговоры, или то «мы», которое вы бросили сейчас в лицо вашим партнерам, когда назвали их «неуправляемым балаганом»?*

Аналогично – на форуме Ru.Board (тема: «Кто и почему уничтожил Россию?»): *Ага, понятно почти все, кроме одного: совпадает ли в данном случае мое мы и твоё мы... Так вот, я подозреваю, что мое «мы» и твоё «мы» – понятия совершенно разные. Или еще пример: А «Мы» здесь говорить не нуж-*

но. Твое **«мы»** ассоциируется с движением в целом (форум «Народное движение автомобилистов «СВОБОДА ВЫБОРА»»).

Такое *мы*, с одной стороны, проявляет все признаки нереферентного употребления, так как метафорически обозначает что-то вроде: *‘твоя (ваша)/ моя (наша) позиция’* или *‘твоя (ваша)/ моя (наша) точка зрения’* + *‘те, кто, по твоему (вашему) / моему (нашему) мнению, ее разделяют’*. Но, с другой стороны, можно обнаружить здесь и особый тип референции – референции к самому слову (словоупотреблению) *мы*. В этом случае *мы* обозначает: *‘слово (или употребление) «мы»’* – или даже: *‘твой (ваш) / мой (наш) способ употреблять «мы»’*.

Речь идет о так называемом «автореферентном» типе употребления местоимения *мы*, т.е. о таком свойстве, как *автономность употребления*, при котором знак обозначает сам себя [Падучева 1985: 20]. Отметим, что ряд коммуникантов осознает эту автореферентность и маркирует ее кавычками. Но не менее частотно и раскавыченное написание, что косвенно свидетельствует об активности и общепринятости подобной модели употребления *мы* в среде Интернет.

Представляется, что такое употребление не случайно активизируется именно в среде интерактивной коммуникации, так как в этом случае *мы* в полной мере реализует свой потенциал метафорического обозначения некой коллективной системы ценностей, разделяемой собеседником и оспариваемой говорящим, а также обладает явной оценочностью и повышенной экспрессией, что вообще присуще языку Интернета.

В целом нужно сказать, что неправильно рассматривать отмеченные особенности употребления *мы* исключительно как принадлежность Интернет-коммуникации: они вполне возможны и в «реальном» (не виртуальном) использовании языка. Речь идет лишь о том, что, по нашим наблюдениям, эти модели продуктивны и частотны именно в Интернет-коммуникации, что связано с общими коммуникативно-прагматическими особенностями этой речевой среды.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

- Бюлер, К.: *Теория языка. Репрезентативная функция языка* (Пер. с нем.). М. 1993.
 Дускаева, Л.Р., Протопопова, О.В.: *Язык сети Интернет*. In: М.Н. Кожина (ed.), *Стилистический энциклопедический словарь русского языка*. М. 2003. С. 648-651.
 Падучева, Е.В.: *Высказывание и его соотнесенность с действительностью (референциальные аспекты семантики местоимений)*. М. 1985.
 Ушаков, Д.Н. (ed.): *Толковый словарь русского языка*: В 4 т. М. 1996. Т. II.

Йиндржих КЕСНЕР

Чехия, Градец Кралове

ЕЩЕ РАЗ К ПРЕПОЗИТИВНОМУ СУБСТАНТИВНОМУ ОПРЕДЕЛЕНИЮ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

ABSTRACT:

Compounds with prepositive substantive attribute can be classified in different ways. The article describes the classification according to the syntactic nature of the word connections, according to the character, or the composition, of the prepositive component, according to its origin, according to the origin of the word connection as a whole and according to the orthography in the text. The directions of further research are outlined in the conclusion.

KEY WORDS:

Russian, Czech, syntax, prepositive substantive attribute, classification.

К теме препозитивного субстантивного определения мы обращаемся второй раз в этом году. Впервые мы о ней говорили на январской конференции Диалог культур в Градце Кралове.

В чешском и русском языках приложение, т.е. субстантивное определение, находится чаще всего в постпозиции. Но в последние годы встречаемся в русском и в чешском языках с препозитивным субстантивным определением, которое еще недавно находилось лишь на периферии языковой системы. Речь идет о таких сочетаниях как *спорт-бар*, *vodka party*, *VIP-гости*, *сервис-инженеры*, *суши-кафе*, *сэндвич-панели*, *бизнес-поездка*; *Wicca kameny*, *SMS zpráva*, *O₂ extraliga*, *VOLUME ovladač*, *MODE přepínač*, *Liebherr mraznička* и т.д. Они появились, безусловно, под влиянием английского языка. Указанные конструкции можно классифицировать по-разному.

I. Первую классификацию, наверное, можно было бы назвать **классификацией по синтаксической природе препозитивного компонента**. Если более глубоко задуматься над сущностью данных конструкций, то можно обнаружить, что она разная.

- 1. Первую группу** представляют сочетания двух существительных, в которых первое является **приложением**. Его привычное место в чешском и русском

языках, как уже было сказано, находится в постпозиции, но под влиянием английского языка и, скажем, языкового вкуса определенной части населения оно оказывается в препозиции. Это те случаи, когда препозитивный компонент, имеющий характер синтаксического существительного, можно просто перенести в постпозицию, как, напр.: *Автокард-Холдинг*, *SMS-сервис*, *SD-карта*, *Primavera Expedition* (словосочетание из русского текста); *Wicca kameny*, *Liebherr mraznička*, *HP foto (= fotografický) papír*, *Trotina Auto, s.r.o.*, *Yamaha hudební škola*, *Kamasutra sada...* Во всех случаях здесь встречаемся с так называемым **несогласованным приложением**, т.е. приложением, которое при склонении сохраняет форму именительного падежа. К этой группе относим и случаи типа *VOLUME ovladač*, *MODE přepínač*, *LEFT tlačítko*, *RIGHT tlačítko* и т.д., так как слова в препозиции, независимо от их принадлежности к части речи, воспринимаются как названия кнопок или других элементов системы управления технического устройства и следует их понимать так: *ovladač* „*VOLUME*“, *tlačítko* „*LEFT*“, *tlačítko* „*RIGHT*“ и т.д., т.е. как названия кнопок. В этих случаях для выявления сущности данных словосочетаний не следует переводить смысл этих названий (*ovladač hlasitosti*, *levé tlačítko*, *pravé tlačítko* и т.д., *регулятор громкости*, *левая кнопка...*), так как инструкция предназначена для пользователя, не знающего английского языка. Важно то, что данная кнопка так называется, что это на ней написано.

2. В сочетаниях второй группы нельзя просто препозитивный компонент перенести в постпозицию. Зато его более или менее просто можно трансформировать в несогласованное или, реже, согласованное определение. По своей сути это несогласованное определение, приобретшее форму именительного падежа и перенесенное в препозицию, или согласованное определение, трансформированное в синтаксическое существительное, стоящее в форме именительного падежа. В чешском языке это такие словосочетания как *Avon Lady [Lady (paní) (z) Avonu]*, *Cali Vita konference [konference (firmy, organizovaná firmou) Cali Vita]*, *ČSOB Světové akcie [Světové akcie ČSOB (m.e. Česko-slovenské obchodní banky – РП свидетельствует о том, что это несогласованное определение)]*, *Beate Uhse erotický katalog [erotický katalog B. Uhse (ПИ)]*, а в русском языке, напр.: *Газпром-Сити [Сити (Город) Газпрома]*, некоторые словосочетания с сокращением *VIP*: *VIP-причалы (причалы для VIP)*, *VIP-больница (больница для VIP)*, *ДСБ статистика [статистика ДСБ (Департамента собственной безопасности МВД России)]*, *джентльмен клуб (клуб для джентльменов)*. Во всех приведенных примерах мы преобразовали препозитивный синтаксический субстантив в несогласованное определение, есть и случаи, когда его проще трансформировать в согласованное определение, или возможны оба случая. Словосочетание *squash centrum* преобразуем скорее всего в *squashové centrum* или, в крайнем случае, в *centrum squashe*, *sport bar* в *sportovní bar*, аналогично русское *спорт бар* или *Web-страницы (вебовские страницы)*.

Некоторые сокращения, скорее всего, имеют в препозитивной позиции не субстантивный характер, а адъективный, и они, следовательно, лишь формально совпадают с теми сочетаниями, которым посвящено наше выступление. Это

и в чешском, и в русском языке, напр., сочетания с сокращением *TV – ТВ*: *TV technika (televizní technika)*, *ТВ-центр (телевизионный центр)*.

Следует задаться вопросом: можно ли все словосочетания с препозитивным субстантивным определением однозначно включить в первую или во вторую группу? В нашей картотеке есть и такие сочетания, как: *дресс-код*, *шоу-бизнес*, *арт-бизнес*, *компания «Тройка Диалог»*, *концерн «Газ резерв»*, *жилой комплекс АДМИРАЛ ТАУН*, *клуб «Джаз Таун»*, *суши-кафе* или чешские *shower gel*, *Tesco Stores ČR*, *beach party*, *firma CITY PLAST*, *cestovní kancelář BUS TOURIST* и много других. Поскольку выясняется, что провести те изменения, которые описываются в связи с примерами 1-й и 2-й группы, невозможно, приходится выделить еще и 3-ю группу.

- 3. В сочетаниях третьей группы препозитивное субстантивное определение нельзя просто перенести в постпозицию, даже легко трансформировать в несогласованное или согласованное определение.** Это можно было бы сделать только путем перевода или перифразы. *Дресс-код* = *код одевания*, *shower gel* = *sprchový gel*, *beach party* = *plážová party* или *party na pláži*, *BUS TOURIST* – это бюро путешествий, организующее поездки на автобусе. Но вот почему компания несет название «Тройка Диалог», могли бы объяснить только ее владельцы или те, кто ее знает, также трудно предположить, чем занимается фирма *CITY PLAST* – производством пластиковых изделий для города или ликвидацией городских пластмассовых отходов? А, вероятнее всего, еще чем-то другим. Причина невозможности использования указанных трансформаций, на наш взгляд, заключается в том, что в чешском или русском языке используется заимствованное уже готовое английское словосочетание или же по английскому образцу существительное + существительное создано новое словосочетание таким образом, что ни одна из указанных трансформаций невозможна. Говорящий в таком случае и не задумывается над тем, как сказать по-другому.

II. В нашем январском выступлении в Градце Кралоуе мы частично уделили внимание **составу препозитивного компонента**. Он может, безусловно, послужить следующей основой классификации исследуемых нами словосочетаний. По этому критерию можно выделить такие их разновидности:

- 1. Сочетания, в которых в качестве субстантивного определения находится морфологическое существительное.** Часто это имя собственное. Это такие случаи, как: *TROTINA Auto, s.r.o.*, *Daniela Models*, *Škoda Auto*, *vodka party*, *BUS TOURIST*, *джентльмен-клуб*, *спорт-бар*, *АДМИРАЛ ТАУН* и т.д.
- 2. Сочетания, в которых в качестве субстантивного определения находится лишь синтаксическое существительное.** Оно может быть представлено
 - а) одним словом:** *LEFT tlačítko*, *RIGHT tlačítko* ;
 - б) словосочетанием:** *side by side chladnička*, *ink jet papíry*, *Cali Vita konference*, *hydratační pleťový krém* **Moisture 24 Cream**, *омега-3 жиры*, *Бонниер Бизнес Пресс*;

в) сокращением: *O₂ extraliga, SMS zprávy, 3D obrázky, ČSOB Dynamický fond, Sazka Arena, ICQ-консультант, VIP-гости, ДСБ статистика, Газпром-Супер.*

III. Препозитивный компонент может быть чешского или русского происхождения. Гораздо чаще, однако, бывает иностранный препозитивный компонент, чаще всего английский, но не только. Этот факт может послужить основой третьей классификации – **классификации по происхождению препозитивного компонента.**

1. Для большинства сочетаний препозитивное субстантивное определение + определяемое существительное в обоих языках характерно **иностранное происхождение существительного, выполняющего роль определения.** Это такие сочетания, как: *пресс-служба, «Балтийская медиа-группа», джентльмен-клуб, суши-кафе, бизнес-поездка, Liebherr mraznička GS 5203, side by side chladnička, Wicca kameny, ink jet papíry, Cali Vita conference.* Чаще всего и главное слово является иностранным. Напр., русские: *шоу-бизнес, спорт-бар, проект-менеджер, дресс-код, АДМИРАЛ ТАУН* или чешские: *shower gel, Avon Lady u Avon gentleman, Tesco Stores ČR, silvestrovská beach party v Sport Café, firma CITY PLAST, cestovní kancelář BUS TOURIST.* В большинстве этих случаев, наверное, было заимствовано все словосочетание: *шоу-бизнес, дресс-код, shower gel, Avon Lady.* С этим приемом часто встречаемся в каталогах иностранных фирм, предлагающих зачастую свои изделия под их оригинальными, чаще всего английскими, названиями: *regenerační noční krém Dream Cream, hydratační pletový krém Moisture 24 Cream, Shéhérazade Veil (šál Šeherezáda).* В русских текстах и рекламах часто сохраняется написание определения или всего словосочетания латиницей: *online-версия, Web-страницы, норвежская компания Wenaas Group.*
2. Меньшая часть сочетаний – это **сочетания с чешским или русским словом (словосочетанием, сокращением) в качестве субстантивного определения:** *ČSOB Zajištěné fondy, TROTINA Auto, s.r.o., Sazka Arena, фирма «Волга БИЛД», инвестиционная компания «Тройка Диалог», ООО «Агат-Авто» и т.п.* В редких случаях можно встретить и русские существительные в роли определения, которые по своему написанию приспосабливаются к главному английскому слову: *vodka party* в клубе «Джаз Таун».

IV. Следующей классификацией является **классификация словосочетаний по происхождению словосочетания как целого.** Этому вопроса мы частично коснулись уже выше (в части I, абз. 3 и части III, абз.1). Дело в том, что:

1. **Все словосочетание может быть иностранного** (чаще всего английского) **происхождения,** т.е. оно уже как готовое заимствовано в чешский или русский язык. К тому, что было сказано выше, следует добавить, что такие словосочетания относятся не только к группе I/3 (т.е. к тем случаям, которые невозможно преобразовать ни в словосочетание с постпозитивным приложением, ни в словосочетание с определением – *шоу-бизнес, арт-бизнес, дресс-код, beach party, Tesco Stores ČR, shower gel*), но иногда они могут относиться и к другим группам первой классификации, т.е. класси-

кации по синтаксической природе препозитивного компонента: *ИК-порт*, *USB port* (гр. I/1), *Avon Lady* и *Avon Gentleman*, джентльмен-клуб (I/2).

- Однако некоторые словосочетания, как уже было сказано, несомненно, уже **были образованы в чешской или русской среде по английскому образцу**. Таким образом возникли, напр., многие названия фирм, инвестиционных фондов, учреждений общественного питания и развлечений и другие словосочетания, имеющие отношение к области бизнеса: «Бонниер Бизнес Пресс», ООО «Северо-Западное Агентство **Пресс-Информ**», компания «АДРИА-ТУРС», жилой комплекс АДМИРАЛ ТАУН, «Максвел Капитал» (название фонда); *Superstar megaparty*, *Sepie Club*, *Sport Café*, *MOTO SHOP SCOOTER* (v Náchodě), *CK BUS TOURIST*...

V. Классификация по написанию (раздельному или дефисному).

- В чешском языке подобные словосочетания сохраняют **раздельное написание**: *SMS zprávy*, *3D obrázky*, *Sport Café* и т. д.
Из русских сочетаний раздельное написание сохраняет их меньшая часть: компания «**Тройка Диалог**», московский концерн «**Газ Резерв**», жилой комплекс **АДМИРАЛ ТАУН** в Волгограде. Как следует из приведенной **ДСБ статистики**, самые коррумпированные – это сотрудники паспортно-визовой службы. Дефицит **омега-3 жиров** в организме ребенка может привести к нарушению внимания и снижению памяти. В клубе «**Джаз Таун**» Андрей Макаревич представил свою водку «Смак» на суд **VIP гостей** развлекательных комплексов «**Шторм Интернэшнл**».
- Большей приемлемости таких сочетаний в русском языке, может быть, способствует то, что они чаще всего **пишутся через дефис**: **Сервис-инженеры**, **проект- и продукт-менеджеры** из фирмы, производящей **сэндвич-панели**, одетые по **дресс-коду**, будучи в **бизнес-поездке**, встретились около **бизнес-центра**. Купили **бизнес-энциклопедию**, чтобы познакомиться с правильной организацией **бизнес-процессов**. Пообедав в **суши-кафе** недалеко от **ТВ-центра**, отправились в **джентльмен-клуб**, место частых **VIP-тусовок**, где увидели многих представителей **шоу- и арт-бизнеса**. На этом вопросе не будем сейчас останавливаться, т.к. ему было уделено больше внимания в нашем выступлении на конференции в Градце Кралове, материалы которой опубликованы.

Данную работу необходимо продолжить. Напрашивается **классификация исследуемых словосочетаний по семантике**. Об основных семантических группах мы частично говорили в Градце Кралове, но более тщательное изучение материала с этой точки зрения нам еще предстоит, также как **проведение последовательного сравнительного русско-чешского анализа**. Здесь, конечно, есть много общих черт, но намечаются и существенные различия, которые, в частности, касаются возможности и уместности употребления данных словосочетаний (см. материалы конференции в Градце Кралове). Как нам кажется, **изучение причин употребления** рассматриваемой нами конструкции – это одно из возможных направлений дальнейшего исследования.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

- Кеснер, Й.: *Препозитивное субстантивное определение в чешском и русском языках*. In: Dialog kultur IV. Sborník příspěvků z mezinárodní vědecké konference pořádané ve spolupráci se Slavistickou společností Franka Wollmana při FF MU v Brně a Českou asociací rusistů. Hradec Králové 23. – 24. 1. 2007. Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta, katedra slavistiky. OFTIS, Ústí n. Orlicí 2007, s. 145 – 149.
- Недомова, З.: *Некоторые активные процессы в грамматике русского языка начала XXI века*. In: Dialog kultur IV. Sborník příspěvků z mezinárodní vědecké konference pořádané ve spolupráci se Slavistickou společností Franka Wollmana při FF MU v Brně a Českou asociací rusistů. Hradec Králové 23. – 24. 1. 2007. Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta, katedra slavistiky. OFTIS, Ústí n. Orlicí 2007, s. 85 – 89.
- Pulčár, V.: *K formálnej stránke ruských ergoným*. In: Dialog kultur IV. Sborník příspěvků z mezinárodní vědecké konference pořádané ve spolupráci se Slavistickou společností Franka Wollmana při FF MU v Brně a Českou asociací rusistů. Hradec Králové 23. – 24. 1. 2007. Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta, katedra slavistiky. OFTIS, Ústí n. Orlicí 2007, s. 151 – 155.

СВЕТЛАНА КОРОТКАЯ

Беларусь, Минск

ГЛАГОЛЬНЫЕ ЛЕКСЕМЫ КАК СРЕДСТВО ХАРАКТЕРИСТИКИ ТОВАРА И АДРЕСАТА В ТЕКСТЕ ТЕЛЕРЕКЛАМЫ

ABSTRACT:

In the article the author deals with special cases of realisation of characterising function of verbs in the text of commercials, points out to the lexico-semantic groups of verbs relevant for characterisation of goods and commercial recipients.

KEY WORDS:

Verbal lexeme, text, commercial, characterising function of the verb, advertised goods, commercial recipient.

Телевизионный рекламный текст – это достаточно новый, молодой для постсоветского пространства тип креолизованного текста, который стал активно развиваться на рубеже XX – XXI веков. Ведущая роль в телерекламе отводится видеоряду, так как он одновременно активизирует зрительное восприятие и информирует потребителя. Аудиоряд, как правило, небольшой по размеру. Жесткая прагматическая заданность рекламного текста предъявляет повышенные требования к отбору языковых средств, в том числе и глаголов: они *«лучшие других частей речи создают образ, картинку в воображении читателя. Глаголы хорошо вовлекают, побуждают. Ведь они обозначают действие, обладают динамикой, движением, конкретностью»* [Назайкин 2003: 152].

Цель данной статьи – проследить реализацию характеризующей функции глаголов в текстах телерекламы, установить лексико-семантические группы глаголов, наиболее актуальные для характеристики товара и адресата телерекламы, представить через призму глагольной лексики обобщенный (отвлеченный от конкретной товарной группы) образ товара и охарактеризовать типичное, моделируемое рекламодателем, поведение адресата рекламы.

В соответствии с поставленной целью из 1000 русскоязычных телевизионных рекламных текстов были взяты для исследования только те глаголы (2136 лексем), актантом (субъектом) при которых выступает (или мог бы выступать, если пред-

ложение неполное) рекламируемый товар (574) или адресат рекламы (1562). Отнесенность глаголов к лексико-семантическим группам (ЛСГ) соответствующего семантического подполя и – далее – поля проводилась нами с опорой на идеографический словарь-справочник «Лексико-семантические группы русских глаголов» в случае же отсутствия там нужного глагола или же его переносном употреблении принадлежность к ЛСГ устанавливалась нами лично по словарным определениям, взятым из «Словаря русского языка» [Т. 1-4, 1985-1988] согласно методу ступенчатой идентификации.

1. Глагол как средство характеристики товара. В исследованном нами материале лишь 574 глагольные лексемы характеризуют свойства рекламируемого товара; иными словами, примерно в 40 % русскоязычных рекламных роликов копирайтеры в ситуации представления потребительских преимуществ товара вообще не обращаются к глаголу как предикцирующему, характеризующему словесному знаку. На наш взгляд, причина этого – отнесенность большинства товаров, рекламируемых по телевидению (краска для волос, дезодоранты, продукты питания, моторные масла и др.), к «категории пониженного интереса»: «*Обо всех этих товарах почти ничего нельзя сказать такого, что было бы по-настоящему интересно или ново*» [Кромптон, 1995: 118]. Рекламисты, чтобы привлечь внимание целевой аудитории, вынуждены использовать спецэффекты, создавать занимательный видеоряд и уходить от описания физических свойств и функций рекламируемого товара.

Среди глаголов, характеризующих рекламируемый товар, наиболее востребованными в текстах телерекламы являются глаголы семантического поля «отношение» – 40,2 %; они количественно преобладают над глаголами самого «емкого» в русском языке поля «действие» – в телерекламе их доля составляет всего лишь 37,8 %¹. Посредством активного использования глаголов семантического поля «отношение» в текстах современной телерекламы создается образ **товара-помощника, товара-защитника, товара-друга, товара-дарителя** (неслучайно в текстах рекламируемый товар часто олицетворяется). Наиболее актуальными для телерекламы ЛСГ поля «отношение» являются: а) **ЛСГ глаголов помощи** (40): «*Nuts*» всегда **поможет** мозгу добиться желаемого результата. В первую очередь «*Nuts*» **помогает** мозгу; б) **ЛСГ глаголов защиты** (36): «*Orbit Winter fresh*» **защитит** зубы после еды и наполнит дыхание притягательной свежестью; в) **ЛСГ глаголов сохранения** (22): Новый гель для душа «*Gohnsons*» с овсяным молочком, медом и нежными увлажнителями **сохраняет** естественную мягкость кожи; г) **ЛСГ глаголов передачи объекта** (42): Кофе **сделай** глоток, и новой жизни виток...; Тебе **подарит** кофе «*Жокей*»!; Только природная вода «*САНТА*» способна **дать** силы к победе.

Следует отметить, что в примерах названы типичные представители каждой из ЛСГ: данные глаголы, «кочуя» из ролика в ролик, делают рекламные объявления шаблонными. Распространенность в языке телерекламы глаголов, принадлежащих к вышеперечисленным ЛСГ, объясняется желанием копирайтеров убедить адресата телерекламы в том, что нужно лишь приобрести товар, а затем ждать, не прилагая никаких дополнительных усилий: **товар все сделает сам** (товар активен, потребитель пассивен): товар *поможет*, *защитит*, он *даст*, *подарит* потребителю все, в чем он нуждался и чего у него не было. Кроме того, товар способен

влиять на потребителя и приводить его в новое, лучшее, физиологическое и/или эмоциональное состояние, что на уровне языковых средств проявляется в употреблении:

- а) словосочетаний типа «глагол *дарить, давать* + абстрактное существительное, обозначающее эмоциональное или физиологическое состояние адресата, его ощущения»: «*HORTEX*» **дарит радость и здоровье**; *Я выбираю Fa. Он защищает меня 24 часа, а в жарких ситуациях дарит дополнительный заряд свежести*; *Есть средство, которое дает моей коже силу и энергию* («ВІТЭКС»). Многие из таких глагольно-именных словосочетаний можно заменить одним глаголом из ЛСГ глаголов приведения в эмоциональное или физиологическое состояние (*радует, освежает*), однако тогда утрачивается элемент «бескорыстной передачи», подчеркиваемый копирайтерами;
- б) глаголов, принадлежащих ЛСГ глаголов приведения в эмоциональное состояние (19) и ЛСГ глаголов приведения в физиологическое состояние (26): *Нежный, вкусный кефир «Домик в деревне», приготовленный из настоящего деревенского молока, утолит жажду и прибавит сил*. Нередко копирайтеры при одном глаголе семантического поля «состояние» употребляют сразу два существительных (обычно абстрактных), тем самым указывая на два мотива покупки товара «категории пониженного интереса»: *Попробуй новый «Тонус банан-апельсин». Витамины группы В, С, Д, Е заправят Вас здоровой энергией и хорошим настроением на целый день*.

Глаголы семантического поля «действие» (37,2 %), на наш взгляд, в меньшей степени, нежели глаголы поля «отношение» и поля «состояние», показательны для выявления обобщенного образа рекламируемого товара, так как они называют физические действия товаров разных товарных групп.

2. Глагол как средство характеристики адресата рекламной коммуникации. Как свидетельствует наш материал, это основная функция использования глаголов в текстах телерекламы (1562 лексемы; по семантическим полям: «действие» – 54,3 %, «состояние» – 28,2 %, «отношение» – 17,5 %). Важнейшая задача рекламы – воздействовать на потребителя и побуждать его к покупке товара, поэтому глагольные лексемы используются копирайтерами прежде всего для передачи «динамики адресата», моделирования поведения потребителя, желательного для рекламоателя.

Каким же предстает адресат в телерекламе? Рассмотрим наиболее востребованные в телерекламе ЛСГ в порядке убывания:

- а) ЛСГ глаголов пребывания в функциональном состоянии (143). Наибольшее распространение в текстах телерекламы получили именно модальные глаголы: *хотеть, желать, мочь*: **Хочешь стать супергероем? – Пей «МИРИНДУ»! Хочешь вкусенького к пиву? Есть более простое решение. Это «КИРИЕШКИ»**. Типичный адресат рекламной коммуникации – **телезритель, желающий** что-либо изменить, недовольный настоящим. Купив товар, потребитель становится **способным решить проблему** (его функциональное состояние изменяется): *Хорошо, что с новым «Safeguard» я могу надолго защитить его [ребенка] от микробов*;

- б) **ЛСГ глаголов приобретения** (116): *покупать – купить, брать – взять, получать – получить, выиграть*. Глагольные лексемы используются для создания образа **адресата приобретающего** (ср. для характеристики товара актуальна ЛСГ глаголов передачи объекта): **Купите** любую коробку шоколадных конфет фабрики «Спартак» – и **выиграйте** золотое украшение от завода «Ювелир»;
- в) **ЛСГ глаголов восприятия** (90): *смотреть, слышать, ощутить* и др. Чаще всего данные глаголы оказываются востребованными в ситуации привлечения внимания адресата к тому, что происходит на экране: **И Вы видите**, как бульон превращает обычный рис в ароматное и сытное блюдо («Gallina Blanca»);
- г) **ЛСГ глаголов познания** (74). С их помощью в рекламном тексте появляется образ **адресата, знающего** что-либо о товаре (*Там, где холодно и жарко, знают, обувь – это «Marko»*) или же **адресата, узнающего о своей проблеме** и о способах решить эту проблему (**Знаете** ли Вы, что каждый раз после еды и напитков количество вредных бактерий во рту увеличивается? (реклама «SMINT»));
- д) **ЛСГ глаголов пребывания в эмоциональном состоянии** (70) (ср. при характеристике товара востребована ЛСГ глаголов приведения в эмоциональное состояние): *Рай на земле... посреди Тихого океана... Почувствуй себя принцессой Таити! В незабываемом круизе ... или получи стильную летнюю сумку. «АКВА МИНЕРАЛЕ Принцесса Таити»*. Телезрителю не нужно прилагать серьезных усилий, чтобы изменить свою жизнь к лучшему, работать над собой: купи самый обычный товар (чай, сок, воду) – и жизнь круто изменится, перейдет на новый виток;
- е) **ЛСГ глаголов проверки** (59). Адресат **проверяющий**, а проверить товар можно только одним способом – приобретя его: **Попробуйте** новый продукт творожные зерна «Жемчужина»; **Открой** для себя маленькие нежности! («ТОРНАДО»).

Как показал наш материал, самые востребованные в телерекламе ЛСГ глаголов – это ЛСГ, относящиеся к подполям «интеллектуальная деятельность», «эмоциональное состояние», «функциональное состояние», «владение». Физические действия адресата с товаром, перемещения адресата в пространстве и др. для телерекламы неактуальны.

ПРИМЕЧАНИЯ:

¹ Ср.: по данным И.Т. Вепревой, «в поле «действие» включается 65,6 % всей глагольной лексики русского языка» [Вепрева 1991: 28].

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

- Вепрева, И.Т.: *Лексико-семантические группы русских глаголов (количественная характеристика)*. In: Актуальные проблемы лексикологии. Тезисы докладов научно-мет. конфер. Ч. 1. Даугавпилс, 1991. С. 28-29.
- Кромптон, А.: *Мастерская рекламного текста*. Тольятти, 1995.
- Лексико-семантические группы русских глаголов: Учебный словарь-справочник*. Свердловск, 1988.
- Назайкин, А.Н.: *Практика рекламного текста*. М, 2003.
- Словарь русского языка: В 4 т. М. Рус. яз., 1985-1988.*

ЕЛЕНА КОРЯКОВЦЕВА

Польша, Седльце

РУССКИЙ ЯЗЫК В ЭПОХУ ИНТЕРНЕТА: НОВЫЕ NOMINA ABSTRACTA В ТЕКСТАХ ОБЩЕРОССИЙСКИХ ГАЗЕТ

ABSTRACT:

The analysis covers more recent derivatives – nomina abstracta and nomina actionis found in the Russian press that have emerged the past year and have not yet been listed in professional dictionaries. The study of these types is based on the semantical approach in the description of word-formation facts. The author focuses here on formants and word-formation bases of nomina actionis, which have been analysed and their semantic peculiarities have been obtained.

KEY WORDS:

Nomina abstracta, nomina actionis, derivatives, tendencies, productivity, modern press, expressive words.

На рубеже XX-XXI вв., в эпоху Интернета, русскоговорящее сообщество в своих представлениях о речевых эталонах ориентируется в основном на «новояз» электронных и «бумажных» масс-медиа, характерные элементы которого переносятся не только в общий жаргон, но и в иные области языковой активности «русофонов» (см. [Нещименко 2001]). В этой связи язык современных СМИ представляет собой особый научный интерес: изучая журналистские тексты, можно судить не только о специфике организации речевого общения, но и о языковой ментальности россиян. Однако многоаспектное изучение языка российских масс-медиа – это задача монографического исследования. В данной статье анализируются способы образования абстрактных существительных, отмеченных в текстах общероссийских газет «Известия», «Труд», «Аргументы и факты», «Комсомольская правда» за 1999-2006 гг., рассматриваются особенности освоения некоторых заимствованных морфем, используемых для создания медиальных nomina abstracta. Интерес к этой семантико-словообразовательной категории объясняется тем, что абстрактная, «интеллектуальная» лексика быстрее и ярче других лексических пластов реагирует на качественные изменения этнического языка, а тенденции ее развития всегда отражали особенности эволюции русского национально-языкового сознания (ср. [Мальцева и др. 1975: 10]). Анализируя медиальные неологизмы, nomina abstracta,

мы старались определить, какие именно тенденции развития русской лингвокультуры нашли отражение при их образовании.

Категория абстрактных существительных, как известно, включает в себя *nomina actionis* и *nomina qualitatis*. Это предикатные имена – сложные носители информации, которые объективизируют или персонифицируют обозначаемые действия и качества. На рубеже XX–XXI вв., ознаменованном иноязычным разгулом масс-медийного просторечия (см. [Нещименко 2001]), неологизмами активно полняется прежде всего подкатегория имен действия (258 из 279 новых *nomina abstracta*). Масс-медийная мода на англицизмы способствовала: а) появлению гибридных словообразовательных моделей «существительное + суф. *-инг*», «существительное + суф. *-гейт*»; б) усилению продуктивности моделей с интернациональным формантом *-изациj(a)*.

Формирование модели «существительное + суф. *-гейт*» связано с весьма редким явлением – преобразованием иноязычного слова, а именно англ. *gate* ‘ворота’, в русский суффиксальный элемент *-гейт* со значением ‘скандал’. Словопроизводство по этой модели не является высокоактивным, возможно, по той причине, что российские политические скандалы масштаба *Уоттергейта* достаточно редко обсуждаются в федеральной прессе. Примеры слов с финалью *-гейт* весьма немногочисленны: *Моникагейт*, *Кремльгейт*, *Пермьгейт*, *Россгейт*.

В газетных текстах отмечено большое число заимствованных терминов с суффиксом английского герундия *-ing*: *бодибилдинг*, *боулинг*, *брэндинг*, *брифинг*, *(винд)сёрфинг*, *дайвинг*, *драйвинг*, *заппинг*, *инжиниринг*, *картинг*, *кастинг*, *кикбоксинг*, *клиринг*, *консалтинг*, *лизинг*, *лифтинг*, *маркетинг*, *мониторинг*, *маркетинг*, *паркинг*, *пирсинг*, *пилинг*, *рейтинг*, *рес(т)линг*, *роуминг*, *скайтинг*, *скрининг*, *туринг*, *тьюнинг*, *хеппенинг*, *холдинг*, *хостинг*, *форфейтинг*, *франчайзинг*, *шопинг* и др. Регулярность и серийность заимствования англицизмов на *-инг*, частота их употребления в текстах СМИ способствовали формированию эталона восприятия финали *-инг* как суффикса в языковом сознании русофонов. Именно в качестве суффикса финаль *-инг* стала активно использоваться в словотворчестве журналистов. В газетных текстах появились отглагольные и отыменные гибридные имена действия типа *вининг* ‘пьянка с распитием вина’, *позоринг* ‘опозоривание’, *писинг* ‘писание’, *водопадинг* ‘преодоление водопадов’, *каякинг* ‘перемещение на каяках’. Ср. также *водкинг* ‘пьянка с распитием водки’, *глинтвейнинг* ‘приготовление глинтвейна’, *гулянинг* ‘гулянка’, *курилинг* ‘курение’, *пивинг* ‘распитие пива’, *пьянинг* ‘пьянка’, *улучшайзинг* ‘улучшение, как правило, на показ’, *шашлыкинг* ‘приготовление шашлыка’, *путинг* ‘рекламирование кандидата Путина’ («Путинг сопровождался верноподданическими высказываниями «единороссов», самоцитированием кандидата, позированием перед фото- и кинокамерами»//АиФ, 05.06.2004) и др. Словообразовательный анализ имен действия типа *вининг*, *каякинг*, *путинг* показывает, что финаль *-инг* является суффиксальным терминоэлементом с автономным процессуальным значением, поскольку в значениях производящих слов нет процессуальной семы – она вносится в значение производного с помощью суффикса, ср.: *вино* → *вининг*, *Путин* → *путинг*.

Словообразовательная активность заимствованного форманта *-инг* объясняется следующими причинами: 1) односложной структурой и «неприхотливостью» его контактной зоны – при опоре на многочисленные англицизмы с односторонней

аффиксальной членимостью, типа *тренинг*, *шопинг* достаточно легко производятся на русской почве неологизмы типа *водопадинг*, *путинг*, пополняющие категорию *nomina actionis*; 2) способностью гибридных дериватов на *-инг* выполнять в языке прессы каламбурные и полемико-иронические функции.

Широкое использование в газетных текстах терминов и псевдотерминов с формантом *-изация* обусловлено «давлением» терминологии на общелитературный язык. Греко-латинский суффикс *-изациj-*, оформившийся в научно-техническом стиле русского языка к концу XIX века, значительно превосходит по своей эмпирической продуктивности синонимичный исконный формант *-ованиj(e)*. Оба имеют сходные значения: 1/ 'использование того, что названо производящим существительным' (*катетеризация*, *комбайнирование*); 2/ 'создание того, что названо производящим существительным' (*алгоритмизация*, *картирование*); 3/ 'наделение признаком того, кто (что) назван(о) производящим существительным' (*татаризация*, *рулонирование*); 4/ 'оснащение, наделение тем, что названо производящим существительным' (*контейнеризация*, *биркование*). Однако лексическая база для создания отыменных имен действия на *-изация* значительно шире, чем у словообразовательных типов с формантом *-ование*, поскольку имена на *-изация* образуются не только от конкретно-предметных и вещественных существительных, но и от личных существительных (*татаризация*), названий болезней (*шизофренизация*), наук (*бионизация*), стран (*канадизация*), фамилий (*пастеризация*). При этом суффикс *-изациj-* присоединяется как к исконным (*зарплатизация*, *сибиризация*), так и к иноязычным основам (*автономизация*). В языке общероссийских газет с начала 90-х гг. XX в. регулярно появляются окказионализмы типа *артизация* (Труд, 1992, N 14), *ваучеризация* (Известия, 1992, N 30), *долларизация* (Комсомольская правда, 21.04. 1997 г.), ср. также неологизмы конца XX-начала XXI века: *бандитизация*, *бартеризация*, *витринизация*, *гайдаризация*, *дебилизация*, *компьютеризация*, *маргинализация*, *мауглизация*, *макдональдизация*, *пиджинизация*, *попсовизация*, *чеченизация*, *шизофренизация* и др. Возможности словопроизводства с помощью форманта *-изация* практически безграничны, поскольку нет морфонологических, грамматических и стилистических ограничений, препятствующих образованию отыменных имен действия, а производные с этим формантом обладают всеми свойствами отглагольных *nomina actionis*.

Тенденциями к демократизации и к выразительности речи, характерными для современной лингвокультуры, обусловлен рост словообразовательной активности модели «глагол + *-ух(а)*», ранее продуктивной лишь в молодежном жаргоне. Эмоционально окрашенные *nomina actionis* типа *везуха* 'везение', *развлекуха* 'развлечение', *расслабуха* 'расслабление', 'отдых', *уважуха* 'уважение', образованные по этой модели, которые ещё 20 лет тому назад казались бы неуместными в текстах газет, ныне широко используются журналистами с целью создать дружески-непринужденный тон беседы с читателем, которого таким образом делают единомышленником.

В языке российской прессы находит свое отражение также усиление закона речевой экономии, обусловленное прагматическим стремлением как можно быстрее и в оптимально сжатом виде передать максимальное количество информации, объем которой постоянно растет. Действием этого закона объясняется активность моделей, по которым образуются универбаты-имена действия: «прилагательное +

-яшк(а)» (*полезняшка* 'компьютерная игра, полезная для развития детей'), «глагол + -лка» (*бродилка* 'компьютерная игра, где игрок вынужден бродить в лабиринтах', *искалка* 'компьютерная игра, где игроку приходится что-то искать', *ломалка* 'программа, взламывающая антивирусную защиту', *обучалка* 'обучающая игра', *развивалка* 'развивающая игра', *рисовалка* 'рисующая программа, графический редактор'). Такие универбизмы появляются в компьютерном жаргоне, затем в специализированной прессе, а впоследствии «перекочевывают» на страницы общетематических газет.

Итак, анализируя медиальные неологизмы, пополнившие абстрактную лексику на рубеже XX-XXI вв., можно сделать следующие выводы:

1. В увеличении числа *nomina actionis* за счет дериватов с интернациональным суффиксом *-изациј(а)* и адаптированных англицизмов с финалью *-инг* отражается не только усиление тенденции к интернационализации, но и растущая потребность современного русского языка в динамических предикатах.

2. Продуктивность суффиксальных терминоэлементов *-инг*, *-изациј* свидетельствует о росте агглютинативности в семантике производных слов, когда расчлененность семантическая поддерживает расчлененность структурную. Активное образование семантически регулярных отыменных имен действия с помощью этих терминоэлементов обусловлено стремлением к унификации словообразовательных связей, в котором находит отражение тенденция к интеллектуализации русского языка.

3. Появление универбатов, *nomina abstracta* типа *бродилка*, *развивалка*, значение которых поддается дешифровке только во внешнем контексте, связано с тенденцией к речевой экономии, а также с тенденцией к «национализации» лексической семантики, которая проявляется в стремлении закодировать значение мультивербизма, «свертываемого» в универбат, понятный только носителям русского языка.

4. Активность образования эмоционально окрашенных *nomina actionis* типа *везуха*, *развлекуха* обусловлена тенденцией к выразительности речи, а также функциональным, стилистическим динамизмом, который является характерной особенностью современного русского дискурса.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

Мальцева, И.М., Молотков, А.И., Петрова, З.М.: *Лексические новообразования в русском языке XVIII века*. Л., 1975.

Нещименко, Г.П.: *Функционирование модификационной лексики в языке современной публицистики*. In: Z. Rudnik-Karwatowa (ed.), *Procesy innowacyjne w językach słowiańskich*. PAN, Warszawa, 2003, s. 139-150.

VĚRA KOZÁKOVÁ, ANDY CHERNEL

Чехия, Злин

SOME OBSERVATIONS ABOUT THE LANGUAGE OF THE INTERNET AND THE CZECH LANGUAGE

ABSTRACT:

Лексика чутко отражает изменения, которые наблюдаются в разных сферах жизни общества. В последние годы в современном языке происходит огромное развитие словарного состава, главным образом, в направлении его обогащения за счет заимствований из английского языка. В нашем докладе сосредоточимся на языке интернета. Следует отметить, что происходит процесс детерминологизации терминологической лексики благодаря ее широкому употреблению в СМИ. В процессе заимствования английских слов можно отметить одну тенденцию. Большинство англицизмов в чешском языке заимствовано без всяких изменений.

KEY WORDS:

Интернет, информационные технологии, экономика, конкурентоспособность, глобализация.

INTRODUCTION

The representative of new media has become the Internet, which has brought new dimensions to communications. In a globalised world, the Internet has become a phenomenon not only of employment opportunities, working tools and medium, but also the source of easily and readily accessible information. Information and Communication Technology (further only ICT) are, today, the key agents for innovation and creativity, stimulating and encouraging advances in every scientific discipline. New technologies intermingle with our lives and are, to an ever greater extent, changing our behaviour and view of the world.

Among other things, these changes are also apparent in the validation and use of special terminologies – which may, and can, lead to shifts in significance in professional forms of expression. Terminological differences can often lead to misunderstanding or a lack of comprehension; it can mean the slanting or other deformation of the content aspect of the information in question, or even to breakdowns in the coherence and continuity of communications.

In this paper, we wish to draw readers' attention to the appearance and expression of a dynamic tendency in the Czech language among IT businessmen (among many others). A similar attempt to address these issues in the Czech Republic is being made by others

too, for example: J. Bartošek, I. Bozděchová, F. Čermák, F. Daneš, M. Dokulil, J. Filipec, K. Horálek, J. Hrbáček, O. Martincová, B. Rudincová, S. Žaža, etc.

Through the use of the Synchronomous Confrontational Analysis Method, we demonstrate how, among a variety of types of descriptors, both competitive and synonymous relationships arise. Our starting-point is based upon excerpts from a varied range of sources oriented on IT. In this paper we have chosen to limit ourselves to mentioning only some of the subsidiary and partial aspects of our research investigations. We have concentrated our attentions on foreign language lexical sources (i.e. loan words) and media and their morpho-syntactical differentiation in selected IT texts.

As it is clear from the outcomes of our investigations, the (Anglo-American) nouns with the highest (Czech) frequency-rates are: *internet*, *implementace* (*implementation*), *program*, *technologie* (*technology*), *integrace* (*integration*), *mail*, *trend*, *monitoring*, *outsourcing*, *notebook*, *spam*, *vir* (*virus*), *monitor*, *displej* (*display*), *médium* (*medium*), *software*, *hardware server*, *konfigurace* (*configuration*), *standard*, *laptop*, *skener* (*scanner*), *processor* (*processor*), *bonus*, *modem*, *menu*, *design*, *adaptabilita* (*adaptability*), *update*, *decoder* (*decoder*), *player*, *homepage*, *cluster*, *chat*, *source*, *spyware* (*ibid*), *hacker*, *rootkit*, *mystery shoppers*, etc. In the analysis, nouns were in first place making up almost 50% of the total, while adjectives finished in second place with 20 % of the total.

As regards adjectives, there is a preponderance of derivatives drawn from the nouns mentioned above: e.g. *internetový* (*Internet-related*), *implementovaný* (*implemented*), *integrováný* (*integrated*), *programový* (*programme/programme-related*), *naprogramovaný* (*programmed*), *internetový* (*Internet-related*), *digitální* (*digital/digital-related*), *mobilní* (*mobile*), *monitorovaný* (*monitored*), *mediální* (*medial/media-related*), *redundantní* (*redundant*), *licenční* (*licensing/licence-related*), *upgradovaný* (*upgraded*), and many more [1]

In comparison to nouns and adjectives, verbs are much less well-represented in (Czech) IT texts (only 12 %), which only goes to prove that the Czech language tends to express time and action related issues through its own lexical resources. Using foreign language nouns as a base/root, Czechs tend to create verbs with typical Czech suffixes: e.g. **-ovat** ('To' + Infinitive suffix form): i.e. *mailovat* (*to mail/email*), *faxovat* (*to fax*), *skenovat* (*to scan*). Further mutation examples without translation are: *monitorovat*, *implementovat*, *vizualizovat*, *instalovat*, *mutovat*, *identifikovat*, *digitalizovat*, *synchronizovat*, *investovat*, *distribuovat*, *reprodukovat*, *aplikovat*, *legalizovat*, *dekódovat*, *surfovat*, etc.

In another investigation, we oriented ourselves on ways of enriching vocabulary. A significant role in word creation is played by derivation. When deriving nouns and adjectives, there is a clear tendency to impose foreign language prefixes: e.g. **multi-** (*multimédia*, *multimediální notebook*, *multimediální projektory*), **maxi-** (*maximální disková kapacita*, *maximálně účinné řešení*), **mikro-** (*mikroprocesor*), **makro-** (*makroprostředí*), **mega-** (*Siemens disponuje megapixelovým foťáčkem*, *megabajt*), **super-** (*supercena*, *superpočítač Albert2*), **anti-** (*antivirové a antispamové kontroly*). Through the intermediary (of the penetration) of English, the Czech language is being confronted with both Latin and Ancient Greek as the basis of an international terminology.

In the case of such assimilations, the time-line perspective is of great importance. The penetration of foreign language terminology (into Czech) is a historically-conditioned phenomenon. At the current time, it has to do with an intensive process rendered more so as a consequence of the booming developments in the IT sector. To begin with, this

new and unknown terminology stimulates distrust, uncertainty, accompanied by a lack of knowledge about its correct spelling and pronunciation (e.g. *rootkit*, *spyware*, *moving*) [2]. We call such items neologisms.

These linguistic assimilations acclimatise themselves over time in the Czech vocabulary and gradually acquire specifically Czech graphical and phonetic forms (e.g. *byte* – *bajt*, *display* – *displej*, *business* – *byznys*, *scanner* – *skener*, *video-recorder* – *videorekordér*, *chip* – *čip*, etc.). Some are superseded – immediately by their Czech equivalents – as long as they exist, others over time (e.g. *computer* – *počítač*, *memory* – *paměť*, *net* – *sít*, *team* – *tým*). In cases where Czech does not have its own equivalent to hand, nor is it able to create one, it enriches itself with these Anglicisms (Americanisms), which are perceived as neologisms.

The following sentences document two antithetical tendencies, typical for professional languages in a globalised environment:

1. *Dokáže můj antivirus detekovat rootkity?*
2. *Vyvinuli jsme proaktivní řešení, které chrání uživatele před viry, červy, spyware, phishing, rootkity a dalšími hrozbami.*

On the one hand terminology is penetrating into the everyday vocabulary, while the general language base is becoming more professionalised. On the other hand however, this growing professionalism has as its consequence its generalisation, (since) we perceive these terms as being part of the general vocabulary. The Czech language is considered to be a flexive, synthetic language. Through the influence of English, it is possible to observe a deviation towards analyticism. In the course of searching for equivalents to foreign word-creation sources, two significant tendencies have a contra-indicative effect one upon the other. The first struggles for the greatest possible degree of explicitness – requisite for the professional terminology. The second tendency is oriented on linguistic economy. Often, the Czech language finds it impossible to replace a foreign single-word term by its own single-word equivalent (e.g. *homepage* – *domovská stránka*).

The process whereby Anglicisms (*Americanisms*) are penetrating into languages is very dynamic, and in the case of the Czech language, happening very easily. In the initial phase of this process – a certain schismatic unsteadiness is thus clear in the domestic (Czech) vocabulary. Two, sometimes even three variants may exist concurrently for a single term: e.g. *Internet* – *internet*, *e-shop* – *eshop*, *e-mail* – *email* – *e-Mail*, *on-line* – *online*. Over time, one variant imposes itself and is incorporated into the literary vocabulary.

Terms, professional terms and even slang terms are assimilated. This assimilation is usually for internal linguistic reasons (e.g. a missing equivalent in the mother tongue, or for economies of speech) as well as for external reasons (e.g. the simplification of international communication, or the transparency of terminology).

The characteristic feature of ICT is its use of metaphorical and metonymic descriptive naming, created under the influence of depictive descriptive naming (further only ‘denominator’) in English. This denominator comes from expressions that people come across on a day-to-day basis, or from such terms which people are used to using in other professional fields: i.e. *myš* – *mouse*, *červ* – *worm*, *vir* – *virus*, *okno* – *window*, *paměť* – *memory*, *sít* – *network*, *pirát* – *pirate*, *menu* – *ibid* (*jídelníček*), *trojský kůň* – *trojan horse*, *díra* – *loophole* (for instance in the latest version of Microsoft – *Vista*), etc. The depictive qualities of denominators in such cases fulfill the tendency to simplify and to make complicated technologies approachable to normal everyday users.

The most widely extensive resource for so-called (in Czech) “univerbisation” is the creation of abbreviated descriptive denominators. Professional terminology is significantly enriched by abbreviations and abbreviated words, which occur in professional texts with a greater than 10 % frequency. The majority of these abbreviations do not originate directly from the Czech language, but rather they are assimilated predominantly from the English language (e.g. *TV, PC, CD, DVD, IT, ICT, SMS, USB, MP3*). The “univerbisation” process is closely associated with the tendency for linguistic economy and compactness of expression.

The time-horizon is a very important issue for assimilated loan words. To begin with, new and unknown terms cause distrust, uncertainty, and a lack of knowledge about their spelling and pronunciation (e.g. *rootkit, spyware, moving*). We call these neologisms. Developments in the communications field of IT are influenced by many factors and mutually interlinked associations, the most important of which is the stormy evolution of both of these scientific disciplines – i.e. economics and IT. Both are subjected to the influence of English and both terminological systems interpenetrate one another. The Czech language does not defend itself against the influx of anglicisms, but rather, it functions like an open system, capable and able to create new linguistic resources, and to adapt itself to (include) them.

CONCLUSION

The aim of this paper was to draw attention to the topicality of the problems and issues described herein and to describe how the Czech language is reacting to the influence of the influx of anglicisms, and how linguistic resources (loan words) describe new phenomena and reality. What is analytically clear is that there is a tendency towards the internationalisation of the Czech vocabulary. Changes in the contemporary vocabulary of the IT field are influenced by the most modern advances in technologies and the countries of their origins. At the present time, not only knowledge of information technologies is expected of one, but equally knowledge of economics and of foreign languages – and especially of English. Their roles are irreplaceable for working with IT, in international teams, and for an understanding of inter-cultural differences.

LITERATURE

- 1 Martincová, O.: *Nová slova v češtině. Slovník neologizmů*. Praha: Academia, 1998.
- 2 Hais, K., Hodek, B.: *Velký anglicko-český slovník*. Praha 1991.
- 3 Bolz, N.: *Wörterbuch der New Economy*. Mannheim: Dudenverlag, 2001.
- 4 Collins, H.: *Business German*. New York: HarperCollins Publisher, 1992.
- 5 Rudincová, B.: *Typy pojmenování v současné ruštině*. Ostrava: OU FF, 2001.

ИВОНА ЛУЧКУВ

Польша, Вроцлав

ИНТЕРНЕТ КАК ИСТОЧНИК ЯЗЫКОВОГО МАТЕРИАЛА ДЛЯ СИНТАКСИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ТАКСИСНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В РУССКОМ И ПОЛЬСКОМ ЯЗЫКАХ)¹

ABSTRACT:

The modern linguistic research is based to a considerable degree on the linguistic material excerpted from large (morpho-syntactically annotated) corpuses of texts and from the Internet. The article presents the problems of using those sources in syntactic confrontation on the example of Russian and Polish taxis structures.

KEY WORDS:

Taxis, syntax, corpus linguistics, Polish language, Russian language.

Интернет – сравнительно новое техническое средство, возможности применения которого для лингвистических исследований пока трудно ещё точно определить, а его перспективы в этой области, на самом деле, нельзя сегодня предугадать. Это и место, где уже сейчас можно пользоваться разнообразными словарями, и место, где размещены лингвистические тексты (монографии, статьи, сборники,² авторефераты кандидатских и докторских диссертаций и др.), и место, где найдём большие библиографические базы данных,³ а также «собратьев» по интересующей нас тематике. Однако, это прежде всего практически необъятный источник языкового материала, который может быть использован так для описания одного языка, как и для сопоставительного описания разных языков.

Поскольку процедура выбора из текстов примеров для синтаксического описания с трудом поддаётся автоматизации, то до сих пор интернет-ресурсы применяются в основном в работе лексикографами и лексикологами. В значительно меньшей мере к этому источнику прибегают синтаксисты. Это вызвано многомерностью и сложностью объекта исследований, что отражается, между прочим, и в больших аннотированных корпусах текстов, в которых чисто синтаксическая информация практически отсутствует. Однако лингвистам вполне понятно, что будущее синтаксических исследований в большой степени определено, между прочим, возмож-

ностью автоматизированного составления большого по объёму корпуса примеров для анализа, что позволит не только провести их семантико-синтаксическое описание, но и определить частотность употребления в речи определённых структур, их появления в разных стилях речи, в текстах разного времени. Помочь в этом может использование как лингвистического ресурса поисковых систем Интернета. Именно этот источник помогает за довольно короткое время собрать достаточно надёжный по количеству и качеству корпус языкового материала, предназначенного для описания. С этой целью могут быть использованы с одной стороны общие ресурсы Интернета, с другой же стороны, размещённые на сайтах – аннотированные корпуса текстов.⁴

В настоящем докладе постараемся коротко представить возможности (учитывая и достоинства и недостатки) применения названных ресурсов для сопоставительных синтаксических исследований. Сказанное проиллюстрируем на примере языкового материала, собранного для сопоставительного описания выражения таксисных значений одновременности, предшествования и следования в русском и польском языках. Данные значения выражаются в обоих языках системой разноструктурных полипредикативных конструкций, к которым принадлежат сложные временные предложения (*Когда Аня читает книгу, она слушает музыку; Едва мама вернулась из Крыма, уже собирается в командировку; Kiedy przyjadę do Krakowa, umówimy się na kawę; Jak wrócisz do domu, zadzwoń do brata; Zanim pójdziesz na egzamin, przeczytaj ten artykuł;*), простые предложения, осложнённые деепричастными оборотами (*Читая книгу, Аня слушает музыку; Вернувшись с экскурсии, Аня написала сочинение о Праге; Jadąc do Krakowa, poznałam ciekawego człowieka; Wróciwszy z wycieczki, Piotr zadzwonił do brata;*), и простые предложения с предложно-падежными конструкциями (*Проявляйте осторожность при чтении электронной почты; Перед экзаменом по истории студенты прочитали много архивных материалов; Po powrocie do domu zadzwoń do brata; Podczas konferencji wysłuchaliśmy wielu ciekawych referatów.*)

При составлении картотеки примеров, предназначенных для описания определённых синтаксических конструкций, лингвист сталкивается с двумя основными проблемами. Во-первых, это проблема, связанная с центральными для выражения данного значения структурами, которых очень много в текстах (напр., сложные временные предложения в структуре функционально-семантических полей темпоральности и таксиса). Во-вторых, проблема, связанная с периферийными для определённого значения структурами, которые встречаются в языке значительно реже (напр., таксисные значения, выражаемые некоторыми предложно-падежными сочетаниями в простом предложении, ср. *В бытность студентами мы иногда радовались, когда пропадали занятия; Именно Германия, пишет Financial Times, проделала большую часть предварительной работы по обеспечению их свободы в бытность председателем ЕС; Sam plac na Burku zmienił się za bytności Jakubowskiej bardziej niż pozostałe otoczenie*). Дело не в том, чтобы точно посчитать все интересующие нас предложения, что было бы задачей чрезвычайно трудной, крайне неэффективной и практически невыполнимой. Применение такого точного количественного метода в синтаксических исследованиях не может привести к положительным результатам.⁵ Однако вполне возможно его применение, чтобы показать общие тенденции в языке, т.е. в общих чертах позволяет определить,

какие конструкции преобладают в данном языке в количественном отношении. С этой точки зрения предлагается следующая классификация:

- А) Большие в количественном отношении группы, представленные в корпусах десятками тысяч примеров – в Интернете сотнями тысяч или миллионами. При выражении таксисных значений это, напр., сложные временные предложения. Из них особенно те, оформленные союзами (рус.) *когда, пока, едва, прежде чем, перед тем как*; (поль.) *kiedy/gdy/jak, zanim, ledwie, zaledwie*.
- Б) Средние в количественном отношении группы, представленные в корпусах тысячами примеров – в Интернете десятками тысяч примеров. Ср., напр., русские предложно-падежные конструкции с предлогом *накануне*, ср.: *Посещаемость сайтов – «собеседников» Путина начала расти ещё накануне самого интервью* [интернет]. *Оргкомитет Олимпийских игр Солт-Лэйк-Сити накануне террористических актов в США реализовал большую часть билетов на соревнования* [интернет]; или польские конструкции, осложненные деепричастными оборотами типа: *Prezydent Rosji Władimir Putin, wróciwszy ze spotkania w Siewieromorsku poświęconych tragedii “Kurska”, zażądał korekty budżetu na rok 2001 i zwiększenia wydatków na cele obronne* [IPI PAN].
- В) Небольшие в количественном отношении группы, представленные в корпусах сотнями примеров – в Интернете сотнями или тысячами. Ср., напр., временные предложения, оформленные союзом *раньше чем*: *Раньше чем давать ответы, надо было бы задуматься над вопросом* [НКРЯ]; или польские конструкции с предлогом *w przededniu / w przeddzień*: *Stoimy w przededniu bardzo ważnych decyzji o zmianie podziału administracyjnego naszego państwa* [IPI PAN]; (...) *Ula Dudziak (...) przyszła, by w przeddzień swojego koncertu posłuchać kolegów* [IPI PAN].
- Г) Редкие примеры – до 100 примеров в корпусе (нередко они отмечены единичными примерами или вообще отсутствуют) – в Интернете их количество не достигает тысячи примеров, чаще составляет несколько десятков. Ср., напр., временные предложения, оформленные союзами *прежде чем, перед тем как, до того как, раньше чем*, в которых предикат выражен связкой *быть* в форме инфинитива и причастием страдательного залога прошедшего времени (*Прежде чем быть поставленными на сайт, все статьи проверяются администратором; Перед тем, как ему быть снесённым, он послужил некоторое время в качестве тихийного торгового центра.*);⁶ К этой группе причислить следует также русские и польские предложно-падежные структуры типа *В бытность редактором молодежной газеты он подобного себе не позволял* [НКРЯ]; *Powołując się na obietnicę otrzymaną w czasie bytności Pana Radcy u mnie, zwracam się z uprzejmą prośbą o założenie w moim atelier podwójnego okna (...)* [IPI PAN].

Предложенная классификация имеет чисто условный характер, но, кажется, она передаёт общую специфику соотношения статистических отношений между аннотированным корпусом текстов и Интернетом. Конечно, следует иметь в виду, что в НКРЯ пока в минимальной степени снята грамматическая омонимия. Поэтому, в результате поиска в НКРЯ союза *пока* появляются примеры с омонимичными на-

речиями и междометиями, ср. *Больше рассказать пока нечего – всю неделю провёл дома. Пока!* (Письмо юноши, 2004). В случае экскерпции примеров с деепричастием от глагола *мыть* появляются не только конструкции с сочетаниями типа *моя посуда*, но и *моя сестра* (см. также *варя суп* и *Варя Ивановна*). В силу данного обстоятельства, работая с этим корпусом, на первом этапе необходимо «вручную» отобрать интересующий нас языковой материал. Поэтому, как показывает опыт, пока омонимия в НКРЯ не снята, представленные в нём статистические данные затемняют истинную картину того, что мы пытаемся найти и описать. В польском корпусе IPI PAN [www.korpus.pl] грамматическая омонимия снята, поэтому количественные данные можно считать надёжными.

Грамматическая омонимия в размеченных корпусах текстов – это лишь одна из проблем, с которой сталкивается лингвист, использующий в своей работе интернет-материал. Не менее важным является вопрос многозначности языковых единиц. Данную проблему можно проиллюстрировать на примере довольно большой группы временных предложений, оформленных многозначными союзами, напр., (рус.) *когда*, *пока*, (поль.) *kiedy*, *gdy*, *jak*, которые появляются и в других типах сложноподчиненных предложений. В каждом таком случае с любым корпусным материалом приходится работать «вручную», отбирая примеры для анализа, и даже самые общие количественные данные, представленные в корпусах, ни в какой степени не соответствуют действительности.

Другие проблемы появляются, когда обращаемся к составлению картотеки конструкций, принадлежащих к периферии поля таксиса. Проиллюстрируем это на примере предложно-падежных конструкций *при* + *Loc* в русском языке и эквивалентной конструкции *za* + *Gen* в польском языке, выражающих одновременность действий. Предложения с словосочетаниями типа *при Екатерине II*, *при Путине*, *za czasów panowania Katarzyny II*, *za Gierka* в аннотированных корпусах текстов представлены немногочисленными примерами, иногда единичными. Для пополнения картотеки следует обратиться к другим источникам языкового материала. На помощь в таком случае приходят, между прочим, общие ресурсы Интернета. И так, напр., сравнительно новая структура *za prezydentji (Niemiec, niemieckiej)*⁷ в корпусе IPI PAN отмечена всего 8 раз, а эквивалентная русская структура *при председательстве (Германии, германском)* – не отмечена в НКРЯ ни один раз. Поисковая система Google показывает совершенно другую картину⁸. Словосочетание *za prezydentji* появляется 210⁹ раз, в том числе, напр., *za prezydentji Niemiec* 29 раз. Словосочетание *za niemieckiej prezydentji* появляется 10 раз. Соответственно, словосочетание *при председательстве Германии* встречается 18 раз, а словосочетание *при германском председательстве* 10 раз. Поскольку таксисное значение одновременности выражается в простых предложениях синонимическими предложно-падежными конструкциями типа: (рус.) *во время* + *Gen* / *в течение* + *Gen* / *в процессе* + *Gen* / *в ходе* + *Gen*; (поль.) *w czasie* + *Gen*, *w trakcie* + *Gen*, *w toku* + *Gen*, *podczas* + *Gen*, *za* + *Gen*, мною была проверена частотность их появления с существительными *prezydencja* / *председательство*. Количественные данные, показывающие появление рассматриваемых конструкций в системе Google представлены ниже:

<i>za prezydencji</i>	210
<i>podczas niemieckiej prezydencji</i>	52
<i>za prezydencji Niemiec</i>	29
<i>w czasie niemieckiej prezydencji</i>	25
<i>w czasie prezydencji Niemiec</i>	20
<i>podczas prezydencji Niemiec</i>	23
<i>za niemieckiej prezydencji</i>	10
<i>w trakcie niemieckiej prezydencji</i>	17
<i>w trakcie prezydencji Niemiec</i>	1
<i>при председательстве</i>	236 (*) ¹⁰
<i>во время председательства Германии</i>	91
<i>во время германского председательства</i>	24
<i>при председательстве Германии</i>	18
<i>при германском председательстве</i>	10
<i>в течение председательства Германии</i>	1

Остальные структуры не зарегистрированы.¹¹ Однако, для представления полной картины выражения рассматриваемого значения следует отметить ещё как минимум две структуры в русском языке. Имеются в виду предложения, осложнённые деепричастными оборотами (*будучи председателем ЕС* – 11; *будучи председателем Евросоюза* – 9; *будучи председателем Европейского союза* – 3), а также конструкции с предложно-падежным сочетанием в *бытность председателем*, ср., *Именно Германия, пишет Financial Times, проделала большую часть предварительной работы по обеспечению их свободы в бытность председателем ЕС*. Полученные результаты позволяют, как видим, определить частотность появления конкретных структур в анализируемых языках, что, в свою очередь, можно применить в практике перевода.

Использование корпусов текстов и Интернета в современной деятельности лингвистов постепенно становится нормой. Целью настоящей статьи было обратить внимание на особенности применения поисковых систем сети Интернет как ресурса для сопоставительных синтаксических исследований. Пользуясь названными источниками, задав поиск определённых форм или конструкций, за короткое время можно получить данные, на сбор которых в иной ситуации потребовались бы месяцы (если не годы). Интернет-материал позволяет отметить новые явления и тенденции в языке, которые очень трудно поддаются наблюдению с применением других методов анализа языкового материала (ср. *Прежде чем быть поставленными на сайт, все статьи проверяются администратором*).

ПРИМЕЧАНИЯ:

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке Министерства науки и высшего образования Республики Польша на средства, предназначенные для финансирования научных исследований в 2006–2008 гг. (проект № N104 017 31/1751).

² Многие тексты польской лингвистической классики помещены уже в Интернете на сайтах цифровых библиотек. Их общий обзор представлен в статье: Лучкув, И.: *Польская лингвистическая литература XIX – нач. XX вв. в цифровом формате. На пути к созданию библиографии польской лингвистики в фондах интернет-библиотек*, Лексикографічний бюлетень, вип. 13, Київ 2006, с. 76–80.

³ Ср., большие библиографии на сайтах www.blonline.nl и www.inion.ru. В ближайшее время в Интернете планируется поместить вышедшие до сих пор 6 томов библиографии литературы по славян-

скому языкознанию (*Bibliografia językoznawstwa slawistycznego* за 1992-1997 гг.) [www.ispan.waw.pl/cnis/BJS.htm].

⁴ Ср., аннотированные морфосинтаксической информацией корпуса польского и русского языков: Korpus Języka Polskiego IPI PAN [www.korus.pl – дальше IPI PAN] и Национальный корпус русского языка [www.ruscorgora.ru – дальше НКРЯ].

⁵ За исключением тех случаев, если анализу подвергается точно определённый языковой материал, напр., сочинения Л. Толстого или А. Чехова.

⁶ Описание данных структур представлено в статьях: Łuczków, I.: *Все двигатели проходят испытания, перед тем как быть установленными в автомобиль. О pewnym typie rosyjskich konstrukcji wyrażających następcość zdarzeń*, In: *Wyraz i zdanie w językach słowiańskich. 5. Opis, konfrontacja, przekład*, red. M. Sarnowski, W. Wysoczański, („Acta Universitatis Wratislaviensis” nr 2747. Slavica Wratislaviensia CXXXVIII), Wrocław 2005, s. 189-196; Лучкув И.: *Таксис следования. Временные предложения с формой БЫТЬ + participium perfecti passivi в придаточной части*, In: *Русский язык: исторические судьбы и современность. III Международный конгресс исследователей русского языка. 20-23 марта 2007 года. Труды и материалы*. Составители М.Л. Ремнёва, А.А. Поликарпов, Москва 2007, с. 249-250.

⁷ Лексема *prezydentcja* не отмечена пока в современных толковых словарях польского языка (напр., *Uniwersalny słownik języka polskiego*, wersja 1.0, [CD-Rom], Warszawa 2004).

⁸ Все количественные данные получены 3.08. 2007 г.

⁹ Количественные данные не учитывают примеров, отмеченных на повторяющихся сайтах.

¹⁰ Значение слова *председательство* значительно шире, чем польского *prezydentcja*, поэтому (*) обозначены случаи, когда интересующий нас материал следовало бы отобрать «вручную».

¹¹ С целью представления полной картины ту же процедуру можно провести и для других стран Европейского союза.

ТАТЬЯНА МИЛЕВСКАЯ

Россия, Санкт-Петербург

ЗАКОНЫ ЖАНРА ИЛИ ЗАКОНЫ ЯЗЫКА? (СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТЕКСТОВ РУССКИХ И ЧЕШСКИХ МЕМУАРОВ)

АБСТРАКТ:

With respect to Russian memoirs the author is manifested in three hypostases: as author-narrator, author-personage and author-commentator. Modifications of the hypostases are conditioned by their relationships with text time. Comparative analysis of Russian and Czech memoirs from this point of view shows as their similarity. It means that peculiarity of subject's structure of memoirs texts depends on genre, not on language.

KEY WORDS:

Memoirs, subject, author, genre, text, comparative analysis, time, Russian, Czech.

Жанр мемуаров существует во всех литературах, определяющим признаком является, в основном, его содержательная сторона: это повествование реального лица о своем реальном прошлом.

Исследование текстов русских мемуарных произведений XX века с лингвистической точки зрения выявило ряд жанрообразующих признаков, к которым относятся своеобразие авторского присутствия в тексте, особенности отношения автор-читатель и специфика временной семантики. [Милевская 2001: 67-74; 2004: 318-324; 2006: 207-217]

Данная статья представляет собой попытку сравнительного анализа текстов русских и чешских мемуаров с целью ответа на вопрос: являются эти признаки типичными только для русского языка или их природа значительно шире и свойственна жанру вообще. Ответ на этот вопрос позволит более точно определить мемуарный жанр как таковой и вывести его из области «неопределенных жанровых ожиданий».

В фактуальном произведении (в отличие от фикционального) «автор несет полную ответственность за утверждения в своем повествовании, а следовательно, не допускает какой – либо автономии какого бы то ни было рассказчика» [Женетт 1998: 397]: он сам рассказывает о своей жизни и о себе в этой жизни, он выбирает и описывает события своего прошлого, он регулирует темп и ритм

повествования, он формирует пространство текста и управляет его временем, то есть является **автором-повествователем**. В то же время в мемуарном тексте личность автора может проявляться не только в качестве строителя текста или его персонажа, но и носителя памяти и оценки, в этом случае можно говорить об **авторе-комментаторе**.

Это новое проявление реального автора, он становится субъектом речи в ином времени, появляясь в момент выхода автора-повествователя из времени текста. Этот выход может быть спровоцирован желанием высказать свою точку зрения по поводу сказанного выше и/или нахлынувшим чувством, овладевшим им под влиянием воспоминаний, стремлением или необходимостью подвести итог, сделать вывод.

Таким образом, между автором-повествователем и автором-комментатором – ипостасями одного реального лица, разделенными во времени, происходит авторско-коммуникативный диалог.

Проанализируем пример, демонстрирующий, на наш взгляд, большинство характеристик мемуарного текста:

*„Vzpomínám na natáčení filmu Plavecký mariáš s Jaroslavem Marvanem a Jiřím Vrchotou, což byl obletovávaný herec, miláček žen. Já před ním ale spíš prchala. Byl to typ milovníka, po němž ženy šílely. Mně se třeba také líbil, ale nikdy bych s ním nějaké techtle mechtle nemohla mít. Dostávala jsem tehdy mnoho proseb o fotografie, ale ne o moje – ženy mne prosily, abych jim sehnala fota pana Vrchoty. **Když jsem později** točila seriál Duhový luk, dostávala jsem opět prosby o fotky, ale zase ne o moje, dámy toužily po podobenkách sympatického polského herce Mikulského. [...] Tohle všechno už je dávno pryč.*

Myslím, že se i herci dnes trochu změnili. Dříve byli pokornější a – profesionálnější. Stává se, že některý mladý herec dnes udělá dvě tři věci a už je na to pyšný. Hrála jsem s panem Högreem, Voskou, Marvanem, Peškem. Nikdy jsem u nich nepocítila ani náznak ješitnosti anebo pýchy. Měli v sobě úžasnou pokoru, byli skromní a poctiví k řemeslu“. [Fialová 1999: 33]

Первое предложение принадлежит автору-повествователю. Это рассказ о событиях прошлого. И в русских и в чешских текстах автор-повествователь чаще всего проявляется в конструкциях типа: *я помню, не могу не вспомнить, никогда не забуду*; ср. *vzpomínám na...*, *pamatuji se na*, *nikdy nezapomenu*, *ještě si vzpomínám* и т. п. Второе, третье и четвертое предложения – реплики автора-комментатора, в них заключена оценка с точки зрения временной перспективы. Это уже рассуждение человека, анализирующего не конкретную описываемую, а обобщенную ситуацию. Анализ, основанный на опыте, связанном с рядом последующих ситуаций и наблюдений. В пятом предложении возвращается автор-повествователь, продолжающий рассказ, опять прерываемый автором-комментатором, объединяющим через анахронию два временных пласта, связанных сходством ситуации.

Здесь необходимо отметить особенности временной организации мемуарного текста. Время в мемуарах пространственноподобно, оно даже не ось, по которой можно двигаться в обоих направлениях, а скорее, неправильный кристалл, где темпоральные линии, формирующие грани этого кристалла, расходятся в разные стороны, и моменты воспоминаний, т.е. «информативные сгущения» связываются лишь памятью и ассоциациями автора. Это чувствуют и сами мемуаристы: «Я

это правильно говорила: хочешь вспомнить одно, а приходит на память совсем другое. [...] память, вместо того чтобы помочь мне, подсказать, как ей получается, все об этом событии, подсовывает совсем другие картины...». [Зеленая 2004: 375]

Появление анахроний связано с изменением ипостасей автора: автор-комментатор провоцирует анахронии, выходя из времени текста, автор-повествователь, регламентирующий текстовое время, восстанавливает временной порядок. В эксплицитных анахрониях чаще всего используются конструкции с темпоральной лексикой: *с тех пор, до сих пор, раньше, ранее, позднее, позже, теперь, тогда*; глаголом *возвращаться – вернуться*; ср. *jak již vzpomenu to dříve, ale zpátky k čemu, učiním malou odbočku..., vrátím se ještě k...* и т.п.

В седьмом и последующих предложениях (между шестым и седьмым опущен большой фрагмент, принадлежащий автору-повествователю) автор-комментатор опять выходит из текстового времени. Седьмое предложение – возвращение в координаты «здесь и сейчас» на момент создания текста, несущее в эмоциональном плане мотив утраты и сожаления, что для мемуарного текста типично. Ср. **«Только спустя сорок лет я понимаю, как щедро было то лето на узнавание совершенно новых и куда более значительных, нежели тогда я думал, людей»**. [Герман 2000: 300]

Восьмое предложение начинает абзац, представляющий точку зрения автора на современную ситуацию, оценку с позиции жизненного опыта. В русских текстах комментатору свойственны конструкции типа: *я думаю, теперь я понимаю, теперь я знаю, тогда я еще не знал, должен сказать, отметить, добавить* и т.п.; ср. *myslím, k něčemu se musím přiznat, řekl(a) bych, přiznám se, musím upřímně upovědět* и т.п.

Эксплицитно выраженная оценка придает словам автора-комментатора назидательный характер, поскольку они обращены к молодежи и открывают возможность в познании прошлого и автор надеется, что его мысли принесут пользу в познании самой жизни и некоторые предупреждения, основанные на опыте.

Оценочная реплика автора-комментатора может быть заключена между двумя информативными предложениями автора-повествователя: *„Na Smíchově jsem také začal chodit do školy. Upřímně musím doznat, že jsem nebyl vynikajícím studentem, žádným nadaným študiózem, byl jsem průměrný žák. Měl jsem rád češtinu a tělocvik.“* [Vinklář 2004: 15]. Слова комментатора часто представляют собой попытку восстановления и описания взрослым человеком детских впечатлений или имеют оттенок вывода: *„Na ten den s maminkou při jejích vyvzpomínkách nikdy nezapomenu. Všechno bylo daleko, daleko, byli jsme jen dva u nás doma v posteli, a já poslouchal mamčinu vyvzpomínku a přesně jsem hned všechno viděl před sebou, ani jsem při tom nemusel zavírat oči. Byly to opravdu vyprávěné scénáře“* [Vinklář 2004: 21].

Таким образом, рассмотрев в сравнительном плане особенности существования автора и его проявления в тексте русских и чешских мемуаров, мы можем констатировать их чрезвычайную схожесть. Эти наблюдения над одним из выделенных признаков позволяют нам считать этот признак жанрообразующим и не зависящим от языка произведения.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

- Женетт, Ж.: *Фигуры*. М., 1998, т. 2.
- Зеленая, Р.В.: *Разрозненные страницы*. М., 2004.
- Герман, М.Ю. *Сложное прошедшее*. СПб, 2000.
- Милевская, Т.Е.: *Психологические корни автокоммуникации в мемуарном тексте*. In: В поисках смысла. Сб. статей в честь проф. К.А. Роговой. СПб, 2001, с. 67-74.
- Милевская, Т.Е.: *Природа субъекта в фактуальном и фикциональном повествовании*. In: Лингвистические этюды. Памяти профессора А.И. Моисеева. СПб., 2004. с. 318-324.
- Милевская, Т.Е.: *Мемуары: Жизнь как текст (своеобразие авторского присутствия как жанрообразующий фактор)*. In: Мир человека, 2007, N 1, с. 212-132.
- Fialová, K.: *O sobě (...čím hůře, tím lépe)*. Praha, 1999.
- Křížek, J.: *Emigrant lékař vypráví*. SURSUM, Tišnov, 2003.
- Vinklář, J.: *Pokus o kus pravdy*. Praha, 2004.

ТАМАРА А. МИЛЮТИНА

Польша, Ополе

СРАВНЕНИЯ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ МАССОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ (К ДИСКУССИИ ОБ ЯЗЫКЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ПАРАЛИТЕРАТУРЫ)

ABSTRACT:

One of the features of literature targeted at mass readers (e.g. detective stories written by D. Dantsova, A. Marinina or T. Ustinova) is not only the reflection of events and changes taking place in our society, but also the very formation of new worldview. Comparison, which belongs to one of the most frequently employed rhetoric devices, may be construed as the method facilitating comprehension of surrounding reality. Particularly high assessment potential is the characteristic feature of comparisons which include precedent-name.

KEY WORDS:

Mass literature, paraliterature, comparison, precedent-name, cliché as rhetoric device.

1. Бытует мнение, что массовая литература не может претендовать на настоящее исследование в силу своей малой эстетической ценности [ср. 9]. Впрочем, нельзя говорить, что эту разновидность литературы обходят вниманием. К концу 90-х гг. прошлого века появляется череда публикаций, прежде всего журнальных, посвященных экспансии произведений масслитературы; позже приходит время «книжных» работ [2, 3, 6]. Критики литературы, литературоведы, социологи литературы отмечают заметную переориентацию во вкусах современного читателя. Стремительный рост интереса к таким жанрам, как любовный роман, детектив, боевик, фэнтези, костюмно-исторический роман объясняют рядом причин. Как одну из них называют процесс деидеологизации литературы в современной России, переставшей служить идеологическим целям. Усиление роли массовой литературы в литературном процессе эпохи воспринимается как «знак социальных и культурных перемен в обществе» [ср. 6: 326, 328].

В ряде работ последнего времени, анализирующих функционирование произведений современной литературы, проводится разграничение на «миддл-литературу» и литературу собственно «массовую» или «паралитературу». В список авторов, представляющих первое направление, безоговорочно включают имена Виктора Пелевина, Бориса Акунина, Евгения Гришковца, с некоторыми разно-

чтениями сюда относят таких прозаиков, как Людмила Улицкая, Михаил Веллер и некоторых др. [ср. 14]. Что же касается таких популярных у читающей публики авторов, как Дарья Донцова, Александра Маринина, Виктория Платова, Татьяна Устинова и др., то они проходят по разряду «паралитература».

Отвечая на запросы времени, паралитература приспосабливается к уровню читательской аудитории. Предлагая свою продукцию широкому слою потребителей, она *«упрощает, схематизирует, перекодирует сложное в доступное и/или развлекательное»* [11]. Можно согласиться с мнением, что в современной прозе, так или иначе ориентированной на коммерческий успех, ценится *«не столько философская глубина и многослойность художественных смыслов, сколько собственно сообщение и остроумие, сюжетная и композиционная изобретательность, проявленные автором при передаче этого сообщения»* [15], т.е. коммуникативная составляющая превалирует над эстетической.

Судя по публикациям, литературоведы раньше пришли к пониманию необходимости изучения феномена массовой литературы как живущей по своим законам части единого литературного процесса. Лингвистических работ, посвященных языку паралитературы, значительно меньше, хотя вряд ли стоит исключать ее из перечня объектов анализа. Нам близка позиция известного петербургского историка языка Валентины Даниловны Черняк. Исследователь считает, что авторы произведений не «первого ряда», *«не претендуют на художественные открытия, нередко делают весьма точные «моментальные снимки» современной речи, достойные внимания лингвиста и имеющие несомненную практическую ценность для преподавателя-русиста»*. Эти произведения могут представлять интерес для истории языка, *«поскольку в них отражены языковые вкусы усредненной языковой личности, сложные отношения в триаде норма – узус – культура речи»*. [ср. 5: 115-116]

2. Предметом наблюдений в данной статье послужил лексико-фразеологический материал повестей Татьяны Устиновой – критики в целом благожелательно отзываются о «качестве» языка ее произведений [10, 12, 13]. В прозе этого автора представлены многие типичные для литературы нашего времени языковые явления. Обратимся к использованию сравнений, которые относят к наиболее простым средствам образности. Живописующие и/или оценочные сравнения выступают прежде всего как способ авторского осмысления действительности, но их можно было бы рассматривать и как знак авторского идеостилия. Отметим попутно, что сравнение как средство передачи иронической оценки в произведениях Д. Донцовой и Г. Куликовой рассматривала в своей статье словацкая исследовательница Яна Бенковичова [7].

В прозе Т. Устиновой, ориентированной на живую разговорную стихию, велик процент традиционных устойчивых сочетаний типа *замерли как замороженные; сидел как истукан; стоял, прямой как палка; стоял столбом; шум как по мановению волшебной палочки начал затихать; как по команде они замолчали; рука повисла как плоть* и др. Такого типа сравнения характерны для контекстов нейтральных, не несущих оценочной экспрессии.

Учитывая ограниченный объем статьи, остановимся только на примерах, в которых образ или объект, с чем или с кем кто-то сравнивается, выражен *прецедентным именем*, к которым, вслед за исследователями, отнесем *«и крылатые слова, и высказывания известных людей, и говорящие имена, и названия, и штампы»*

тех или иных времен» [1: 96]. В этих случаях сравнение в полной степени соответствует определению известного лингвиста – «это не только выражение определенного отношения и оценки, но и чаще всего действенное средство возбудить воображение читателя в том направлении, которое важно для писателя» [4: 15]. В то же время это проявление типичной для масслитературы формульности, цитатности речи – ее «клишированности». При этом, как отмечает С.И. Чупринин, «речевые и сюжетные штампы, безошибочно опознаваемые характеры и мотивации – не свидетельство литературного брака, но тот код, к которому ее читатели привыкли» [15].

Сравнение используется при:

1. отсылке к *прецедентному* имени: ... покрутил его [диковинный телефон на длинной цепочке], как *Том Сойер* дохлую крысу; С ней [сумкой] она чувствовала себя немного *принцессой Дианой*, совершающей «визит доброй воли»; Она, как *Владимир Ильич Ленин*, будет работать, стоя за конторкой; ... как *жители Тифлиса* времен *А.С. Грибоедова*, прилипли к окнам; *Джип* мигнул глазами, как *встрепенувшийся Конек-Горбунук*; Она совершенно свободна – даже не до следующей пятницы, как *говорил Винни-Пух* *Пятачку* ... и целый ряд других.
2. отсылке к *прецедентным зрительным* образам: ... встала и, печатая шаг, как *солдат у Мавзолея*, подошла к двери; Статная дама с косой, уложенной вокруг головы, как *у Оксаны* на иллюстрации к «*Ночи перед Рождеством*»; выпучила их глаза, как *Мишель Пфайфер* в фильме про маньяков; вбежала *Таня, похожая на Клаудию Шиффер* и др.
3. отсылке к *прецедентной ситуации*: смотрела на него так, как *будто он только что признался* в том, что продал фашистам партизанский отряд, скрывавшийся в брянских лесах; Пресс-служба и юридическая служба стоят насмерть, как *наши под Брестом*; У них был вид *колхозников, слушающих возле радиоточки XVIII* *дневник съезда КПСС* и др.

Сравнения подобного типа ведут к заметному увеличению объема информации, поскольку могут дополнительно актуализировать образы и представления, связанные с ассоциативным опытом читателя. Благодаря отсылкам и аллюзиям разного рода в художественном пространстве произведения происходит своеобразное переплетение бытового, рекламного, популяризаторского и, как нам кажется, идеологического дискурсов.

Приведенные выше сравнения в повестях Т. Устиновой входят в достаточно многочисленную группу единиц, включающих прецедентное имя. Заслуживают отдельного рассмотрения единицы, формально не являющиеся сравнительными конструкциями, но по сути выполняющими их роль. Примером использования такого «скрытого» сравнения может служить известное, ставшее крылатым, выражение о построении социализма в «отдельно взятой стране»:

1. *Если он [Кольцов] на следующий год пройдет в губернаторы, то на создание земного рая, или его видимости, в **отдельно взятом анклав** останется два года.*

2. Он [Кольцов] объявит войну наркобизнесу в одном, **отдельно взятом портовом городе**, под шумок свистнет кому надо, организует небольшую – или большую [...] местную войну.

Эта ленинская формула, активно цитируемая, по наблюдению проф. Войцеха Хлебды, в публицистике 90-х годов [8: 327-333], в повести Т. Устиновой «Персональный ангел» становится одним из средств создания образа предпринимателя как положительного героя – нового для литературы нашего времени. Особенностью литературы, адресованной массовому читателю, прежде всего произведений детективного жанра (Д. Донцовой, А. Марининой, Т. Устиновой и др.) является не только освещение событий и перемен, происходящих в нашем обществе, в режиме «реального времени», но и, в определенной степени, формирование нового мировоззрения в процессе расставания с прошлым. Оценочный потенциал сравнений в этой литературе трудно переоценить.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Бурвикова, Н.Д., Костомаров, В.Г.: *Воспроизводимые сочетания слов как лингвострановедчески ценные единицы*. In: Обретение смысла. Сб. статей, посвященный юбилею докт. филол. наук, проф. К.А. Роговой. – СПб., 2006. С. 93-103.
2. Межиева, М.В., Конрадова, Н.А.: *Окно в мир: современная русская литература. Книга для преподавателей русского языка как иностранного*. М., 2006.
3. Тух, Б.: *Первая десятка современной русской литературы: Сб. очерков*. М., 2002.
4. Федоров, А.И.: *Семантическая основа образных средств языка*. Новосибирск, 1969.
5. Черняк, В.Д.: *Спектры речевых оценок в новейшей литературе*. In: Обретение смысла. Сб. статей, посвященный юбилею докт. филол. наук, проф. К.А. Роговой. – СПб., 2006. С. 114-122.
6. Черняк, М.: *Массовая литература конца XX века Переход от монокультуры к многомерной культуре в 1990-е годы*. In: *Русская литература XX века: Школы, направления, методы творческой работы: учебник для студентов высших учебных заведений*. / Под ред. С.И. Тиминой. СПб.; М., 2002.
7. Benkovičová, J.: *Prirovnanie ako prostriedok ironie*. In: *Příspěvky k aktuálním otázkám jazykovědné rusistiky* (2). Ed.: Jiří Gazda. Brno, s. 89-92.
8. Chlebda, W.: *Szkice o skrzydlatych słowach. Interpretacje lingwistyczne*. Opole, 2005.
9. Баландина, Я.В.: *В мире формул (к проблеме анализа современного детектива)* http://war.pspu.ru/sci_liter2005_baland.shtml
10. Быков, Д.: *Татьяна Устинова. Мой личный враг*. М., “Эксмо”, 2003, 317 стр. In: *Новый мир*. 2003. № 11. – http://magazines.russ.ru/novyi_mi/2003/11/bykov-pr.html
11. Обухова, О.: *Гибридизация дискурсов в трансмедийном нарративе* www.uni-konstanz.de/FuF/Philo/LitWiss/Slavistik/Conference2/Obuchova.doc
12. Сафронова, Е.: *Война полов, или героини нашего времени* http://zhurnal.lib.ru/s/safronowa_e_w/detektiv.shtml
13. Северская, О.: *Что „проглатывает“ самая читающая страна?* <http://www.gramma.ru/KOL/?id=1.17>
14. Циплаков, Г.М.: *При чем тут маркетинг? Средний класс как вопрос русской литературы XXI века между жанрами*. In: *Знамя*. 2006. № 4. http://www.library.ru/1/sociolog/text/article.php?a_uid=281
15. Чупринин, С.И.: <http://magazines.russ.ru/znamia/red/chupr/book/midllit121.html>; <http://magazines.russ.ru/znamia/red/chupr/book/masslit113.html>

ЕЛЕНА НЕВЗОРОВА-КМЕЧ

Польша, Лодзь

РУССКИЙ ГРУППОВОЙ МОЛОДЕЖНЫЙ ЖАРГОН И ЕГО ОТРАЖЕНИЕ В РУНЕТЕ

ABSTRACT:

The youth subculture is collage. The ideology, the style of behavior of members of youth not formal groups are different such as the speech (slang) they use. Every group has got its "own" lexical units, which are characteristic features of a small group of young speakers. These words and phases are like a code for identification of one of the members of the subcultural group. Using common slang they try to do it more expressive and incomprehensible for the others. Because of the quick changes taking place in language especially in slang it is very important to analyze them. At present the great source of such material is the Internet. Without it studies in this field seem to be impossible. The printed slang dictionaries, the printed works of known linguists do not reflect all new meanings of words, their functioning in speech, appearing of neologisms etc. Such researches could help for diachronically analyses of the slang, bring out its own elements and loan-words and phrases in it, show interactions of languages.

KEY WORDS:

Групповой молодежный жаргон, сленг, лексика, Интернет, жаргонная лексикография.

Молодежный жаргон (или чаще это определение встречается с термином «сленг») по-прежнему является объектом пристального внимания лингвистов, социологов, психологов. Постоянные изменения, происходящие в молодежной среде, вызывают этот интерес.

Сенченко Н.А. подчеркивает, что изучение различных субкультур – это сравнительно новое, но *активно развивающееся направление в отечественных гуманитарных науках* [Сенченко 2007]. Отдельные субкультуры, их становление, развитие, исчезновение описаны в трудах Андреевой И.Н., Гуревича П.С., Ерохина Н.Н., Кутыгина А.А., Левиковой С.И., Лукова В.А., Лукса Т.А., Матвеевой А.А., Сергеева С.А., Щепанской Т.Б. и др. Обзор литературы по социологическим исследованиям молодежи приведен в труде Аксютенко Н.А. «Философско-мировоззренческие проблемы молодежной субкультуры» [Аксютенко 2007]. В Интернете по запросу «молодежная субкультура» был выдан результат более 16 тысяч сайтов, однако лишь небольшая их доля представляет систематическое обобщение по изучению доминирующих в настоящее время субкультур. Подробные сведения, большой

объем гиперссылок содержится на сайтах Московского гуманитарного педагогического университета [см. <http://subculture.narod.ru>], проекта «Субкультура», реализуемого при поддержке философского факультета Омского государственного университета (см. [<http://philos.omsk.edu/sub>]), проекта «Мы и общество» [см. www.mig4you.ru] и некоторых других. Названные проекты, в частности, включают работы по молодежному сленгу (жargonу, социолекту, интержargonу, речи молодежи). Источником же языкового материала по данной проблематике являются форумы, блоги, чаты, статьи в электронных газетах, а также электронные on-line словари, которые используют лингвисты для своих печатных трудов, напр., Вальтер Х., Грачев М.А., Мокиенко В.М., Никитина Т.Г., Рогалева Е.И. и др. Поскольку без них не представляется в современной лингвистике изучение групповых молодежных жаргонов, которым до сих пор уделялось мало внимания.

Большинство работ 80-90 гг. XX в. представляло системное описание молодежного жаргона. Ученые особо останавливаются на демонстрации лексики, в меньшей степени фразеологии, фонетических и грамматических средств. Социолингвисты подчеркивают неоднородность молодежного жаргона, однако рассмотрение его происходит как единой (общей) речи молодежи с наличием арготизмов (жаргоноидов (Быков В.), терминоидов (Химик В.В.)). Вследствие недостаточного внимания к речи отдельных групп маркировка пометами может в словарях производиться недостаточно точно, напр., в словаре молодежного сленга «Так говорит молодежь» Т.Г. Никитиной [Никитина 1996] дается помета *сист.* – системное, т.е. относящееся к субкультуре хиппи, хотя сама лексема *системное* – жаргонизм, созданный в названной среде (см. [Артемов 2004]). Несмотря на то, что уже был опубликован материал к словарю Ф.И. Рожанского [Рожанский 1992].

На смену этому методу приходит направление изучения специфики языка молодежных групп. Об этом свидетельствуют труды Грачева М.А., Никитиной Т.Г., Мокиенко В.М. и Вальтера Х. Такое изучение предполагает привлечение работ социологов по классификации групп молодежи, напр., Щепанской Т.Б. (см. [<http://roehaly.narod.ru>] и [2004], Левиковой С.И. [2004], Мечковской Н.Б. [2000] и др.). Например, выделяются такие группы: дворовые компании, террористические группировки, банды, асоциальные детско-подростковые группы, группы по интересам и роду занятий: а) наркоманические группировки; б) неформальные группировки (хиппи, панки, рэпперы, расманы, байкеры и пр.; студенты, учащиеся; представители сектантских организаций, неформальных объединений (идеолого-политического толка) и другая контркультура (см. [Щепанская 2004]). К этому ряду можно добавить и территориальные тусовки¹. Некоторые из этих групп являются соперничающими. Это «желание сразиться, здоровая конкуренция стилей и форм, игра». В ней, как отмечает Колесов В.В., «и рождаются новый стиль жизни, новые формы речи» [Колесов 2006: 125]. Так каждая из групп имеет несколько единиц (преимущественно жаргонная топонимия: *ЧР (гот.) – ст.м. Черная Речка (СПб), Климат (нарк.) – ст. м. Невский проспект (выход на канал Грибоедова) (СПб)*), которые являются типичными лишь для языка этой, может быть, и малой группы. Отмечается окказиональность этих единиц. К окказиональным относятся также и прозвища малоизвестных широкому кругу людей (напр., *Петра – Татьяна Петровна Паринкина (шк. 190 в Санкт-Петербурге)*)². В настоящее время можно отследить такие единицы на форумах и блогах. Изучение жаргона

без доступа к всемирной сети невозможно. *«Подвижность сленга»*, – пишет Анна Бабина, – *«делают невозможной его фиксацию на бумажном носителе, а также подсчет количественного состава»*. Применимо данное высказывание к единицам, которые приобретают все новые значения, напр., *ботва (лит.) – зелень, листья, трава всех корнеплодных растений, ботва (окказ. 80-е гг.) – девушка, ботва (жрр.) – бессмысленная, пустая информация (ср. гнать ботву), ботва (молод. 90-е гг.) – волосы, ботва (гот.) – жабо, воланы на рукавах (элемент одежды), шкурка (интерж.) – пустая бутылка, шкурка (рэп.) – скинхэд*. Обновление групп происходит каждые три года. Примером скоротечности явлений может послужить движение флэшмобов, которое появилось в 2002 году, а уже в 2006 г. пошло на спад, преобразуясь в social-моб и полит-моб (см. [Вершинин]). *Различные возрастные группы используют различную сленговую лексику, по-своему кодируя ей одни и те же смыслы. Поэтому 19-летние порой говорят о сленговом обороте, использованном 16-летними: «Да никто из молодых так вообще не говорит!»* [Чапская 2006]. Каждая из групп или субкультур³ имеет в силу интересов, жизненной позиции, моды, манеры поведения отличающий ее от других жаргон с характерным для нее арготическим ядром. Это по сути «профессиональная» терминология, которая создается из практической необходимости названия того, что не получило точного и экспрессивного наименования ранее (напр., *фенечка (хип.) – браслет, сплетенный из бисера, мулине или кожи, вилливалки (гот.) – черная шерстяная шапочка у готов*). Арготическим ядром будут, например, для художников граффити названия специализаций: *бордеры, райтеры*; стили и художественные материалы: *тэга – подпись райтера*, для роллеров – спортивно-техническая терминология (напр., *слайды, грайнды – трюки, выполняемые на грани, трубе и на всем, по чему можно скользить. Исполняются на подвесках скейта или непосредственно на самой доске*). Наиболее разработанным на настоящий момент представляется словарь компьютерного сленга. Этот жаргон полно представлен в Интернете в форме статей о нем, и электронных словарей и словников, фиксирующих единицы, которые используются представителями различных субкультур, которые имеют дело с компьютером: словарь сленга хакеров, словарь IRC (Internet Relay Chat), а также албанский язык, а также другие: геймеры, МариоБой, Демосцена, кибер-готы.

Как сама символика субкультуры, так и ее сленг *«чрезвычайно эклектичны. Молодежная субкультура обладает особенностью впитывать чужую символику и, перекодируя, включать в свой фонд»* [Золовкин 2006]. Так происходит с жаргоном. До сих пор подчеркивалась в исследованиях дифференцирующая функция жаргона, указывая на его кодированность, но это не до конца справедливо, во-первых, молодежный жаргон претерпевает традиционные изменения, стремясь к конкретности, а, во-вторых, на примере отдельных групп наблюдается тесное их взаимодействие, о чем говорится в формулировке «размытость границ сленга». Примером может служить субкультура готов. Готы имеют свои сайты, на которых были выявлены случаи переписки членов ультраправых националистических организаций, как скрывающих свою принадлежность к неонацистам, так и открытых нацистов. Представители готов являются членами разных тусовок (ЧР – бесцельное проведение времени, Малая Садовая – для готов-проституток, некоторые клубные тусовки, на которых готы общаются с представителями других

музыкальных субкультур). Готы также замечены как участники актов вандализма на кладбищах, нанося граффити на надгробные памятники. Сленг собственно готов представлен в виде заимствований из английского языка, которые в Интернете собраны в их оригинальной, так и транслитерированной форме, покрывающих семантические поля «секс», «самоубийство». Также в состав словаря готов входят единицы, которые характерны для речи сексуальных меньшинств, наркоманов, а также поклонников определенных музыкальных направлений.

К не менее разнородным относится сленг (жаргон) хип-хопа. В Интернете опубликовано несколько словарей, которые состоят из нескольких частей, отвечающих характерным областям интересов поклонников хип-хопа (общий сленг, брейк-бэнс, рэп, граффити).

Футбольный сленг также богат представлен в Интернете словарями, которые размещены на сайтах клубных команд и их поклонников. Обобщающим трудом по этой теме является словарь футбольного сленга Т.Г. Никитиной и Е.И. Рогалевой [2007], для составления которого были использованы более 290 Интернет-источников. Несмотря на такое представительное число, в его состав не вошли единицы, которые отмечены в опубликованных в Интернете словарях; либо дано им иное толкование (*бомжевать* (словарь Никитиной) – *собирать деньги на поездку*, (интер. словарь) *ночевать во время отъезда на вокзале*; *грядка* (словарь Никитиной) – *нет*, (интер. словарь) – *строй фанатов в секторе*). Отразить все слова невозможно, но думается, перспективным было бы создание базы данных по социолингвистике, а также создание корпуса жаргонов (сленгов) или электронных словарей отдельных субкультур, представляющих не только список единиц с жаргонно-разговорным толкованием (напр., *запивохин* – *алкаш*, *витамин Д* – *бабки* и др.), но и указание на источник, время появления (записи), функционирования, а также с пометами, указывающими на область происхождения, который бы мог пополняться как, напр., некоторые уже существующие общие словари молодежного сленга (Словарь Т. Колесниковой). Такие лексикографические разработки облегчили бы диахроническое исследование жаргона и сопоставительный анализ жаргонов разных языков. Тем более это важно в свете высказывания Колесова В.В., который писал, что «способы переименования слов традиционны для любого языка, когда молодежь «творит новое», подчас не предполагая, что все новое «уже было» [Колесов 2006: 130].

ПРИМЕЧАНИЯ:

¹ Тусовка – определенный характер проведения времени молодыми людьми – представителями какой-л. субкультуры в группах от 3 до 45 человек (при этом тусовка более 40 человек называется *абэч*, у художников граффити – *кру*)

² См. также подробнее Вальтер Х., Мокиенко В.М.: *Большой словарь русских прозвищ*. М. 2007.

³ Субкультура – «система ценностей, установок, способов поведения и жизненных стилей, которая присуща более мелкой социальной общности, пространственно и социально в большей или меньшей степени обособленности» (по С.А. Сергеев: *Молодежные субкультуры в республике*. In: Социология молодежи. М., 1998. – С. 95-101. С. 95)

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

- Аксютенко, И.А.: *Философско-мировоззренческие проблемы молодежной субкультуры*. – Автореферат на соискание уч. ст. канд. филос. наук. М. 2007.
 Артемов, А.: *Детки в клетке. Отечественные хиппи в роли подопытных кроликов*. In: http://exlibris.ng.ru/konsep/2004-10-07/6_hippi.html
 Бабина, А.: *Краткая характеристика молодежного сленга*. In: <http://annababina.narod.ru/charslang>.

- html
- Вершинин, М.А.: *Современные молодежные субкультуры*. In: <http://www.psyfactor.org/lybr7.htm>
- Золовкин, К.С.: *Язык молодежных субкультур*. In: http://www.litsovet.ru/index.php/material.read?material_id=51577&message
- Колесникова, Т.: *Словарь молодежного сленга*. In: <http://www.paco.net/~odessa-mag/slovar/index.htm>
- Колесов, В.В.: *Язык города*. М. 2006.
- Левикова, С.И.: *Молодежный сленг как своеобразный способ вербализации бытия*. In: *Бытие и язык*. Новосибирск. 2004. – с. 167-173.
- Мечковская, Н.Б.: *Социальная лингвистика*. М. 2000.
- Никитина, Т. Г.: *Так говорит молодежь. Словарь сленга. По материалам 70-90 гг.* М. 1996.
- Никитина, Т.Г., Рогалева, Е.И.: *Футбольный словарь сленга*. М. 2007.
- Рожанский, Ф.И.: *Сленг хиппи. Материалы к словарю*. СПб. – Париж. 1992.
- Сенченко, Н.А.: *Социально-педагогическая помощь старшеклассникам-представителям юношеских субкультур*. In: www.altruism.ru/sengine.cgi/5a/2812
- Чапская, М.В.: *Проблемы социальной адаптации молодежи малых городов*. In: http://salsk.iubip.ru/conf/c2006/27_chapskaya.php
- Щепанская, Т.Б.: *Система: тексты и традиции субкультуры*. М. 2004.

Йиндржишка Пилатова

Чехия, Оломоуц

РОЛЬ ПОЭТИЧЕСКОЙ ФУНКЦИИ В РУССКОМ И ЧЕШСКОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

ABSTRACT:

The aim of the present study is to analyze current Russian and Czech publicist discourse in terms of its recourse to poetic function. Various manifestations of parallelism (lexical, grammatical, phonetic, compositional) are investigated and compared. The author suggests that higher frequency and wider range of poetic devices employed in Russian journalistic style (i.e. specific significance of poetic function) is one of the key factors which account for major difference in the quality of Russian and Czech journalistic style.

KEY WORDS:

Journalistic style – comparative stylistics – poetic function – persuasion – emphatic discourse – parallelism/symmetry.

В рамках сопоставительного изучения русского или чешского газетно–публицистического стиля (далее ГПС) появляются разнообразные наблюдения лингвистов-когнитологов или стилистов. Итак, одни в русском ГПС выдвигают имплицитность и афористичность общения [Ратникова 2001], другие выделяют декоративность его формы и полемичность содержания, ссылаясь на его риторические традиции [Басовская 2004]. В настоящем докладе мы стараемся преодолеть несколько частный характер данной оценки, вернуться к истокам функциональной концепции стилистики и изучить русский и чешский ГПС с точки зрения их общей функциональной направленности, в частности, особой роли поэтической функции, потенциально выполняемой в публицистическом дискурсе.

На протяжении второй половины XX в. ГПС последовательно характеризуется как динамическое сосуществование функции сообщения и воздействия (В.Г. Костомаров, Г.Я. Солганик, М.Н. Кожина, Й.В. Бечка, Й. Мистрик, М. Чехова и др.), особое внимание четырем остальным составляющим по системе функций Р.О. Якобсона не уделяется. Однако, наши исследования [Пилатова 2006/1] выявили существенные различия между русским и чешским ГПС именно в диапазоне и интенсивности выполняемых в тексте функций. По нашим заключениям, например, в русский газетный текст чаще вовлекается потенциальный адресат (ср. функции

контакта и призыва) и коммуникация часто направлена именно на средство выражения (ср. функции метаязыковая и поэтическая). Итак, мы стали считать русский газетный текст подлинно полифункциональным, активно вовлекающим в вербальный текст компоненты внеязыковой ситуации и активизирующим больше коммуникативных и языковых уровней.

Учитывая приведенные тезисы, можно подчеркнуть, что несмотря на принципиальное сходство в описании русского и чешского ГПС (универсальная черта: общение и воздействие), необходимо уделять внимание более комплексной функциональной направленности дискурса, определяющей в последствии взаимоотношение окружающей ситуации и вербального текста, взаимоотношение газетного текста и используемого в нем характерного языка, языковых и композиционных приемов.

Поэтическая функция (далее ПФ) играет, по нашим практическим наблюдениям, особую роль в условиях русского газетного дискурса. Ее суть – по утверждениям Р.О. Якобсона [Jakobson 1995/1], Й. Мукаржовского [Mukařovský 1982] – направление коммуникации не на денотат, на адресата, а именно на способ и средства выражения, т.е. дается оценка данной системе знаков как самоцель. ПФ проявляется в преднамеренном нарушении автоматизированных связей между формой и содержанием¹, имеет место активный поиск нестандартного содержания или нестандартной формы. Итак, в поэтическом языке подчеркивается полисемантическая, контекстуальная обусловленность значения и окказиональная форма. Кроме того, по заключениям Р.О. Якобсона [Jakobson 1995/1], важное влияние на семантику языковых единиц оказывает формальная сторона воплощения – форма в поэтическом языке семантизируется. Например, формальный параллелизм в области фонетических единиц вскрывает новые возможности семантического толкования лексем по принципу взаимного сходства или контраста их денотатов, ср. пр. рифм: *láska – páska, národa – svoboda; могила – любила, другую – целую, Так ждуют – конца/ и в грудь – свинца* /Цветаева/; *While I nodded, nearly napping, / Suddenly there came a tapping/ As of someone gently rapping* /Э.А. По/ [Jakobson 1995/1: 93]. Данный формально-семантический параллелизм, конечно, можно наблюдать и на уровне лексико-семантическом, морфологическом, синтаксическом или на уровне композиции текста. Сущность ПФ сказывается, по нашему мнению, в двух основных качествах дискурса – в незавершенности семантики языковых единиц, акцентирующей роль ситуативного, культурного контекста и ассоциаций, и, во-вторых, в неустойчивом, активном взаимодействии формы и содержания данного языкового знака.

Симметрические построения, демонстрирующие вышеприведенные свойства, нами отмечены в русском и чешском газетном материале на уровне фонетическом, лексическом, грамматическом и на уровне композиции текста.

Элементарные фонетические параллели (т.е. фоностилистические приёмы) – рифма, ритм, инструментровка – зафиксированы почти исключительно в позиции заголовка – в чешском в бульварной, в русском и в качественной прессе (ср. пр.: *Наши руки не для скуки; Ты оставь Москву до срока – посети усадьбу Блока; Спецы прогнозируют, коровы пока живут; Daně a jak na ně*). Мы полагаем, что потенциал поэтического приема здесь использован не полностью, и ПФ уступает

место функции рекламной – привлечь внимание при помощи яркой, ритмической формы.

Подлинно поэтическим можно, по нашему убеждению, в публицистическом дискурсе считать словообразовательный прием контаминации – междусловного наложения [Земская 1992]. Речь идет о «каламбурном столкновении слов, порождающем псевдочленение слова» [Земская 1992: 172]. Ср. пр.: *Здравозахоронение* – текст об актуальном состоянии системы здравоохранения; *SOSeди* – текст о кризисном положении экономики Украины; *Кульм – ура!* – заголовок-шапка культурной рубрики; в *России возобновляется производство СМИрительных рубаш*; *БРЕДить ПИТТом* – текст о Бреде Питте; *Путин – отставной получекист, полулиберал, полупатриот, полугосударственник*. Формальная аналогия двух основ (ср. *SOS – соседи*, *СМИ – смирительный*) подсказывает аналогию семантическую и порождает контрастное лексическое целое с незавершенной провоцирующей семантикой². Одновременно имеет место характерный для поэтического языка процесс ремотивации – активизации внутренней структуры слова.

По своему характеру данному словообразовательному способу близок на уровне словосочетания прием паронимии – «преднамеренное смысловое сближение, соположение, а иногда и противопоставление однокоренных или близкозвучных слов» [ЭСС 2005: 214]. Опять налицо формальная аналогия лексических единиц и неожиданное семантическое соотношение. Ср. пр.: *Небритая Британия*; *Путин в паутине*; *Был культ личности, а сейчас культ наличности*; *Doly bez Dolly* – текст о звезде порно Dolly Buster, отказавшейся от посещения шахт.

Семантические параллели, однако без формального острания, наблюдаются в тексте и в области изобразительно-выразительных средств (метафора, метонимия, эпитет). Наши прежние сопоставительные работы [Pílatová 2006/2] выявили большую тенденцию русского материала к более частому применению образных лексических средств, к их более широкой, специфической мотивации (метафорическая модель семьи в русском ГПС, ср. пр.: *Сегодня мы – наследники Великой Победы*, *дети Великой страны*, ироническая оценка метафор, ср. пр.: *Власти нынешней Россиянии отвели патриотам роль индейцев из резервации*) и к развернутой форме метафоры (ср. пр.: *Город на Ангаре накрыло дымовой завесой красивых и правильных слов (...)* и снова *дым застилает глаза, обволакивает мозги, рождая галлюцинации: белые – красные, Гитлер – Сталин. Туман пустословия накрывает все российское пространство. И кто же наконец разгонит это ненастье?*). Перенос значения, таким образом, служит не только декоративности изложения³, а согласно ПФ последовательно нарушает стереотипное мышление и изложение, становясь важным композиционным приемом данного текстового фрагмента.

На грамматическом уровне поэтизмы в русском тексте встречаются, например, в виде параллельных синтаксических конструкций. Ср. пр.: *Отмечать Победу вот так больше нет времени. Нужно другое. Нужны «акции прямого действия».* *Нужен протест и бой; Очень грустно признавать, что (...) Нестерпимо обидно, что праздник вызывает (...) и особенно тяжело ощущать, что праздник утратит свой пафос; Они думают, что их простят и забудут. Их трусость. Их вранье. Их ни-че-го-не-де-ла-ние.*; заголовок: *Парад на Красной площади. Президентские трибуны*, подзаголовок: *Парад на Красной площади. Простые трибу-*

ны. Формальный повтор построения опять взаимодействует с семантикой указанных высказываний, создавая фигуры климакса, антиклимакса или антитезы.

Принцип поэтического параллелизма имеет место и на самом высоком уровне организации речевого произведения – на уровне композиции. Здесь в русском публицистическом тексте устанавливается, например, путем дистантного лексического повтора яркая параллель между заголовком и концовкой текста (ср. пр.: заголовок: *Страх перед историей*, концовка: *Ведь все очень просто: не надо бояться собственной истории*; заголовок: *Ничья с историей*, концовка: *Хуже не стало. Но не стало и лучше. С историей мы сыграли вничью*). Кольцевая композиция в данном случае способствует не только декоративному завершению текста, но и выделению центральной идеи в сильной с точки зрения устройства текста позиции. В рамках русского текста заголовок одновременно содержит в себе потенциальные связи аналогии с прецедентными высказываниями – речь идет о заголовках-аллюзиях (ср. пр.: *Минздрав предупреждает: шоколад полезен для вашего здоровья*; «Идиот» – *это звучит мило*; пародия на канцелярит: *Achtung! Achtung! Всем жителям Moskau настоятельно рекомендуется покинуть на праздники город! Execute! Исполнять!; Закрыто на спецобслуживание*. – режим движения по центру города 05/2005; *Potěmkinova unie*). Таким образом, активизируется поэтический принцип контекстуально обусловленной незавершенной семантики, построенный на остроумной формальной параллели двух единиц – в частности, двух высказываний или двух контекстов.

Все вышеприведенные языковые и композиционные приемы, по нашему убеждению, соответствуют характеристике поэтического приема. Их назначение – формальное и семантическое остранение высказывания, т.е. они призваны «*придать дополнительную остроту и выразительность*» [ЭСС 2005: 215] информации, служат эмфатизации высказывания [ЭСС 2005: 232]. Именно с их помощью в дискурсе акцентируется не сообщаемый денотат (т.е. функция референтная), а способ и средства выражения (т.е. ПФ).

Роль ПФ, конечно, в данном материале нельзя абсолютизировать. ПФ в иерархии функций данного стиля является не автономной, а скорее вторичной – поддерживающей доминантный полюс воздействия. Поэтизмы, таким образом, выступают в тексте не как полная самоцель, а в качестве привлекающих, экспрессивных средств.

В сопоставительном плане, поэтизмы ярко преобладают в русском публицистическом дискурсе – с точки зрения частотности применения, их разнообразия и мнимой «системности». По нашему мнению, именно особая прочная позиция ПФ в русском ГПС и является единым функциональным ключом, объясняющим современную активизацию разнообразных частных языковых явлений (ср. окказионализмы, трансформация прецедентных текстов, декоративность формы), и ключом, частично объясняющим разную функциональную направленность и стилистические приемы русского и чешского текста (ср. отсутствие или маргинальное положение в чешском ГПС фонетических экспрессем, игры с языком, риторических фигур).

ПРИМЕЧАНИЯ:

¹ Ср. [Mučkařovský 1982: 36, пер. Й.П.]: «*функцией языка поэзии является максимальная актуализация языкового выражения*».

² Интересно исследовать воздействующий эффект разных приемов контаминации и в плане современной компьютерной формы речи (см. ближе [Пилатова, Воборил 2007]).

³ Ср. [Jakobson 1995/1: 104, пер. Й.П.]: «поэтичность является не дополнением риторических украшений в высказывание, а абсолютной переоценкой высказывания точно так же, как и каждой его составляющей».

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

- Encyklopedický slovník češtiny*, ed. Karlík, P., Nekula, M., Pleskalová, J. Praha 2002.
- Jakobson, R.O. (1995/1): *Lingvistika a poetika*. In: *Poetická funkce*. Jinočany 1995, s. 74-105.
- Jakobson, R.O.: *Poezie gramatiky a gramatika poezie*. In: *Poetická funkce*. Jinočany 1995, s. 106-1245.
- Mukařovský, J.: *O současné poetice*. In: *Studie z poetiky*, Praha 1982, s. 22-33.
- Mukařovský, J.: *Básnické pojmenování a estetická funkce jazyka*. In: *Studie z poetiky*, Praha 1982, s. 55-60.
- Pilátová, J. (2006/2): *Obraznost v ruském, českém a anglickém tisku (na zpracování jedné události)*. In: *Svět za slovy a jejich tvary, svět za spojením slov*. Sborník ze 7. mezinárodní konference Setkání mladých lingvistů (FF UP Olomouc 2006), Olomouc (в печати).
- Басовская, Е.Н.: *Риторические вопросы в современной публицистике*. In: *PP 1/2004*, с. 57-63.
- Земская, Е.А.: *Словообразование как деятельность*. Москва 1992.
- Пилатова, Й. (2006/1): *Стилистическое отражение общественно-политического события в русской и чешской газете*. In: *Rossica Olomucensia XLIV*, Olomouc 2006, с. 227-233.
- Пилатова, Й., Воборил, Л.: *Функционирование графики и лексики в компьютерной форме речи*. In: *Русский язык: исторические судьбы и современность. III Международный конгресс исследователей русского языка*. Москва МГУ, 2007, с. 405.
- Ратникова, И.: *Социокультурная информация и семантика антропонимических метафор в русском публицистическом дискурсе*. In: *Актуальные вопросы изучения русской литературы и культуры, русского языка и методики его преподавания в европейском контексте*. Krakow 2001, с. 346-352.
- Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты*. Под ред. А.П. Сковородникова. Москва 2005. (ЭСС)
- Якобсон, Р.О.: *Работы по поэтике: Переводы*. Сост. и общ. ред. М.Л. Гаспарова. Москва 1987.

