

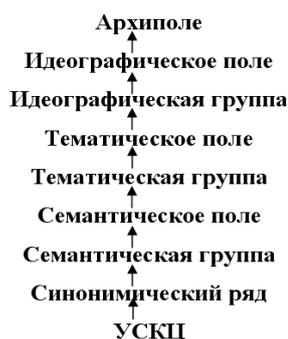
Шевчук-Черногородова М.А.

УДК 811.1/2'373.7-115

СПЕЦИФИКА ИДЕОГРАФИЧЕСКОЙ КЛАССИФИКАЦИИ УСТОЙЧИВЫХ СОЧЕТАНИЙ С КОМПОНЕНТАМИ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ В РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКАХ

Устойчивые сочетания берут свои обозначения из жизни человека, областей его общественной деятельности, поэтому развитие сфер человеческой деятельности отражается непосредственно в идеографической классификации устойчивых единиц. Построение идеографической классификации осуществляется путем последовательного разбиения устойчивых сочетаний на множество групп и подгрупп в соответствии с тем, как в нашем сознании группируются явления и предметы действительности, все многообразие бытия. Подобная иерархия базируется не только на лингвистических фактах, но, прежде всего, опирается на знания других наук, изучающих бытие и роль человека в нем: философии, психологии, социологии и т.д.

Анализ микросистем устойчивых сочетаний с компонентами цветообозначения (далее – УСКЦ) целесообразно проводить с точки зрения соотнесенности этих единиц с предметно-понятийными зонами, которые характеризуют различные аспекты окружающей нас действительности. На наш взгляд, анализ микросистемы УСКЦ должен быть проведен на основе наиболее целостной идеографической классификации, разработанной Ю. Ф. Прадидом и предложенной в монографии «Фразеологична идеография», так как она базируется на экстралингвистических факторах [6, с. 16]. Опираясь на схему Ю. Ф. Прадида предлагается идеографическая классификация УСКЦ:



Ю. Ф. Прадид справедливо отмечает, что идеографическая классификация языка должна начинаться с определения синонимических рядов, т.е. по принципу «снизу – вверх». Так, термин «группа» обозначает совокупность языковых единиц, объединенных общностью содержания и отображающих понятийную, предметную или функциональную схожесть определенных явлений. Две группы и более образуют поля: семантические группы – семантические поля, тематические группы – тематические поля, идеографические группы – идеографические поля; идеографические поля образуют архиполя, являющиеся наивысшей ступенью идеографической иерархии [6, с. 19].

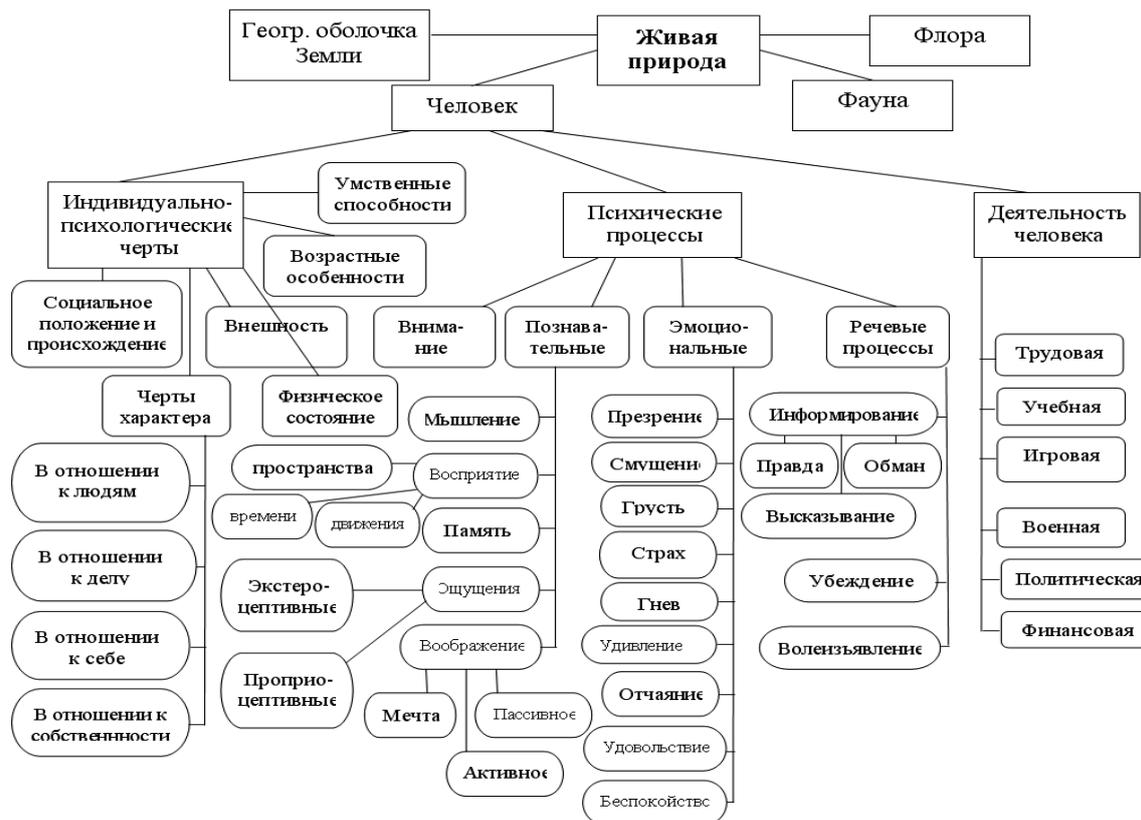
Вселенная – это совокупность всего, что существует физически. В классификации УСКЦ рассматриваются два архиполя – «ЖИВАЯ ПРИРОДА» и «НЕЖИВАЯ ПРИРОДА».

Архиполе «ЖИВАЯ ПРИРОДА» в микросистемах УСКЦ русского, английского и французского языков представлено четырьмя идеографическими полями: «Флора» (например: *зеленая аптека* дикорастущие лекарственные растения), «Фауна» (например: *серая опасность* полчища мышей и крыс; *black and tan терьер*; *bêtes noires* кабаны, волки и т. п.), «Географическая оболочка земли» (например: *белый свет* окружающий мир; *blue water* открытое море; *la plaine bleue* море) и «Человек» (например: *света белого не видеть* мучительно страдать от нетерпимой болезни, от нетерпимой острой боли; *black-letter day* неудачный, несчастливый день; *faire des yeux blancs* быть в полубормочном состоянии). Первые из них немногочисленны, в отличие от последнего, представленного сотнями УСКЦ.

Концепт «человек» – ключевое понятие в картине мира любого народа. Этим объясняется количественное преобладание единиц именно в данном идеографическом поле. Подобные УСКЦ ориентированы на экспрессивные обозначения человека, его деятельности, черт характера, внешнего вида, физического склада, речевого поведения, эмоциональных и познавательных процессов.

Исследование показало, что архиполе «ЖИВАЯ ПРИРОДА» в микросистемах УСКЦ русского, английского и французского языков имеет следующую структуру:

СПЕЦИФИКА ИДЕОГРАФИЧЕСКОЙ КЛАССИФИКАЦИИ УСТОЙЧИВЫХ СОЧЕТАНИЙ С КОМПОНЕНТАМИ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ В РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКАХ



Приведенные выше поля и группы не являются исчерпывающими, но дают представление о тематическом многообразии УСКЦ русского, английского и французского языков. Анализ архиполя «Живая природа» показал, что оно является разветвленной структурой с различными количественными показателями тематических полей. Наиболее крупной в количественном отношении является идеографическая группа «Деятельность человека» (например: *чернильная душа* чиновник, *бездущный бюрократ*; *white-collar slave* служащий; *la gueule noire* рабочие кузнечных цехов), отличающаяся тематическим разнообразием УСКЦ. В ней самыми многочисленными являются тематические поля «Трудовая деятельность» (например: *белый негр* бесправный, выполняющий непосильную работу человек; *white-collar job* работа в учреждении, конторе; *coup bleu* напрасный труд), а также «Военная деятельность» (например: *под красную шапку* (попасть) в рекруты, в солдаты; *thin red line* оборона силами пехотных подразделений; *paix blanche* безрезультатный мир (без победителей и побежденных) и «Финансовая деятельность» (например: *черная касса* финансовые средства предприятия, укрываемы от налогообложения; *black money* незаконно заработанные деньги, не объявленные для налогообложения; *faire du marché noir* спекулировать), хотя они и не являются основными видами деятельности с точки зрения психологии.

Следующей в количественном отношении стоит идеографическая группа «Индивидуально-психологические черты», в которой доминируют тематические поля «Социальное положение и происхождение человека» (например: *голубая кровь* дворянское, аристократическое происхождение кого-л.; *marry into the purple* вступить в брак с отпрыском королевской или аристократической семьи; *habit noir* обыватель, мещанин) и «Внешность» человека (например: *желтый как лимон* по природе или от болезни, человек, лицо человека; *black and blue* в синяках; *jambes en forme de haricots verts* кривые ноги, ноги колесом).

При рассмотрении идеографической группы «Психические процессы» (*среди бела дня* днем, при дневном свете; *in black and white* черным по белому; *il fait noir comme dans un four* так темно, что хоть глаз выколи), нужно отметить разветвленность ее звеньев, с одной стороны, и различную заполняемость ее тематических полей, с другой стороны. Чаше всего встречаются УСКЦ на обозначение эмоциональных процессов человека, в частности, в тематических группах «Грусть. Печаль» (например: *чернее тучи* кто-либо очень мрачен, угрюм; *be in the blues* хандрить, находиться в унынии, меланхолии; *les diables bleus* тоска, меланхолия), «Гнев. Ярость» (например: *довести до белого каления* кого-либо приводить в состояние иступления; *see red* прийти в ярость, рассвирепеть; *pousser au rouge* довести до предела). Некоторые звенья этой идеографической группы (по Ю. Ф. Прадиду) отсутствуют в микросистемах УСКЦ, например, тематическое поле «Волевые процессы» и тематические группы «Любовь. Страсть», «Восторг. Восхищение», «Отвращение. Омерзение», «Страдание. Мука», а некоторые представлены лишь единичными УСКЦ.

Архиполе «НЕЖИВАЯ ПРИРОДА» представлено двумя идеографическими полями: «Предмет» и «Явление», которые делятся на различные идеографические группы. С точки зрения теории познания, эпистемологии, предмет и явление – это объекты, существующие в реальной действительности вне зависимости от человеческого познания. Проведенный анализ УСКЦ показал, что архиполе «НЕЖИВАЯ ПРИРОДА» имеет следующую структуру:



Анализ идеографического поля «Предмет» УСКЦ позволил представить всего 4 тематические группы, входящие в идеографическое поле «Предмет»: «Пищевые продукты» (например: *черный кофе крепкий кофе без добавления молока, сливок*; *black tea чай без добавления молока или сливок*; *un petit noir чашка черного кофе*), «Одежда» (например: *bleu de travail рабочий комбинезон, спецовка*), «Бумажная продукция» (например: *желтая пресса недобросовестная печать, ориентированная на скандальные публикации*; *a green paper «Зеленая книга», официальное издание английского правительства, публикуемое для обсуждения изложенных в нем предложений*; *roman noir роман ужасов*), «Здания и помещения» (например: *желтый дом больница для душевнобольных*; *the White House Белый дом*; *cabinet noir темная комната, чулан*). Все они непосредственно связаны с жизнедеятельностью человека, что подтверждает антропоцентрическую направленность изучаемых микросистем.

В предлагаемой классификации идеографическое поле «Явление» представлено идеографической группой: «Природно-климатические явления», которое делится на тематические поля «Природные явления» (например: *белые ночи северные летние ночи, когда вечерние сумерки непосредственно переходят в утренние без наступления темноты*; *a green winter мягкая бесснежная зима*; *la verte saison весна*) и «Атмосферные явления» (например: *белые мухи снег, снежинки, падающий снег*; *black frost холода без инея и снега, бесснежные морозы*; *vent blanc ветер, не приносящий дождей*).

Проведенный анализ архиполя «НЕЖИВАЯ ПРИРОДА» дает основания утверждать, что в микросистемах УСКЦ русского, английского и французского языков доминируют тематические группы «Пищевые продукты» и «Бумажная продукция». Отметим, что структура идеографического поля «Предмет» более разветвленная, оно и является более многочисленным по сравнению с идеографическим полем «Явление».

В целом, следует отметить достаточно равномерное распределение материала по звеньям иерархической структуры при сравнении микросистем УСКЦ русского, английского и французского языков, что свидетельствует, прежде всего, об антропологической направленности языковых процессов данных лингвосоциумов. Однако, в отдельных случаях такая гомогенность разрушается, например, тематическая группа «Алкогольное опьянение» представлена в основном УСКЦ из французского языка (например: *avoir les bleus быть сильно пьяным*; *être voué au bleu прикладываться к бутылке*; *se noircir la gueule напиваться, надираться*; *se noircir le nez выпивать, напиваться пьяным*; *voir voler des éléphants roses напиться до зеленого змия* и др.).

Не всегда соблюдается субординация: синонимические ряды – семантические группы – семантические поля – тематические группы – тематические поля – идеографические группы – идеографические поля – архиполя. Может наблюдаться отсутствие одного или нескольких звеньев внутри идеографической группы. Зафиксированы случаи, когда тематические группы представлены лишь единичными УСКЦ. Отметим, что, с одной стороны, УСКЦ не заполняют все звенья идеографической иерархической классификации (по Ю. Ф. Прадиду), с другой стороны, они позволяют выделить отдельные разряды, не выделенные ранее (например «Географическая оболочка Земли», сферы деятельности человека и т.д.).

Источники и литература:

1. Большой англо-русский фразеологический словарь : около 20000 фразеол. ед. / А. В. Кунин. – М. : Живой язык, 2005. – 944 с.
2. Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий / отв. ред. В. Н. Телия. – М. : АСТ-Пресс книга, 2006. – 784 с.
3. Морковкин В. В. Идеографические словари / В. В. Морковкин. – М. : Изд-во Москов. ун-та, 1970. – 70 с.
4. Новый Большой французско-русский фразеологический словарь / сост. : В. Г. Гак, Л. А. Мурадова и др. – М. : Рус. яз. – Медиа, 2005. – 1625 с.

**СПЕЦИФИКА ИДЕОГРАФИЧЕСКОЙ КЛАССИФИКАЦИИ УСТОЙЧИВЫХ СОЧЕТАНИЙ
С КОМПОНЕНТАМИ ЦВЕТОБОЗНАЧЕНИЯ В РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКАХ**

5. Прадид Ю. Ф. Русско-украинский и украинско-русский фразеологический тематический словарь. Эмоции человека / Ю. Ф. Прадид. – Симферополь, 1994. – 244 с.
6. Прадід Ю. Ф. Фразеологічна ідеографія (проблематика досліджень) / Ю. Ф. Прадід; НАН України, Ін-т української мови. – К., – Сімферополь, 1997. – 252 с.
7. Словарь современного русского литературного языка : в 17 т. – М., Л. : Наука, 1950-1965.
8. Фразеологический словарь русского языка / ред. А. И. Молотков. – М. : Русский язык, 1986. – 543 с.
9. Французско-русский фразеологический словарь / ред. Я. И. Рецкер. – М., 1963. – 1112 с.
10. Guiraud P. Les locutions françaises / P. Guiraud. – P. : Éd. P.U.F, 1962.
11. Oxford's Learner's Dictionary of English Idioms. – Oxford : Oxford University Press, 1997. – 1428 p.
12. Rat M. Dictionnaire des Locutions françaises / M. Rat. – P. : Librairie Larousse, 1957. – 449 p.
13. Rey A. Dictionnaire des Expression et Locutions / A. Rey. – P. : Le Robert, 2001. – 898 p.

Юксель Г.З.

УДК 070=512.145«200»2000-2010 pp.

КРЫМСКОТАТАРСКАЯ ТЕМАТИКА В ИНТЕРНЕТЕ

Понятийный и терминологический аппарат в отношении интернет-ресурсов как отдельного вида СМИ (в данном случае мы не имеем ввиду техническую терминологию) не получил должного развития. Это естественно, поскольку, несмотря на то, что Интернет как техническое достижение начинает применяться для гражданского общества в начале 1970-х годов, процесс его развития и освоения пользователями находится еще в самом начале. Например, в отношении термина «интернет-журналистика», предлагается использование терминов «журналистика электронных сетей», «журналистика электронных коммуникаций», «сетевая журналистика», «журналистика он-лайн». Налицо появление большого количества непрофессиональных журналистов, которые, благодаря развитию технологической базы могут вести собственные страницы, дневники журналиста электронных сетей, в результате чего новостное пространство дополняется большим количеством новых сведений и меняется сам информационный ландшафт. Данное явление обозначено термином «гражданская журналистика» ("civic journalism"), который также имеет много синонимов – «общественная» (public journalism), «общинная или коммунитарная» (community journalism), «рефлексивная» (А. Согомонов), «гуманитарная» (И. Дзялошинский), «проектная» журналистика, «журналистика соучастия» (participatory journalism), и, наконец, «информальные медиа» (Жилавская И.В.).

В данной работе термин «интернет-ресурс» равнозначен понятию «веб-сайт» (от англ. website: web – «паутина», «сеть» и site – «место», букв. «место в сети») или просто «сайт» – в компьютерной сети объединённая под одним адресом (доменным именем или IP-адресом) совокупность документов частного лица или организации. Для прямого доступа клиентов к веб-сайтам на серверах используется специально разработанный протокол HTTP. В большинстве случаев в Интернете одному веб-сайту соответствует одно доменное имя.

Значение Интернета для современного общества трудно переоценить. Научная литература по данной тематике представляет большое количество оценок происходящих перемен и прогнозов в сфере коммуникаций. О значении научно-технического процесса писали Герберт Маршал Маклюэн [14], М. Кастельс [9], Ролан Барт, Пьер Бурдьё, Славой Жижек и др. Стоит выделить работу Р. Рэддики и Э. Кинга «Журналистика в стиле он-лайн» [18]. В Украине о развитии Интернет писали В. Иванов, В. Ризун, С. Чичановский и др. В России вопрос об электронных сетях как виде СМИ был поставлен в издании А.И.Акопова «Электронные сети как новый вид СМИ» [1]. Значительное внимание данной проблеме уделяется также в монографии Е.А. Корнилова «Журналистика на рубеже тысячелетий» [11], в статье Е.Горного «Интернет для журналистов» [4], а также в ряде публикаций в сетевых СМИ.

Информация в Интернет обладает рядом преимуществ, в сравнении с информацией, представленной в других видах СМИ: оперативностью, доступностью, относительной дешевизной при производстве и потреблении. При распространении информации в Интернете можно говорить о широком охвате аудитории, которая (в отличие от аудитории других видов СМИ) не регламентирована государственными границами и территорией распространения тиража издания или сигнала. Преимуществом является также возможность использования информации по требованию аудитории, архивирования и реанимирования сведений, высокая степень участия аудитории в обсуждении материала. Предоставление информации в Интернет дает возможность потребителю не только оперативно следить за событиями в различных точках земного шара и родном регионе, но и участвовать в обсуждении событий. Кроме того, пользователь при желании сможет сам стать производителем новостей. При соответствии присланной потребителем новостной информации необходимым техническим и творческим стандартам (многие сайты небезосновательно вводят предварительную цензуру), соответствии ее принципам журналистского этического кодекса (соблюдение авторского права и интеллектуальной собственности, нераспространении информации, порочащей честь, достоинство, деловую репутацию отдельных лиц, информации, оскорбляющей человека по национальной, конфессиональной, расовой принадлежности и т.д.), новость потребителя также может быть представлена на новостных и информационных сайтах.

Целью данной работы является исследование и установление типов интернет-ресурсов, которые представляют потребителю информацию, связанную с жизнью и деятельностью крымскотатарского народа