

нала заменяются русскими соответствиями с иным значением, появляется эллипсис, вкрапляются выражения, характерные для древнерусского языка. На русский язык субстантивированные причастия новозаветного текста переведены преимущественно причастными или деепричастными формами. Имеются единичные случаи перевода греческих причастных форм отглагольными именами существительными, а также глаголами в личной форме. Приемы антитезы, однокоренного повтора, перечисления и в большинстве случаев перифраза сохранились при переводе текста Нового Завета на русский язык. Прием синтаксического параллелизма при переводе утрачивается.

Литература

1. Аверкий, епископ. Руководство к изучению Священного Писания Нового Завета. Ч. 2: Апостол. М.: Православный Свято-Тихоновский Богословский ин-т, 2000.
2. Библия (синодальный перевод). М., 1991.
3. Бломберг К. Интерпретация притч. М.: Богословский институт им. ап. Иоанна Богослова, 2005.
4. Колесов В.В. Древнерусский литературный язык. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1989.
5. Новый Завет на греческом языке с подстрочным переводом на русский язык / гл. ред. А.А. Алексеев; ред. М.Б. Бабицкая, Д.И. Захарова. СПб.: Рос. библ. о-во. С.-Петерб. о-ние, 2003.
6. Толстус Н.В. Лингвистическая природа гомотелевта (на материале французской художественной живописи XX века) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2011.
7. Фокков Н.Ф. К синтаксису греческого новозаветного языка и византийского. М., 1887.
8. Чевела О.В. Герменевтика литургической поэзии: историко-лингвистическое исследование : дис. ... д-ра филол. наук. Казань, 2010.

Genre and stylistic peculiarities of functioning of substantive participles in the New Testament

There is characterized the use of substantive participles in the New Testament. There are analyzed the texts of Greek origin and the Russian Synodal translation of the Bible. There is made the conclusion that in most cases substantive participles are used as a part of different rhetoric devices.

Key words: *Old Greek language, the New Testament, rhetoric devices, Synodal translation of the Bible, substantive participles.*

А.С. ПУЧНИНА
(Волгоград)

СЕМАНТИЧЕСКАЯ НЕОДЕРИВАЦИЯ В ТЕКСТАХ РЕКЛАМЫ И СМИ

Рассматриваются семантическая окказиональная деривация, ее виды, представленные в языке, и сочетание разных способов деривации в одной лексической единице.

Ключевые слова: *семантическая деривация, словообразовательная деривация, метонимический перенос, метафорический перенос, графодеривация.*

В русском языке, как известно, выделяют несколько видов деривации: словообразовательную, семантическую и синтаксическую. Каждая из них имеет свой удельный вес по отношению к другим в языке.

Семантическая деривация – это отношение между двумя значениями слова, одно из которых рассматривается как исходное (мотивирующее), а другое – как производное. Семантическая деривация позволяет связать разные значения одного слова друг с другом и восстановить семантическое единство слова – представить как единое семантическое целое [2, с. 188]. Как говорит О.И. Василенко, «явление семантической деривации может быть определено двояким образом: как отношение производности между единицами языка и как сам процесс образования производной единицы. Именно понимание семантического варьирования как процесса, а не как готового результата (полисемия) позволяет анализировать его как многоаспектное явление, определяющееся совокупностью трех параметров: когнитивного, собственно языкового и культурологического» (Там же, с. 189). Существуют следующие виды семантической деривации: терминологическое сужение неспециального значения слов, метонимизация, конверсия, метафоризация и др. В нашей работе мы рассмотрим окказиональную семантическую деривацию, встречающуюся в текстах СМИ и рекламы.

Статья под заголовком *Пластиковая вода* (Рос. газ. 2013. 4 янв.) рассказывает о вреде воды в пластиковых бутылках. Читатель, конечно, понимает, что не сама вода является пластиковой, а упаковка придает ей некие свойства. Обращение к экстралингвальной пресуппозиции дает нам информацию о том, что практически весь пластик вреден для здоровья и содержимое такой тары приобрета-

ет негативные свойства. Таким образом, слово *пластиковый* получает новое окказиональное некодифицированное значение посредством механизма метафорического переноса – ‘имеющий, наделенный свойствами пластика или подвергшийся (подвергающийся) воздействию пластика’.

Статья «*Железнодорожный роман*» (Моск. комсомолец. 2013. 4 янв.) посвящена человеку, коллекционирующему модели паровозов и поездов. Первая ассоциация, которая появляется у читателей, – название фильма «Служебный роман». Возникает предположение, что речь пойдет об истории любви, связанной с вокзалом и поездами. Однако в статье рассказывается о необычном увлечении одного человека – коллекционировании моделей поездов. В данном случае слово *роман* не понимается как ‘любовные отношения между мужчиной и женщиной. *Завести с кем-л. роман*’ [9, т. 3, с. 729]. Однокоренные слова к прилагательному *любовный* – *любовь* и *любить* – имеют в своей семантической парадигме более обобщенные значения, которые могли послужить базой для возникновения окказионального значения лексемы *роман* – ‘чувство глубокой привязанности к кому-, чему-либо’, ‘чувствовать глубокую привязанность к кому-, чему-л., быть преданным кому-, чему-либо’ (Там же, т. 2, с. 208, 209). Как видим, в слове *роман* происходит семантическая редукция, и его значение становится более общим – ‘увлечение чем-либо, кем-либо’. В данном случае наблюдается один из видов семантической деривации – метафоризация.

«*Ненормированные люди*» (Моск. комсомолец. 2013. 7 янв.) – статья с таким заголовком рассказывает о людях-инвалидах, о том, что бюрократический аппарат не приспособлен к работе с ‘особыми’ людьми, потому что они не вписываются в стандартные рамки. Чаще всего *ненормированный* употребляется с неодушевленным предметом (*день, график*) в значении ‘иные временные рамки рабочего графика’ (Там же, с. 457). В заголовке же прилагательное определяет человека – ‘не вписывающийся в некие рамки’. За счет метафорического переноса появляется новое окказиональное значение, которое, возможно, было основано на периферийных семах узуального толкования слова. От прилагательного *ненормированный* был взят семный комплекс – ‘не подлежащий нормированию, не связанный с нормой (нормами), не определяемый нормой (нормами)’ (Там же, с. 508), а от словообразовательно связанного с ним слова *норма*, возможно, задействовано фразеологическое зна-

чение *в норме* – ‘в обычном, нормальном состоянии’ [9, т. 2, с. 509] для создания семантического неогерманизма. На наш взгляд, влияет и псевдомотивация: употребленное в заголовке статьи прилагательное сочетается с неодушевленными существительными, следовательно, и инвалидов в данной статье не считают за людей и приписывают к категории «вещь».

«*Каникулярный советник*» (Рос. газ. 2013. 7 янв.) – статья об одной из незначительных должностей в государственном аппарате (чиновник занимается распределением выходных дней в году). Возникает ассоциация с героем ряда художественных произведений титулярным советником, но с негативным подтекстом ‘не значащая и не имеющая смысла должность’, ведь *каникулярного советника* официально не существует, такой статус обозначен только в газетной статье. В словарях указано, что прилагательное *каникулярный* образовано от слова *каникулы*, которые, в свою очередь, означают ‘перерыв занятий в учебных заведениях, предоставляемый учащимся для отдыха’ (Там же, с. 26). Прилагательное *каникулярный* метафоризируется и приобретает окказиональное значение ‘наименование должности, состоящей в распределении дней, предназначенных для отдыха, по календарному году’. Новое значение базируется на узуальных семах – ‘отдых’ и ‘перерыв занятий’. Стоит отметить, что в Малом академическом словаре *советник* – ‘название должности, а также лиц, занимающих эти должности’ (Там же, т. 4, с. 175), а в более позднем словаре Г.Н. Складчиковой – ‘специалист в какой-либо сфере при высшем должностном лице’ [11, с. 931]. Как видим, в приведенном выше контексте происходит детерминация этой лексемы, т.к. в статье была названа несуществующая должность, а чиновник, который исполняет возложенные на него обязанности, не является важным в государственном аппарате, а лишь выполняет какую-то малозначительную работу.

«*Мрак мозга*» (Моск. комсомолец. 2012. 29 дек.) – статья о неадекватных законах, принимаемых российским правительством. Чиновники в ней сравниваются с людьми с психическими отклонениями. Мрак мозга – это болезнь, поражающая клетки изнутри. А мрак в переносном употреблении также заболевание, но поражающее организм человека не в физиологическом плане, а в духовном. В словаре не выявлено ни одно значение слова *мрак*, которое бы включало сему ‘болезнь’. В электронном ассоциативном словаре также не указано ассоциаций, связывающих *мрак* и *болезнь* [8]. В словарных статьях указывается на духовный

мрак, невежество, т.е. не физиологические отклонения человека, а моральные. В данном примере мрак с души «переносится» на мозг как орган, отвечающий за мышление, сознание и здравый ум. В словосочетании *мрак мозга* слово *мрак* приобретает окказиональное значение – ‘заболевание’. А уже признаками этой болезни являются не физиологические поражения человека, а духовные – невежество, некультурность, необразованность. Окказиональное значение, возможно, основывается на фразеологическом обороте *мрак невежества* – ‘состояние некультурности, необразованности’ [1, с. 447]. Также контекстуально-смысловому сближению слов *мрак* и *рак* способствует их паронимическое (звуковое) сходство. Семантическая деривация идет путем метонимического переноса.


«*Похоронный факультет*» (Изв. 2012. 20 нояб.) – заголовок статьи о создании специальных факультетов для подготовки кадров в сфере ритуальных услуг. Однако перед прочтением возникает мысль о том, что *похоронные факультеты* – это те, которые подлежат «уничтожению». В ассоциативном словаре нет ни одной реакции, которая бы указывала на связь лексемы *похоронный* с какой-либо специальностью, профессией или деятельностью [8]. Это значение несет в себе прилагательное *ритуальный* в сочетании со словами *бизнес, услуги*. В толковых словарях также нет значения, актуализируемого в статье. Прилагательное *похоронный* метонимизируется и приобретает новые окказиональные семы – ‘специальность’, ‘профессия’, которые позволяют говорить о терминологизации слова.

В ходе возникновения неологизма нередко совмещаются несколько видов деривации. Рассмотрим такие случаи.

«*Горячие туры*» (Блокнот. 2009. №9) – агентство путешествий, поэтому буква О изображена в виде солнца, что связано и/или с названием, и/или с функцией фирмы. Данный пример является пиктографиксатом, разновидностью графодеривации – особого способа образования слов, в котором задействуются графоорфографические средства языка [7, с. 216]. Существует широко распространенное понятие *горячие туры* – те путевки, которые требуют скорой реализации вследствие того, что поездка назначена на ближайшие даты. В отличие от этого словосочетания *горячие туры* не употребляется в таком смысле. В словарях прилагательные *горящий* и *горячий* в значении, отмеченном нами в приведенном выше контексте, не зафиксированы. В соответствии с узуальным смыслом эти слова не явля-

ются синонимами, однако они ими становятся в ходе метонимизации. Кроме того, мы отметили явление псевдомотивации и полимотивации в названии фирмы «Горячие туры». Тур-агентства предлагают горячие/горящие туры чаще всего в страны с жарким климатом, что согласуется с узуальным значением слова *горячий* – ‘жаркий, знойный. *Горячее южное солнце*’ [1, с. 178], а его, в свою очередь, усиливает использование графодеривации: изображение солнца вместо буквы О, что относит нас к словарному значению прилагательного. Псевдомотивация проявляется в том, что подтекст в названии фирмы следующий – «туры на самом деле станут для вас горячими, потому что вам станет жарко в стране, где вы будете проводить свой отдых». Стоит отметить также, что в интернет-пространстве существует понятие *горячая акция* с аналогичным значением прилагательного как в словосочетании *горячие туры*. Однако и это значение в современных словарях не отмечено.

«*Заряжен лимОном*» – слоган на бутылке минеральной воды со вкусом лимона. Вместо буквы О изображен лимон, что отражает вкусовые особенности продукта, данный пример также является пиктографиксатом. Суть слогана в том, что лимон придает минеральной воде особый вкус. В разговорной речи существует понятие заряженной воды (церковью или шарлатанами), т.е. вода должна приобрести новые свойства вследствие внешнего воздействия. В словарях не зафиксировано подобное значение, поэтому мы можем говорить о процессе семантической деривации в ходе активизации механизма метафоризации. Слово *заряжен (заряженный)* приобретает окказиональное значение – ‘наделенный свойствами предмета, действовавшего (воздействующего) на него’. Новое значение появляется, возможно, в результате опоры на периферийный семный комплекс однокоренных слов *зарядиться* и *заряд* – ‘сообщить чему-н. заряд’, ‘стать заряженным’ [6, с. 189].

Название салона красоты – . Буква О изображена в виде солнца, что указывает на отнесенность этого примера к пиктографиксатам. В салоне можно получить загар при помощи специального аппарата без воздействия солнца. Лексема *соларий* – латинизм по происхождению (лат. *sōlārium* < *sōl* солнце) – ‘площадка для принятия солнечных ванн’ [5]. Энциклопедические словари, словари синонимов и иностранных слов дают аналогичное определение. Как мы видим, данное значение не совсем соответствует современному восприятию смысла: оно метонимизировалось, и сейчас *соларий* – это

‘помещение в салоне со специальным оборудованием, где под лучами искусственного солнца можно получить косметический загар’. Семантическая деривация представлена моделью метонимического переноса.

«Кухня» – телесериал на телеканале СТС. Само название шоу и использование графодеривации в слове *кухня* говорят о его тематике – «кулинария». Буква *Х* изображена в виде скрещенных ложки и вилки, что относит слово к пиктографикатам. Слоган шоу – «*Вкусная комедия*». Прилагательное *вкусный* относится к чему-либо съедобному, но *вкусная комедия* – это не то, что мы можем съесть. Создатели слогана под понятием *вкусный* имели в виду, что шоу интересное и захватывающее. В современных толковых словарях, а также словарях арго и сленга не отмечено такое переносное значение данного слова. Таким образом, мы отмечаем процесс семантической деривации – метафорический перенос. Данное значение образовалось на основе периферийных сем производящего слова *вкус* – ‘чувство красивого, изящного, способность эстетической оценки’, а также фразеологизма *по вкусу* ‘(быть, прийти и т.п.) понравиться’ [9, т. 1, с. 182]. Псевдомотивированность и полимотивированность данного примера заключаются в следующем: с одной стороны, шоу настолько вкусное (в окказиональном значении прилагательного), что вас невозможно будет оторвать от просмотра, а с другой – еда будет такой вкусной (в прямом значении прилагательного), что вам захочется пойти поесть или приготовить что-нибудь. Кроме того, возможно, имеется в виду культурное «насыщение» интересным телесериалом, а не физиологическое – пищей.

Как показывают наши наблюдения, из всего количества примеров семантической деривации, находящихся в нашей картотеке, по модели метафорического переноса построены 43%, метонимического – 21% и смешанного типа – семантическая деривация (метафора или метонимия) + словообразовательная деривация – 46%.

Базой для развития нового значения у слова могут служить 1) лингвальные предпосылки – семантическая редукция, расширение значения на основе парадигматических или деривационных связей слова с другими словами той же лексико-семантической или тематической группы, терминологизация (включая

ложную), задействие фразеологического значения некоторых родственных слов; 2) влияние экстралингвальной пресуппозиции, способствующей формированию определенных ассоциативных связей данной лексемы в ходе ее семантического варьирования.

Литература

1. Большой толковый словарь русского языка / под ред. Д.Н. Ушакова. М. : АСТ: Астрель, 2004.
2. Василенко О.И. Отфитонимическая семантическая деривация: лингвокогнитивный и культурологический аспекты (на материале русского и английского языков) / О.И. Василенко // Изв. Урал. гос. ун-та. 2008. № 55. С. 188–197.
3. Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург, 1996.
4. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов. М. : ЭКСМО, 2000.
5. Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия. URL : <http://www.megabook.ru/DictionariesPageArticle.asp>.
6. Ожегов С.И. Словарь русского языка / под ред. д-ра филол. наук, проф. Н.Ю. Шведовой. 16-е изд., испр. М. : Рус. яз., 1984.
7. Попова Т.В. Креолизованные дериваты в русском языке рубежа XX–XXI вв. // Активные процессы в современной грамматике: материалы Междунар. конф. 19–20 июня 2008 г. / под ред. С.В. Иванова, О.В. Фокиной. М.–Ярославль: Ремдер, 2008.
8. Русский ассоциативный словарь. URL : <http://thesaurus.ru/dict/dict.php>.
9. Словарь русского языка : в 4 т. / под ред. А.П. Евгеньевой. 2-е изд., испр. и доп. М. : Рус. яз., 1981 – 1984.
10. Современный толковый словарь русского языка. URL : <http://dic.academic.ru/contents.nsf/efremova>.
11. Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г.Н. Складчиковской. М. : Эксмо, 2007.

Semantic neoderivation in advertising and mass media texts

There is considered the semantic occasional derivation, its types represented in the language, and the combination of different ways of derivation in one lexical unit.

Key words: semantic derivation, word formative derivation, metonymical transfer, metaphorical transfer, grapho-derivation.

