

У групі сем, що вказують на якості, властивості кого- чи чого-небудь, теж є семи, які зустрічаються у лексичних значеннях великої кількості слів. Так сема 'character' (характер) є інтегративною в еквіполентній опозиції, яку утворюють 30 лексичних одиниць: **condition** (стан), **education** (освіта), **essence** (суть), **good** (добрий), **individual** (індивідум), **orthodoxy** (православ'я), **reliance** (довіра), **solemn** (священний), **genuine** (істинний), **trust** (довіра), **training** (навчання), **power** (сила), **solidity** (надійність), **solid** (надійний, міцний), **fact** (факт) та інші. Пор.: *It would be absurd to assign the genius of Mozart to training* (J.Rogers). *The assistance of men of reading and of solid parts* (W.Scott). *Man.. Most ignorant of what he's most assured, His glassy essence.. Plays such fantastic tricks, etc* (W.Shakespeare). *Education is the formation of the whole man – intellect.. character, mind, and soul* (H.Manning).

Сема 'quality' (якість) об'єднує 44 лексичних одиниці, такі як **character** (характер), **cleverness** (обдарованість), **creative** (творчий), **freedom** (свобода), **goodness** (великодушність), **healthiness** (здоров'я), **life** (життя), **mettle** (темперамент), **morality** (принципи поведінки), **sageness** (мудрість), **trustiness** (надійність), **trait** (характерна риса), **worthy** (гідний), **value** (цінність), **perception** (сприйняття) і т. д. Пор.: *By Cleverness.. I mean a comparative readiness in the invention and use of means, for the realizing of objects and ideas.. cleverness is a sort of genius for instrumentality. It is the brain in the hand* (Coleridge). *Virtue is bold, and goodness never fearful* (W.Shakespeare). *We do not look in great cities for our best morality* (J.Austen).

Сема 'good' (добрий) у досліджуваному матеріалі зустрічається у 20 лексичних одиницях: **goodness** (великодушність), **health** (здоров'я), **pleasure** (задоволення), **right** (правильний), **sensible** (розважливий), **skilful** (досвідчений), **wise** (мудрий), **smart** (розумний), **substantial** (важливий), **wholesome** (моральний), **wit** (кмітливий), **witty** (кмітливий) та інші. Пор.: *Your great Goodness, out of holy pity, Absolu'd him with an Axe* (W.Shakespeare). *It is by virtue of this style that Tully is as short and smart as Seneca* (Pope). *It is wholesome and tonic to realise the powerlessness of man in the face of these little accidents* (R.Kipling).

Наступні семи у досліджуваному матеріалі зустрічаються рідко, що вказує на їхню специфічність та значущість. Так, сема 'attentive' (уважний) передає значення лексичних одиниць **consideration** (роздуми) та **contemplation** (міркування), а сема 'authoritative' (авторитетний) характеризує слова **direction** (керівництво) та **religion** (релігія). Сема 'benevolent' (доброчинливий) зустрічається лише в слові **good** (добрий). Те ж саме спостерігаємо і з семою 'bold' (зухвалий), яку знаходимо у значенні слова **modest** (скромний). Сема 'clever' (розумний) об'єднує сім лексичних одиниць: **cleverness** (обдарованість), **dexterous** (тямущий), **skilful** (досвідчений), **smart** (розумний), **spiritual** (духовний), **witty** (кмітливий), **wise** (розумний). Сему 'cognizant' (знаючий) знаходимо в значеннях таких лексичних одиниць, як **aware** (що усвідомлює), **intelligent** (розумний), **sensible** (розважливий). Лексична одиниця **ardour** (завзяття) характеризується такими семами, як 'vehemence' (запальність), 'enthusiasm' (ентузіазм), 'eagerness' (запал), 'warmth' (запал). Дві семи 'confident' (упевнений) та 'trustful' (довірливий) зустрічаються у значенні слова **reliant** (упевнений). Остання сема також передає значення лексичної одиниці **worthy** (гідний). Семи 'devout' (побожний), 'pious' (благочестивий) 'godly' (божественний) характеризують слово **religious** (релігійний). Відразу 8 сем є унікальними в значенні лексичної одиниці **freedom** (свобода). Це 'exemption' (звільнення), 'arbitrary' (свавільний), 'despotic' (деспотичний), 'autocratic' (самовладний), 'independence' (незалежність), 'liberty' (свобода), 'fate' (доля), 'necessity' (необхідність).

Отже дослідження семантики лексичних одиниць на позначення концепту *wisdom/мудрість* в англійській літературній мові дає змогу зрозуміти не лише його структуру, а й уявлення англійців про нього. Словникові статті можна вважати надійним та повним джерелом для виявлення лексичних одиниць, що вербалізують зазначений концепт, та їхнього семного складу.

Як показує дослідження, чим частіше зустрічаються семи в значеннях великої кількості слів, тим загальнішими та емоційно-нейтральними вони є. І навпаки, чим рідше зустрічається сема, тим вище є її значущість. Завдяки своїй якісній характеристиці семи в досліджуваному матеріалі поділяються на певні групи, серед яких велику увагу привертають семи на позначення розумової діяльності та розумових здібностей людини, якості та характеристика кого- чи чого-небудь. Подальше дослідження семної структури лексичних одиниць на позначення концепту *wisdom/мудрість* в англійській літературній та українській літературній мовах дасть змогу не лише систематизувати «уривок» мови, що репрезентує даний концепт, а й провести типолого-зіставний аналіз мовних одиниць, що його вербалізують.

Джерела та література

1. Кочерган М. П. Загальне мовознавство: Видання 2-ге, виправлене і доповнене: – К.: Видавничий центр «Академія», 2006. – 464 с.
2. Кузнецова Э. В. Лексикология русского языка: Учебное пособие для филологических факультетов ун-тов. – М.: Высшая школа, 1982 – 152 с.
3. Русанівський В. М. Структура лексичної і граматичної семантики / АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О.О.Потебні; Відп. ред. О.С.Мельничук. – К.: Наукова думка, 1988 – 240 с.
4. Фабіан М. П. Етикетна лексика в українській, англійській та угорській мовах. – Ужгород: Інформаційно-видавниче агенство «ІВА», 1998. – 256 с.
5. Schmid H.-J. English abstract nouns as conceptual shells: From corpus to cognition. – В.: N.Y.: Mouton de Gruyter, 2000. – XI, 457 p. The Oxford English Dictionary: 12 volumes. – Volumes 1 – 12 – Oxford, 1969-1973.

Крючкова Т. Б. МЕСТО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНОЙ СИСТЕМЕ РОССИЙСКИХ УЧЕНЫХ¹

Языковая ситуация на нашей планете, по крайней мере в ее цивилизованной части, начиная со второй половины XX в., характеризуется постоянным усилением роли английского языка, в результате чего он, безусловно, в настоящее время стал мировым языком № 1. Эта ситуация широко обсуждается в научной литературе с разных точек зрения. Одних ученых волнует судьба самого английского языка, который в процессе его использования в так называемых «странах внешнего круга», т. е. странах, где он широко распространен как второй язык, может распасться на многочисленные сильно отличающиеся друг от друга варианты. Эти суждения

детально анализируются, например, в книге Д. Кристала «Английский язык как глобальный». При этом сам Д. Кристал не видит в этом ничего страшного и считает, что в этом случае может возникнуть новая форма английского языка – всемирный нормативный разговорный английский, который и будет выполнять роль всеобщего лингва франка [1]. Другие ученые озабочены прежде всего тем, что английский вытесняет другие функционально не менее развитые языки из наиболее престижных коммуникативных сфер – международного общения, науки, образования и т. д. [6]. Кстати сказать, далеко не все специалисты считают, что в XXI в. доминирующее положение английского языка в мире сохранится. Так, в докладе Д. Грэддола, выполненного по поручению Британского совета говорится, что к середине нашего века примерно одинаковую роль будут играть несколько языков – китайский, хинди /урду, английский, испанский и арабский [10]. Языковая ситуация в мире развивается под влиянием многочисленных социальных, экономических, политических, а также разного рода субъективных факторов, поэтому давать здесь какие-либо долгосрочные прогнозы весьма сложно. Но тот факт, что в настоящее время английский язык продолжает занимать доминирующее положение в мире, никем не подвергается сомнению.

Интенсивное проникновение английского языка в Россию началось несколько позже, чем в другие неанглоязычные страны, и российское общество еще не оценило позитивные и негативные стороны этого явления и не выработало какой-либо осмысленной языковой политики в данной сфере. Отсутствует и научная база для ее создания. Особенности функционирования английского языка в России и специфика его взаимодействия с местными языками почти не изучены. Наиболее очевидным результатом экспансии английского языка является сокращение объема и интенсивности функционирования в РФ других иностранных языков, традиционно присутствовавших на ее территории, прежде всего немецкого и французского [2, с.116]. Однако для разработки адекватной и сбалансированной языковой политики особенно важное значение имеет изучение функционального взаимодействия английского языка с языками народов России.

Предметом нашего исследования является взаимоотношение английского и русского языка, являющегося демографически наиболее мощным и функционально наиболее развитым языком на территории РФ. Очевидно, что английский язык присутствует далеко не во всех коммуникативных сферах, обслуживаемых русским языком. По-видимому ситуация развивается примерно в том же направлении, что и европейских неангло-язычных странах. По мнению многих исследователей, доминирующее положение английского языка в мире кроме сферы международного общения наиболее наглядно проявляется в сфере науки [6, 8, 9]. Так, по данным Р. Бальдауфа, в настоящее время 85% научной информации в мире существует на английском языке [7]. Особенно интенсивно процесс англизации идет в естественных и технических науках.

Россия относится к странам, в которых сфера науки обслуживается собственным национальным языком. В русском языке хорошо разработаны терминологические системы всех отраслей науки и техники, развиты разнообразные функциональные стили. Хотя после распада СССР количество ученых, активно использующих русский язык в своей профессиональной деятельности, сократилось, русский язык стал значительно реже выполнять функцию средства международного научного общения, тем не менее его позиции как языка науки и сейчас очень устойчивы. По данным Российского статистического ежегодника, в 2002 г. в России работали 2630 научных учреждений, кроме того научные исследования проводились в 390 высших учебных заведениях страны, а также в 257 конструкторских бюро и некоторых других организациях [4]. По данным этого же ежегодника, в 2002 г. в РФ естественными и техническими науками занимались 363436 чел. Все они безусловно, использовали в профессиональном общении русский язык. Демографическую базу русского языка в этой сфере пополняют также многочисленные аспиранты и докторанты.

В 2003 г. на русском языке было опубликовано 77171 наименование научных книг и брошюр общим тиражом 672696,6 тыс. экз. В том же году в стране выходило 274 русскоязычных журнала по математическим и естественным наукам общим годовым тиражом 1336 тыс. экз. [3].

Английский язык присутствует в этой сфере гораздо более ограниченно. Наиболее широко он используется в российской научной периодике. Практически все просмотренные нами научные журналы, содержали какую-либо информацию на английском языке – резюме статей, оглавления или по меньшей мере название журнала и состав редакционной коллегии. Исключение составили лишь журналы, параллельно выходящие на русском и английском языках. Многие журналы, прежде всего естественно-научные и технические, печатают статьи иностранных авторов на английском языке, причем далеко не всегда эти авторы англоязычны по происхождению. Иногда по-английски публикуются и российские ученые, однако, это не носит массового характера.

В научной книжной продукции английский язык фигурирует реже. Часть естественно-научной и технической литературы выходит без английских резюме или аннотаций.

Обычно на двух языках – русском и английском выходят доклады или тезисы докладов российских ученых, принимающих участие в крупных международных научных конференциях, проходящих за рубежом. На различных научных конференциях и симпозиумах, проводимых в России, рабочими языками обычно бывают русский и английский. Соответственно на обоих языках готовятся программы, рабочие материалы и т. п.

Английский язык интенсивно используется в справочных и реферативных изданиях. Издания, содержащие информацию о российских публикациях, дублируют на английском языке названия разделов, заголовки книг и статей, именные указатели, оглавления. Часть изданий ориентируется на российских исследователей, владеющих английским языком. Так, например, реферативный журнал по физике, издаваемый Всероссийским институтом научной и технической информации (ВИНИТИ), большинство аннотаций работ зарубежных ученых дает на английском языке.

Широко распространен английский язык и в Интернете, где многие российские ученые имеют свои двуязычные сайты.

Тем не менее приведенные нами данные свидетельствуют о том, что в настоящее время объемы функционирования русского и английского языков в сфере российской науки несопоставимы. Здесь безусловно

доминирует русский язык. Однако, большой интерес представляет вопрос, как будет развиваться языковая ситуация дальше. Этот процесс, как известно, происходит под влиянием разнообразных объективных и субъективных факторов. Мы уже отмечали, что в РФ в настоящее время отсутствует целенаправленная и последовательно проводимая языковая политика в отношении английского языка, поэтому чрезвычайно важно выяснить, как функционирует язык в различных языковых коллективах и общностях, какое место он занимает в их социально-коммуникативных системах (СКС). Дело в том, что именно стихийная модификация этих систем может оказаться решающим фактором в ходе развития языковой ситуации в России.

Под языковым коллективом в научной литературе принято понимать совокупность социально взаимодействующих индивидов, обнаруживающих определенное единство языковых признаков [5, с. 71]. Любой языковой коллектив характеризуется наличием единой социально-коммуникативной системы, которая определяется как совокупность языковых систем и подсистем, используемых таким коллективом [5, с. 75]. Объектом нашего исследования явилась СКС научных сотрудников одного из физических институтов РАН. Согласно приведенной выше дефиниции они составляют языковой коллектив, поскольку, с одной стороны, работая в одном институте, находятся в определенном социальном взаимодействии, с другой – характеризуются прежде всего таким языковым признаком, как владение языком для специальных целей (языком физики) и соответствующим профессиональным жаргоном. В центре нашего внимания находился вопрос о том, в какой мере данный коллектив пользуется английским языком в своей профессиональной деятельности. Для того чтобы ответить на этот вопрос, нами было проведено анкетирование ученых. Анкета состояла из четырех блоков вопросов. Первый касался социально-демографических характеристик респондентов, второй – их владения и употребления английского языка, третий – их знания и употребления других иностранных языков, четвертый – отношения респондентов к широкому распространению английского языка как языка науки.

Все респонденты были мужского пола, возраст колебался от 22 до 61 года, все имели высшее образование (физики и математики), 42% имели степень доктора наук и 42% степень кандидата наук. Распределение по возрастным группам выглядит следующим образом: 21-30 лет – 25%, 31-40 лет – 8%, 41-50 лет – 42%, 51-60 лет – 17%, старше 60 лет – 8%, что в целом пропорционально отражает возрастной состав сотрудников института. Все респонденты ответили, что знают английский язык. Им было предложено оценить свои знания английского языка по шкале: хорошо/ посредственно/ плохо/ совсем не владею по следующим позициям: 1. чтение англоязычной литературы по специальности; 2. перевод научного текста или письма к коллеге с русского языка на английский; 3. разговор на профессиональные темы на английском языке; 4. понимание устной английской речи на профессиональные темы. 33% респондентов оценили свои знания по всем четырем позициям как хорошие. Они в равной степени распределены по всем возрастным группам кроме группы 31-40 лет, в которой таковых не оказалось. Половина их имеет степень доктора, и половина – кандидата наук. 50% респондентов оценили свои знания по первым двум позициям как хорошие, а по двум вторым – как посредственные. В этой группе также не прослеживается четко выраженных корреляций между возрастом, уровнем образования и степенью владения языком. И, наконец, 16% респондентов оценили свои знания по первым трем позициям как хорошие и по четвертой позиции – как посредственные.

Все без исключения респонденты хотели бы улучшить свои знания английского языка.

Так же все информанты ответили, что используют английский язык для чтения специальной литературы, общения с иностранными коллегами, работы в Интернете. 16% респондентов указали, что пользуются английским языком для перевода (написания) своих статей.

42% респондентов не знает никаких иностранных языков кроме английского и не считает необходимым их учить, поскольку они не нужны для профессиональной деятельности. 42% знает другие иностранные языки (60% немецкий, 20% французский, 20% другие). Все они знают эти языки хуже, чем английский. 60% хотели бы улучшить свои знания. 16% хотели бы выучить немецкий язык, хотя половина из них считает, что для профессиональной деятельности он не нужен.

В последнем блоке респондентам предлагалось ответить на вопрос: Как Вы оцениваете широкое распространение английского как языка науки в современном мире? Все респонденты положительно оценили тот факт, что в настоящее время английский язык выполняет функцию лингва франка в сфере мировой науки. 33% посчитали, что такое положение дел дает определенные преимущества ученым-англофонам. 42% опрошенных полагают, что постепенно российским ученым придется осуществлять свою деятельность на английском языке даже внутри страны, т.е. английский язык вытеснит русский из этой сферы общения, причем только 8% из них считают, что это плохо. 58% придерживаются мнения, что в ближайшие десятилетия английский язык не вытеснит русский из сферы науки. 75% респондентов в качестве оптимального варианта для своей научной деятельности рассматривают владение русским и английским языками. 8% опрошенных считают доминирование английского языка в сфере науки временным и предсказывают, что его место может занять китайский язык.

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что английский язык бесспорно является компонентом СКС обследованного языкового коллектива. Характерно, что ни один из респондентов не считает, что может успешно заниматься своей профессиональной деятельностью, владея только русским языком. При этом настораживает тот факт, что большинство, считающее позиции русского языка как языка науки в России неизблемыми, является не очень значительным (58%). Это, как нам кажется, должно заставить задуматься о том, что приведенные нами выше данные о подавляющем доминировании русского языка в сфере науки не дают повода для самоуспокоения. Процессы, достаточно интенсивно идущие в настоящее время в СКС различных языковых коллективов и общностей, могут постепенно нарушить существующий баланс между русским языком, обслуживающим все сферы «внутреннего потребления», и английским, позволяющим осуществлять контакты с внешним миром.

Конечно, нельзя экстраполировать результаты, полученные при обследовании ученых-физиков, на все научное сообщество. Выучить иностранный язык в такой степени, чтобы понимать и писать тексты по физике

или математике, гораздо легче, чем освоить его в объеме, необходимом для понимания и порождения текстов, например, по философии или литературоведению. Кроме того, гуманитарии относятся к проблеме сохранения функциональной полноценности родного языка более трепетно, чем представители естественных и технических наук, которые руководствуются не идеологическими, а чисто прагматическими соображениями. Бесспорно, для того, чтобы делать далеко идущие выводы, которые могут быть положены в основу формирования языковой политики, необходимо тщательное и масштабное обследование самых разнообразных языковых коллективов и общностей.

В заключение отметим, что и проведенное нами обследование было пилотажным, поэтому полученные результаты следует считать сугубо предварительными. После некоторой коррекции анкеты мы предполагаем провести его в значительно более представительном языковом коллективе с описанными выше социальными параметрами, а также расширить его на другие языковые общности.

Литература

1. Кристалл Д. Английский язык как глобальный. М., 2001.
2. Крючкова Т.Б. Русский и английский языки в сфере российской науки в условиях глобализации // Человек: Образ и сущность. Ежегодник. Теории истины. Язык в контексте глобализации. — М., 2005.
3. Печать в Российской Федерации в 2003 г. — М., 2004.
4. Российский статистический ежегодник. 2003. М., 2003.
5. Швейцер А.Д. Современная социолингвистика: Теория. Проблемы. Методы. М., 1976.
6. Ammon U. Editor's Preface // The Dominance of English as a Language of Science. Effects on other Languages and Language Communities. Berlin, New York, 2001
7. Baldauf R.B. Jr. Speaking of Science: The Use by Australian University Science Staff of Language Skills // The Dominance of English as a Language of Science. Effects on other Languages and Language Communities. Berlin, New York, 2001.
8. Crystal D. English as a Global Language. Cambridge, 1997.
9. Graddol D. The Future of English. A Guide to Forecasting the Popularity of the English Language in the 21st Century. London, 1997.
10. Languages in a Globalising World / Ed. By Maurais J., Moris M.A. Cambridge etc.; 2003.

Примечание

¹Работа выполнена при поддержке Программы фундаментальных исследований Президиума РАН «Адаптация народов и культур к изменениям природной среды, социальным и техногенным трансформациям», проект «Функционирование русского и английского языков в России: конкуренция или дополнительная дистрибуция», рук. Т.Б. Крючкова.

Ксензенко О. А.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ В РАЗЛИЧНЫХ ЯЗЫКОВЫХ И КУЛЬТУРНЫХ СООБЩЕСТВАХ

В последнее десятилетие реклама все более настойчиво проникает в различные сферы жизни нашего общества. Поэтому вопрос об изучении рекламы и рекламных текстов является очень важным для отечественной лингвистики. Учитывая важность роли, которую играет реклама в современном обществе, специалисты стали все чаще обращаться к ее изучению. Исследование рекламных текстов представляет собой отдельную, чрезвычайно многогранную проблему, и внимание, уделяемое современными лингвистами вопросам изучения рекламы, является вполне оправданным.

Несмотря на наличие значительного количества опубликованных материалов, очень трудно воссоздать целостное представление о принципах создания рекламы, о системе воздействия рекламы, о механизмах такого воздействия. Особенно это относится к лингвистическому аспекту рассмотрения рекламных текстов, который, в отличие от экономического или психологического, изучен в меньшей степени: в центре внимания оказываются политические, идеологические, социальные аспекты, проблемы организации и функционирования рекламных агентств. Язык рекламы является менее изученной областью как в научном, так и в практическом планах.

К настоящему моменту появилось значительное количество отечественных пособий и учебников по рекламному делу. Безусловно, подобные публикации представляют несомненную ценность, оказывая практическую помощь делающим первые шаги рекламным агентствам. Ни в коем случае не умаляя значимости данных работ, нельзя не отметить, что они сфокусированы главным образом на экономических и психологических аспектах. Менее многочисленные работы, затрагивающие вопрос о *языке* рекламы, зачастую носят описательный характер, сводясь к перечислению (в лучшем случае – описанию) тех или иных типов рекламы, рекламных агентств и методов их работы, не затрагивая теоретических основ данной области знания и не давая представления о лингвистической природе изучаемого материала. Программы и практические руководства, разработанные (например) в англоязычных странах, редко учитывают особенности культуры, мировоззрения и социальных условий, характерные для тех стран, в которых английский язык используется в качестве языка международного общения.

Подобное положение дел легко объяснить существующей тенденцией к популяризации информации о рекламе и принципах ее функционирования. Тем не менее, его нельзя считать удовлетворительным, если речь идет о подготовке профессионалов в области языка рекламы и о создании отечественной рекламной школы.

Отрадно отметить, что сейчас обращается все большее внимание не только на экономическую, но и на культурологическую роль рекламы, не только на ее финансовую эффективность, но и на то, каким образом реклама влияет на мировоззрение целевой аудитории и на языковую норму. Специалисты, работающие в различных областях рекламной индустрии, все чаще стали обсуждать как особенности использования языка в рекламных сообщениях, так и особенности языка, на котором говорят при работе в рекламном бизнесе.

При анализе рекламных текстов необходимо четко определить место рекламы в системе массовых коммуникаций. Рассмотрению данного вопроса посвящен ряд работ как зарубежных, так и отечественных специалистов [1, 8, 9, 10, 14, 16]. В частности, монография «Речевая коммуникация в современном обществе». В главе пятой части первой указанной работы обосновывается тезис о принадлежности рекламы к системе