

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 81'42

Т. А. ВИННИКОВА

Омский государственный
технический университет

КОГНИТИВНЫЕ МОДЕЛИ ПОНИМАНИЯ КИНОТЕКСТА

В статье рассматриваются различные подходы к проблеме моделирования понимания кинотекста, представляющего собой сложное когнитивно-семиотическое устройство. В работе предлагается психолингвистическая модель понимания кинотекста с учетом действия когнитивных механизмов на разных этапах рецепции.

Ключевые слова: ментальная репрезентация, поликодовый текст, рецепция.

Исследование выполнено при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации, соглашение 14.V37.21.0711.

Механизмы восприятия и понимания кинотекста мало изучены в современной науке. В исследованиях, посвященных сложноорганизованным семиотически неоднородным текстам, в большей мере представлены модели понимания поликодовых текстов, предназначенных для зрительного восприятия, чем тексты видеовербальные с разными каналами рецепции, к которым относится кинотекст.

Ряд работ направлен на определение доминантно-го составляющего в восприятии такого рода текстов. При этом часть исследователей придерживается мнения, что главная роль принадлежит вербальным компонентам, поскольку «... иконическое сообщение допускает множество вариантов «прочтения». Однако в процессе коммуникации автор старается достигнуть не любого, соответствующего цели коммуникации акта «прочтения» сообщения реципиентом. С помощью вербальной составляющей усилия

адресата как бы получают определенное направление... При этом акцентируется одна часть информации, отвечающая целям коммуникативного акта, и устраняется другая, безразличная к этой цели или противоречащая ей» [1, с. 160]. Однако наиболее устоявшимся в отечественной науке признается положение о том, что информация, воспринимаемая по разным каналам, в том числе вербальная и иконическая, интегрируется и перерабатывается человеком в едином универсально-предметном коде мышления [2]. На уровне глубинной семантики языка не существует принципиальной разницы между семантикой иконических и вербальных знаков.

Более детально концепции, описывающие механизмы понимания поликодовых текстов, разработаны западными учеными. Одна из таких концепций — теория двойного кодирования — представлена в исследованиях Р. Майера [3]. Согласно

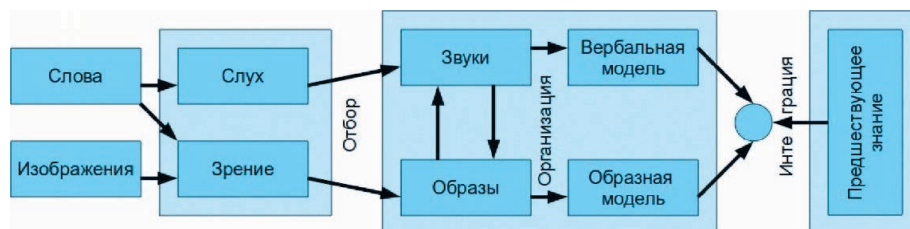


Рис. 1. Модель понимания полимодального текста Р. Майера

данной теории, первый этап понимания поликодового текста состоит в отборе информации. На этом этапе, происходящем в сенсорной памяти, на основе звучащего и или письменного текста реципиент строит вербальные репрезентации, а на основе видеоряда — образные. Вербальная и изобразительная составляющие подвергаются разной когнитивной обработке, в результате строятся ментальные модели разного вида: обработка вербальной информации ведет к построению пропозициональной базы текста, а изобразительная информация служит для построения зрительного образа. На втором этапе обработки, протекающем в кратковременной (рабочей) памяти, этапе организации пропозициональная база видоизменяются в связную ментальную репрезентацию вербального материала, а первичный образ оформляется в репрезентацию изобразительной составляющей. На следующем этапе устанавливаются связи между полученными вербальной и образной моделями, а также между выстраиваемой общей моделью поликодового текста и концептуальной базой реципиента. Механизм прохождения заключительного этапа интеграции представляется Р. Майером как взаимное наложение двух моделей, построенных на предшествующем этапе. Полученная в результате информация хранится в долгосрочной памяти для последующего использования (рис. 1).

Более точный анализ когнитивных механизмов понимания семиотически неоднородных текстов возможен также на основе коннекционистских моделей, основа которых — рассредоточенные сети — изначально создавались для имитации принципов работы нейронной сети. Как следствие, «они опираются на современные знания о нейрофизиологической основе когнитивных процессов и позволяют предложить с опорой на эти знания конкретные механизмы построения ментальной репрезентации исходя из того, что все когнитивные процессы проходят на единой нейронной основе одинаковой для любого модуля» [4, с. 118].

В современной науке, как в отечественной, так и зарубежной, исследователи пришли к выводу о схожей когнитивной обработке вербального и невербального текста, что согласуется с положением Н. И. Жинкина о едином условно-предметном коде мышления и свидетельствует о том, что построение ментальной репрезентации содержания текста с гетерогенными составляющими осуществляется на основе сходных механизмов. В отношении восприятия визуального ряда признается, что отдельные элементарные характеристики изобразительной формы обрабатываются одновременно и параллельно в разных специализированных участках мозга, которые связаны между собой многочисленными связями. «После изолированной обработки в разных участках, установленные элементы зрительной информации комбинируются в единое представление о форме. Последняя формируется благодаря активации группы амодальных взаимосвязанных уз-

лов» [4, с. 119]. Физические характеристики исходного графического речевого сигнала распознаются аналогично распознаванию видеоряда на основе анализа набора прямых линий, кривых линий и углов между ними, возможные конфигурации которых ограничены. Направление прямых и форма кривых, составляющих буквы и слова, определяют активацию специфических нейронов. Таким образом, для анализа механизмов распознавания слов и изображений признается один формат, предполагающий в функционировании нервной системы активацию нейронов в зависимости от характеристик отдельных букв, представляемых в сети набором критических черт.

Восприятие визуального и аудиального компонентов текста подчиняются некоторым общим законам переработки информации, получаемой через разные сенсорные каналы, о чем свидетельствуют результаты экспериментальных исследований, позволяющие некоторым авторам сделать вывод, что сходные процедуры доступа к знаковым элементам используются при работе как со зрительной, так и слуховой формой представления [5, с. 301]. Аудиальные компоненты воспринимаются различными участками коры больших полушарий, между которыми, как и в случае с идентификацией визуального составляющего, устанавливается нейронная синхронизация, обеспечивающая действие когнитивного механизма интеграции полученной информации. С акустической точки зрения идентификация компонентов кинотекста на слух аналогична как для вербальной, так и для музыкально-шумовой составляющей на основе анализа 1) громкости, 2) высоты и 3) тембра поступающего сигнала. Все слышимые звуки разделяются на шумы и музыкальные звуки. Первые отражают непериодические колебания неустойчивой частоты и амплитуды, вторые — периодические колебания. Между музыкальными звуками и шумами нет, однако, резкой грани. Акустическая составная часть шума часто носит ярко выраженный музыкальный характер и содержит разнообразные тоны. Для идентификации слова на слух среди прочих звуковых сигналов предлагается использование модели распространяющейся активации. Согласно модели, «при восприятии слушающим начальных сегментов слова любой идентифицируемый звук немедленно активизирует связи со всеми словами, которые содержат этот звук в примерно такой же позиции в слове. Затем любой из кандидатов на опознавание увязывается с его возможным значением, т.е. семантика воздействует на сужение перебираемого ряда. По мере добавления информации некоторые слова получают дополнительную активацию, а активность других затухает, чему также способствует интегрирование слова в контекст» [5, с. 311].

По мнению исследователей, зрительно и акустически воспринимаемая форма сначала сравнивается с представлениями о физических характеристиках

объекта (структурными репрезентациями), что соответствует структурному уровню обработки. Активация представлений о форме автоматически вызывает активацию семантических репрезентаций, связанных с этими формальными (структурными) представлениями (семантический уровень, устанавливающий функциональные характеристики объекта). В семантических репрезентациях содержится информация о функциональных характеристиках объекта и вызываемых им ассоциативных связях. Третий уровень, называемый лексическим, содержит внутренние лексические представления (названия объекта). Другими словами, «обработка невербальной информации проходит последовательно три указанных уровня репрезентации: идентификация формы — семантическое представление — установление названия» [4, с. 124].

Авторы многих моделей признают, что исходный речевой сигнал (звуковой или графический) должен быть так переработан воспринимающим его человеком, чтобы от физических характеристик такого сигнала через их ментальные репрезентации в памяти индивида можно было перейти к искомому продукту — значению слова [6—8]. Вслед за первичным перцептивным узнаванием благодаря взаимодействию множества связей по принципу параллельной распределенной переработки происходит включение слова в текст и выстраивание ментальной репрезентации текста. Всего выделяется три уровня ментальной репрезентации: графемная (фонемная) репрезентация, пропозициональная репрезентация и ментальная модель [6] или, соответственно, структурный, лексический и семантический уровни. На первом и втором уровне в ходе формальной и лексической обработки активируется сеть, включающая максимальное количество узлов, в том числе неадекватных и даже просто противоречащих содержанию текста. Семантические отношения принимаются во внимание лишь на третьем этапе обработки. На этом этапе исключаются те концепты, которые не согласуются с устанавливаемым содержанием. В рамках когнитивных исследований при объяснении механизмов построения ментальной репрезентации содержания вербального текста акцентируется роль знаний индивида об окружающем мире и предлагаются возможные механизмы использования этих знаний в ходе обработки информации. Таким образом, после первичной идентификации составляющих кинотекста каждая из них может подвергаться как лексической, так и семантической обработке. Однако последовательность ментальных операций и, как следствие, движение активации в сети отличает обработку гетерогенных составляющих.

Следующий этап обработки содержания текста характеризуется взаимодействием вербальных и невербальных компонентов и возникающим между ними синергетическим эффектом. Как отмечается в работе В. А. Пищальниковой, во время восприятия текста, требующего интериоризации поступающей информации, концептуальная система реципиента приходит в состояние неустойчивости [9]. Представляется, что причиной такой неустойчивости в случае рецепции кинотекста является действие несовпадающих механизмов активации гетерогенных элементов, ведущих к построению лексических репрезентаций для вербального компонента и семантических — для невербального. В результате дестабилизации концептуальной системы происходит зарождение нового состояния в нейронной среде, которое коррелирует с возникновением менталь-

ных процессов, обеспечивающих синергетический эффект между негетерогенными составляющими кинотекста. Результатом такого эффекта становится порождение новых систем смыслов, о чем должна свидетельствовать несводимость ментальной репрезентации содержания кинотекста к простой сумме его гетерогенных элементов.

Другим результатом неравнозначности прохождения активации поликодовыми элементами является тот факт, что первоначальный этап построения ментальной репрезентации содержания текста происходит с учетом невербальной информации, в то время как вербальные составляющие оказывают на репрезентацию моделирующее влияние [4, с. 140]. Представляется, что данное утверждение будет справедливо для формирования репрезентации содержания кинотекста в силу определенной схожести нейрофизиологических механизмов обработки негетерогенной информации, обеспечивающих протекание процессов активации гетерогенных компонентов.

Заключительный этап формирования ментальной репрезентации содержания кинотекста связан с процессами интеграции полученной и обработанной информации в концептуальную систему реципиента. Он характеризуется установлением связей с когнитивными структурами сознания, хранящими предшествующий опыт и знания индивида. Как известно, данные структуры не просто дублируют воспринимаемую информацию, а соотносят ее с уже существующим знанием, дополняя и обобщая ее путем ввода новых связей и отношений [10]. Наличие в сознании реципиента культурно-обусловленных знаний, хранящихся в долгосрочной памяти в виде когнитивных структур, оказывает влияние на выбор стратегий понимания текста, которые структурируют поток воспринимаемой информации и, как следствие, оказывают влияние на последующий результат рецепции. Таким образом, принадлежность (приобщенность) индивида к определенной социокультурной общности с ее культурно-детерминированными знанием, опытом, ценностными установками и стереотипами определяет итоговый вид ментальной репрезентации содержания текста, что должно находить отражение в несовпадении репрезентаций одного текста для реципиентов разных лингвокультур.

Стоит отметить, что процесс взаимодействия концептуальной системы индивида с формирующейся репрезентацией является обоюдонаправленным. Когнитивные структуры реципиента не только оказывают влияние на понимание текста, но и сами подвергаются воздействию со стороны получаемой информации, которая, интегрируясь в концептуальную систему субъекта, вносит изменения в существующие структуры сознания. Данные изменения, называемые трансформацией личностных смыслов, могут вести к непосредственной перестройке поведения реципиента, изменениям его знаний о мире, его эмоционального состояния или его отношению к тем или иным событиям и реалиям мира [11, с. 275].

Таким образом, процесс понимания кинотекста начинается с действия механизмов идентификации вербальной и невербальной информации, получаемой через два сенсорных канала, визуальный и аудиальный. После этапа идентификации и последующей структурной обработки компоненты кинотекста проходят активацию, результаты которой неодинаковы для гетерогенных элементов текста (рис. 2). Невербальные составляющие определяют

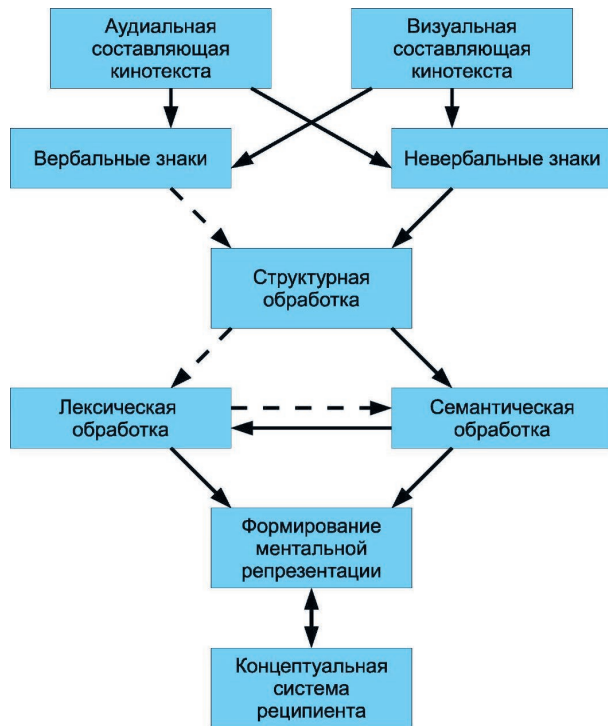


Рис. 2. Модель понимания кинотекста

структуру сети ментальной репрезентации, а вербальный текст оказывает на нее моделирующее влияние. При взаимодействии негомогенных элементов возникает синергетический эффект, приводящий к возникновению новых систем смыслов. На последнем этапе понимания кинотекста производится интеграция полученной информации в концептуальную систему реципиента. Этап характеризуется влиянием когнитивных структур, хранящих знания индивида, на построение ментальной репрезентации и обратным воздействием воспринятой информации на указанные структуры с дальнейшей трансформацией личностных смыслов индивида.

Книжная полка

ББК 81.411.2/Б79

Большой толковый словарь синонимов русской речи: Идеографическое описание 2000 синонимических рядов. 10500 синонимов [Текст] / Л. Г. Бабенко [и др.]; под общ. ред. Л. Г. Бабенко. — М.: АСТ-ПРЕСС, 2008. — 752 с. — (Фундаментальные словари) (Словари XXI века). — ISBN 978-5-462-00893-1.

ББК 81.411.2/З-22

Зализняк, А. А. Грамматический словарь русского языка: Словоизменение [Текст] : ок. 110000 слов / А. А. Зализняк. — 6-е изд., стер. — М.: АСТ-ПРЕСС, 2009. — 794 с. — ISBN 978-5-462-00766-8.

ББК 81.411.2/С14

Сазонова, И. К. Толково-грамматический словарь русских причастий [Текст] / И. К. Сазонова. — 3-е изд., испр. — М.: АСТ-ПРЕСС, 2008. — 646 с. — (Настольные словари русского языка) (Словари XXI века). — ISBN 978-5-462-00841-2.

ББК 81.411.2/Б79

Большой толковый словарь синонимов русской речи: Идеографическое описание 2000 синонимических рядов. 10500 синонимов [Текст] / Л. Г. Бабенко [и др.]; под общ. ред. Л. Г. Бабенко. — М.: АСТ-ПРЕСС, 2008. — 752 с. — ISBN 978-5-462-00893-1.

Библиографический список

1. Пойманова, О. В. Семантическое пространство видео-вербального текста : автореф. дис. ... канд. филол. наук / О. В. Пойманова. — М., 1997. — 24 с.
2. Жинкин, Н. И. Речь как проводник информации / Н. И. Жинкин. — М.: Политиздат, 1982. — 250 с.
3. Mayer, R. E. The promise of multimedia learning: using the same institutional design methods across different media / R. E. Mayer // Learning and Instruction. — 2003. — № 13. — P. 125–139.
4. Сонин, А. Г. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов : дис. ... д-ра филол. наук / А. Г. Сонин. — М., 2006. — 310 с.
5. Залевская, А. А. Слово. Текст : избранные тр. / А. А. Залевская. — М.: Гнозис, 2005. — 543 с.
6. Johnson-Laird, P. N. Mental Models / P. N. Johnson-Laird. — Cambridge : Cambridge University Press, 1983. — 1010 p.
7. Kess, J. F. Psycholinguistics: Psychology, linguistics and the study of natural language / J. F. Kess. — Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins, 1993. — 383 p.
8. Morton, J. Interaction of information in word recognition / J. Morton // Psychological Review. — 1969. — № 76 (2). — P. 165–178.
9. Пищальникова, В. А. Речевая деятельность как синергетическая система / В. А. Пищальникова // Известия АГУ. — 1997. — № 2. — С. 72–79.
10. Леонтьев, А. Н. Деятельность. Сознание. Личность / А. Н. Леонтьев. — М.: Изд-во полит. лит-ры, 1975. — 340 с.
11. Петренко, В. Ф. Основы психосемантики / В. Ф. Петренко. — 2-е изд. — СПб.: Питер, 2005. — 480 с.

ВИННИКОВА Татьяна Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков.

Адрес для переписки: vitalex@rambler.ru

Статья поступила в редакцию 17.05.2013 г.

© Т. А. Винникова

ВНУТРИОТРАСЛЕВАЯ СИНОНИМИЯ В АНГЛИЙСКОЙ ТУРИСТСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Статья посвящена анализу внутриотраслевой синонимии в английской туристской терминологии. Для определения характерных особенностей внутриотраслевой синонимии в английской туристской терминологии был проведен анализ количества терминов в синонимическом ряду и анализ структуры терминов, составляющих синонимичные ряды.

Ключевые слова: синонимия, английская терминология, туризм.

Внутриотраслевая синонимия является одной из ведущих проблем современного терминоведения. Проведенный анализ показал, что исследуемая английская туристская терминология не стала исключением.

Например: **entertainment allowance = entertainment family allowance** — семейная скидка: скидка с цены тура, предоставляемая туристам, путешествующим с семьей (супруги и несовершеннолетние дети) с целью увеличения рыночного спроса; **basket dinner = basket lunch = basket picnic** — амер. пикник; **board and lodging = room and board** — пансион: предоставление туристам размещения и питания.

Еще недавно считалось, что явление синонимии для терминологии не характерно, и среди требований, предъявляемых к термину, отсутствие синонимов выдвигалось как одно из важнейших.

При этом, как пишет Л. Б. Ткачёва, термин — это «не особое слово, а слово в особой функции, именно поэтому ему должны быть присущи те же лингвистические явления, что и любому другому слову общелитературного языка, следовательно, и явление синонимии» [1, с. 22].

Существует немало определений синонимии в целом и синонимов в частности.

Так, Д. Э. Розенталь в своем Словаре-справочнике лингвистических терминов пишет, что «синонимия — это совпадение в основном значении (при сохранении различий в смысловых оттенках и стилистической окраске) морфем, слов, синтаксических конструкций, фразеологических единиц» [2, с. 381].

При этом автор определяет синонимы, как «слова близкие или тождественные по своему значению, выражающие одно и то же понятие, но различающиеся или оттенками значения, или стилистической окраской» [2, с. 384].

Все проанализированные определения говорят о близости значения лексических единиц. При этом, как справедливо отмечает Л. Б. Ткачёва, терминологические синонимы обладают абсолютной семантической взаимозаменяемостью [1].

В связи с этим Л. Б. Ткачёва определяет термины-синонимы, как термины, абсолютно тождественные в своем значении и взаимозаменяемые в любом контексте [1]. В дальнейшем в нашем исследовании будет использоваться данное определение Л. Б. Ткачёвой.

На сегодняшний день у специалистов на проблему синонимии нет единой точки зрения, так же как нет ее в вопросах номинации и классификации.

Развитие синонимии, по словам Л. Б. Ткачёвой, связано со следующими экстралингвистическими факторами:

— во-первых, одна и та же область знания развивается одновременно в разных странах и при широких контактах происходит взаимообмен информацией, следовательно, и терминами;

— во-вторых, авторы в своих публикациях часто вводят свои термины, особенно для вновь появляющихся предметов, явлений и понятий;

— в-третьих, ученые подходят к исследованию одних и тех же явлений с разных точек зрения и, таким образом, фиксируют разные характерные признаки одного и того же понятия, поэтому термины — синонимы часто носят личностный характер [1].

Анализ английской туристской терминологии показал, что одним из источников внутриотраслевой синонимии являются свободные терминологические сочетания.

В данной работе берем за основу определение Л. Б. Ткачёвой. Свободное терминологическое сочетание — это «терминологическое сочетание, внутри которого возможна синонимическая субституция одного или двух составляющих его элементов с сохранением семантической целостности всего сочетания» [1, с. 40].

Термины-синонимы в данной работе будут определяться, согласно точке зрения Л. Б. Ткачёвой, как «термины, абсолютно тождественные в своем значении и взаимозаменяемые в любом контексте» [1, с. 123].

Исследование выборки английских туристских терминов общим объемом 3750 терминологических единиц, показало, что 598 терминов имеют синонимы, а именно: 462 свободных терминологических сочетания и 136 собственно синонимов — что в целом составляет 15,9 % терминов от общего количества исследуемой выборки.

Синонимических рядов было выявлено 270. Это позволяет сделать вывод о том, что явление синонимии широко распространено в исследуемой терминологии.

В нашей работе мы анализируем основные характеристики синонимов в исследуемой выборке английских туристских терминов с точки зрения:

— количества терминов в синонимическом ряду;
— структуры терминов, составляющих синонимические ряды.

Мы также выявляем причины, способствующие появлению синонимических рядов в исследуемой терминологии, и наличие абсолютных и относительных синонимов.

Как показало исследование, в исследуемой выборке английских туристских терминов количество терминов в синонимическом ряду колеблется от двух до шести. Наиболее распространены синонимические ряды, содержащие по два термина. В анализируемой выборке таких рядов 220 из 270, что составляет 81,5 % от общего количества синонимических рядов исследуемой выборки, например: **barman** = амер. **bartender** — бармен: служащий бара, в обязанности которого входит обслуживание посетителей, содержание бара, продажа напитков и закусок, приготовление коктейлей [3].

С точки зрения структуры, синонимические отношения в таких рядах могут быть представлены следующими парами:

— простой термин (ПТ) и ПТ: **bath** = амер. **tub** — ванна;

— сложный термин (СТ) и СТ: **half-board** = **demi-pansion** — полупансион: комплексное обслуживание, включающее ночлег в гостиничном предприятии и ежедневное двухразовое питание;

— ПТ и СТ: **rancher** = **ranchman** — 1. хозяин ранчо, 2. работник на ранчо (ранчо как место размещения туристов в системе гостеприимства);

— ПТ и терминологическое словосочетание (ТС): **alley** = **skittle alley** — кегельбан: 1. специальное помещение, в котором установлены машины для игры в кегли, 2. автомат для игры в кегли (относится к активным видам развлечений в туризме);

— ПТ и фразовый термин: **abseiling** = **roping down** — скалолазание: спуск с горы на веревках (страховке), профессионалами в этой сфере используется зачастую спуск с горы лицом вниз, один из видов активных развлечений (спортивный туризм) [4];

— СТ и ТС: **prepayment** = **advance payment** — предварительная оплата: оплата покупателем заказанного туристского обслуживания или транспортных услуг до начала их использования;

— ТС и ТС: **free admission** = **open admission** — свободный вход: вход без билетов (для участников определенного тура, например, на выставки, в музеи, галереи и т.п.);

— ТС и фразовый термин: **official reception** = **reception in black tie** — официальный прием, встреча в галстуках (конгрессный туризм);

— ТС и его сокращенная форма: **familiarization tourism** = **FAM tourism** — ознакомительный туризм (составная часть побудительного, поощрительного туризма);

— фразовый термин и его сокращенная форма: **tour around open jaw** = **TOJ** — путешествие или поездка по круговому маршруту [4];

— фразовый термин и фразовый термин: **provision of fare** = **provision of food** — система общественного питания: составная часть индустрии гостеприимства [3].

Значительно меньшим количеством в нашей выборке представлены синонимические ряды, содержащие по три термина. Исследуемая выборка насчитывает 43 ряда из 270, что составляет 15,9 % от общего количества синонимических рядов исследуемой выборки, например:

— **bed-sitting room** = **bed-sitter** = **bed-sit** — большая комната: спальня и гостиная комната совмещены;

— **row-boat** = амер. **rowing boat** = **pulling boat** — гребная шлюпка (спортивный туризм);

— **caddy** = **caddie car** = **caddie cart** — *кагги-кар*: небольшая двухколесная тележка, на которой во время игры в гольф возят сумку с клюшками (вид развлечений в активном туризме) [3].

В синонимических рядах, содержащих три термина, были выделены следующие модели.

ТС – ТС – ТС:

dining car = **restaurant car** = **refreshment car** — вагон-ресторан (в поезде): идея вагона-ресторана была разработана в 1887 г. Дж. Мортимером Пульманом [5].

ПТ – ТС – ТС:

incoming = **incoming tourism** = **inbound tourism** — въездной туризм: предоставление туристских услуг на территории страны иностранным туристам, составная часть международного туризма.

ПТ – СТ – ТС:

suite = **luxe-apartment** = **suite room** — номер гостиничного класса «люкс»: обычно включает в себя одну или две спальне комнаты, гостиную, рабочий кабинет, ванную и туалет.

СТ – ТС – ТС:

landing-place = **landing field** = **landing ground** — посадочная площадка (самолета и т.п.).

Сокращение — СТ – ТС:

condo = **condominium** = **flat property** — кондоминиум, кооперативный жилой дом, квартирная собственность: разновидность владения недвижимостью, когда жильцы являются собственниками квартир, но платят определенную сумму управляющей компании за поддержание в рабочем состоянии мест общего пользования, располагается в курортной зоне и используется в период отпусков собственниками жилья [6].

ТС (заимствованное) — Сокращение — ТС:

фр. **maitre d'hôtel** = амер. **maitre d** = **head waiter** — фр. метрдотель: распорядитель в торговом зале ресторана, кафе, в обязанности которого входит встреча гостей и предоставление им мест за столиками, руководство работой официантов, контроль обслуживания гостей, планирование гождов от продажи блюдов [3].

Фразовый термин — Фразовый термин — ТС:

stand-by ticket = **ticket of admittance** = **entrance ticket** — входной билет.

ТС – ТС – ТС [Num(Ord) + N + N]:

super deluxe hotel = **luxury hotel** = **5-star hotel** — гостиница класса «суперлюкс», категории «5 звезд» [3].

Исследуемая выборка насчитывает 4 из 270 синонимических рядов, содержащих по четыре термина, что составляет 1,5 % от общего количества синонимических рядов исследуемой выборки, например: **low-salt diet** = **salt-free diet** = **low-sodium diet** = **sodium-free diet** — бессолевая диета (лечебно-оздоровительный туризм) [6].

В ходе исследования были выявлены 2 из 270 синонимических рядов, содержащие пять терминов, что составляет 0,7 % от общего количества синонимических рядов исследуемой выборки, например: **chip card** = **integrated circuit card** = **IC card** = **memory card** = **smart card** — пластиковая (кредитная) карта с микропроцессором, карточка с памятью, «умная карта» — расчетная карта «Смарткардз»: впервые появились в 90-х гг. XX в. во Франции [7].

Кроме этого, был отмечен **один** случай, когда синонимический ряд состоял из 6 терминов, что составляет **0,4%** от общего количества синонимических рядов исследуемой выборки: **inexpensive hotel = budget class hotel = economy class hotel = second class hotel = tourist class hotel = 1-star hotel** — *недорогая гостиница, гостиница бюджетного класса, гостиница экономического класса, гостиница второго класса, гостиница туристского класса, категория гостиницы «1 звезда»* [3].

Последний синонимический ряд представлен по следующей модели: TC – TC – TC – TC – TC – TC [Num(Ord) + N + N], в котором последнее TC имеет в составе порядковое числительное. Кроме этого, данный ряд насыщен относительными синонимами, каждый из которых имеет определённую сферу употребления и эквивалент в русском языке, но при этом все термины несут в себе обозначение самой недорогой гостиницы.

В табл. 1 представлено количественное соотношение синонимических рядов в исследуемой английской туристской терминологии.

Таким образом, согласно полученным результатам, большинство синонимических рядов в английской туристской терминологии, а именно **220** из **270**, что составляет **81,5 %**, содержит по два термина.

Как показало исследование, среди причин, способствующих появлению синонимических рядов в английской туристской терминологии, были выделены следующие:

1. Неупорядоченность терминологии, например, **caddy = caddie car = caddie cart** — *каggi-кар: небольшая двухколёсная тележка, на которой во время игры в гольф возят сумку с клюшками*.

2. Одновременное существование полного и краткого вариантов термина,

во-первых, путем сокращения TC, например, **familiarization tourism = FAM tourism** — *ознакомительный туризм*,

во-вторых, путем сокращения фразового термина, например, **bed and breakfast = b & b** — *тариф в отелях и частных домах: рассчитан на размещение гостя и предоставление ему завтрака — шведский стол, бесплатные напитки (чай, кофе, вода)*.

Многокомпонентные TC неудобны в речевом употреблении, поэтому в современных английских источниках информации по туризму появляются аббревиатуры этих терминов.

3. Наличие устаревших терминов, например, **entertainment** (уст.) = **hospitality** — *гостеприимство: собирательное название системы обслуживания людей, находящихся в путешествии, на отдыхе вдали от дома*. Несмотря на то, что устаревшие термины были заменены адекватными терминологическими единицами, они все же встречаются в литературе по туризму.

4. Функционирование лингвистических вариаций для выражения одного и того же понятия, например, **travel allowance = traveling allowance** — *норма выдачи материальных средств на туристские цели*. Данные термины-синонимы различаются только аффиксами, то есть образуются в результате словообразовательных изменений в морфологической структуре слова.

Итак, как показало исследование английской туристской терминологии, **598** терминов имеют синонимы в исследуемой выборке, а именно: 462 свободных терминологических сочетания и 136 собственно синонимов — что в целом составляет **15,9 %** терминов от общего количества исследуемой выборки.

Таблица 1

| Число терминов в синонимическом ряду | Абсолютное число синонимических рядов | % от общего количества синонимических рядов исследуемой выборки |
|--------------------------------------|---------------------------------------|---|
| 2 | 220 | 81,5% |
| 3 | 43 | 15,9% |
| 4 | 4 | 1,5% |
| 5 | 2 | 0,7% |
| 6 | 1 | 0,4% |

Синонимических рядов было выявлено **270**. Это позволяет сделать вывод о том, что явление синонимии широко распространено в исследуемой терминологии. Большинство синонимических рядов английской туристской терминологии, а именно **220** из **270**, что составляет **81,5 %**, содержит по два термина.

Существование столь большого количества терминов — синонимов, очевидно, не может не оказывать влияния на эффективность процесса профессиональной коммуникации в связи, с чем осложняется процесс взаимопонимания между специалистами индустрии туризма и работниками смежных отраслей.

Таким образом, наличие внутритраслевой синонимии в английской туристской терминологии свидетельствует о том, что необходимо скорейшее решение проблем по стандартизации и унификации терминосистем.

Что касается нашего региона, то следует отметить, что город Омск становится важным объектом делового, экскурсионного туризма. Согласно сложившимся экстралингвистическим тенденциям становится очевидной актуальность публикации данного исследования с целью повышения уровня профессионального владения английской туристской терминологией специалистов сферы туризма лингвистов, переводчиков, преподавателей английского языка, аспирантов и студентов высших учебных заведений, обучающихся по следующим специальностям: «Международный туризм», «Социально-культурный сервис и туризм», «Экономика и управление туризмом и гостиничным хозяйством», а также для работников смежных с туризмом отраслей и для всех тех, кто любит путешествовать и познавать новое.

Библиографический список

1. Ткачёва, Л. Б. Основные закономерности английской терминологии / Л. Б. Ткачёва. — Томск : Томский государственный университет, 1987. — 200 с.
2. Розенталь, Д. Э. Словарь-справочник лингвистических терминов / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. — М. : Просвещение, 1976. — 543 с.
3. Collin, P. H. Dictionary of Hotels, Tourism and Catering Management. — Great Britain: Peter Collin Publishing, 2003. — 356 p.
4. Bath and Beyond: 36 Leisure Attractions. — The Association of Bath and District Leisure Enterprises, 2004. — 120 p.
5. Биржаков, М. Б. Введение в туризм / М. Б. Биржаков. — СПб. : Издательский дом Герда, 2007. — 576 с.
6. Superbreak № 1: for short breaks in Britain (England, Scotland, Wales, Ireland). — CDS Publications Ltd: Tourism, Leisure, Creations, 2004. — 54 p.

ДАНИЛЕНКО Ольга Валерьевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков.
Адрес для переписки: garmony_in_life@list.ru

Статья поступила в редакцию 15.03.2013 г.
© О. В. Даниленко

УДК 811.112.2:629.331

Ю. Н. РЕВИНА

Омский государственный
технический университет

ДИСКУРСИВНЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ ПОНЯТИЙ: (НА МАТЕРИАЛЕ АВТОМОБИЛЬНОГО МЕДИАДИСКУРСА НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

В данной статье описываются особенности функционирования лексических единиц (номенов и профессионализмов) в автомобильном медийном дискурсе немецкого и русского языков.

Ключевые слова: автомобильный дискурс, медиадискурс, номены, профессионализмы.

Определение понятия «дискурс», классификация типов дискурса, создание моделей дискурсивного описания — это далеко не полный перечень проблем, которыми сегодня занимаются лингвисты.

Что касается всевозможных разновидностей дискурса, их существует немало: медицинский (Л. М. Алексеева, С. Л. Мишланова), политический (А. П. Чудинов, О. В. Гайкова), экономический (В. Е. Чернявская), спортивный (О. А. Панкратова, Е. Г. Малышева), компьютерный (Е. Н. Галичкина), рекламный (Т. В. Каинова) и т.д. В связи с этим Е. Г. Малышева замечает, что «выделение столь разнообразных типов дискурсов свидетельствует о крайней разнородности критериев, на основании которых выделение этих типов происходит, а также о чрезвычайной смысловой «ёмкости» самого понятия «дискурс» [1, с. 16].

Объектом исследования в данной статье является автомобильный дискурс, который, по нашему мнению, незаслуженно обделен вниманием со стороны исследователей различных типов дискурса. В лингвистической литературе не только отсутствует общепринятое понимание термина автомобильный дискурс, но и нет четкого определения этого понятия. Представляется возможным дефинировать автомобильный дискурс двояко. С одной стороны, это любое общение на автомобильную тематику, с другой стороны — *это речемыслительная деятельность, представленная совокупностью текстов, имеющих специфические языковые, концептуальные, речевые и прагматические характеристики и объединенных общей автомобильной тематикой*. Именно это, второе значение принимается в статье.

Для нас представляет интерес изучение лексического пласта печатных СМИ, это обусловлено тем фактом, что, во-первых, журнал наиболее ярко отражает живые процессы, происходящие в языке, а во-вторых, публицистические тексты, посвященные автомобилям, остаются без внимания лингвистов.

Таким образом, именно *печатный автомобильный медийный дискурс* (далее АМД), который обладает как собственными дискурсивными характеристиками, детерминированными прежде всего тематикой общения, так и общими характеристиками любого из видов медиадискурса, обусловленными спецификой сферы массовой коммуникации, представляет наибольший интерес для изучения.

Предлагаемое исследование проведено на объёмном текстовом материале. Для выявления, а затем и сопоставления особенностей функционирования лексических единиц в немецкоязычном и русскоязычном автомобильном дискурсах были взяты публикации в аутентичных глянцевах автомобильных журналах «Auto Bild», «Auto News», «Auto Test» и материалы аналогичных журналов: «За рулем», «Автотопанорама», «Автомобили».

Коммуникативное пространство таких изданий — это взаимодействия таких институциональных дискурсов, как научный (популяризация научно-технического знания), публицистический (информирование, воздействие) и рекламный (рекламирование и экспрессия). Коммуникативно-прагматические характеристики, а также совмещение черт, присущих различным видам дискурса, обуславливают стилистическую специфику медийных текстов автомобильной тематики [2, с. 151–154].

Дискурсивный ракурс позволил нам выявить и проанализировать функции лексических единиц, переходных от терминологических к нетерминологическим и номинирующих основные терминологические понятия.

Это, прежде всего **номены**, или номенклатурные обозначения, широко представленные на страницах немецкой печати (обычно это марки автомобилей и бензина): *Audi S3, Mercedes A 160 CDI, BMW 325i Cabrio, Ford Mondeo 2.2 TDC, Volvo C70 2.0Di, Peugeot 308 SW HDI FAP 110, Porsche 911 1963, VW Passat CC TDI, Super ROZ 95, Super Plus ROZ 98.*

Используемые в АМД номены, как правило, по форме состоят из двух частей: графемной, указывающей на принадлежность к какой-либо марке или конструкции, и цифровой, показывающей основные технические характеристики объекта:

**Nach kaum vier Jahren ist der Ferrari F430 museumreif.*

**Der neue Mercedes A 160 CDI BlueEfficiency im Test.*

**BMW X6: SUV oder Coupe?*

**Der Volvo C70 mit Zweiliter-Dieselpower und 175 PS.*

**Der neue Peugeot 308 SW mit 109-PS-Diesel.*

**Die erste Auflage des Audi A3 erblickte 1996 als Dreitürer das Licht der Strasse...*

Употребление номенов широко практикуется в автомобильном медийном дискурсе русского языка:

**Toyota RAV 4* давно уже не является лидером класса в России.

**Российская премьера модели Audi A1* состоится на Московском международном автомобильном салоне.

**С осени Fabia RS* начнет выпускаться и в России.

Отечественные наименования представлены следующими примерами: **Купленные новые пружины — спереди от ВАЗ-2101 и сзади от ВАЗ-2102 (04) — были укорочены на определенное количество витков ...*

**Кременчугский автозавод построил предсерийный образец трехосного бескапотного КРАЗ-С20.0, который станет первенцем целого семейства грузовиков...*

Профессионализмы, как правило, являются вторичными, просторечными, эмоционально-окрашенными наименованиями тех или иных явлений, специфических для определенной отрасли. Вкрапления профессионализмов в немецкоязычный АМД не редкость.

В основном данную группу составляет корпус терминов-профессионализмов, относящихся к лексико-семантическому полю «Устройство автомобиля и его основные параметры»:

Kiste n — автомобиль

Haus n — кабина автомобиля;

Schrott n — старая, разбитая машина;

Vehikel n — колымага;

Fünfer m — автомобиль БМВ 5-й модели;

Fünftürer m — пятидверный автомобиль;

Dreitürer m — трехдверный автомобиль;

Benziner m — автомобиль с бензиновым двигателем;

BMW-Sechser m — автомобиль БМВ 6-й модели;

Italiener m — автомобиль итальянского производства.

**Die Achtstufenautomatik des Fünfers* soll wie Start-Stopp den Verbrauch senken...

**Das dynamische Design lässt den stattlichen Fünftürer* kleiner wirken.

**Denn nach dem normalen Drei-und Fünftürer bringen die Wolfsburger die Neuauflagen von Golf Plus...*

**Gespannt, muskulös, tolle Sitze, edels Interieur — kein Unterschied zum Benziner.*

**Der schöne BMW-Sechser* braucht keinen Turbo.

По нашему мнению, профессионализмы в автомобильном медийном дискурсе употребляются с целью привлечь внимание людей, которые близки по духу и, что более важно, по роду деятельности и социальной принадлежности к автору.

Профессионализмы в АМД русского языка, выступают в качестве синонимов специальных терминов, это полуофициальные названия понятий в языке представителей той или иной профессии:

автомат — автоматическая коробка передач;

ручник — ручной тормоз;

поворотник — указатель поворота;

дворники — стеклоочистители;

габарты — габаритный огонь.

Несмотря на то, что профессионализмы стилистически маркированы как единицы разговорной речи, они довольно свободно функционируют в публицистических текстах, придавая им своеобразный «полуразговорный» колорит [3, с. 30].

**Трансмиссия — шестиступенчатый «автомат» с возможностью ручного переключения алюминиевыми лепестками.*

**Однако у одной версии «баранка» при включенном зажигании и заглушенном ДВС не деревенеет.*

Образование профессионализмов в русском языке осуществляется с помощью суффикса *-к*: *сигнашка, автогражданка, автомойка, тонировка, баранка, запаска, капиталка, коробка, европейка, втречка, аварийка.*

**Да и в разгоне до «сотки» флагманский А8 L отстает, как отстал бы, видимо, и в «максималке»...*

**Обширная базовая среди прочего включает полноразмерную «запаску», два эйрбега, регулируемую в двух плоскостях рулевую колонку ...*

**На «механике» через 150000 км пробега может обнаружиться люфт рычага...*

Обнаруженную нами профессиональную лексику в русскоязычном АМД можно условно разделить на следующие тематические группы:

1. Транспортные средства

Автомобиль в общем:

тачка — легковой автомобиль;

маршрутка — микроавтобус ГАЗель;

ласточка, девочка — любимая машина;

беспробежный — автомобиль без пробега по России;

перевертыш — автомобиль, побывавший в аварии с опрокидыванием.

Названия деталей машины:

бардачок — вещевого ящик;

бегунок — ротор распределителя зажигания;

литьё — легкосплавные литые диски;

колесо — коленчатый вал;

головка — головка блока цилиндров;

резина — автомобильные шины;

движок — двигатель.

Жаргонные обозначения различных марок автомобилей. Образность наименований автомобилей обеспечивается разными способами:

а) на основе метонимического переноса по моделям автомобилей ВАЗа:

ВАЗ-2101 — копейка;

ВАЗ-2104 — четверка;

ВАЗ-2105 — пятерка;

ВАЗ-2106 — шестерка, шоха;

шестисотый — Mercedes S-600;

б) окказиональные слова, основанные на звукоподражательном сходстве (преимущественно автомобильные бренды иностранного производства):

«бумер», «бэха» — для автомобилей марки БМВ;

«мерс» — для автомобилей Мерседес;

«геля» — для автомобиля Мерседес G-класса;

в) звукоподражательное сходство с характеристикой:

«хорек» — для автомобиля Тойота Харьер;

«поджарый», «пыжик» — для автомобиля Мицубиси-Поджеро;

«пижон» — для автомобиля Пежо;

г) окказиональное словообразование с элементами характеристики:

«аудюха» — для автомобиля Ауди;

«крузак» — для автомобиля Ленд Крузер;

д) звукоподражание, образованное с помощью суффиксов:

«бэмвэшка», «аудюшка», «паджерик».

2. Участники дорожного движения:

неопытные участники дорожного движения: чайники;

опытный, бывалый водитель: профессор, профи, воила, грайвер, шумахер.

3. Действия, относящиеся к управлению автомобилем и поведению на дороге, представлены группой глаголов и глагольных словосочетаний:

— (машина) закипела — перегрелась;

— проложить новую трассу — не вписаться в поворот, съехать в кювет;

— стуканул (двигатель) — серьезная поломка двигателя;

— (пальцы) застучали — детонация, ранний момент опережения зажигания;

— прикурить — запустить двигатель автомобиля от постороннего источника;

— втопить, притопить, топнуть — резко увеличить скорость.

Традиционно считалось, что профессионализмы функционируют только в устной форме и характерны исключительно для разговорной речи. Но уже сейчас можно проследить, как профессиональная лексика активизировалась в публицистических текстах.

Как правило, профессионализмы функционируют внутри текста, вступая в синтагматические связи с литературными словами, графически выделяясь кавычками:

*«Двойки», «восьмерки», «тройки» и «девятки» — самые лучшие «тачки»! *Первое поколение пя-

того «бумера» дебютировало в 1972 году.

*Однако интерес ко всем этим умным мелочам меркнет, когда заводит свою песню пятилитровая «восьмерка» и просыпаются все 400 «лошадей».

По своему происхождению профессионализмы являются, чаще всего, результатом метафорического переноса значений слов бытовой лексики на терминологические понятия (по внешнему сходству, сходству функции, признака и т.д.). Профессионализмы легко могут переходить в просторечие и в разговорную речь литературного языка по причине присущей им экспрессивности.

Мы полагаем, что профессионализм для современного носителя (читателя) утратил знаковую, он повсеместен, поэтому так велика численность профессионализмов, нашедшая своё отражение и в речи, и в терминологии¹, и в публицистике, в частности в автомобильном медийном дискурсе.

Примечания

¹ Клэстер, А. М. Когнитивный подход к изучению междисциплинарной терминосистемы / А. М. Клэстер // Вестник омского университета. — 2012. — Вып. № 4. — С. 171 — 174.

Библиографический список

1. Малышева, Е. Г. Русский спортивный дискурс : лингвокогнитивное исследование : моногр. / Е. Г. Малышева ; науч. ред. Н. А. Кузьмина. — Омск : Изд-во Ом. гос. ун-та, 2011. — 324 с.

2. Роголева, О. С. Дискурс автомобильного журнала: коммуникативно-прагматические и стилистические особенности (на примере журнала «За рулем») / О. С. Роголева // Омский научный вестник. Сер. Общество. История. Современность. — 2011. — № 101. — С. 151 — 154.

3. Гарбовский, Н. К. Сопоставительная стилистика профессиональной речи : на материале русского и французского языков / Н. К. Гарбовский. — 2-е изд. — М. : Либроком, 2009. — 144 с.

РЕВИНА Юлия Николаевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков. Адрес для переписки: Julia_L_23@list.ru

Статья поступила в редакцию 14.03.2013 г.

© Ю. Н. Ревина

Книжная полка

ББК 81.411.2/С14

Сазонова, И. К. Толково-грамматический словарь русских причастий [Текст] / И. К. Сазонова. — 3-е изд., испр. — М. : АСТ-ПРЕСС, 2008. — 646 с. — ISBN 978-5-462-00841-2.

ББК 81.432.1/Н73

Новичков, Н. Н. Англо-русский словарь сокращений по аэрокосмической и военной технике [Текст] : ок. 100000 сокр. / Н. Н. Новичков, И. В. Поляков. — М. : АРМС-ТАСС, 2009. — 1233 с. — ISBN 978-5-98384-020-1.

ТЕСТ-ДРАЙВ КАК ЖАНР АВТОМОБИЛЬНОГО ДИСКУРСА

В статье описывается жанровая специфика (композиция, содержательные и языковые особенности) журналистских материалов в формате «тест-драйв», составляющих большую часть контента журнала «За рулем».

Ключевые слова: дискурс, автомобильный дискурс, журналистский жанр.

В последнее десятилетие резко возросло количество описываемых исследователями дискурсов и дискурсивных разновидностей. Это связано с увеличением количества оснований, по которым они выделяются. Одним из базовых дискурсообразующих критериев, который признается многими лингвистами, является тематика/содержание текстов, образующих данный тип дискурса. «Автомобильный дискурс» относится к числу терминов, недавно вошедших в широкий список дискурсов [1], и еще не имеет широкого распространения в лингвистических кругах. В условиях глобальной коммуникации автомобильный дискурс (далее АД) становится массовым и приобретает специфические черты, отличающие его от всех остальных типов общения. Он является составляющей широкого социального взаимодействия, охватывает многие сферы жизни современного социума, а также оказывается связанным с разнообразными видами человеческой деятельности [2].

Нам представляется логичным исходить из широкого понимания автомобильного дискурса и включать в него любые речевые образования, субъект, адресат или содержание которых так или иначе относится к сфере автомобилестроения. Другими словами, структура автомобильного дискурса состоит из текстов разных типов, однако ядерную часть автомобильного дискурса составляют именно медийные тексты.

В фокусе нашего внимания автомобильный медиадискурс — корпус текстов, посвященных автомобилям, функционирующих в СМИ.

Материалы в формате «тест-драйв» широко представлены в автомобильном дискурсе — как в печатных, так и сетевых и телевизионных СМИ. Как кажется, тест-драйв занимает особое место в жанровой структуре автомобильного дискурса, поскольку именно данная жанровая разновидность составляет большую часть контента современных российских автомобильных СМИ. Кроме того, тест-драйв представляет собой определенный тип текста и имеет жанровую специфику. Рассмотрим данные признаки на примере публикаций из журнала «За рулем» (ЗР). Материалом для данного исследования послужили публикации в журнале «За рулем» за 2012 год.

Тест-драйв — заезд с целью испытания автомобиля, его технических характеристик. В современном автомобильном бизнесе это наиболее распространенный вид PR-акций, куда приглашаются представители СМИ. Другими словами, это описание журналистом события, что соответствует жанру репортажа. Как известно, основными жанрообразующими признаками репортажа являются событийность и эффект присутствия [3].

Журналист дает нам представление о предмете в форме репортажа: описание автомобиля включено в событие, действие — чаще всего это поездка, путешествие: **На Тайване дела идут хорошо. В понедельник утром умытые тропическим дождем островитяне радостно шествуют на работу. Страна тоже готовится к выборам президента, но без митингов и демонстраций... Мы же с любопытством рассматриваем местный колорит из окон кроссовера «Лаксджин».* Данный прием широко используется и позволяет создать особый эффект репортажного изложения.

Эффект присутствия заключается в создании впечатления, что действие развивается одновременно с рассказом о нем. Репортер находится на месте события: **Сейчас монитор отображает картинку с восьми камер, навешанных на автомобиль по периметру. Они будто открывают окно в другой измерение.* Сам журналист, рассказчик представлен с помощью местоимений и глаголов первого лица: **По дороге из аэропорта я еду на пассажирском месте; *Петляем по узким улицам итальянского городка.*

Для создания впечатления одновременности рассказа и действия вводятся формы настоящего времени, изображающие действия журналиста-рассказчика, а также детали события/предмета: **Коли так, беру ключи от самой дорогой версии. Подхожу к багажнику, держа в одной руке чехол, в другой — тот самый ключ. *Сворачиваем на проселок. Большой клиренс и полный привод — то, что здесь нужно *Салон без изысков, как всегда у «Субару». Пластики жестковаты, а у сидений нет привычной развитой боковой поддержки.*

В тест-драйвах журналисты обязательно используют пространственные и временные обозначения: **Вскоре врываемся на серпантин, до Туапсе всего-то сотня верст. *В салоне «Гранты» нам зябко и неуютно. *Внутри не менее красиво, чем снаружи. *Ага, вот и горы. *Вот сейчас я еду в самом городке «Дастере» — комплектация Luxe Privilege.*

Итак, типовой образ автора публикаций в жанре тест-драйва в журнале «За рулем» строится на основе образа очевидца, коммуниканта, обладающего знанием, связанным с репрезентируемым автомобилем и моментом времени.

Таким образом, можно сказать, что тест-драйв — это тематическая разновидность репортажа (наряду со спортивным, социальным и др.).

Специфика содержательной стороны публикаций в жанре «тест-драйв» определяется предоставлением информации о каком-либо автомобиле/лях. Это информативный жанр автомобильного дискурса, который способен достаточно полно представить автомобиль. С другой стороны, тест-драйв относит-

ся к жанрам, сочетающим в себе черты рекламы и публицистических жанров. Представляется, что в анализируемых нами публикациях происходит модификация первичной формы публицистического текста за счет добавления рекламной установки. Тест-драйв адаптирован к рекламным целям — он направлен на ответную реакцию целевой группы: **Но, что несомненно, вы получите богато оснащенный хэтчбек с хорошим дорожным просветом и яркой индивидуальностью. А в подарок — оранжевое настроение.*

Кроме того, в структуре жанра «тест-драйв» могут присутствовать/проявляться типовые черты других журналистских жанров, в частности, зарисовки, интервью, отчета, корреспонденции. Так, частотно включение в тексты фрагментов интервью с дизайнерами, специалистами: **«В основе у нас собственная концепция», — уверяет шеф-дизайнер «Лаксджина» Джеймс Шир. В прошлом он отвечал за стилистику моделей китайского подразделения «Джи-Эм». Автомобильные знания Шира не ограничены только дизайном — он указывает мне на весьма важную, по его мнению, особенность машины: «Видишь, основание кузова сидит на четырех продольных и шести поперечных лонжеронах? В результате силовая клетка получилась довольно крепкой. У нас кузов намного жестче, чем у той же «Тойоты».*

Организирующим началом в исследуемых нами текстах служит авторская точка зрения. Сохраняя информационное ядро, автомобильные журналисты все же стараются дать оценку в своих публикациях: **Разгон так себе, без фанатизма, но вполне соответствует заявленной мощности.* Энергоемкость подвески в самый раз для разбитой дороги.* Такой способ подачи материала, как известно, является характерным для публицистических жанров аналитического типа, где говорящий высказывает свою точку зрения, помогая читателю тем самым сформировать свою.

Таким образом, жанр тест-драйва представляет собой синкретичное жанровое образование, сочетающее в себе элементы разных журналистских жанров, которые взаимодействуют, интегрируются, организуют языковую основу тест-драйва.

Композиционная специфика тест-драйва определяется наличием следующих составляющих:

- вводка/лид;
- зачин;
- описание автомобиля: технические характеристики тестируемого автомобиля; описание внешнего вида и салона и др.;
- сопоставление новинки с предшествующими моделями или со сходными моделями, сравнение характеристик и выявление положительных и отрицательных параметров;
- отзыв журналиста об автомобиле;
- набор фотоснимков автомобиля, рисунки, схемы, таблицы.

Вводка/лид — это высказывание, расположенное под заголовком, выделенное шрифтом и содержащее следующие компоненты: а) представление автора материала и/или фотографа; б) сообщение новости, чаще всего, это выпуск обновленной модели и/или нового автомобиля либо представление автомобиля, находящегося в центре внимания.

Спектр языкового воплощения не ограничен: **Вслед за обычным «Пассатом» компания обновила так называемое четырехдверное купе СС на его базе. Что в нем нового, узнал Юрий Тимкин. Фото автора.** *Всего год прошел после обновления, а «Киа»*

вновь провела модернизацию «Соула». Такой оперативности Юрий Тимкин не припомнит. На машину через объектив смотрел Александр Батыру.

Авторы автомобильных репортажей журнала «За рулем», как правило, избирают какую-либо метафору для заполнения ключевых текстовых позиций — зачина и/или заголовка: **У женщин пластические операции становятся нормой. Настолько, что иные прибегают к ним не один раз в жизни, а регулярно. В прошлом году — подкорректировать губы, в этом — подправить форму носа. Затем не помешало бы изменить разрез глаз... В итоге не успеваешь заметить, как знакомый человек поменялся. Вот и с машинами так. «Соул» получил более крупные «глаза» и смотрится теперь совершенно иначе! Хотя, на мой взгляд, гармоничности во внешности поубавилось! (ЗР, № 3 2012); *Японцы не в первый раз пустились на всесложный эксперимент. Рецепт прост: взять практичный легковой автомобиль — скажем, хэтчбек или универсал — и добавить по вкусу увеличенный дорожный просвет и пластиковый обвес. (ЗР, № 3 2012)*

Другой вариант зачина — как в путевом очерке, например: «Фулл», — сказал заправщик и затребовав с меня кругленькую сумму, хотя бак и небольшой. «Газолино», или попросту бензин, в Италии продают по 1,71 евро за литр. Я выбрал бензиновую версию из интереса к двухцилиндровому турбодвигателю «Твинэйр», аппетит которого, если верить паспорту, не оставляя шансов дизелю козырнуть своей хваленной экономичностью. В разных режимах было обещано, цитирую, 5,0/3,8/4,2 л/100 км. Вот я и заполнил бак под завязку, чтобы самому проверить теорию практикой: сможет ли «Панда» полноценно работать за щепотку корма. Ехать собрались в горы.

Описание автомобиля может быть развернутым или компактным, но обязательно динамическим, что обусловлено самим предметом описания. Таким образом, тест-драйв имеет событийную канву, но описательную основу, сводящуюся к переходу от фиксации одной детали автомобиля к описанию другой его особенности. Делается это при помощи описательных конструкций, построенных на основе перечисления: **Усеченная центральная консоль не мешает длинноногим, материалы податливы и дороги, встроенный ароматизатор воздуха успешно отбивает камазовское послевкусие.*

Сопоставление новинки с предшествующими моделями или со сходными моделями, сравнение характеристик и выявление положительных и отрицательных параметров может быть самостоятельным фрагментом текста, но чаще органично включается в собственно описание автомобиля: **Из-за особенностей дизайна обзорность, как и раньше, плоховата: малюсенькое заднее стекло-амбраура и миниатюрные внешние зеркала мало помогли, когда пришлось разворачиваться в тесном дворике. Сравнение разных параметров и характеристик автомобиля/лей осуществляется в основном за счет синтаксической связи, построенной на основе формально выраженных отношений противопоставления: *От разгонной динамики дух не захватывает, но запаса мощности хватает, чтобы не ощущать дискомфорта ни в городских пробках, ни на скоростной трассе; *Они отличаются увеличенным ходом поршня, но наружные размеры двигателей остались прежними. Конструкции с союзом «но» в подобных случаях реализуют семантику замещения, компенсации одной характеристики другой.*

Заканчивается тест-драйв, как правило, обобщенной оценкой автора, отзывом журналиста об автомобиле/лях. Здесь частотен прием ранжирования автомобилей, если это сравнительный тест-драйв: *«Если же оценивать автомобили в целом, трудно отдать какому-либо предпочтение. Ничья — справедливый финал.»* *«Позтом, невзирая на схожесть итоговых оценок «Нексии» и ЗАЗа, ей достается лишь третье место.* Другой вариант концовки — метафора: *«Проводя параллели с миром людей, скажу: если обычный «Пассат» — это ничем не примечательный сотрудник, то СС — креативный директор, каждую секунду притягивающий к себе внимание. Одеждой, манерами, речью. Отличная собралась флотилия! «Крайслер» напомнил атомный ледокол — такой же огромный и мощный. Смотришь на него и понимаешь: для него не существует преград. Настоящий гредноут, только в современном исполнении. «Ягуар» — легкий ракетный крейсер: проворный, скоростной, на нем легко настичь соперника. Но и комфорта не лишен. Очень разносторонний автомобиль. «Вольво» вызывает ассоциации с яхтой. Не такой быстрый, как конкуренты, однако экипажу здесь уютнее всего, да и в управлении «швед» наиболее прост.*

Иконический компонент исследуемых текстов представлен цветными фотографиями и таблицами. Таблицы — это семантически и графически автономные элементы (данные производителя, оформленные как врезки), повышающие информативность текста и выполняющие познавательную функцию: они дополняют информацию, выраженную вербально, разного рода техническими сведениями (общие данные, размеры автомобиля и др.), к которым обращается не каждый читатель.

На основании проведенного исследования мы пришли к следующим выводам:

— тест-драйв — особый жанр автомобильного дискурса, обладающий признаками, определяющими его жанровую природу;

— тест-драйв — устойчивая публицистическая жанровая форма, направленная на описание того/иного автомобиля/лей через набор наиболее характерных отличительных особенностей;

— в основе тест-драйва лежит пробная поездка журналиста на автомобиле/лях. В большинстве случаев тест-драйв строится как репортаж с места событий;

— материалы в жанре тест-драйва оформляются в виде повествования (нарратива) и содержат дескриптивные элементы (фрагменты).

Библиографический список

1. Рогалева, О. С. Лингвостилистические особенности автомобильного дискурса (на примере журнала «За рулем») / О. С. Рогалева // Медиадискурс: новые явления и новые подходы : коллективная моногр. / под ред. Н. А. Кузьминой. — Омск : И. Баловнева, 2010. — 262 с.
2. Ревина, Ю. Н. Автомобильная терминосистема в немецком и русском языках: структурно-семантический и функциональный аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ю. Н. Ревина. — Екатеринбург, 2011. — 25 с.
3. Майданова, Л. М. Практическая стилистика жанров СМИ : учеб. пособие / Л. М. Майданова, С. О. Калганова. — Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2006. — 336 с.

РОГАЛЕВА Ольга Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры стилистики и языка массовых коммуникаций.

Адрес для переписки: andre_rog@mail.ru

Статья поступила в редакцию 14.03.2013 г.

© О. С. Рогалева

Книжная полка

Немченко, В. Н. — Введение в языкознание : учеб. для вузов / В. Н. Немченко. — М. : Юрайт, 2013. — 679 с. — Гриф МО. — ISBN 978-5-9916-2245-5.

В учебнике раскрыты все общетеоретические вопросы современного языкознания, строго разграничиваются и последовательно описываются языковые уровни с учетом их современного понимания. Отличительная особенность издания — широкое использование автором выдержек из лингвистической литературы со ссылками на первоисточники, богатое иллюстративное сопровождение материала примерами из различных языковых групп. Это позволит студентам получить представление о важнейших научных школах и направлениях современной лингвистики, сравнить разные подходы специалистов в этой области к проблемам отечественного языкознания. Направления подготовки/специальности: Востоковедение, африканистика 030800 (522600); Лингвистика 031100 (520500); Перевод и переводоведение 031202 (022900); Теория и методика преподавания иностранных языков и культур 031201 (022600); Теория и практика межкультурной коммуникации 031203 (023000); Филология 031000 (520300); Филология 031001 (021700). Об авторе: Немченко В.Н., доктор филологических наук, профессор кафедры современного русского языка и общего языкознания Нижегородского государственного университета имени Н.И. Лобачевского, заслуженный деятель науки Российской Федерации, почетный работник высшего образования России.

ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ОБУСЛОВЛЕННОСТЬ НЕОЛОГИЗМОВ ТЕАТРАЛЬНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА ПЕРВОМ ЭТАПЕ ФОРМИРОВАНИЯ (1990—1999 гг.)

В данной статье выявляются экстралингвистические факторы, способствующие развитию новой театральной терминологии на первом этапе формирования, анализируется история происхождения терминов. Термины и терминология не возникают сами по себе, а в результате развития искусства, науки, техники, поэтому правомерно говорить о социальной детерминированности терминологии.

Ключевые слова: экстралингвистические факторы, театральная терминология, неологизмы, социолингвистика.

Для достижения целей исследования мы используем современный этап развития театра и театральной терминологии — это условные хронологические рамки с 1990 года и до настоящего времени.

Задача данной статьи выявить внеязыковые или, как их принято называть, экстралингвистические факторы появления новой театральной терминологии. Под экстралингвистическими факторами в данном исследовании понимаются факты исторического развития театра, обусловившие появление и развитие соответствующих терминов. Следует отметить возросший интерес к рассмотрению экстралингвистических факторов, в том числе исследование А. М. Клэстер немецкой терминологии инженерной психологии [1, с. 114]. Исследование проводится с позиций социолингвистики, что позволяет более точно определить время появления терминов, обозначающих явления данной области деятельности.

Искусство сцены родилось в глубокой древности. В разные времена оно было призвано то развлекать, то воспитывать, то проповедовать. И с этими задачами театр справлялся — «его возможности многообразны, а сила воздействия велика, и потому театральное искусство стремились поставить себе на службу короли и князья, императоры и министры, революционеры и консерваторы» [2, с. 24]. По словам А. Бартошевича, «театру не однажды предрекали гибель, но он каждый раз выживал — выдержал конкуренцию и с кинематографом, и с телевидением, и с компьютером» [3, с. 12]. Искусству, которое создается на глазах у зрителей, суждена долгая жизнь.

Как отмечает Д. Р. Браун [4], для большинства тех, кто работал в ведущих театрах, получавших государственную дотацию, 1990-е гг. стали эпохой сокращений, рентабельности и выживания. Многие из старых методов постановки оказались слишком дорогими. Декорации и костюмы, с соответствующим актерским составом, репетициями стоили намного больше, чем давала продажа билетов на спектакль, который, как предполагалось, будет идти три или

четыре недели. В Англии премьеры в региональных театрах давались все реже, труппы становились все меньше, декорации проще. По словам П. Томсона, «национальный театр в Лондоне, стремясь идти в ногу со временем, трижды реорганизовал свою труппу, работавшую в новых помещениях на Саут Бэнк, и на целый сезон закрыл одну из своих трех сцен» [5, с. 34].

У коммерческих театров были те же проблемы. В лондонском Уэст-Энде и других районах все более редко появлялись пьесы, с большим количеством действующих лиц, платежеспособные импресарио и драматурги, способные влиять на вкусы широкой публики. К началу 1990-х годов театры как коммерческие, так и дотационные выживали, цепляясь — иногда отчаянно — за производственные организационные формы, соответствовавшие безоблачному прошлому.

Однако начиная с 1980 г. другой театральный жанр переживает эпоху подъема: это были эффектные мюзиклы, ставившиеся в крупных коммерческих театрах. Такие спектакли, как *Cats* — *Кошки* (1981 г.), *Les Miserables* — *Отверженные* (1985 г.), *The Phantom of the Opera* — *Призрак оперы* (1986 г.), *Miss Saigon* — *Мисс Сайгон* (1989 г.), были созданы в Лондоне, а затем повторены в крупных городах по всему миру. Продюсеры, сценаристы, композиторы, художники сделали на них состояния. Так в 1990 г. родился новый жанр и, соответственно, термин **megamusical** — *мега-мюзикл*. По данным словаря Вебстера, данный термин появился путем соединения компонента сложного слова **mega** и существительного **musical**. В свою очередь **mega** восходит к греческому **megas** и означает *большой, крупный*. Термин же **musical** восходит к французскому **soiree** — *musical, literally, musical evening* и вошло в английский язык в конце XIX века в значении *a social entertainment with music as the leading feature* [6]. В настоящее время Д. Р. Браун дает следующее толкование термина **megamusical**: *спектакль с использованием всевозможной сценической механики, управляемого компьютером освещения, мощной зву-*

коусилительной техники и хорошо натренированных актеров [4, с. 411].

Необходимость использования новейшего оборудования обусловила появление в начале 90-х гг. в английском языке следующих театральных терминов, которые относятся к таким тематическим группам как: названия светового и звукового оборудования, используемого в процессе постановки спектакля, названия декораций и технических приспособлений и приемов:

ML < **moving lights** — управляемый на расстоянии «интеллектуальный» осветительный прибор, обладающий огромным разнообразием эффектов, управляемых через пульт управления светом, или запрограммированных в памяти пульта управления светом; **doughnut revolve** < **doughnut revolve stage** — вращающаяся сцена с невращающимся центром; **AND** < **Advanced Dimmer Network** — современная система регуляции освещения; **automatic colour change** — дистанционная смена цветофильтров; **ERS** < **Ellipsoidal Reflector Spotlight** — отражающий прожектор; **parcan** — прожектор с параболическим алюминиевым отражателем; **SFX** < **sound effects** — звуковые эффекты; **scoop** — прожектор заливающего света; **blind plotting** — планирование расположения осветительных приборов вслепую (способность некоторых пультов управления светом); **breakup** — затемнитель, дающий текстурированный световой эффект; **ERF** < **Ellipsoidal Reflector Floodlight** — отражающий прожектор заливающего света (спецэффект компьютерной графики); **DLC** < **digital light curtain** — цифровой световой занавес; **FX** < **special stage effects** — специальные сценические эффекты; **previsualisation** — зрительное воспроизведение с помощью компьютеризированного оборудования, позволяющее дизайнерам показать режиссерам и другим членам постановочной части освещение и сценическую автоматику перед постройкой декораций.

Как видно, большинство данных терминологических единиц данного периода являются терминологическими сочетаниями и сокращениями: два двухкомпонентных и семь трехкомпонентных, которые путем свертывания превращаются в аббревиатуры, относящиеся к следующим видам: 1) акронимы — **AND** < **Advanced Dimmer Network**; 2) инициальные сокращения — **ML** < **moving lights**, **DLC** < **digital light curtain**; 3) усечение — **doughnut revolve** < **doughnut revolve stage**; 4) графически-фонетические сокращения — **SFX** < **sound effects**.

Процесс изменения происходил в простое для Англии время. По словам С. Трасслера, «в период, когда безработица угрожала новым слоям общества, внушительная сценическая феерия, броские персонажи и сюжеты, мощное музыкальное и вообще звуковое оформление гарантировали окупаемость спектаклей, уводя публику в мир, далекий от ежедневных забот» [7, с. 141]. Как отмечает Д. Кеннеди [8], «Отверженные» в 1990-х годах рекламировались не иначе как «шоу всех времен и народов» и «сенсация в мире музыки». Делались новые постановки старых мюзиклов, роскошные и неотразимые, и цены росли быстро: в 1970 году лучшие места на представлении мюзикла стоили около 10 долларов, в 1980-м — 22,50 доллара, а в 1990-м — 55 долларов и больше.

Согласно «Истории театра» О. Д. Брокетта [9], успех мегамюзиклов не прошел незамеченным для режиссеров, работавших в других жанрах. Королевский Шекспировский театр укомплектовал сце-

ны в Стрэтфорде и Лондоне мобильной техникой, совершенно фантастическим освещением. Возникает необходимость в специалистах по работе с освещением, звуковой аппаратурой, новой техникой. В связи с этим, по данным Кембриджской истории британского театра [10], в 1994 году в английском языке появляется терминологическое сочетание **sound designer** — *звукорежиссер*. Первый компонент данного ТС, **sound** — звук пришло в английский язык опосредованно из латинского через французский в период Норманнского завоевания, когда влияние французского языка было особенно сильным. Схематично это можно представить следующим образом: лат. **sonus** — звук → фр. **son** → англ. **sound** — звук. Латинское **sonus** восходит к глаголу **sonare** — *звучать, издавать звук*, которое, вероятно, произошло из языка Санскрита **svanati** — *it sounds* [6].

Второй компонент данного терминологического сочетания **designer** относится к среднеанглийскому глаголу **to design**, который, согласно словарю Вебстера [6], впервые был зафиксирован в XIV в. и обозначал *показать, погрозумевать*. В свою очередь, среднеанглийский глагол **design** восходит к французскому **designer** — *обозначать, опрегелять*, которое произошло от латинского **designare** — *отмечать, охарактеризовать*. Таким образом, произошло расширение значения слова, а позднее, в 1662 г., в результате прибавления к глаголу суффикса **-er** появилось существительное **designer**, означавшее *one that designs* — *тот, кто задумывает, придумывает*.

В этом же году в театральную терминологию вошли следующие термины, которые дополнили тематическую группу работников театра:

carpenter — человек, который перерабатывает пьесы для постановки, а также: **LD** < **lighting designer** — художник по свету; **MD** < **musical director** — звукорежиссер; **lamby** — светотехник, и его синонимы **noise boy**, **sound tech**; **PM** < **production manager** — ответственный директор за технические приготовления, включая составление бюджета и планирование производства; **tech** — работник персонала, обслуживающего сцену.

Все большее усложнение используемой в постановочном процессе техники, возможность применения цифровых технологий повлекло за собой появление в конце 1990-х гг. следующих терминов, большинство из которых являются терминологическими сочетаниями, которые путем свертывания превращаются в аббревиатуры: **CAD** < **Computer-Aided Design** — *автоматизированный дизайн*; **VRML** < **Virtual Reality Modelling Language** — *3D дизайн — язык для описания 3D объектов в рамках простого текстового файла*; **VRML** — **Viewer** — *просмотр, с помощью которого можно посылать сложные модели по электронной почте дизайнерам и другим сотрудникам постановочной части*; **CAN** < **Advanced Control Network** — *компьютеризированная система контроля за ходом спектакля*; **desk** — *пульт управления светом или звуком*; **automatic colour change** — *дистанционная смена цветофильтров*; **back up** — *секция пульта управления светом, которая обеспечивает альтернативный метод контроля в случае неисправности основного пульта*; **betapack** — *переносной регулятор освещения, имеющий шесть направлений*.

Из приведенных примеров видно, что термины данного периода в своем большинстве представлены аббревиатурами, которые являются акронимами, инициальными сокращениями, гибридами.

Согласно данным справочника театра XX века [11], в то время как режиссеры экспериментировали со сложной системой управления сценическими эффектами и звуком, другое направление, то, что называется «театральные исследования», касалось самой природы театра. Так, театральный режиссер Ариана Мнушкина, исследуя психологические и музыкальные особенности традиционных театров, оказала большое влияние на изменение в приемах актерской игры и тренировки актеров. Ее можно назвать первооткрывателем *неофольклорного театра*, что получило выражение в английском языке в виде терминологического сочетания **neofolklore theatre**, актеры которого стали членами сообщества, совместно ставившего пьесу.

В данном терминсочетании категориальный признак выражен апеллятивным элементом **theatre**, этимологию которого уместно рассмотреть далее, в разделе, посвященном истории названий театров, а дифференциальный — термином **neofolklore**. Первый компонент данного сложного слова **neofolklore** восходит к греческому **neos** — *новый*, который был заимствован английским языком в XI в., поскольку классические языки были языками науки и искусства вплоть до XIII в. Термин **folklore** в дословном переводе *народоведение*, по данным Энциклопедии Британника [12], был создан в Англии в 1846 г. для обозначения одним словом древних верований, предрассудков, обычаев, обрядов, пословиц, заговоров, поговорок, песней и сказок, до сих пор еще живущих в простонародной среде по традиции и состоит из двух частей **folk** и **lore**. Последние восходят к древневерхненемецким существительным **folk** — *народ* и **lera** — *теория, учение*, соответственно, но раньше появились в английском языке в V—VI вв. н.э. после падения Рима в результате переселения древнегерманских племен: англов, саксов, ютов, фризов с континента в Великобританию.

Согласно театральной энциклопедии [13], тексты пьес разрабатывались на основе актерских импровизаций и индивидуальных исторических исследований. В связи с этим, в этот же период появляется совершенно новая для драматургии техника — **verbatim**. Данный термин был заимствован в среднеанглийский период из французского языка. Французское слово восходит к латинскому **verbum** — *дословно, слово в слово, точно*. Гораздо позднее, а именно на рубеже 1996—1997 г.г., этот термин стал использоваться для номинации техники создания текста путем монтажа дословно записанной речи. Для перевода данного термина на русский язык И. Болотян [14] в своей статье «О драме в современном театре» дает кальку и переводит термин на русский язык как *вербатим*.

Однако мы считаем возможным предложить свой перевод термина **verbatim** на русский язык — *дословная передача*, поскольку понимание терминологии задача не только терминоведов, но и широкого круга людей. Новая методика разрабатывается известным лондонским театром «Ройал Корт». Схему работы можно изложить по пунктам, которые были предложены С.Боттомсом, профессором драмы университета города Лидса: «a group of a playwright, a director and actors gathers the material by means of communication with **donors** (e.g.: miners, soldiers, drug addicts, homeless people, gays). As a result they make a performance based on the facts» [15, с. 56] — драматург, режиссер и актеры выбирают тему, собирают материал: берут интервью у нужных им людей, информаторов, и записывают их на диктофон, из всего

этого они создают пьесу и ставят спектакль. Термин **donor** является сокращением, усечением конечной части двухкомпонентного терминологического сочетания **informational donor** и этимологически восходит к французскому **doneur**, которое, в свою очередь, произошло от латинского **donator**. То есть данный термин пришел в английский язык опосредованно из латинского языка через французский в XV в., когда влияние последнего было особенно сильным в период Норманнского завоевания.

Согласно Словарю театра П. Пави [16], данная техника не является исключительно новаторской, поскольку документы часто использовались в художественной литературе и ранее, однако свое новое рождение она получила в XX веке именно в документальной драме, своеобразной «наследнице драмы исторической», а в XXI веке — в дословной драме, использующей исключительно живую речь. Следовательно, для обозначения такой пьесы предлагается и новое терминологическое сочетание **verbatim play** — *дословная пьеса*, обозначающее монолог или множество перебивающих друг друга монологов. От зрителя требуется только умение слушать.

Постановка любой дословной пьесы держится в основном на тексте и физическом присутствии актеров, необходимым минимуме сценических средств, что явилось очевидной причиной появления в театральной терминологии в конце 1990-х гг. таких терминов и терминологических сочетаний как: **vignette setting** — *оформление, намеченное несколькими скупыми деталями среди пустого пространства*; **bijou theater** — *маленький театр со зрительным залом приблизительно на 500 человек, где спектакли проходят обычно в занавесах или с намеком на оформление*; **black box** — *вид студийного театра, где зрители и актеры находятся в одном помещении, окруженном черными занавесами*; **evocation** — *пробуждение деятельной реакции зрителя*; **illuminating directing** — *режиссура, по-новому раскрывающая замысел*; **latent bus < latent business** — *второстепенные приемы, приспособления, придуманные актером или режиссером*.

Актеры могли играть на нескольких отдельных сценах в разных частях зала, и публика в центре оказывалась в том же воображаемом «мире», что и участники. В этой связи в исследуемую терминологию вошли следующие термины: **split stage** — *сцена, разделенная на два места действия, происходящих одновременно*; **thrust < thrust stage** — *сцена, с трех сторон окруженная зрителями, с выдающимся углом просцениумом*; **traverse** — *форма сцены, где зрители находятся с двух сторон игрового пространства*.

Согласно мнению С. Крэбтри [17], самое глубокое влияние на развитие театра в конце века оказывает администрация театра, продюсеры, разработчики и подрядчики. Они создают саму возможность работы или ограничивают ее и даже становятся ее инициаторами. Каждому новому предприятию нужно обеспечить бюджет, зрительские проекты, художественное обоснование, без которых невозможно конкурировать с другими проектами.

Приведенные экстралингвистические факты, касающиеся организационной деятельности театра, нашли свое отражение в театральной терминологии в конце XX века в виде следующих терминов, терминологических сочетаний и сокращений: **donor** — *человек, финансирующий постановку*; **advance man** — *сотрудник театра, ведущий до и во время гастролей всю организационную и финансовую деятельность; менеджер по гастрольной деятельности*;

СМ < **company manager** — директор труппы, который во время гастролей может исполнять обязанности директора-администратора; **РА** < **press agent** — представитель актера по работе с прессой; **РМ** < **production manager** — ответственный директор за технические приготовления, включая составление бюджета и планирование производства.

Вышеперечисленные сокращения являются инициальными, в состав которых входят начальные буквы слов. По способу произношения, согласно классификации В. В. Борисова [18], являются буквенными аббревиатурами, произносящимися как совокупность алфавитных названий, входящих в них букв.

Таким образом, на первом этапе современного периода развития театральной терминологии произошло уточнение содержания некоторых понятий и смыслового объема некоторых терминов, возникли новые термины, представляющие собой следующие структурные типы: простые термины, сложные термины, двух- и трехкомпонентные терминологические сочетания, сокращения. Как показал статистический анализ отобранных для исследования терминов, в театральную терминологию вошло 447 терминологических единиц, что составляет 52,6 % от общей выборки терминов. Терминологические единицы этого периода образовали или дополнили такие тематические группы терминов, как «световое и звуковое оборудование», «декорации и технические приспособления и приемы», «устройство сцены», «работники театра», «виды театральных представлений и части спектакля», «театральные приемы», «виды театров», «устройство театра», «репетиционный процесс и подготовка спектакля».

Библиографический список

1. Клэстер, А. М. Структурные особенности англо-американских заимствований в немецкой терминологии инженерной психологии / А. М. Клэстер. — Омский научный вестник. — 2011. — № 6 (102). — С. 114–117.
2. Западное искусство. XX век: Образы времени и искусства : сб. статей / Отв. ред. Г. В. Макарова. — М. : УРСС, 2003. — 229 с.
3. Бартошевич, А. Шекспир. Англия. XX век / В. В. Борисов. — М. : Искусство, 1994. — 411 с.
4. Иллюстрированная история мирового театра / Под ред. Д. Р. Брауна ; перев. с англ. — М. : БММ АО, 1999. — 582 с.

5. Kershaw B. The Cambridge History of British Theatre in 3 Vols. — Cambridge; New York : Cambridge University Press, 2005. — Vol.3. — 596 p.

6. Merriam-Webster's Collegiate Dictionary, Inc. Encyclopaedia Britannica. [Электронный ресурс]. — М. : Новый диск, 2005 (3CD — ROM).

7. Trussler S. The Cambridge Illustrated History of British Theatre. — Cambridge; New York : Cambridge University Press, 2000. — 416 p.

8. Kennedy D. The Oxford Encyclopedia of Theatre and Performance. — Oxford; New York: Oxford University Press, 2003. — 1559 p.

9. Brockett O. G., Hildy F.J. History of the Theatre. Foundation Edition. — Boston : Allyn and Bacon, 2007. — 596 p.

10. Kershaw B. The Cambridge History of British Theatre in 3 Vols. — Cambridge; New York : Cambridge University Press, 2005. — Vol. 3. — 596 p.

11. Chambers C. The Continuum Companion to Twentieth Century Theatre. — London; New York : Continuum International Publishing Group, 2006. — 866 p.

12. Encyclopaedia Britannica, Deluxe [Электронный ресурс]. — М. : Новый диск, 2005 (3CD — ROM).

13. Мифы народов мира. Энциклопедия. В 3 т. Т. 1 / Гл. ред. С. А. Токарев. — М. : Советская энциклопедия, 1998. — С. 254–257.

14. Болотян, И. О драме в современном театре: verbatim / И. Болотян // Вопросы литературы, 2004. — № 5 [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.magazines.russ.ru> (дата обращения: 12.02.2013).

15. Bottoms S. Putting the Document into Documentary: An Unwelcome Corrective // TDR : The Drama Review Journal: Editor R.Schechner. — 2006, Vol. 50, № 3. — P. 56–58.

16. Пави, П. Словарь театра / П. Пави ; пер. с фр. — М. : Прогресс, 1991. — 504 с.

17. Crabtree S. Beudert P. Scenic Art for the Theatre. Second Edition: History, Tools and Techniques. — Boston : Focal Press, 2005. — 439 p.

18. Борисов, В. В. Аббревиация и акронимия. Военные и научно-технические сокращения / В. В. Борисов. — М. : Воениздат, 1972. — 320 с.

ЧУРИЛОВА Ирина Николаевна, кандидат филологических наук, доцент (Россия), доцент кафедры иностранных языков.

Адрес для переписки: semavla@mail.ru

Статья поступила в редакцию 15.03.2013 г.

© И. Н. Чурилова

Книжная полка

ББК 81.432.1/А45

Алейникова, Т. В. Английская терминология социальной работы [Текст] : монография / Т. В. Алейникова, Ж. Г. Жигунова ; ОмГТУ. — Омск : Изд-во ОмГТУ, 2010. — 121 с. — ISBN 978-5-8149-0854-4.

Представлены особенности формирования и развития английской терминологии социальной работы. Значительное внимание уделяется не только основным этапам становления данной области социальной сферы, наиболее характерным способам ее терминообразования, но и рассматривается обширный историко-этимологический материал смежных областей знаний.

Предназначена для филологов, термиологов, специалистов социальной сферы, для преподавателей, студентов и аспирантов, а также всех тех, кто занимается изучением терминологических категорий и реалий социальной работы.

ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКИХ ТЕРМИНОВ БИОНИКИ: ФОРМАЛЬНО-СТРУКТУРНЫЙ АСПЕКТ

В статье проводится комплексное исследование структуры немецких терминов бионики — науки, изучающей принципы функционирования живых систем для использования их в области инженерной практики. Автор выявляет наиболее продуктивные способы терминообразования, присущие изучаемой терминологии согласно классификации ведущих отечественных языковедов. Особое внимание уделяется сложным терминам, составляющим основной пласт терминосистемы «Бионика».

Ключевые слова: терминология бионики, словосложение, производные термины, структурный анализ.

Для создания «правильно ориентирующих» терминов, а также для адекватного восприятия специальной информации необходимо исследование особенностей формально-структурной организации терминов. По мнению В. А. Татарина, структура термина связана с его семантикой, а точнее, семантика терминологической единицы чаще, чем это имеет место в общенациональной лексике, формально выражается структурными особенностями термина [1, с. 256]. Поэтому структурные особенности любой терминосистемы, и в частности терминосистемы «Бионика», являются крайне важным фактором при изучении, систематизации и использовании ее терминологических единиц.

В данной статье мы поставили цель выявить структурные особенности, присущие терминам немецкой терминологии бионики и определить наиболее продуктивные способы терминообразования, к тому же анализ выборки, подтвердил, что структура терминов бионики обладает характерными для всей немецкой научно-технической терминологии особенностями.

Исследуемая терминология насчитывает 3215 терминологических единиц, которые представлены простыми однокорневыми терминами, производными или аффиксальными терминами (дериватами), сложными терминами (или терминологическими композитами), терминологическими сочетаниями и аббревиатурами.

Словосложение является особенно продуктивным словообразовательным средством как в современном немецком языке в целом, так и в немецкой терминологии бионики в частности.

Под словосложением мы понимаем способ словообразования, состоящий в морфологическом соединении двух или более корней (основ), в результате чего образуется сложное слово, или композит [2]. Немецкая терминосистема «Бионика» насчитывает 1448 сложных терминов, что составляет 45 % от всей выборки, например: **Adhäsions | kraft** *f* – аггезионные силы сцепления; **Bionik | forschung** *f* – бионическое исследование; **Entwicklungs | prozess** *m* – процесс развития; **Intelligenz | koefizient** *m* – коэффициент интеллекта; **Reaktions | versuch** *m* – опыт по исследованию времени реакции; **Wahrnehmungs | weise** *m* – способ восприятия; **Flügel | rad | anemometer** *m* – крыльчатый анемометр и др.

Как видно из приведенных примеров, в русском языке эквивалентом терминов, образованных посредством словосложения, являются чаще всего терминологические сочетания, более характерные для русской терминологии. Это является иллюстрацией того, что структура терминов и терминологий в разных языках неодинакова. Знание этого принципиального отличия немецкой и русской терминологии очень важно для нахождения правильного значения того или иного термина на основе понимания значения составляющих его частей.

Наиболее распространенным типом сложных терминов в рассматриваемой терминологии являются двухкомпонентные термины, которые представлены 1067 единицами (33,1 % от общего объема выборки), например: **Bionik | forschung** *f* – бионическое исследование; **Analogie | verfahren** *n* – метод аналогии; **Entspannungs | schwimmen** *n* – релаксирующее плавание (быстрое кратковременное поступательное движение некоторых насекомых на поверхности воды с помощью выделения секрета, которое снижает напряжение нижних конечностей); **Tast | vorstellung** *f* – осязательное представление и др.

Трехкомпонентные сложные термины представляют группу, состоящую из 337 терминологических единиц (10,5 % от нашей выборки), например: **Augen | fixations | bewegungen** *pl.* – движения глаз при зрительной фиксации; **Bau | teil | optimierung** *f* – установление оптимального режима элемента конструкции; **Flimmer | verschmelzungs | frequenz** *f* – порог слияния световых мельканий и др.

Количество четырехкомпонентных сложных терминов в исследуемой терминологии не так велико — 42 терминологические единицы, т.е. 1,3 % от общего объема выборки, например: **Raum | energie | fluß | eingrenzung** *f* – пространственная локализация потока энергии; **Daten | fern | verarbeitungs | einrichtung** *f* – устройство дистанционной обработки данных; **Wasser | stoff | brücken | bindung** *f* – водородная мостиковая связь и др.

Сложные термины, в составе которых пять компонентов, обнаружено всего две единицы, что составляет 0,1 % от всей анализируемой выборки, а именно: **Ein | kristall | röntgen | struktur | analyse** *f* – рентгеноструктурный анализ монокристаллов; **Hoch | leistungs | kommunikations | platt | form** *f* – высокоэффективная коммуникационная платформа.

Все сложные термины, представленные в немецкой терминологии бионики, образованы по модели определительного словосложения. Сложный термин, образованный при помощи данной модели, представляет собой сочетание двух компонентов, которые могут иметь разную словообразовательную структуру, но членение сложного слова в немецком языке всегда бинарно, причем первый компонент определяет второй, а второй дает общую морфологическую и семантико-категориальную характеристику всего соединения [3, с. 118], например: **Sonnen|kompas|orientierung** *f* – ориентация в пространстве посредством солнца; **Selbst|reinigung|mechanismus** *m* – механизм самоочищения; **Ultra|schall|ortung** *f* – ультразвуковая локация и др.

Специфическим признаком немецкого языка, А. М. Искос выделяет возможность выражения свободных синтаксических отношений через сложное слово, в результате чего сложные термины могут семантически полностью совпадать с соответствующими словосочетаниями [4, с. 33]. Для подтверждения этого положения можно привести следующие примеры из немецкой терминологии бионики: **Willkürhandlung** — **willkürliche Handlung** – производное действие; **Rezeptorfeld** — **rezeptives Feld** – рецептивное поле (сетчатка); **Bionikforschung** — **bionische Forschung** – бионическое исследование.

Структурная цельнооформленность сложного термина является характерным отличием его от терминологического сочетания. Терминоэлементы в его составе теряют свою лексическую самостоятельность, весь комплекс получает единое значение, причем первый терминоэлемент обозначает постоянное свойство, придающее всему термину новое значение, делая его более удобным в процессе коммуникации, чем соответствующее ему терминологическое сочетание.

Проводя анализ сложных терминов немецкой терминологии бионики с точки зрения морфологии, мы выявили разные элементы, входящие в его состав. Исследуемая терминология носит субстантивный характер, поэтому вторым терминоэлементом немецких композитов является существительное, а в качестве первого компонента может выступать: имя существительное (**Bewegungsempfänger** – рецептор движения); имя прилагательное (**Eigenreflex** – проприоцептивный рефлекс); наречие (**Langzeitgedächtnis** – долговременная память); числительное (**Zweieixitonenprozeß** – двойной экситонный процесс); глагол (**Abfallzusland** – состояние спадания (импульса)); предлог (**Nachahmungshandlung** – подражательное действие).

Для немецкой терминологии бионики характерно непосредственное соединение элементов в сложные термины, например: **Ausgabegerät** *n* – прибор вывода (информации). Однако довольно часто один терминоэлемент присоединяется к другому при помощи соединительных элементов **-(e)s-** и **-(e)n-**, например: **Anpassungsfähigkeit** *f* – приспособляемость; **Ansteuerungsmodell** *n* – прототип (модель) управления; **Anthropodenkutikula** *f* – кутикула (наружная кожа) членистоногих (антропогов).

Таким образом, можно сделать вывод, что сложные термины, составляющие основную массу немецкой терминологии бионики, являются определительными композитами, образованными из двух терминоэлементов, один из которых подчинен другому, при этом последовательность расположения терминоэлементов в сложном термине строго предписана.

На втором месте по продуктивности находится группа производных терминов, насчитывающая 840 терминологических единиц (26,1 % от общего объема). М. Д. Степанова определяет производный термин в качестве словообразовательной конструкции, состоящей из одного свободного компонента, являющегося основой данной конструкции, и одного связанного компонента, который автор называет эксплицитным дериватом в отличие от имплицитного деривата, образованного без словообразовательной морфемы или при помощи нулевой морфемы [5, с. 156].

В немецкой терминологии бионики эксплицитным дериватам согласно классификации, предложенной С. В. Гринёвым-Гриневичем, характерны такие способы морфологического терминоподобия, как префиксация, суффиксация и префиксально-суффиксальное образование [6, с. 128], например: **Abbau** *m* – расщепление, разложение; **Anpassung** *f* – приспособление, адаптация; **Generierung** *f* – генерация, отображение и др.

К префиксальным дериватам, образованным при помощи префиксов и полупрефиксов, в немецкой терминологии бионики относится 257 терминов, что составляет 8 % от всех рассматриваемых нами терминов. Мы обнаружили 22 префикса и полупрефикса, при помощи которых, образуются производные термины в исследуемой терминологии, расположенные далее в порядке убывания продуктивности: 1) **ab-**: **Abrieb** *m* – истирание, износ; 2) **an-**: **Angabe** *f* – элемент данных; 3) **auf-**: **Auftrieb** *m* – стимул, побуждение, импульс; 4) **aus-**: **Ausfall** *m* – выпадение (функции); 5) **be-**: **Befund** *m* – результат, данные; 6) **ver-**: **Vergleich** *m* – сравнение, сопоставление; 7) **vor-**: **Vorbild** *n* – образец, модель; 8) **ein-**: **Eingabe** *f* – ввод информации; 9) **unter-**: **Unterart** *m* – разновидность, подвид; 10) **zu-**: **Zugang** *m* – доступ; 11) **neben-**: **Nebenreiz** *m* – побочный раздражитель; 12) **nach-**: **Nachricht** *f* – информация, сигнал; 13) **ent-**: **Entwurf** *m* – проект, проектирование; 14) **um-**: **Umfang** *m* – зона поиска, объем данных; 15) **durch-**: **Durchsatz** *m* – пропускная способность (канала связи); 16) **wider-**: **Widerstand** *m* – сопротивление; 17) **hinter-**: **Hintergrund** *m* – фоновый режим; 18) **ur-**: **Urbild** *n* – прообраз; 19) **emp-**: **Empfang** *m* – прием информации; 20) **ent-**: **Entschluss** *m* – решение, намерение; 21) **über-**: **Übernahme** *f* – прием сообщения, сбор данных; 22) **anti-**: **Antipode** *m* – антипод.

Суффиксальные термины представлены в изучаемой терминологии в количестве 214 единиц, что составляет 6,6 % от общего объема выборки. Примеры данной подгруппы характеризуются тем, что связанная словообразовательная морфема находится в постпозиции к производящей основе.

Анализ использования суффиксации в немецкой терминологии бионики показал, что для данного способа терминоподобия характерна тенденция к семантической специализации, т.е. к отражению с помощью суффиксов определенных категорий значений. Кроме того, посредством данного анализа удалось выделить 14 суффиксов, представленных ниже в порядке убывания их продуктивности в изучаемом подязыке: 1) **-tion**: **Transformation** – преобразование, трансформация; 2) **-ung**: **Bahndung** *f* – проведение (импульса); 3) **-e**: **Noppe** *f* – узелок, утолщение; 4) **-ierung**: **Optimierung** *f* – оптимизация; 5) **-tät**: **Effektivität** *f* – эффективность, действенность; 6) **-ог**: **Effektor** *m* – эффектор (активатор или ингибитор ферментативных реакций); 7) **-keit**: **Anwendbarkeit** *f* – применимость, пригодность; 8) **-ie**:

Technologie *f* – технология; 9) -ik: **Polarbionik** *f* – полярная бионика; 10) -er: **Muster** *m* – образец, опытный экземпляр, модель; 11) -ent: **Koeffizient** *n* – коэффициент; 12) -ur: **Struktur** *f* – структура; 13) -schaft: **Eigenschaft** *f* – свойство, функция, характеристика; 14) -heit: **Neuheit** *f* – (техническая) новизна.

В ходе исследования нами была выявлена наиболее продуктивная модель образования производных терминов, когда терминообразующая основа сочетается одновременно с префиксом и суффиксом. В изучаемой терминологии дериваты, образованные префиксально-суффиксальным способом представлены в количестве 369 терминологических единиц, что составляет 11,5 % от общего объема анализируемой выборки, например: **Entkopplung** – разрыв связи в химической цепи; **Bekräftigung** *f* – подкрепление условного рефлекса; **Entwicklung** *f* – разработка (конструкция), создание; **Nachahmung** *f* – подражание, копирование; **Abartigkeit** *f* – отклонение (от нормы) и др.

Третье место по словообразовательной продуктивности занимают терминологические сочетания, которые представляют собой синтаксическую конструкцию, состоящую из двух и более слов, соединенных подчинительной грамматической связью, и отличающуюся от сложного термина раздельноформенностью. Терминологические сочетания являются результатом преобразования обычных свободных словосочетаний в сложные «эквиваленты» слов, и обладают устойчивостью или цельностью номинации, что обусловлено их функцией наименования одного понятия, а также номинативным характером и атрибутивным или определительным видом связи составляющих их элементов [6, с. 141].

К данной группе мы отнесли 791 терминосочетание, что составляет 24,6 % от общего объема нашей выборки, например: **bionisches Modell** – бионическая модель; **anfallende Daten** – поступающая информация; **fotovoltaischer Effekt** – фотогальванический эффект; **gekoppeltes Gerät** – неавтономное устройство; **optischer Effekt** – оптический эффект; **motorische Schutzreaktion** – двигательная защитная реакция; **absolute Wahrnehmungsschwelle** – абсолютный порог восприятия; **Selbstreinigungsmechanismus biologischer Oberfläche** – механизм самоочистки биологической поверхности; **akustisch evoziertes Hirnpotential**, **akustischevoziertes Potential** – вызванный слуховой потенциал головного мозга и др.

Вышеприведенные примеры показывают, что терминологические сочетания являются двухкомпонентными атрибутивными словосочетаниями, ядерный элемент которых выражен именем существительным в именительном падеже, а атрибутивный элемент — именем прилагательным или причастием, которые выполняют функцию препозитивного определения. При этом ядерный элемент терминологического сочетания определяет родовой признак понятия, а атрибутивный элемент — видовой признак понятия.

Четвёртое место по словообразовательной продуктивности в терминологии бионики занимает аббревиация. Данную группу составляют 113 сокращений, т.е. 3,5 % от всей нашей выборки.

Процесс сокращения является своеобразной реакцией языка на появление большого количества многокомпонентных терминологических сочетаний. Основными условиями, обеспечивающими возможность создания сокращений, В. В. Борисов считает следующие факты: во-первых, материальность языкового знака; во-вторых, линейность речи,

под которой понимается положение, что все элементы в речи следуют друг за другом в определенной последовательности, причем линейность речи ограничивает речевой поток в силу определенных человеческих особенностей (существуют чисто физиологические пределы возможностей человека говорить, слушать, писать, что ограничивает так называемую «пропускную способность» в приобретении или передаче информации, и, чтобы увеличить объем семантической информации в процессе коммуникации, требуется сократить его физическую оболочку) [7].

Рассматривая аббревиацию, мы воспользовались общепринятой классификацией К. А. Левковской, которая выделяет следующие типы или модели сокращений: 1) буквенные сокращения; 2) слоговые сокращения; 3) буквенно-слоговые сокращения; 4) усеченные образования [8].

Буквенные сокращения представляют собой сокращения многокомпонентных сложных терминов или терминологических сочетаний в одно слово путем сложения инициальных букв терминологических элементов. Это наиболее продуктивный способ образования сокращений в немецкой терминологии бионики, например: **A** < **Adenin** – аденин; **ISB** < **Internationaler Studiengang Bionik** – международный учебный план по бионике; **TR** < **Technische Richtlinie** – техническое соглашение; **KZG** < **Kurzzeitgedächtnis** – кратковременная память; **AKF** < **Autokorrelationsfunktion** – автокорреляционная функция и др. Буквенных сокращений в изучаемой терминологии насчитывается 83 единицы, что составляет 2,6 % от общего количества терминов.

Слоговые сокращения — это термины-аббревиатуры, образованные путем соединения начальных слогов или первых букв назывного словосочетания и представляющие в произношении единое слово, например: **BIOKON** < **Bionik-Kompetenznetz** – германская научная сеть по бионике «**BIOKON**»; **Telekom** < **Telekommunikation**, **Telekommunikationssystem** – телекоммуникация, дистанционная передача данных; **BIGFON** < **Breitbandiges Integriertes Glasfasernetz** – широкополосная интегрированная волоконно-оптическая сеть. Подобных терминов в исследуемой выборке оказалось 11, что составляет 0,3 % от всего объема выборки.

Буквенно-слоговые сокращения представляют собой аббревиатуры, состоящие из первого или конечного слога и букв, «...при этом наблюдается эллипсис (опущение) отдельных слогов» [9, с. 18], например: **AoN-Regel** < **Alles-oder-Nichts-Gesetz** – закон «всё или ничего» (для сокращения мышечного волокна); **ADR** < **Adresse** – адрес; **TAF** < **Tafel** – панель инструментов и др. К данной группе сокращений мы отнесли семь аббревиатур, которые составляют 0,2 % от общего числа рассматриваемых терминологических единиц.

Усеченные образования появляются в результате слияния двух усеченных основ, образуя новое слово, например: **Bionik** < **Biologie** + **Technik** – бионика; **Scht** < **Schalter** – коммутатор; **DAST** < **Datenaustauschsteuerung** – управление обменом данными. К последней группе аббревиатур мы отнесли 12 терминов (0,4 %).

Группа простых однокорневых терминов, представленная 23 единицами, (0,7 % от общего объема выборки), занимает последнее место по степени продуктивности в немецкой терминологии бионики. Данные термины чаще всего образуются семантическими способами, например, вследствие процесса

терминологизации общепотребительной лексики, когда лексическая единица общелитературного языка меняет свое первоначальное значение в результате специализации, метафорического или метонимического переносов [6, с. 125]. Примерами могут послужить следующие термины: **Faden** *m* ~ *нитка, нить* (общлит.) и **Faden** *m* ~ *цепочка выполняемых задач, порождаемый погресс*; **Bau** *m* ~ *строительство, стройка* (общлит.) и **Bau** *m* ~ *строение, структура (молекулы)*; **Schwelle** *f* ~ *порог* (общлит.) и **Schwelle** *f* ~ *порог (возбудимости)* и т.д. Данная группа занимает последнее место по степени продуктивности в немецкой терминологии бионики.

Подводя итог, можно сказать, что основную массу немецкой терминологии бионики представляют сложные термины, образованные по модели определенного словосложения. Наиболее распространенным типом сложного термина является двухкомпонентный термин. Вторым по продуктивности способом терминообразования является словопроизводство. Структурный анализ терминов бионики показал, что исследуемые термины созданы традиционными для немецкого языка способами словообразования. В анализируемом материале встречаются все типы морфологической структуры слов, характерные для современного немецкого языка.

Библиографический список

1. Татарин, В. А. Исторические и теоретические основания терминоведения как отрасли языкознания : дис. ... д-ра филол. наук / В. А. Татарин. — М., 1996. — 403 с.
2. Виноградов, В. А. Словосложение / В. А. Виноградов // Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред.

В. Н. Ярцевой; Ин-т языкознания АН СССР. — М.: Советская энциклопедия, 1990. — С. 469.

3. Шумайлова, М. С. Структурный анализ исконных терминов немецкой терминологии Интернета / М. С. Шумайлова // Омский научный вестник. — 2011. — № 4 (99). — С. 118–121.

4. Iskos, A. Deutsche Lexikologie / A. Iskos, A. Lenkova. — Leningrad : Staatsverlag für Lehrbücher und Pädagogik des Ministeriums für Bildungswesen der UdSSR, 1963. — 275 s.

5. Степанова, М. Д. Лексикология современного немецкого языка / М. Д. Степанова, И. И. Чернышева // Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache : учеб. пособие для студентов лингв. и пед. фак. высш. учебн. заведений. — 2-е изд., испр. — М.: Академия, 2005. — 256 с.

6. Гринёв-Гриневиц, С. В. Терминоведение / С. В. Гринёв-Гриневиц. — М.: Академия, 2008. — 304 с.

7. Борисов, В. В. Структурно-семантические особенности акронимов в современном английском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук / В. В. Борисов. — М., 1969. — 28 с.

8. Левковская, К. А. О некоторых особенностях терминологии : (на материале немецкого языка) / К. А. Левковская // Вопросы германистики : тр. ин-та языкознания. — М., 1959. — Т. 9. — С. 356–387.

9. Клэстер, А. М. Структурный анализ исконных терминов немецкой терминологии инженерной психологии / А. М. Клэстер // Вестник Томского государственного университета. — 2011. — № 347. — С. 15–19.

ШАРАПОВА Татьяна Николаевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков.

Адрес для переписки: Treselle_omsk@mail.ru

Статья поступила в редакцию 11.04.2013 г.

© Т. Н. Шарапова

УДК 811.111:655.4/.5

К. С. МАСЕЙКО
Л. К. КОНДРАТЮКОВА

Омский государственный
технический университет

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ТЕРМИНОЛОГИИ ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА И РЕДАКТИРОВАНИЯ

Статья посвящена проблемам глобализации в языке. Рассматривается терминология английского языка издательского дела и редактирования. Актуальность статьи обусловлена акцентированием происходящих процессов как в мировом сообществе, так и в Омском регионе в частности, а также распространением английского языка как главного средства коммуникации в сферах жизнедеятельности индивидуумов.

Ключевые слова: глобализация, национализация, терминология, английский язык, термины издательского дела.

В данной статье рассматривается проблема глобализации в языке, а именно: в издательской терминологии английского языка. В настоящее время процесс развития глобализации находится на пике активности. Следует определить термин «глобализация». Понятие «глобализация» (**globalization**) было

высказано впервые в 1983 г. американцем Т. Левитом в статье «Harvard Business Review» [1]. Он охарактеризовал глобализацию как процесс слияния рынков отдельных продуктов, производимых транснациональными корпорациями (ТНК). В активный оборот данный термин стали вводить с 1996 года, по-

сле 25-й сессии Всемирного экономического форума в Давосе [2]. Дж. Сорос — один из авторитетных специалистов по этой проблеме, считает, что «глобализация — это слишком часто употребляемый термин, которому можно придавать самые разные значения» [2]. Представляется удачным определение М. Делягина, «глобализация — это процесс формирования единого военно-политического, финансово-экономического и информационного пространства, функционирующего почти исключительно на основе высоких и компьютерных технологий» [3]. Другими словами, глобализация «не является чисто внешним политико-экономическим процессом, она затрагивает саму суть существования языков и ведет не только к доминированию глобального языка, но и к дифференциации сфер использования различных языков, изменяя привычные языковые функции» [4]. М. В. Корчинская считает: глобализация является следствием развития цивилизации, коммуникационного сжатия мира, резко возросшая степень взаимозависимости современного общества, усиление процесса взаимодействия различных культур, «разгосударствление» международных отношений, усиление роли транснациональных корпораций — это далеко не полный перечень факторов глобализации» [5]. Таким образом, под глобализацией мы понимаем единую зону, в которой отсутствуют языковые, терминологические барьеры. Глобализация подразумевает образование международного правового и культурно-информационного поля, своего рода инфраструктуры межрегиональных, в т.ч. информационных, обменов. Глобализация призвана придать мировому сообществу новое качество, а осмысление этого процесса позволит человеку лучше ориентироваться в эпоху смены миропредставлений. Целью глобализации является обобщение коммуникаций и универсализация языкового общения. Главной задачей глобализации, по мнению Н. Э. Гронской, [6], «свести в абсолюте все языковое многообразие к некоему единому универсальному глобальному языку». Необходимо отметить, что процесс глобализации тесно связан с английским языком. В ходе глобализации английский язык распространяется как международный. В настоящее время на английском языке печатаются и издаются статьи, научные труды. Положительная сторона данного процесса очевидна: всеобщее владение английским языком обеспечивает естественную человеческую потребность взаимопонимания «в мировом масштабе». По словам Н. Э. Гронской, «глобализация формирует новые типы глобальных коммуникативных практик: мировая наука, международный бизнес, международное образование» [6]. Именно английский язык по сравнению с другими языками оказывается наиболее нейтральным. Однако «распространение международного языка в любом случае нарушает другую естественную человеческую потребность — потребность идентичности, то есть стремление во всех ситуациях пользоваться своим родным языком, освоенным в раннем детстве» [7]. По мнению Алпатова, «навязывание английского языка добавляет еще два аспекта проблемы... во-первых, английский язык — материнский язык для многих людей, которые оказываются при глобализации в более выгодном положении: им дополнительно не надо учить какой-либо язык. Во-вторых, английский язык не может не ассоциироваться с политикой США и навязываемой этим государством системой ценностей, что вызывает у миллионов людей чувство недовольства». В наиболее

выгодном положении оказываются носители господствующего языка, которым не нужно знание других языков. Среднее положение занимают люди, которые вынуждены, помимо своего родного языка, выучивать господствующий язык. Внизу оказываются одноязычные носители языков меньшинств, лишенные возможности делать карьеру». В связи с глобализацией «ограниченный суверенитет» стран — членов НАТО или ЕЭС начинает проявляться и в области языка [7]. Помимо английского как «второго родного языка» это проявляется для языков разных континентов и ареалов также и в количестве заимствований из английского языка (обычно из его американского варианта). Так, например, А. Кирилина [8] отмечает, что «у глобализации есть два аспекта — объективный, естественный ход вещей и искусственный, создаваемый через политику, экономические условия и идеологию. На искусственную составляющую можно и должно воздействовать, если мы хотим сохранить свой язык и свою культуру и историю. «Языковые изменения не могут обсуждаться лишь в терминах лингвистики, поскольку они теснейшим образом связаны с социальными, политическими и экономическими тенденциями» [8]. Различия проявляются и в государственной политике, и в общественном мнении разных стран. В Европе более всего стараются ограничить проникновение английского языка и американской культуры (например Франция). Во время как в Германии американизация, в том числе в языковой области, идет более активно. По словам Н. И. Бирюкова, «в Венгрии обнаружилось, что лишь 19% населения и 20% молодежи могут общаться на каком-либо из языков ЕЭС. При этом знание английского языка в Венгрии пока что уступает знанию языков других жителей ЕЭС. Считается, что уровень знаний английского языка в Японии является низким [9]. Глобализация связана с новейшими достижениями в технике коммуникации и электронике. Вторжение научно-технического прогресса в издательское дело привело к необратимым последствиям, глубину и значение которых трудно переоценить. Широкое внедрение электронно-вычислительной техники, трансграничная передача данных, формирование глобальной компьютерной сети — все это и многое другое предопределяет новую технологию издательского труда, новые тенденции сбора, анализа и распространения информации. В настоящее время работодатели требуют знание второго или даже третьего иностранного языка, поскольку крупные компании, как правило, интернациональны. Естественно, современные экономические условия потребовали новых структур управления редакционными коллективами. Глобализация информационного пространства имеет и ряд социальных последствий. Например, подготовка журналистов, издателей, редакторов, развитие обмена между неприсоединившимися странами в целях повышения доли их участия в международном обмене информацией, ограничения деятельности печатных монополий. В терминологии издательского дела и редактирования встречаются термины-интернационализмы. Например, *термины-интернационализмы (internation-alisms)*, пришедшие в терминологию издательства и редактирования благодаря развитию и широкому использованию компьютерной техники. «В английской терминологии компьютерной техники интернациональные термины используются как в повседневном употреблении, так и для научных целей. К ним относятся такие термины, как: display, win-

dow, interface, code, webmaster и т.д.» [10, с. 155]. Необходимо сказать, что «терминология компьютерной техники вошла в состав терминологии полиграфического производства (например, **Computer-to-Plate** — «компьютер-печатная форма», **Desktop Scanner** — «настольный сканнер» и т.д.) [10, с.156]. В терминологию издательства и редактирования проникли термины-заимствования (например, **reference** — «ссылка», **size** — «размер», **gap** — «пробел»). По мнению С. А. Михайлова [11], одним из следствий глобализации является уровень глобального общения. В лингвистической практике существуют случаи, когда на всех трех уровнях функционирует один и тот же язык, например, в Великобритании. Но могут на всех трех уровнях работать разные языки, подобная ситуация в автономных республиках РФ, к примеру, в Мордовии — (1) мордовский, (2) русский, (3) английский. Именно такую языковую ситуацию представляется целесообразным называть глобалингвизмом (**global-linguism**), понимая под последним ситуацию, «при которой в социуме функционируют несколько языков при обязательном использовании глобального английского языка в глобальных речевых практиках» [12]. Английский язык способен стабильно функционировать, если у него достаточное количество носителей, привлекательный имидж (политический, экономический, культурологический), часто выражающийся через «престижность/непрестижность» языка, соответствующий статус (со всеми сопутствующими ресурсами на данном языке: образование, издательское дело, культура и т.д.) [13]. Верхним коммуникативным регистром является уровень глобальных коммуникативных практик с доминированием глобального английского языка. Отношение к языку, задействованному на этом уровне, различное. Для одних людей глобальный язык — универсальное средство коммуникации, делающее общение возможным во всем мире, облегчающее передачу любой информации. Для других — это «убийца» остальных языков, существование и успешное функционирование которого неизбежно приведет к исчезновению языкового многообразия. Кенийский писатель Нгуги [14] характеризует положение дел как «лингвистический каннибализм» и полагает, что данный феномен становится все более распространенным для доминирующих языков. Так, по словам Сары Фитт, Дэвид Грэддол предсказывает к 2050 году падение численности англоговорящих и количественный рост носителей других языков: китайского, хинди, урду, испанского, арабского [15]. Ему оппонирует Мэлвин Брэгг [16]: «Приблизительно 1,3 миллиарда человек будут использовать английский язык в качестве первого или второго к 2050 году». Итак, языки имеют свою «среду обитания», «свой владения»; и на данный момент английский язык доминирует в основном в области международных, экономических и частично культурных отношений, оказывая гораздо меньшее влияние в «домашних» владениях других языков. В заключительные статьи следует сказать: оценивать объективный процесс превращения английского языка в средство международной коммуникации по априорному превосходству как положительный или отрицательный не представляется возможным. Среди ученых нет единой точки зрения на это явление, хотя человечество давно мечтало о создании всемирного языка. Английский язык (**English language**) стал важнейшим инструментом международного (**international**) академического и профессионального общения,

языком науки и бизнеса. Все чаще в лингвистических кругах говорят об экологии языков, употребляя такие «говорящие» метафоры, как смерть языков, гибель языков, (например, **endangered languages** — «находящиеся в опасности языки», **extinction of living languages** — «угасание живых языков»).

В целом, наблюдаемые процессы демонстрируют все более специфическую дифференциацию языков в функциональном отношении: в рамках (границах) одного социума языки находятся в отношениях взаимной функциональной дополнительности, причем уровень глобальных речевых практик обслуживает английский язык. Прогнозировать дальнейшее развитие событий в глобальной языковой сфере достаточно сложно в связи с непрямыми и несинхронными корреляциями между языком и развитием общества.

Библиографический список

1. Понятие. Сущность глобализации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vse-uchebniki.com/uchebnik-teoriya-istoriya-gosudarstva/ponyatie-suschnost-globalizatsii.html> (дата обращения: 01.12.2012).
2. Дриккер, А. С. Глобальное информационное общество / А. С. Дриккер // Культура на рубеже XX — XXI веков: глобализационные процессы : сб. науч. работ. — СПб. : Изд-во Нестор-История, 2009. — С. 117 — 131.
3. Мировой кризис: общая теория глобализации / М. Делягин [и др.]. — Теория глобализации. — 3-е изд. — М. : Изд-во: Инфра-М, 2003. — С. 51.
4. Бирюков, Н. И. Межкультурная коммуникация в условиях глобализации / Н. И. Бирюков. — М., 2008. — 367 с.
5. Головистикова, А. Н. Понятие и сущность глобализации / А. Н. Головистикова, Ю. А. Дмитриев [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vse-uchebniki.com/uchebnik-teoriya-istoriya-gosudarstva/ponyatie-suschnost-globalizatsii.html> (дата обращения: 05.12.2012).
6. Гронская, Н. Э. Глобализация / Н. Э. Гронская [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://globalization/article476/> (дата обращения: 11.12.2012).
7. Алпатов, В. М. Глобализация в мировом сообществе / В. М. Алпатов. — М., 2001. — С. 258.
8. Кирилина, А. Глобализация и судьбы языков / А. Кирилина [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://lgz.ru/article/18254/> (дата обращения: 10.12.2012).
9. Иноземцев, В. Л. Вестернизация как глобализация и «глобализация» как американизация / В. Л. Иноземцев [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ec-dejavu.ru/g/Globalization.html> (дата обращения: 10.12.2012).
10. Заимствования и интернационализмы в терминологии английской компьютерной техники / Л. К. Кондратьюкова [и др.] // Динамика систем, механизмов и машин : материалы VIII Междунар. науч.-техн. конф. (Омск, 13 — 15 ноября 2012 г.). — Омск : Изд-во ОмГТУ, 2012. — С. 155 — 158
11. Михайлов, С. А. Мировые тенденции развития журналистики / С. А. Михайлов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text3/94.htm#z_02 (дата обращения: 10.12.2012).
12. Осипов, Д. В. Глобализация: тенденции и перспективы / Д. В. Осипов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://nmi.su/science/publications/pps/136-globalizaciya-mirovoye-ekonomiki-tendencii-i-perspektivy.html> (дата обращения: 08.12.2012).
13. Фёдоров, А. В. Медиаобразование и медиаграмотность / А. В. Фёдоров. — Таганрог : Кучма, 2004. — С. 340
14. Ngugi wa Thiong'o, Moving the centre. The struggle for cultural freedoms / James Currey; Nairobi // London : EAEP, Portsmouth, NH: Heinemann, 1993.

15. Sarah Fitt. Conference Globalization, foreign languages and intercultural learning — London, 9-10 Feb., 2001 // Sietar Europe Newsletter, Vol. II, Number 1, March 2001.

16. Melvin Bragg, Whose English Is It, Anyway? // BBC — Radio4 — Routes of English — Series 4 — Globalization, 2012. — P. 45

МАСЕЙКО Кристина Сергеевна, аспирантка кафедры иностранных языков, преподаватель английского языка кафедры иностранных языков.

КОНДРАТЮКОВА Людмила Казимировна, кандидат филологических наук, профессор (Россия), заведующая кафедрой иностранных языков. Адрес для переписки: fluffy_fox19@mail.ru

Статья поступила в редакцию 08.02.2013 г.

© К. С. Масейко, Л. К. Кондратюкова

УДК 811.111:001.4:624.21

И. Ю. ЧЕРНЫШ

Сибирская государственная
автомобильно-дорожная академия,
г. Омск

ФОРМИРОВАНИЕ АНГЛИЙСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ МОСТОСТРОЕНИЯ С ПОЗИЦИИ СОЦИОЛИНГВИСТИКИ

Исследование проблем терминологии в период развития науки и техники является актуальным в современном языкознании. В статье впервые проводится социолингвистическое исследование такой значимой отрасли, как мостостроение. Выделяются периоды становления и формирования терминов мостостроения. Анализируются продуктивные способы образования терминологических единиц в каждом периоде. Спрогнозированы пути дальнейшего развития терминологии мостостроения.

Ключевые слова: социолингвистика, социолингвистическое исследование, термин, экстралингвистические факторы, терминология мостостроения, этимологический анализ.

Мосты в природе существуют с незапамятных времен. Природные каменные мосты и арки, а также дерево, случайно упавшее через ручей, подтолкнули человека к возведению искусственных мостов, что явилось необходимым для развития цивилизаций. Мостостроение и профессия инженера-строителя существуют с эпохи зарождения человечества наряду с градостроением и прогрессом цивилизаций во все времена. Мостостроение, как инженерная наука, — сложное социальное явление. Мосты строили и уничтожали, иногда отстраивали вновь, в разных странах и в разные эпохи они воздвигались из разных побуждений, совершенствуясь в надежности, протяженности, долговечности и масштабности их строительства. С мостами связана возможность ведения торговли, развитие туризма и деловых контактов, расширение экономических отношений между регионами и культурный обмен.

Исторический аспект возникновения мостов описывается во многих источниках и на разных языках, но до сих пор внимание со стороны лингвистов и терминоведов зарождению и развитию этой терминосистемы не уделялось. Ранее не исследовались закономерности становления и развития указанного подязыка, что позволило бы прогнозировать пути его дальнейшего развития. Терминология мостостроения недостаточно изучена с социолингвистической точки зрения, что говорит об актуальности и новизне исследования терминов этой области.

Существуют разные определения термина. В данной работе остановимся на его определении, как «официально принятое слово или словосочетание, обозначающее понятие специальной области знания или деятельности, используемое специалистами данной области для однозначно интерпретируемой коммуникации, связанной с профессиональной деятельностью, в официальных ситуациях общения», а терминологию — «совокупность терминов одной области знания или деятельности» [1, с. 227].

Появление терминов объясняется необходимостью номинации возникающих изобретений или новых понятий в науке или технике. Как точно отметил Р. Г. Кобрин, «термин и терминология возникают не сами по себе, а в результате развития науки и техники. Поскольку наука и техника относятся к сфере социально-экономической, правомерно говорить о социальной детерминированности терминологии. Терминология — это та часть лексики, которая наиболее чувствительна к внешним воздействиям и, следовательно, в ней наиболее четко проявляются воздействия общества на язык» [2, с. 232].

В XX в. большой интерес вызвали исследования проблем терминологии на базе различных языков и различных областей науки и техники, которые остаются актуальными и в XXI в. (Д. С. Лотте, Е. Вюстер, Г. О. Винокур, А. С. Герд, С. В. Гринёв-Гриневич, В. М. Лейчик, Ю. Н. Марчук, К. Я. Авербух, В. А. Тартинов, Л. Б. Ткачёва, С. Д. Шелов и др.).

Социоллингвистика, как отрасль языкознания, изучает широкий комплекс проблем, связанных с социальной природой языка, его общественными функциями, механизмом воздействия объективных социальных факторов на язык и той ролью, которую язык играет в жизни общества [1, с. 207].

Впервые социоллингвистическое исследование провел Е. Д. Поливанов еще в 30-е годы XX века. Он является одним из основоположников советской социоллингвистики. Интерес к таким исследованиям не является случайным. Как считает А. Д. Швейцер, он возник в связи с необходимостью научной разработки принципов языковой политики и языкового строительства, с другой — как реакция на «внутрилингвистическую ориентацию структурного языкознания, исключавшего из рассмотрения социального контекст языка» [3, с. 12]. Исследованиями социоллингвистики занимались также и В. И. Жирмунский [4], Ф. П. Филин [5], О. С. Ахманова [6], Ю. Д. Дешериев [7], Л. Б. Ткачёва [8] и др. В исследовании терминологии любого подъязыка возможно использование социоллингвистического подхода.

Социоллингвистический подход к описанию английской терминосистемы мостостроения как предмета изучения предполагает выявление функций английских терминов мостостроения и их предназначения в профессиональном дискурсе. В процессе функционирования английские термины мостостроения проявляют присущие им синонимические и антонимические отношения, парадигматические и синтагматические связи в тексте. Тем самым проявляется диалектика отношений между терминами как элементами терминосистемы. Что касается экстралингвистической природы термина, то она не вызывает никакого сомнения.

Исследование проводилось на основе выборки английских терминов мостостроения объемом в 3012 единиц. Его задача — выявить, какие экстралингвистические факторы способствовали возникновению и развитию английских мостостроительных терминов. Подобное исследование возможно только при использовании социоллингвистического подхода, а именно с использованием метода корреляции языковых и социальных явлений. Сущность этого метода заключается в том, чтобы соотнести языковые факты с фактами социальными, установить зависимость между ними [3, 4, 7, 9–11].

При определении социоллингвистического статуса английской терминологии мостостроения мы будем исходить из того, что основным экстралингвистическим фактором в социоллингвистическом исследовании является фактор исторической значимости события [12, 13]. Мы попытаемся проследить пути и источники появления некоторых английских мостостроительных терминов на основе становления и развития теории и практики мостостроения.

Исходя из исторического анализа развития мостостроения, мы выделили восемь этапов в формировании терминологии этого подъязыка: *период зарождения, период становления, период формирования, период становления железнодорожного транспорта, период развития металлических конструкций, период композитных строений и новый период в формировании английской терминологии мостостроения.*

I. Период зарождения английской терминологии мостостроения (V–XI вв.)

Самый первый мост на территории современной Англии — *the London bridge* — был деревянным, а построили его римляне еще в сороковых годах н.э.

После на его месте сменилось несколько поколений деревянных мостов.

Римляне и кельты населяли территорию современной Британии до V в., пока туда не вторглись германские племена. Их влияние оказалось настолько сильным, что античная культура пришла в упадок и западная Римская империя перестала существовать, на месте ее развалин в Европе постепенно образовались феодальные государства. В этот период начинается раннее Средневековье, зарождается история Англии и английского языка, а в мостостроении наступает кризисный период (за исключением Испании, где мавритяне строили мосты по образу римских) [14, с. 23].

Исключением также явились Византия (преимущество Рима), где еще долго сохранялись строительные традиции античности, и Иран, в котором конструктивное развитие привело к созданию грандиозных сводчатых и купольных перекрытий и к увеличению размеров пролетов мостов.

Феодальная разрозненность, замкнутость, гнет церкви, а главное отсутствие товарообмена не могли способствовать развитию путей сообщения и техники строительства. В результате эта эпоха оставила очень мало мостов раннего периода постройки [15, с. 31].

Период зарождения английского подъязыка мостостроения насчитывает незначительное количество простых непроемчатых терминов, восходящих к праиндоевропейскому языку, например: *bridge, beam, stone, span*. Конверсия является одним из самых продуктивных способов образования терминов.

Термин *bridge* с первоначальным значением «*causeway over a ravine or river*» (мощёная дорога через ущелье или реку) сформировался от прагерманского корня *brugjo* с промежуточными *brycg / bricg* (в древнеанглийском) и *brigge / brig* (в среднеанглийском), восходящего к праиндоевропейскому «*bhrū-, bhrū-*» (деревянный настил) [16]. В одной из наших работ мы подробно рассматривали этимологию этого базового термина [17, с. 283–287].

II. Период становления английской мостостроительной терминологии (XII–XV вв.)

На становление мостостроения огромное влияние оказали греки и римляне как в языковом плане, так и в плане искусства возведения мостов. Для инженера-строителя большой интерес представляет роль конструкции в формировании облика сооружения, а именно Древняя Греция стала источником классических конструкций стоечно-балочного типа. Грекам также известны и арки, полукруглые арки, заимствованные позже римлянами, — это развитие ранней декоративной арки греков [13, с. 21].

В Центральной Европе мосты из дерева и камня начали сооружать римляне. Они называли свои сооружения латинским словом «*pons*», а от него произошли французское «*pont*» и итальянское «*ponte*» (мост). Возможно, поэтому глава католической церкви Папа Римский носит титул «*Pontifex Maximus*», что значит «великий строитель мостов» и указывает на его роль посредника между Небом и Землей, а время его правления называется «понтификат». Этот титул появился еще в Древнем Риме (9–8 вв. до н.э.), когда верховный жрец одновременно служил в храме и надзирал за мостами [18, с. 5–6]. То есть уже в древности на мосты смотрели и как на священный символ.

В XII в. происходит рост городских общин, усиление производства и возникновение интенсивного товарооборота. Все это потребовало развития стро-

ительства дорог и возведения мостов. Они располагались на путях, которые эксплуатировались еще римлянами и поэтому зачастую приобретали черты античных сооружений. Данный факт объясняет появление латинских заимствований в английской терминологии мостостроения. Так, к примеру, термины *arch* (арка) и *pier* (бык, опора) вошли в английский язык именно через подъязык мостостроения в XII в., а термин *arch* заменил при этом древнеанглийское *bow*, тогда же заимствуются и некоторые другие термины.

В связи с тем, что мосты в основном возводились на границах феодальных владений и многочисленных замков, они снабжались башнями (*tower*) с целью охраны и обороны, а также для контроля проезжающих и взимания с них «мостового сбора». Городская казна, истощенная из-за дорогостоящего строительства мостов, существенно пополнялась таким образом. Замки соединялись с внешним миром, как правило, деревянными подъемными мостами.

Прогресс в мостостроении был также связан с общим подъемом строительного искусства, вызванного совершенствованием приемов каменной кладки (*masonry*) и применением раствора (*mortar*) в качестве материала для распределения давления по всей поверхности каменного блока. Существенное влияние на совершенствование конструкций оказали ограниченность в средствах и сложности в транспортировке материалов.

Первый каменный Лондонский мост (*the London bridge*) был построен между 1176 и 1209 годами Питером, капелланом церкви Святой Марии. Он пересекал Темзу от Саутуорка до Сити на другом берегу. До 1739 он был единственным мостом в Лондоне. Мостовая конструкция представляла собой каменный настил, покоящийся на опорах из вяза, вбитых в речное дно. Известно, что его длина составляла 285 метров, ширина — 4,6 метра, а высота — 18,5 метра и что у него было 20 арок [18, с. 17].

Городские стены не позволяли разрастаться средневековым городам. Поэтому жители стали застраивать свободную площадь на мостах жилыми домами и лавками. Уже к XIV в. Лондонский мост представлял собой городской квартал с пятиэтажными домами.

Первое упоминание домов на мосту относится к 1201 году. Над средней, самой длинной опорой моста, была построена часовня св. Томаса Беккета, которая, судя по описаниям, отличалась большим изяществом.

Здания, построенные на мосту, имели непростую историю вследствие того, что сам мост не раз страдал от различных бедствий. Как следует из источников, в течение почти всего XIII века мост находился в плачевном состоянии и особенно сильно пострадал в 1212—1213 годах, когда на нем случился пожар, и зимой 1282 года, когда из-за сильнейших морозов, сковавших реку, разрушилось пять из его арок. К 1300 году мост был отремонтирован. Известно, что в начале XIII века на мосту стояла башня, но она вскоре погибла во время пожара. Также известно, что у моста была разводная часть с подъемным мостом, и что к 1426 году в его северном конце была построена новая башня [18, с. 19—20].

В период позднего феодализма городские общины начинают разворачивать собственную промышленность и устанавливать торговые связи. Торговля с Византией способствовала проникновению в Европу науки и техники. Возникают многочисленные школы и университеты. Требования экономии и

трудности транспортировки обусловили стремление строительства к рациональному использованию материалов. При этом элементы готической архитектуры не нашли широкого применения в возведении мостов, они имели не конструктивное, а только декоративное значение [15, с. 65].

Стрельчатое очертание сводов (*pointed arch*) несколько удешевляло устройство кружал (*falsework*) и уменьшало распор сводов (*thrust*), позволяя уменьшать размеры опор при сооружении сводов методом последовательного возведения, но оно привилось лишь на некоторое время. Несколько таких мостов стрельчатого типа имеется и в Англии: *the Croyland bridge* (1380 г.) при слиянии двух речек и мост-часовня в Викфилде со сложными готическими деталями [14, с. 52—53].

В дальнейшей практике стрельчатое очертание сводов не удержалось, так как при значительных нагрузках оно конструктивно невыгодно и без нужды развивает мост в высоту. Уже в конце Средневековья обозначился резкий поворот к пологим очертаниям, как более прогрессивному типу, допускающему устройство низких и плавных въездов на мосты. Достигнутый в середине века предельный размер пролетов каменных мостов долго оставался непревзойденным.

В этот период (особенно в конце Средневековья) продуктивными способами образования терминологии мостостроения являются конверсия и заимствование терминов греческого, римского и французского происхождения, что объясняется интересом к античной культуре: *slab, channel, mortar, masonry, concrete, portal, foundation, brick, structure* и др.

III. *Период формирования терминологии мостостроения (XVI в.—1735 г.).*

Созданием прототипов некоторых современных инженерных конструкций человечество обязано эпохе Возрождения. Так, в это время великий итальянский архитектор Андреа Палладио разработал основные типы деревянных балочных и арочных сквозных ферм, послуживших образцами для металлических конструкций [14, с. 62—63], возникают термины и терминологические сочетания, восходящие к прагерманскому корню: *earthwork, girder, 1610-е гг. (балка, ферма моста) от gürthjanan, beam girder* (балочная ферма) и, заимствованные из латыни через французский язык: *truss, arch truss, trussed girder, arch girder, cantilever*.

Одним из достижений этого периода является сокращение толщины опор массивных мостов, а толщина сводов практически не меняется. Зато мостостроители продолжают увеличивать пологость сводов, стремясь к смягчению въездов на мосты. Для этого применяют не только дуги окружности (*circular arc*), но переходят и к коробовым очертаниям (*hance arc*), достигшим широкого распространения в следующую эпоху.

Техника возведения мостов обогатилась применением распространенных у римлян пуццолановых растворов (*trass mortar*). Вместо каменных отсыпей под опоры мостов начинают закладывать свайные ростверки (*pile cap*), а подошвы опор (*footing*) располагают ниже межвенного горизонта (*low-water line*).

Одновременно получает интенсивное развитие и судостроение, что вызвало необходимость в ещё более крупных мостах, которые могли бы пропускать большие корабли.

Английская буржуазная революция (1640—1660 гг.) дает начало новому переходному периоду, стали преобладать производственные отношения,

основанные на эксплуатации наемных рабочих. Раньше всего капиталистический строй устанавливается в Голландии и Англии. В то же время большинство стран Европы на протяжении XVIII века сохраняло ещё старые феодальные порядки. Только со времени французской буржуазной революции капиталистический строй укрепляется в большинстве стран Западной Европы.

В связи с этим в 1716 году во Франции учреждается Корпус инженеров мостов и дорог, во главе которого становится первый инженер-архитектор Жак Габриэль. Контингент инженеров этого корпуса пополнялся из среды архитекторов и людей, получивших знания на практических строительных работах.

В этот же период зарождается мостостроение в Америке, самыми известными мостами являются *the Tempoalo aqueduct-viaduct*, построенный в 1553 – 1570 гг. и имевший 38 полукруглых каменных арок, а также *the Great Bridge* (1668 г.), возведенный в Бостоне.

В XVI и первой половине XVIII вв. лидером в возведении мостов являлась Франция, что объясняет пополнение английской терминологии мостостроения Парижскими заимствованиями наряду с греко-римскими: *aqueduct, excavation, mechanics, symmetry, parapet, pontoon, promenade, substructure* и др. Продуктивными способами образования терминов в этот период являются: словосложение, аффиксация, конверсия, заимствования, образование сочетаний и субстантивация.

Следующий этап в мостостроении был вызван промышленным переворотом в Англии, что отражено в названии этого периода.

IV. Период промышленного переворота (1735–1830 гг.).

В 1735 г. на металлургическом заводе в английском городке Колдбрукдейле появился новый материал — чугун (*cast iron*). Там же, в Колдбрукдейле, в 1779 г. появился и первый в мире мост из металла, возведенный доменщиком Абрахам Дерби и инженером Джозефом Уилкинсоном.

Ведущими инженерами-мостостроителями в Англии в этот период были также Джон Смитон, Джон Ренни и его сыновья Джордж Ренни и сэр Джон Ренни, Томас Телфорд, Роберт Стефенсон (сын основоположника паровозостроения Джорджа Стефенсона) и др. [14, с. 81].

Промышленный переворот, происходивший в Англии, положил начало развитию капиталистической промышленности, которая выдвинула индивидуалистический принцип свободной торговли. Подход к проблемам искусства и архитектуры также подвергся пересмотру. Острее всего сущность этого направления в мостостроении прослеживается в работах Перроне, сыгравшего большую роль в истории мостов того времени. Он придерживался классицизма при архитектурной компоновке мостов и совершенствовал их с технической стороны [15, с. 89].

В 1747 году в Париже учреждена школа мостов и дорог, организованная Перроне. Возглавляя её на протяжении 47 лет, он выпустил ряд инженеров, которые хорошо владели архитектурной формой. Поэтому построенные ими мосты отразили главные особенности архитектуры того времени [14, с. 59 – 61].

С 1750-х гг. Англия и Франция были ведущими странами в возведении каменных мостов (*masonry bridges, stone bridges*). Большое количество мостов из каменной кладки было сооружено в Англии: *the*

Westminster bridge, the Kelso bridge, the Waterloo bridge, the Southwick bridge, the Blackfriars bridge, the Essex bridge, the Queen's bridge, the Wellesley bridge, the Tongueland bridge, the Cartlane Crags bridge и др.

Прогрессивные течения в архитектуре и технике XVII и XVIII вв. коснулись строительства не только каменных, но и деревянных мостов. Строительство последних развивалось на основе живой связи с наслідием Ренессанса.

В Англии, как и во всех европейских странах, этот период был отмечен важными развитиями в науке, искусстве и культуре, а также возродился интерес к античным цивилизациям Греции и Рима и к их языкам. Поэтому в английскую терминологию мостостроения продолжают проникать латинские и греческие заимствования, большинство из которых пришли через французский язык, иногда это были и Парижские заимствования, что объясняется ведущей ролью Франции в этой области, а также термины прагерманского происхождения: *modular, creep, non-linear, shrinkage, structural, abutment, symmetric, embankment* и др. Продуктивными остаются способы образования предыдущего периода.

Развитие мостостроения в этот период связано с именем вышеупомянутого английского инженера Томаса Телфорда, возглавившего комиссию по строительству дорог и мостов на всей территории Британских островов. Главным его сооружением считается висячий металлический мост в Уэльсе, построенный в 1826 г. Это цепной мост из сварочного железа (*wrought iron*) с пролетом 176,5 м (наибольшим для того времени) имел 16 цепей, несущих проезжую часть шириной 8,5 м. Как все висячие системы он испытывал значительные колебания от ветра и несколько раз ремонтировался. В 1939 г. цепи из сварочного железа были заменены на стальные кабели (*wire cable*) и мост смог выдерживать более тяжёлую нагрузку.

Появление железных дорог в XIX в. потребовало создания мостов, способных выдерживать значительные нагрузки, поэтому мы считаем логичным назвать эту эпоху периодом железнодорожных мостов.

V. Период становления железнодорожного транспорта (1830–1900 гг.).

Итак, железные дороги обусловили разработку новых конструктивных решений мостов при пересечении водных преград, причем трасса уже не могла следовать естественному рельефу как обычная дорога. В Англии строительство железных дорог началось около 1830 года [14, с. 89]. В этот период зарождаются такие термины, как *aerodynamic, seismic, infrastructure, catwalk, railway bridge, railway viaduct, histogram* и др.

Во второй половине XIX в. большинство мостов сооружалось из чугуна и сварочного железа (*malleable wrought iron*), а для соединения элементов использовались черные болты (*rough bolt*) и заклепки (*rivet*). В 1850 г. Р. Стефенсоном было закончено строительство известнейшего его творения — моста Британия (*the Britannia Bridge*) через Синайский пролив. Мост состоял из двух склепанных из листового кованого железа параллельных балок в виде труб прямоугольного сечения, внутри которых проходили поезда. Такая конструкция называется рамной (*frame structure*) и обладает высокой прочностью на изгиб. Мост установлен на каменных опорах и имеет два главных судоводных пролета по 141 м каждый [18, с. 30]. Простота этого сооружения послужила толчком к дальнейшему развитию железных коробчатых ферм (*box girder*).

Интересна комбинированная система моста через р. Теймаркол г. Сэлташ в Англии. Совмещение трубчатой арки (*pipe arch*) с цепью привело к появлению фермы (*girder*, 1853 г. в значении *опора металлического моста*) рыбообразного очертания. Чугунная параболическая арка (*parabolic arch*) эллиптического сечения (*elliptical cross-section*) служит здесь верхним поясом фермы (*upper chord*), железная цепь — нижним её поясом (*bottom chord*), к которому подвешена сплошная балка (*continuous girder*) проезжей части. Балка того же типа служит и верхним строением подходов эстакад (*flyover*). По своим параметрам мост ко времени завершения строительства — 1858 г. — был одним из крупнейших в мире. Он имел два пролета по 132,6 м, 17 пролетов по 21,2 м. и рассчитывался под железнодорожную нагрузку [19, с. 125].

Самым популярным вариантом к концу XIX в. становится стальной мост (*steel bridge*) с балочным пролетным строением (*beam span*), к чему изрядно приложили руку русские мостостроители и особенно Николай Белелюбский, по проекту которого в 1875–1881 годах был построен самый большой на тот момент железнодорожный мост через Волгу у Сызрани длиной 1 443 метра, состоявший из 13 пролетов по 111 метров каждый. Белелюбским же была придумана универсальная система замены деревянных железнодорожных мостов металлическими. Мировую известность получил и русский мостостроитель Лавр Дмитриевич Проскураков, чье творение — шестипролетный металлический железнодорожный мост через Енисей в Красноярске. Сооружение его было начато в августе 1896 года, а уже 28 марта 1899-го по новому мосту в сторону Иркутска прошел первый поезд. На Всемирной выставке в Париже в 1900 году творение Проскуракова было удостоено Гран-при и золотой медали.

Немалую роль в мостостроении этого периода сыграл и немецкий инженер Генрих Гербер (1832–1912). Он разработал такую систему, при которой между далеко выступающими консольными конструкциями, сооруженными из железных или стальных ферм, висит относительно небольшая балка, получившая название «балки Гербера» (*Gerber beam*, *Gerber's girder*). Мосты, построенные по такой системе, благодаря этому сравнительно маленькому соединительному элементу могут перекрывать огромные расстояния. Примером может служить строившийся с 1882 по 1890 г. мост в устье реки Форт в Шотландии. Это гигантское сооружение имеет в длину 2500 м, ширина его пролетов 521 м. В течение 27 лет этот мост держал рекорд по протяженности пролета [18, с. 31].

Существенный вклад в развитие большепролетных конструкций внесли и североамериканские инженеры, которым часто приходилось строить мосты через широкие полноводные реки. В 1898 г. инженером Л. Бук был построен арочный мост через р. Ниагару с пролетом 256 м. Однако особенное распространение получают в США висячие мосты. За короткий промежуток времени в г. Нью-Йорке строится два висячих моста: в 1883 г. — знаменитый Бруклинский мост (*the Brooklyn bridge*) с пролетом 486,5 м, а вскоре — Манхэттенский (*the Manhattan bridge*) с пролетом 448 м [19, с. 155].

В этот период продуктивными, помимо уже известных способов пополнения терминологии, являются образование многокомпонентных сочетаний и появление терминов-эпонимов.

VI. Период развития металлических конструкций (нач. XX в.).

Господствующим видом мостов в этот период остаются металлические мосты. Техника их строительства совершенствуется по мере улучшения качества металла, используется литое железо (*cast steel*, *ingot iron*), а затем и мартеновская сталь (*open-hearth steel*, *Siemens-Martin steel*), что позволило увеличить длину перекрываемых пролетов до нескольких сотен метров. Росту техники значительно содействует создание усовершенствованных болтовых и заклепочных соединений (*bolted connection*, *bolt joint*, *rivet(ed) bond*) между элементами конструкций. Развитие мостостроения в этот период оказывало воздействие на развитие черной металлургии.

Для создания новых конструкций потребовалось изучение действительной работы сооружений. Поэтому первые трактаты по сопротивлению материалов (*mechanics of materials*, *strength of the materials*) принадлежали инженерам-строителям мостов и дорог. Появление таких трактатов совпало с открытием первых железных дорог. Дальнейшее развитие строительной механики (*building mechanics*) опирается на опыт исследований материалов по проектированию и сооружению железнодорожных мостов.

Продолжавшиеся исследовательские работы над упругостью и прочностью материалов привели к выработке единообразной методики испытания материалов, что позволило установить определенные нормы допускаемых напряжений на металл и другие материалы. Стандартизация элементов сортового и фасонного железа (*special iron*, *section steel*, *structural steel*, *fashioned iron*, *shaped iron*) привела к составлению твердого сортамента (*gauge material*) и технических условий на сооружение мостов.

Тектоника металлических мостов базируется в основном на принципе каркасности, широко используемом ранее при создании деревянных конструкций. Основной формой стал прямой стержень (*straight reinforcement bar*), а основной системой — сквозная ферма (*trussing*, *lattice truss*, *truss*, *lattice girder*) [15, с. 119–120].

По мере развития металлических сооружений четко выделились три основные системы мостов: балочная, арочная и висячая.

Строительство мостов в Англии в этот и последующий периоды очень незначительно. В основном происходит лишь замена и модернизация старых сооружений. В Америке возведение мостов продолжает набирать темпы: *Williamsburg bridge* (1903), *Queensboro bridge* (1909) и др. Терминология мостостроения продолжает пополняться терминами прагерманского происхождения: *fly-over* (1901 of bridges), *backfill* (1901), *motorway* (1903), *lifespan* (1918), греко-латинскими заимствованиями: *pylon «steel tower for high-tension wires»* (1923), *dehumidifier* (1921) и американскими: *overpass* (1929). Продуктивные способы образования те же, что и в предыдущий период.

VII. Период композитных строений (сер. XX в.).

С начала 30-х годов в мостостроении начинает широко применяться железобетон (*reinforced concrete*). Поиски конструктивной схемы железобетонных мостов связаны с именами Р. Майара и Ф. Леонгарда. Швейцарский инженер Роберт Майар разработал новую конструкцию железобетонных мостов (*reinforced bridge*), представляющих собой комбинацию жесткой балки (*rigid beam*) и гибкой подпруженной арки (*flexible arch wall*); а также работал над совершенствованием трехшарнирной арочной

конструкции (*three-hinged arch construction*). Форма мостов Р. Майара продиктована исключительно конструктивными соображениями, однако современники видели в них воплощение новых художественных идей. Заслуга Р. Майара состоит еще в том, что он один из первых понял возможности железобетона как строительного материала, позволяющего исключить разделение элементов конструкции на несущие и несомые (*bearing structure, load element*). Его мосты представляют собой пространственную систему, работающую как одно целое. В данном случае осознание возможностей строительного материала позволило создать сооружения, обладающие совершенно новой по тому времени пластической выразительностью, и дало толчок к совершенствованию конструкций железобетонных мостов. Таким образом, можно считать, что в творчестве Р. Майара проявляется основная тенденция функционализма, которая состоит в совпадении результатов влияния конструктивного и эстетического факторов формообразовательного процесса.

В послевоенный период широкое распространение остается за железобетонными мостами, что отчасти было вызвано нехваткой металла во многих европейских странах. Железобетон почти полностью вытеснил сталь в мостах малых и средних пролетов и широко применялся при строительстве мостов с величиной пролетов 150–250 м.

Развитие железобетонных мостов характеризуется все большим применением преднапряженных конструкций (*prestressed structure*), использование которых изменило пропорции мостов, сделав их более легкими. Поиск наиболее рациональной конструктивной схемы, продолжавшийся первые 15 лет послевоенного периода, является основной тенденцией, определившей «лицо» мирового мостостроения в этот период.

С середины XX в. применяется малоуглеродистая сталь (*low-carbon steel*), которая постепенно была заменена низколегированной сталью (*low-alloy(ed) steel*). При изготовлении отдельных элементов пролетных строений используется электросварка (*electric welding*). Появились и успешно развивались композитные (сталежелезобетонные) пролетные строения. Расчеты мостовых конструкций постепенно переводили на ЭВМ (*computer, ENIAC*). В этот период превзойден километровый рубеж в длине перекрываемых пролетов [20, с. 3].

Следующим условием, повлиявшим на архитектуру транспортных сооружений, является автомобилизация (по подсчетам производителей в 1968 году в мире было уже 169 млн легковых пассажирских машин). Автомобилизация, которая наступила в Европе несколько позднее, чем в США, существенно изменила подход к проектированию мостов, а в соответствии с этим их композиционные и образные характеристики. Прежде всего, следует отметить увеличение ширины мостов, а в некоторых случаях появление мостов с проездом в двух уровнях (*two-level*). Сильно возросшие потоки автомобилей привели к появлению нескольких новых типов мостовых сооружений и изменению старых [21].

Одним из примеров современной предмостной транспортной развязки является *Kingston Bridge*, построенный в 1970 г. в Глазго. Большое количество мостов возводится в США: *Vincent Thomas Bridge, Verrazano-Narrows Bridge, Roosevelt Island Bridge* и др. Система развитых подходов обычно располагается на значительном расстоянии от набережной, таким образом, мост перестает быть частью только

речного фасада, а приобретает более тесную композиционную связь с внутренними кварталами города.

Технология начинает приобретать особое значение с середины 60-х гг. XX в. Явление это носит общий характер и затрагивает не только строительство, но и все остальные виды производственной деятельности. В мостостроении технологический фактор присутствовал всегда. Однако никогда технологический процесс не определял в такой степени конечную форму постройки. Выбор конструкции для моста стал в значительной степени определяться удобством применения той или иной технологической схемы. Процесс строительства оказывает влияние на новые конструктивные разработки; появился термин «технологичная» и «нетехнологичная» конструкция (*production-(un)friendly construction*).

Помимо уже известных продуктивных способов образования терминов для этого периода характерны сокращения и увеличение компонентов в сочетаниях.

VIII. Период развития и совершенствования английской терминологии мостостроения (кон. XX в. — настоящее время).

Для конца XX и начала нынешнего веков характерно применение высокопрочных сталей с высокой коррозионной стойкостью (*corrosion resistance, corrosive resistance*). Широко применяются цельносварные монтажные соединения (*all-welded field connection*) и автоматическая сварка (*machine welding, automatic welding*). Мостовые конструкции изготавливаются на высокоточном автоматизированном оборудовании (*automated machinery*). Проектирование конструкций осуществляется только с применением ЭВМ. Применение монтажного оборудования (*erection equipment, erection facilities*) большой грузоподъемности позволяет вести монтаж укрупненными блоками, что резко сокращает сроки строительства мостов. Для контроля монтажа пролетных строений используется современная измерительная техника (*measuring technology*), а результаты контроля оперативно анализируются с применением специальных программ для ЭВМ. Величина перекрываемого пролета приблизилась к двухкилометровому рубежу [20, с. 3].

Одним из современных способов монтажа железобетонных пролетных строений является навесная сборка (*balanced erection, cantilever erection*) или ее разновидность при строительстве мостов из монолитного бетона (*mass concrete, cast-in-place concrete*) — навесное бетонирование (*segmental span-by-span construction*).

На территории Великобритании за короткие сроки возводятся *London Millennium Footbridge, Second Severn Crossing, Gateshead Millenium Bridge* и др.

Современное мостостроение ставит сложнейшие и интереснейшие технические задачи, как перед проектировщиками, так и перед строителями-практиками. За последние два десятилетия было возведено, наверное, больше мостов, чем за всю их историю, и сооружение мостовых конструкций продолжается во всех странах мира.

Проведенное исследование терминов подъязыка мостостроения в пределах английского языка объемом 3012 единиц показало, что развитие отрасли мостостроения отражено в ее терминологии. Социолингвистическое освещение проблем терминоведения является сегодня одной из важнейших задач современного языкознания. Если рассматривать термин исторически, то, прежде всего, нужно рассматривать историю науки, ее становление и раз-

вите, то есть те экстралингвистические факторы, которые обуславливают развитие соответствующей терминологической системы.

Проанализировав этапы становления и формирования английской терминологии мостостроения, мы установили, что самыми продуктивными способами ее пополнения являются: заимствования из греческого, латинского и французского языков, словосложение, аффиксальный способ, конверсия, субстантивация, образование многокомпонентных терминов и фразовых терминосочетаний, сокращения и появление терминов-эпонимов.

Самыми продуктивными способами пополнения нового периода являются: образование фразовых и многокомпонентных сочетаний, сокращения, конверсия, аффиксация, субстантивация и словосложение.

В последние два периода наметилась тенденция усложнения английских терминов мостостроения, что повлекло за собой необходимость уточнения и конкретизации появившихся вновь понятий и явлений и позволяет спрогнозировать пути дальнейшего развития данной терминосистемы. На наш взгляд, самыми продуктивными способами пополнения терминологии данной области, возможно, останется образование многокомпонентных терминологических сочетаний, фразовых терминосочетаний и аббревиатур.

Результаты, полученные в ходе данного исследования, позволяют выделить терминологию мостостроения в значимую языковую область, термины и терминологические сочетания которой вызывают интерес к дальнейшим лингвистическим исследованиям.

Библиографический список

1. Словарь социолингвистических терминов. — М., 2006. — 312 с.
2. Кобрин, Р. Ю. Современная научно-техническая революция и её влияние на развитие языка / Р. Ю. Кобрин // Онтология языка как общественного явления. — М., 1983. — С. 208–266.
3. Швейцер, А. Д. Предисловие к книге: Белл, Роджер Т. Социолингвистика / А. Д. Швейцер // Цели, методы и проблемы. — М.: Междунар. отнош. 1980. — С. 5–22.
- Жирмунский, В. И. Национальный язык и социальные диалекты / В. И. Жирмунский. — Л.: Худ. лит., 1936. — 297 с.
4. Филин, Ф. П. К проблеме социальной обусловленности языка: моногр. / Ф. П. Филин. — М.: Наука. 1968. — С. 5–22.
5. Ахманова, О. С. Основные направления в социолингвистике / О. С. Ахманова // Иностранная языковая школа. — 1971. — № 4. — С. 2–11.
6. Дешериев, Ю. Д. Социальная лингвистика / Ю. Д. Дешериев. — М.: Наука, 1977. — 382 с.
7. Ткачёва, Л. Б. Терминология как объект социолингвистики / Л. Б. Ткачёва // Научно-техническая терминология. — М.: ВНИИКИ, 2001. — С. 17–18.

8. Ткачёва, Л. Б. Терминология-инструмент освоения специальности / Л. Б. Ткачёва // Вопросы исследования и преподавания иностранных языков: междуз. темат. сб. науч. тр. — Омск: ОмГУ, 2001. — Вып. 3. — С. 139–141.

9. Grinev S. V. Terminology in the Era of Globalisation. — Russian Terminology Science. — Vienna. 2004. — P. 46–61.

10. Tkacheva L. B. Sociolinguistic Approach to Investigation of Terminology. — Russian Terminology Science. — Vienna, 2004. — P. 345–367.

11. Вахтин, Н. Б. Социолингвистика и социология языка: учеб. пособие / Н. Б. Вахтин, Е. В. Головкин. — СПб.: Гуманитарная Академия; Изд-во Европейского ун-та, 2004. — 336 с.

12. Татаринов, В. А. Теория терминоведения / В. А. Татаринов. В 3 т. Т. 1. Теория термина: История и современное состояние. — М.: Московский лицей. 1996. — 321 с.

13. Tyrrell H. G. History of bridge engineering. — Chicago: The Author, 1911. — 479 p.

14. Щусев, П. В. Мосты и их архитектура / П. В. Щусев. — М.: Государственное издательство литературы по строительству и архитектуре, 1953. — 360 с.

15. The Oxford Dictionary of English Etymology (Hardcover) by C.T. Onions, G.W.S. Friedrichsen. — New York: Oxford University Press Inc., 1966. — 1042 p.

16. Черныш, И. Ю. Этимология базового термина мостостроения «bridge» и его функционирование в английском языке / И. Ю. Черныш // Сборник научных трудов молодых ученых, аспирантов и студентов, посвященных Дню науки: материалы науч.-практ. конф. — Омск: СибАДИ, 2013. — Вып. 10. — С. 283–287.

17. Кёте, Р. Мосты / Райнер Кёте; пер. с нем. Б. И. Залеской. — Tesseloff Verlag, Nurnberg. Слово / Slovo. — 1991. — 48 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://knigacity.com/nonfiction/reference/9349-mosty.html> (дата обращения: 08.04.2013).

18. Brown, David J. Bridges: Three Thousand Years of Defying Nature / J. David Brown. — Richmond Hill, Ont: Firefly Books, 2001. — 176 p. — ISBN 1-55407-099-6.

19. Ефимов, П. П. Проектирование мостов. Балочные сплошнотенчатые цельнометаллические и сталежелезобетонные мосты: учеб. пособие для вузов ж.-д. транспорта / П. П. Ефимов. — М.: Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2007. — 124 с.

20. Hincley Michael. The History of Bridge Construction. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.ehow.com/about_5438375_history-bridge-construction.html (дата обращения: 10.04.2013).

ЧЕРНЫШ Игорь Юрьевич, старший преподаватель кафедры иностранных языков.

Адрес для переписки: ichernysh79@mail.ru

Статья поступила в редакцию 15.04.2013 г.

© И. Ю. Черныш

ЛЕКСИЧЕСКИЙ ПОВТОР В РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ: ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ, СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ

В статье рассматривается лексический повтор как стилистический прием, использующийся при создании рекламного текста. Приведен анализ рекламных сообщений, выявлены основные функции, которые выполняет повтор в текстах данного типа.

Ключевые слова: лексический повтор, рекламный текст, анафора, эпифора, хиазм.

Во второй половине XX века в структуре общественной коммуникации начала развиваться новая функциональная разновидность — язык рекламы. Из комплекса текстов, функционирующих в рамках книжной и разговорной речи, его выделяет двойственный характер представления информации. С одной стороны, он воплощает в себе коммерческое обращение, направленное на предложение потенциальным потребителям товаров и услуг, с другой — это самостоятельный текст, реализующий определенный авторский замысел.

Рекламный текст относится к воздействующей речи, направленной на вызов определенной реакции у адресата, управление ею. При этом он остается результатом творческой деятельности. Его уникальность предполагает абсолютную свободу в выборе средств выражения заложенной в рекламе идеи. Этим объясняется широкое использование всего разнообразия лексических и синтаксических средств русского языка при разработке рекламного сообщения.

Использование фигуры повтора — один из важнейших принципов не только построения рекламных текстов, но и рекламы в целом. Он находит свое выражение и в многократной демонстрации товаров, и при создании непосредственно рекламного текста.

Предлагаемое исследование направлено на изучение роли лексических повторов в рекламном тексте.

Для проведения анализа был выбран журнал «Караван историй». Данное издание рассчитано на широкую аудиторию и содержит рекламу товаров различных категорий: автомобили, сигареты, косметика, лекарственные средства, бытовая техника, одежда, аксессуары, товары для детей, услуги и т.д. Были изучены 12 номеров за 2012 г., в которых содержалось 603 рекламных материала. Наполненность журнала текстами рекламы варьируется от 21 до 93 объявлений в номере. Некоторые из них переходят из номера в номер, другие встречаются однократно. Объем исследуемых текстов — от названия торговой марки/фирмы до развернутой статьи, подробно описывающей все преимущества предлагаемого товара/услуги. При этом повтор встречается в 51,5 % материалов, среди них 73 % занимают тексты, в которых использован лексический повтор.

Напомним, что под повтором понимают «упорядоченное повторение слова, словосочетания и даже большей синтаксической единицы (предложения

или его части). Упорядоченность выражается в том, что повторяющиеся единицы стоят в определенной позиции, то есть на определенном месте в предложении, его части, сложном синтаксическом целом, тексте» [1].

В настоящее время указывают несколько критериев, в соответствии с которыми выделяют разновидности повторов. Если за основу берется тип единиц, встречающихся несколько раз, то различают звуковой, морфемный, морфологический, синтаксический и лексический повторы. Когда рассматривается место расположения повтора в тексте, говорят о дистантном (повторяющиеся элементы разделены словами) и контактном (повторяющиеся единицы идут одна за другой) повторах. Если принимать во внимание точность воспроизведения первоначального слова, звука или конструкции, выделяют частичные и полные повторы.

Итак, как указывалось выше, для данного исследования был взят лексический повтор. Он представляет собой «использование одной и той же лексической единицы текста с экспрессивным заданием или специальной логической целью. При этом повторяющиеся единицы должны быть расположены достаточно близко друг от друга, иначе повтор не будет замечен адресатом» [2, с. 131].

В большинстве случаев лексический повтор в текстах рекламы используется как стилистический прием и реализуется на уровне семантически значимых слов или словосочетаний. Это может быть название фирмы, рекламируемого товара или область применения продукта. Например:

*Суставы изнывают без лекарства,
Суставам осложнение грозит.
И каждый царь готов отдать полцарства
За царское лекарство — «Хондроксид».*

Повтор в приведенном тексте реализуется на двух уровнях: в первом случае внимание обращено на область действия препарата (суставы), во втором — на высокую оценку товара, реализующуюся через использование морфем слова «царь». Присутствие в рекламе на уровне изобразительного ряда персонажа — царя из сказки — делает образ текста законченным и достаточно четко запоминающимся для потребителя.

Используя повтор, авторы могут выделять важное для данного текста понятие, которое фиксирует в памяти определенное качество предлагаемого то-

вара. Например, в рекламе туши для ресниц мы видим использование существительного «максимум»:

BOURJOIS PARIS
Максимум объема и разделения!
Максимум гламура!
Макси-щеточка 500 щетинок.

В приведенном примере лексически повтор сочетается с частичным повтором: «максимум — максимум». Повтор морфем одного гнезда привлекает внимание к главному качеству предлагаемого продукта и позиционирует его как средство, гарантирующее максимальный объем ресниц, который достигается при использовании макси-щеточки.

Повторение речевого элемента в пределах короткого предложения усиливает эмоциональное влияние на потребителя. Но в то же время использование данного приема требует особого внимания от автора: небольшой объем предполагает рациональное использование языковых средств.

Так, слоган «*Lenovo. Прегельная ответственность. Прегельный контроль*» содержит повтор определения «*прегельный*». В сочетании с существительными «*контроль*», «*ответственность*», несущими в своей семантике ощущение серьезного подхода к своему делу, данное словупотребление создает эффект максимальной гарантии качества произведенного товара. Синтаксический параллелизм, акцентирующий внимание на сопоставлении двух отрезков речи, усиливает воздействие на потребителя.

Лексический повтор может сочетаться с игрой слов, основанной на анонимии. В рекламе геля «ДИП РЕЛИФ» используется следующий слоган:

ДИП РЕЛИФ^{гель}. Действует быстро.
Действует долго.

В данном тексте обыгрывается повтор глагола *действует* и противопоставление наречий *быстро* и *долго*. В первом случае подчеркивается оказание быстрой помощи в снятии болевого ощущения, во втором — протяженность действия лекарственного средства. Лексический повтор при этом реализует функцию замедления развития сюжета, постоянства.

При лексическом повторе может достигаться эффект убеждения в действенности и необходимости того или иного товара. Поэтому он часто встречается в рекламе косметических средств.

Крем для лица и бальзам для кожи вокруг глаз *Revitalizing Supreme*:

Время меняет кожу. Бросьте вызов времени, сохраните молодость кожи.

От констатации факта, заключенной в первой фразе, автор переходит к рекомендациям. И смысловые акценты сразу смещаются. При использовании тех же лексем «*время*» и «*кожа*» потребитель получает совсем иную картину. Интонация неизбежности сменяется четкими и эмоционально настроенными призывами к активным действиям, чему способствует и форма повелительного наклонения сказуемого.

Лексические повторы могут быть направлены на усиление выразительности речи, придание ей эмоциональности. Если при этом повтор носит организованный характер, можно говорить уже о сочетании лексического повтора и фигур прибавления: анафоры, хиазма, эпифоры и т.д.

Анафора — одна из фигур речи, основанная на параллелизме, а именно повтор начального слова или группы слов в соотносительных фрагментах текста: стихотворных строках, прозаических фразах, абзацах и др. [3, с. 17].

Прием использования анафоры мы видим в рекламе газированной воды Кока-Кола:

Когда мы счастливы.
Когда мы вместе.
Когда мы поём и веселимся.
Когда мы влюбляемся,
при этом не забывая о важном.
Когда мы вместе наслаждаемся уникальным вкусом и знакомым цветом.

Повтор словосочетания «*когда мы...*» вызывает у потребителя картину многогранной, но цельной реальности, создает эффект постоянного присутствия данного напитка в разных жизненных ситуациях. Потребитель должен включить образ Кока-Колы в качестве необходимого элемента в картину своей повседневной жизни.

Анафора очень удачно передает оптимистичный настрой, усиливает эмоциональную составляющую текста.

Что вы чувствуете с ароматами новой Vernel Royal?

Вы по-королевски великолепно с Vernel Royal роскошь. Вы по-королевски изящны с Vernel Royal элегантность. Вы по-королевски восхитительны с Vernel Royal изысканность.

Откройте мир королевской роскоши с новым Vernel Royal.

Идея рекламного сообщения — создать ощущение богатства и роскоши, которое человек может получить, используя кондиционер для белья именно этой марки. Анафора в данном случае усилена приемом градации: вы великолепно, изящны, восхитительны. С каждой фразой эмоциональный фон усиливается и в то же время за счет присутствия повтора сохраняется некое постоянство, обозначенное наречием *по-королевски*, которое в смысловом отношении наиболее приближает потребителя к образу человека из высшего света.

Кроме того, анафора помогает усилить призыв и убеждение, присутствующие в тексте:

Красота как власть. Красота как наука. Красота как страсть.

Allure. Легендарный журнал о красоте. Теперь в России.

Сопоставление понятия красоты с наиболее важными для человека категориями: власть, наука (в значении «то, что поучает, дает опыт, урок»), страсть, — передает ощущение многоаспектности, установку на охват всех сторон жизни. Это, в свою очередь, указывает на универсальность предлагаемого продукта, его способность быть интересным совершенно разным людям. Кроме того, в данном рекламном сообщении используется прием парцелляции, позволяющий соотнести первую часть текста с названием журнала и подчеркнуть его появление в нашей стране.

Эпифора — лексический повтор в конце стихотворных строк или других фрагментов художественного (поэтического, прозаического, драматургического) текста [3, с. 408].

Слово или словосочетание, которое в данной фигуре становится рефреном, выделяется логически, привлекает и фиксирует внимание. Кроме того,

эпифора делает фразу более убедительной, придает ей оттенок непреложности. Поэтому эпифора достаточно часто используется в рекламных слоганах, выделяя в рекламируемом товаре наиболее важное качество:

Майский чай — любимый чай!

Нурофен Экспресс. Направленное действие, быстрое действие. Отпускается без рецепта.

В первом случае эпифора способствует запоминанию марки чая, создавая ассоциацию с наиболее предпочтительным продуктом среди подобных. Во втором — подчеркивается действенность лекарственного средства, его надежность.

Лексический повтор используется и в хиазме.

Хиазм — одна из фигур речи, а именно прием усиления выразительности за счет зеркального расположения членов двух смежных словосочетаний или предложений [3, с. 388].

Несмотря на то, что данную фигуру выделяет среди остальных некая искусственность структуры, она остается ярким приемом придания тексту образности и экспрессии. Ее достаточно часто используют в рекламе.

Новый Blend-a-med 3D White Luxe «Згоровое сияние». Улыбнись жизни и жизнь улыбнется тебе.

Разработчики рекламы взяли за основу достаточно известный текст цитаты Дж. Э. Смита, который хорошо знаком потребителю. Отсылка к улыбке создает ассоциативный ряд, необходимый для рекламы зубной пасты: эффективная зубная паста поддерживает и сохраняет здоровье зубов, гарантирует красивую и открытую улыбку. Эффект воздействия текста усилен приемом, лежащим в основе слогана. Его двойственность сочетается с демонстрацией полученного результата. Потребитель получает рецепт успеха и благополучия.

Стык (анадиплозис) — повторение слова или группы слов в конце речевого сегмента и в начале следующего сегмента [3, с. 343].

Стык делает логический акцент на повторяющемся слове, придает фразе причинно-следственную обусловленность. Рекламный текст, в котором задействован стык, приобретает черты текста-рассуждения и тем самым вызывает доверие у потребителя. Иногда стык может быть использован условно. То есть на стыке двух сегментов оказывается не слово, а его часть. Одновременно используется эффект звукового повтора:

Hansa. ЭстетикУм — Умная техника в моде.

То, что в моде только красиво, в технике еще и функционально. Поэтому эстетика и умные технологии становятся в технике Hansa одним гармоничным целым. Это и есть ЭстетикУм — философия, согласно которой мы создаем нашу технику.

Перед нами слоган, в котором присутствует окказиональный неологизм (ЭстетиУм), воплощающий в себе основную идею, реализуемую в технике Hansa. Сочетание «ЭстетикУм — умная техника», где работает еще и звуковой повтор, способствует запоминанию торговой марки и создает интригу

для потребителя. Далее в комментирующей части рекламного текста, наблюдаем лексический повтор слов «техника» и «мода». На сочетании этих понятий построено все пояснение происхождения термина «ЭстетикУм».

Итак, рассмотрев использование лексического повтора в рекламных текстах, можно сделать следующее заключение. Данный стилистический прием используется для продвижения товаров из разных категорий: лекарства, косметической продукции, бытовой и вычислительной техники и др. Для него характерна не только частотность использования, но и полифункциональность. Лексический повтор, в первую очередь, способствует запоминаемости предлагаемой марки/товара. Он делает акцент на семантически значимых словах и словосочетаниях, подчеркивает наиболее важное качество/свойство предлагаемого товара/услуги. Лексический повтор усиливает эмоциональное воздействие на потребителя, высказывание приобретает дополнительную экспрессивность. В рекламном тексте лексический повтор может создавать ощущение длительности и протяженности действия, что достаточно актуально, когда в ограниченном объеме текста нужно в дополнении к основному смыслу создать эффект временной продолжительности. Зачастую лексический повтор в тексте рекламы взаимодействует с другими стилистическими приемами, при этом он усиливает эффект убеждения в действенности и необходимости того или иного товара.

Полифункциональность лексического повтора объясняет высокую частотность его использования в текстах рекламы. Если до недавнего времени он чаще всего присутствовал в художественной речи и публицистике, то в настоящее время в этот ряд можно добавить также язык рекламы.

Библиографический список

1. Розенталь, Д. Э. Справочник по правописанию, произношению, литературному редактированию / Д. Э. Розенталь, Е. В. Джанджакова, Н. П. Кабанова. — 4-е изд., испр. — М. : ЧеРо, 2001. — 399 с. — ISBN 5-88711-124-0.
2. Матвеева, Т. В. Учебный словарь : русский язык, культура речи, стилистика, риторика / Т. В. Матвеева. — М. : Флинта : Наука, 2003. — 432 с. — ISBN 5-89349-381-8. — ISBN 5-02-002980-7.
3. Петрова, Н. Г. К вопросу о статусе лексического повтора в поэтическом дискурсе с позиции теории регулятивности / Н. Г. Петрова // Вестник ТПУ. — 2010. — Вып. 6. — С. 39–44.

МАТВЕЕВА Елена Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Дизайн и технологии медиаиндустрии».

Адрес для переписки: m_oa@omgtu.ru

Статья поступила в редакцию 21.05.2013 г.

© Е. А. Матвеева