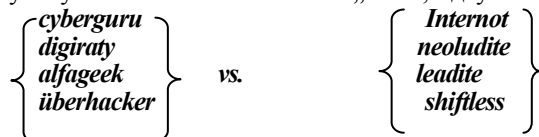


У якості другого магістрального типу антонімічних парадигм комп'ютерної термінології ми пропонуємо позиціонувати так звані „матричні опозиції”. В такому випадку протиставленню підлягають не окремі лінгвальні одиниці, а цілі синонімічні міні-парадигми, що формуються навколо певних поняттєвих центрів. Яскравим прикладом подібного типу антонімії може слугувати кореляція розглянутих вище синонімічних парадигм, що співвідносяться з такими поняттями як „фахівець у галузі новітніх технологій” та „особа, відчужена від технічної сфери”:



Отже, як бачимо, в основі наведеного явища лежить не стільки безпосередньо семантичне, скільки глибинне поняттєве протиставлення. Тобто, явище лексико-семантичної асиметрії мовних знаків як такої у галузі комп'ютерних інновацій певною мірою нівелюється за рахунок рестрикції зв'язків між поняттєвою та значеннєвою сферами. Зазначене зауваження, в свою чергу, являє собою додаткову маніфестацію термінологічної домінанти лінгвальних параметрів загалу новоутворень англійської мови у сфері новітніх технологій.

Результати представленого дослідження, безперечно, не є вичерпними, проте, на нашу думку, відкривають широкі перспективи для подальшого вивчення парадигмальних (мовних, лінгвофілософських та соціолінгвальних) параметрів техносфери, шляхів її сановлення та розвитку.

Література

1. Гримак Л. П. Грядущий век – век одиночества (к проблеме Интернета) // Мир психологии. – 2000. – № 2 (22). – С. 5–25.
2. Тираспольский Л. И., Новиков В. Н. Духовный смысл Интернета. – <http://www.isn.ru/info/seminar-doc/Novikov.doc>, 2005.
3. Шевченко І. С., Гончаренко І. О. Конфліктна мовленнєва поведінка в англомовному кіберпросторі // Вісник Житомирського державного університету. – 2005. – Вип. 23. – С. 24–28.
4. Heim M. The Nerd in the Noosphere // Computer-Mediated Communication Magazine. – Vol. 2. – № 1. – 1995. – P. 3–6.
5. Зацний Ю. А., Пахомова Т. О. Мова і суспільство: збагачення словникового складу сучасної англійської мови. – Запоріжжя: Запорізький державний університет, 2001. – 243 с.
6. Левицький А. Е. Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі сучасної англійської мови) // Вісник Житомирського державного університету. – 2005. – Вип. 23. – С. 16–21.
7. Будагов Р. А. Язык – реальность – язык. – М.: Наука, 1985. – 260 с.
8. Диброва К. Ю. Лингвистические аспекты языковой относительности // Вопросы языкознания. – 1996. – № 10. – С. 61–70.
9. Панько Т. І. Українське термінознавство. – Львів: Світ, 1994. – 216 с.
10. Татаринов В. А. Из истории отечественного терминоведения // Вопросы языкознания. – 1993. – №3. – С. 113–119.
11. Bridis T. From Robot Revolution to Cyber Revolution // Washington Bureau. – 2003. – Sept. 1. – P. 9–10.

Менджеричкая Е. О.

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В МЕДИАДИСКУРСЕ

Языковая игра в последние годы становится не только популярным видом деятельности, но и актуальным предметом изучения психологов, лингвистов, культурологов. Многие ученые обращались к феномену языковой игры, отмечая, что языковая игра должна основываться на знании системы единиц языка, норм их использования и на способности к творческой интерпретации этих единиц.

Такого рода использование языка является когнитивным процессом и предполагает наличие общих фоновых знаний как у адресанта, так и у адресата, что становится особенно актуальным при чтении публицистических текстов.

Необходимо при этом оговориться, что для адекватного восприятия публицистики предлагается рассматривать ее как тип *дискурса*, а глобальнее – *медиадискурса*, понимаемого как совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия (определение Т. Г. Добросклонской [2: 21]).

Существуют разные подходы к пониманию дискурса и целый ряд определений этого термина. Например, «совокупность тематически, культурно или как-либо еще взаимосвязанных текстов» («Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике» Под ред. А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского, [1:179] или «вид речевой коммуникации, предполагающий рациональное критическое рассмотрение ценностей, норм и правил социальной жизни и единственным своим мотивом имеющий достижение взаимопонимания» [1:179]. Представление о дискурсе как о «речевом произведении, рассматриваемом во всей полноте своего выражения (словесно-интонационного и паралингвистического...) и устремления, с учетом всех внеязыковых факторов (социальных, культурных, психологических), существенных для успешного речевого взаимодействия» («Краткий словарь лингвистических терминов» Н. В. Васильева, В. А. Виноградов, А. М. Шахнарович. [3:57]) также кажется не вполне достаточным. Наиболее адекватным представляется следующее определение: «*дискурс* есть вербализованная речемыслительная деятельность, понимаемая как совокупность процесса и результата и обладающая как собственно лингвистическим, так и экстралингвистическим планами» (В. В. Красных «Свой» среди «чужих»: миф или реальность?». [5:113]). Отсюда следует, что дискурс можно считать когнитивным процессом, отражением мышления средствами конкретного языка.

Понимание термина «дискурс» в современных условиях тесно связано с когнитивными исследованиями, что предполагает наличие своеобразной триады: адресант информации, адресат и текст, при помощи которого эта информация передается. В идеале, автор предполагает адекватное восприятие реципиентом того послыла, который он закладывает в этот текст. В реальной жизни так происходит далеко не всегда, а потому возможно «вчитывание» в текст содержания, ему не присущего, или существенное сокращение объема заложенной информации.

В случае медиадискурса такой подход становится особенно актуальным, ибо позволяет говорить о параметрах выделения медиадискурса в соответствии с когнитивными установками адресанта (т. е. идеологической направленностью того или иного текста, теми идеями и отношением, которые в нем заложены), характеристиками целевой аудитории, для

которой этот текст предназначен, и наконец, лингвистическими и экстралингвистическими стратегиями подачи информации, заложенными непосредственно в тексте.

Руководствуясь этим принципом при анализе печатных изданий, можно говорить о следующих типах дискурса:

- дискурс качественной прессы;
- дискурс популярной прессы (причем, следует отдельно рассмотреть дискурс «желтой» прессы (таблоидов) и дискурс глянцевого журналов);
- дискурс специализированных изданий, таких как научные и научно-популярные журналы.

Все эти издания отличаются друг от друга как когнитивными установками адресантов, так и способностями их восприятия целевой аудиторией, а следовательно, различными способами передачи информации (лингвистическими и экстралингвистическими), представленными в самом тексте.

Таким образом, хотелось бы предложить следующее определение дискурса: *дискурс – это передача когнитивного содержания, вкладываемого адресантом, адресату через посредство текста и его лингвистических особенностей и определенных стратегий подачи информации.*

Будучи когнитивным процессом, дискурс, как уже было сказано, включает в себя особенности представления и подачи информации, а также особенности ее восприятия. Следовательно, языковая игра становится своеобразным шифром, пропуском в мир не только сообщений, но и образов, эмоционального воздействия на читателя, попыткой исподволь, путем вовлечения его в интеллектуальные упражнения по расшифровыванию неких кодов, воздействовать на его восприятие действительности.

Посмотрим на примеры и приемы языковой игры, встречающиеся в заголовках американского журнала **“Newsweek” и его русской версии**. Анализу были подвергнуты американские издания, посвященные президентским выборам в Америке в 2000 году (“Newsweek”, November 20, 2000) и президентским выборам на Украине 2004 года (“Newsweek”, December 6, 2004).

В случае с американской президентской кампанией можно встретить метафору в клишированных сочетаниях, приобретающих новое звучание в данном контексте:

A Whiff of Victory

Clouds over the Sunshine State

How confusing ballots, accidental votes and now a swarm of lawyers are roiling Florida like a hurricane.

The Battle after the Bell

Overtime: This was a campaign in which Election Day didn't mark the end of the race for George W. Bush and Al Gore, but rather the beginning of another lap – which turned out to be the most extraordinary, exciting and grueling of all.

Face to Face Combat

The Debates: Gore lost personality points even as he scored debating points. This was Turnaround II, and Bush hit the homestretch with a burst of confidence.

A Muted Trumpet

Afterward: To a degree rare in presidential elections, people choose sides less out of affection for their own man than out of dislike for his rival.

Подзаголовки, раскрывающие сущность статей призваны проиллюстрировать, с одной стороны, серьезность обсуждаемых проблем, а с другой – ироничное к ним отношение.

Президентские выборы на Украине поставили перед журналистами еще более сложные задачи. Здесь встречаются следующие аллюзивные примеры, требующие фоновых знаний и представления о данной ситуации:

The West's Moment

Protesters in Ukraine sang a new anthem: *Vstavy!* Rise up! But Moscow didn't like it. And some warn of a new cold war. Shades of 1989?

Big Brother and 'Little Russians'

The very notion that Ukraine would turn into a Western outpost on Russia's southern flank is a Nightmare for Russia's ruling elite.

В журнале «Русский Newsweek» (11-17 октября 2004, №19) выборам на Украине посвящена следующая статья:

Этюд в морковных тонах

Поддержка России пошла Януковичу во вред. Сторонники Ющенко готовятся к революции. Исключительно бархатной.

Ее название носит явно игровой характер, и расшифровать его можно, только зная об особенностях атрибутики, используемой сторонниками одного из кандидатов.

Другие заголовки этого номера не имеют отношения к теме украинских выборов и вводят совсем другие темы, но характер используемых языковых средств также является игровым:

Парад секретов

Задуть революцию

Бунт в Карачаево-Черкесии удалось остановить. Хотя бы на время.

Время открывать кубышку

В правительстве зреют десятки планов, как потратить средства Стабфонда. Для чего понадобилось транжирить сбережения на черный день, экономисты не понимают.

Зверские процедуры

В Мурманском океанариуме аутизм лечат тюлени. Положительное влияние на здоровье человека оказывают также дельфины, собаки и кошки.

Инъекция надежды

В России начался первый этап испытаний новейших генных вакцин от рака.

Аналогичные приемы использования языковой игры можно встретить в других изданиях как русскоязычной, так и англоязычной прессы, но относящихся к более популярному спектру. Например, в журнале **«Огонек»**:

Братство кольца
Как роют окно в Европу (о ситуации в Приднестровье)
Классы «М» и «Ж» (о раздельном обучении)
Не надо грязи (о стиральных порошках)
Крепкий орешек (об удароустойчивой технике)
Естество испытателя (об эксперименте Дэвида Блейна)
Каннули в Лету (о Каннском кинофестивале)
Тарковский тупик
Вечный Зорн (об американском композиторе Джоне Зорне)
Болливудская улыбка
Две твердыни (о православной и католической церквях)
Дорогая моя Москва (о ценах на жилье в столице)
От Лос-Ангельска до Нью-Йоркина (о создании самоуправления в заброшенных деревнях Архангельской области)
Подковерные тайны (о покупке ковров)
«Форд» сломался (о победе профсоюзов)
По половому признаку (о раздельном обучении)
Демократия по понятиям (о Киргизии)
Блокада Петербурга (о подготовке саммита «Большой восьмерки»)
Президент с ядром (о президенте Ирана)
Массовый классовый миф (о среднем классе)
Невеселые картинки (о закрытии двух российских газет в связи с перепечаткой т. н. «исламских карикатур»)
Общепитер (о фильме «Питер FM»)
Свинство форменное (о спортивных состязаниях среди свиней)

Те же тенденции использования различных аллюзий, нарушения устойчивой сочетаемости известных выражений, коннотативности, метафоризации встречаются и в заголовках британских изданий как качественного толка, так и таблоидов. Так, в газете “**The Times**”, для которой в принципе характерна прямая предикативная формулировка основной темы статьи в качестве названия, можно обнаружить следующие заголовки и подзаголовки статей:

Call off the dogs, Mr Brown

If he wants to encourage the creative economy, penalizing small-time artists is not the answer.

Romeo, wherefore art thou talking stupid?

Our schoolchildren are too sick to appreciate Shakespeare, according to one of our educational publishers.

A song and dance about the World Cup

The birth of a leg end

Our obsession with feet predates Wayne Rooney, says Rachel Campbell-Johnston.

The marketing of a Marxist

From revolutionary to advertising icon, Che Guevara’s sells nearly everything.

Unaccustomed as I am...

Public speaking need not be terrifying, says Clive Coleman, if you listen carefully to me.

Into the frying pan or the fire – which way should the Fed jump? (on the Federal Reserve)

Arena’s men ready to live the American dream

Nick Szczepanik tries to make sense out of the questionable Fifa ranking system that puts the United States among the leading contenders in Germany.

Blatter gives the elbow to any leniency on foul play

Если обратиться к газете “**Daily Mail**”, которая относится к таблоидам, то есть популярной прессе, хотя и считается вполне приличным изданием в этом ряду, то можно обнаружить те же подходы к использованию языковой игры.

The roar of the Royals

William and Harry cheer on their friend in a charity boxing match (as Kate remains aloof).

Death by snack attack

Britons eat more than half the crisps consumed in Europe. Our children eat 25 times as many sweets as in 1950. The shocking truth about the snack addiction that’s slowly killing us all...

The dream merchants (World Cup 2006)

Passing the screen test (World Cup 2006)

Battle of the box – ITV versus BBC

The golden generation (World Cup 2006)

Germany feeling the heat (World Cup 2006)

Into the valley of death (World Cup 2006)

Upsets? Not from this lot (World Cup 2006)

Brazil can start the carnival (World Cup 2006)

Le crunch time for France (World Cup 2006)

Jewel in the crown

Her style inspired this summer’s prettiest looks. Now there’s a chance to bid for gems fit for a Princess.

Doing your home work

How one man went to mow.

It’s black and white: sheep are intelligent

Come on, you bag ladies!

African queen of mean

Bundles of White Mischief

According to legend, white lions are born once in a hundred years. Incredibly this lioness gave birth to two. Now they must survive all that nature – and man- can throw at them.

Rebecca deloodeed (about Rebecca Loos)

Demon of the British Empire (Or the day Vivienne got another gong)

Life's a beech!

Pressing the panic button

Murray Walker, the voice of Formula One, picks his 10 favourite British Grand Prix memories.

Golden boy

He was only 10 years old, but TV advert revealed Ronaldinho's star quality.

Таким образом, проанализировав некоторые примеры американского, русского и британского медиадискурса, можно говорить о всепроникающем, универсальном характере такого явления современной жизни, как языковая игра. Ее формы и способы воздействия базируются на когнитивных процессах восприятия действительности и их языковом воплощении. (Кстати, можно заметить, что данный анализ подтверждает наблюдения о том, что качественная пресса в чем-то начинает сближаться с таблоидами. "The Times" уже выходит в формате таблоида и в плане использования языка демонстрирует сходные с популярной прессой тенденции.)

В своей книге "Language Play, Language Learning", посвященной проблемам языковой игры и процессам освоения языка, британский ученый Гай Кук пишет: "There are two ways of theorizing language play: one is to regard it as an aspect of *play in general*; the other is to seek out distinct qualities in *language play in particular*." [10:97] То есть, языковую игру можно воспринимать как часть общей способности человека к игре. Но в отличие от игры вообще, языковые игры – это всегда игры разума, всегда ментальное воплощение способности человека переосмысливать и интерпретировать действительность творчески, привлекая весь арсенал средств языка и своих знаний о ситуации и окружающем мире, что особенно очевидно в области медиадискурса.

Литература

1. «Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике» Под ред. А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского. – М., Помовский и партнеры, 1996.
2. Добросклонская Т. Г. «Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации» В сб.: «Вестник Московского университета» Сер. 10. Журналистика. – 2006. – № 2. – С. 20-33.
3. Васильева Н. В., Виноградов В. А., Шахнарович А. М. Краткий словарь лингвистических терминов. – М., Русский язык, 1995.
4. Ксензенко О. А., Менджерицкая Е. О. "Mass Media Language" Учебное пособие по языку современных англоязычных СМИ. – М., МАКС Пресс, 2002.
5. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность?». – М., «Гнозис», 2003.
6. Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов. – М., 1996.
7. Менджерицкая Е. О. Термин «дискурс» и типология медиадискурса. В сб.: «Вестник Московского университета» Сер. 10. Журналистика. – 2006. – № 2. – С. 50-55.
8. Менджерицкая Е. О. Публицистика как тип дискурса. В сб.: «Язык, сознание, коммуникация». – М., 1999. Вып. 7. – С.13-18.
9. Менджерицкая Е. О. Особенности национального публицистического дискурса. В сб.: «Язык, сознание, коммуникация». – М., 1999. Вып. 9. – С. 52-59.
10. Cook, Guy "Language Play, Language Learning" Oxford, OUP, 2000.

Мікіна О. Г.

СЕМАНТИЧНА ЕВОЛЮЦІЯ ЛАТИНСЬКИХ І РОМАНСЬКИХ ДІЕСЛІВ ІЗ ЗНАЧЕННЯМ «ЗВЕРТАТИСЯ»

Історичний підхід до вивчення лексики значно розширює уявлення про семантичні об'єднання будь-якого рівня. Так, лексико-семантичні групи (ЛСГ) дієслів мовлення, які були об'єктом дослідження на матеріалі багатьох мов, при застосуванні порівняльно-історичного методу дають підстави для певних узагальнень як стосовно парадигматичної структури даної ЛСГ, так і відносно закономірностей її семантичної еволюції. На жаль, у лінгвістичній літературі мало досліджень, які б висвітлювали формування і розвиток значень романських дієслів мовлення, хоча, з одного боку, латинська мова, що є основою для романського мовного ареалу, є відомою і досить вивченою (певна річ, окрім регіональних варіантів вульгарної латини), а з іншого боку, дієслова мовлення є одним з найцікавіших шарів лексики, що відбиває психічну та інтелектуальну діяльність людини. Метою даної статті є історичний аналіз семантики частини романських дієслів мовлення, а саме дієслів із значенням „звертатися”.

Латинські дієслова із значенням „звертатися” посідають особливе місце у лексико-семантичній групі дієслів мовлення. На відміну від дієслів, що мають значення „говорити”, „запитувати”, „просити”, „відповідати” та інших, в основі семантичної еволюції яких знаходяться глибинні значеннєві трансформації, дієслова, що мають значення „звертатися”, є дериватами дієслів із значенням „говорити”, „розмовляти”, або дієслів руху, і утворені, як правило, за допомогою префікса *ad-*. У той час як розвиток більшості дієслів мовлення дає підстави говорити про семантичні універсали, що проявили себе на шляху утворення та зміни значень упродовж еволюції від прамови, дієслова із значенням „звертатися” демонструють певні морфологічні універсали. Спробуємо проаналізувати дієслова із вказаною семантикою, розглянувши спочатку латинські лексеми.

На підставі опрацювання словників латинської мови [1; 8; 12], нами було складено список основних дієслів, що мають значення „звертатися”: *accedo, adoro, affor, alloquor, appello, compello*. Серед них три лексеми, а саме *adoro, affor, alloquor*, є дериватами базових дієслів цілої лексико-семантичної групи. Їх вихідні – *oro, for, loquor* – мають найбільш загальне значення для дієслів мовлення, вони містять тільки дві семи – S^1 – „вимова” і S^2 – „значущість”, єдино можливі для базових дієслів мовлення. Приєднання до них префікса *ad-* викликає появу додаткової семи S^3 – „звернення”, оскільки основне значення цього префікса – „напрямок, спрямування до когось, чогось” [1, с.27; 12, с. 13]. Таким чином, похідні дієслова отримали завдяки префіксу значення „звертатися”, тобто „заговорювати до когось”. Оскільки така дериваційна схема втілена у ядрових дієсловах зазначеної семантики, можна припустити, що вона є не тільки основою для дієслів латинської мови, а й має глибоке коріння в індоєвропейській прамові.

Дійсно, Ю. Покорний вказує на існування в індоєвропейській прамові кореня *ad-* із значеннями „до, на, біля, у напрямку” [14, с. 3], тобто з тими, які зберіг латинський префікс. Література про історію префіксації засвідчує, що префікси мають спільне походження з прийменниками, а в їх основі – індоєвропейський прислівник. Навіть термін *praepositio*, який увійшов у граматику на позначення прийменника, у римських граматичних трактатах означав також префіксацію [4, с. 44]. Отже, латинський префікс *ad-*, як і латинський прийменник *ad*, – це прямі наступники