
УДК 81'373.45:[316.77:002]

ББК 81.2-3

Д 26

Дедюхина А.Г.

Аспирант кафедры английской филологии Кубанского государственного университета, e-mail: anna_dedukhina@mail.ru

Грушевская Т.М.

Доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой французской филологии Кубанского государственного университета, e-mail: anna_dedukhina@mail.ru

**Дефиниционный концепт информационной сущности
англоязычного заимствования
(Рецензирована)**

Аннотация:

Рассматривается содержание понятий информационной сущности англоязычных заимствований в отвлечении от языковой формы их выражения. Описывается дефиниционный концепт информационной сущности, приводятся и анализируются дефиниции англоязычных заимствований. Дефиниционный концепт информационной сущности англоязычного заимствования имеет несколько видов и подвидов дефиниций, которые наиболее точно и полно раскрывают или помогают узнать значение рекламируемого товара или услуги.

Ключевые слова:

Дефиниционный концепт, англоязычные заимствования, информационная сущность, номинальные дефиниции, реальные дефиниции, контекстуальные дефиниции, явная/неявная дефиниции, аксиоматические дефиниции, атрибутивно-реляционные дефиниции, операциональные дефиниции.

Dedyukhina A.G.

Post-graduate student of English Philology Department, the Kuban State University, e-mail: anna_dedukhina@mail.ru

Grushevskaya T.M.

Doctor of Philology, Professor, Head of French Philology Department, the Kuban State University, e-mail: anna_dedukhina@mail.ru

**Definitional concept of information essence
of borrowings from the English language**

Abstract:

The paper examines meanings of notions of information essence of borrowings from the English language irrespective of language form of their expression. The authors describe a definitional concept of information essence of borrowings from the English language, give and analyze definitions of these borrowings. The definitional concept of information essence of borrowings from the English language has several kinds of definitions, which disclose more precisely and completely or help to find out the meaning of advertising goods or services.

Keywords:

Definitional concept, borrowings from the English language, information essence, nominal definitions, real definitions, contextual definitions, obvious / implicit definitions, axiomatic definitions, attributive-relational definitions, operational definitions.

Современный этап освоения русским языком информационного пространства англоязычного социума характеризуется ростом количества англоязычных заимствований и увеличением тематических сфер их употребления именно в рекламной коммуникации, так как язык рекламы тесно связан с языковыми изменениями и отражает основные тенденции развития языка, что подтверждается как письменной, так и устной формами их существования. В данной статье рассматривается дефиниционный концепт информационной сущности англоязычных заимствований на материалах печатной рекламы.

Вслед за Л.П. Крысиным, под заимствованием мы понимаем элемент чужого языка (слово, морфема, синтаксическая конструкция и т.п.), перенесенный из одного языка в другой в результате языковых контактов [1: 35].

Одной из составляющих информационной сущности англоязычного заимствования является дефиниционный концепт. Под дефиниционным концептом понимается представление о понятии, вынесение какого-либо определения без сопутствующего значения и получения нового знания.

Словарь Ожегова дает определение дефиниции как определение, истолкование понятия [2: 346].

По мнению Л.В. Толстиковой, заимствования как языковые знаки, которыми оперирует дискурс, - это фиксация, хранение и репродуцирование информации об окружающей действительности [3:165].

Дефиниционный концепт различается по нескольким функциям:

- по выполняемой функции (*реальные, номинальные дефиниции*);
- по способу раскрытия содержания, т.е. с указанием существенных призна-

ков предмета (*явные дефиниции*) или, наоборот, без четковывраженной структуры, раскрывающейся с помощью логических операций (*неявные дефиниции*).

Рассмотрим дефиниционный концепт по вышеупомянутым функциям:

- по выполняемой функции:

а) *реальные дефиниции*, т.е. дефиниции, которые дают определение предметам, явлениям, услугам:

Кейтеринг. Этот модный сервис доставит вино и закуски, музыку и праздничный антураж в любую точку по желанию клиента и всех обслужит [4: 56].

Catering - the food, services etc., provided at a function by a caterer;

Catering – от англ.: *кейтеринг*, ресторанное обслуживание (банкетов, свадеб, торжественных мероприятий).

Сам текст данного рекламного сообщения объясняет значение слова «кейтеринг» и дает полную характеристику понятия. В приведенном примере сначала дается дефиниция слова, т.е. определение, а затем объяснение, т.е. полная характеристика понятия;

б) *номинальные дефиниции*, т.е. дефиниции, вводящие новые языковые формы – термины. В отличие от реальных дефиниций, которые дают определения, номинальные вводят термины в текст.

Ночной клуб Platinum открыт не только для любителей потанцевать под качественную клубную музыку, но и для тех, кому нравится петь. После рестайлинга и проведенного апгрейда для всех любителей профессионального караоке Platinum представляет «Караоке холл» [4: 34].

Рестайлинг (от англ. *restyling*) – модификация, изменение конструкции.

Апгрейд (от англ. *upgrade*) – улучшение, модернизация.

Upgrade - raise in value, importance, esteem.

В данном примере англицизмы «ре-стайлинг» и «ангрейд» вносят новые языковые формы в предложение, т.е. термины, обозначающие новые понятия в сфере дизайна, реконструкции и строительства;

- по способу раскрытия содержания, т.е. с указанием существенных признаков предмета (*явные* дефиниции) или, наоборот, без четко-выраженной структуры, раскрывающейся с помощью логических операций (*неявные* дефиниции):

а) явные дефиниции, т.е. дефиниции с указанием признаков, присущих предмету или явлению.

Явные дефиниции могут быть представлены в виде равенства, в котором определяемая часть эквивалентна по объему определяющей части.

В свою очередь можно выделить следующие виды явных дефиниций:

- *атрибутивно-реляционные*, в которых указывается ближайшее родовое отличие и видовой признак, присущий только данному виду.

Вообще, «*оверсайз*» и многослойность – главные стилистические константы гранжа [4: 38].

Oversize - a size larger than the usual or proper size;

Оверсайз – очень большой размер;

Constant - fixed and invariable; unchanging;

Констант – постоянная составляющая чего-либо.

Итак, исходя из приведенного примера, мы можем понять, что постоянными и неотъемлемыми составляющими в направлении моды (гранжа) являются многослойность и большие размеры. Именно два этих признака присущи гранжу, что отличает его от других направлений.

- *операциональные*, в которых в качестве видовой характеристики объектов выступает указание на некоторую операцию, посредством которой эти объекты могут быть обнаружены и обозначено их

отличие от других предметов.

Нью-рейв – это сумасшедший микс из электро, индирока и дископанка [5: 18].

Нью-рейв – а) мода, повальное увлечение, б) восторженный отзыв, в) рейв, г) вечеринка (в 60-е гг.)

СПА-уход – результат воздействия ванночек, пилингов и рефлекторного массажа [5: 48].

СПА –уход – спа-уход или уход за телом с использованием минеральных источников.

Это примеры операциональных дефиниций, где в качестве видовой характеристики объектов выступает указание на некоторую операцию, посредством которой эти объекты могут быть обнаружены и обозначено их отличие от других предметов.

б) неявные дефиниции, т.е. дефиниции, с помощью которых выявляются отношения, в которых находится определяемый предмет, явление с другими предметами, явлениями.

К числу неявных дефиниций относятся:

- *аксиоматические дефиниции*, т.е. дефиниции, определение которых проявляется с помощью логики и рассуждения.

Например:

Мощь нужно видеть и чувствовать! Для этого создан RAV4 с новым двигателем объемом 2,4 л и мощностью 166 л.с. с новыми элементами дизайна: хромированной решеткой радиатора, рейлингами на крыше, затемненными фарами и расширителями колесных арок [5: 57].

Railing (or railings) - a fence, balustrade, or barrier that consists of rails supported by;

Railing (or railings) – от англ.: 1) рельсы; 2) перила; поручень; ограждение; 3) кромочный материал.

С помощью логики и рассуждения можно определить, что заимствованное из английского языка слово «*рейлинги*» вносит новое понятие в автомобильную сферу, тем самым привлекая покупателя

использовать функцию данного товара. Нужно также заметить, что слово «рейлинги» в английском языке имеет форму множественного и единственного числа, в то время как в русском языке, если рассматривать тексты рекламного характера, употребляется преимущественно во множественном числе.

- *контекстуальные дефиниции*, т.е. дефиниции, где существует возможность выяснить содержание понятия, не прибегая к толковому словарю, а через предлагаемый контекст. В отличие от аксиоматических дефиниций, определение которых проявляется только с помощью логики; контекстуальные – определяются через более выраженный контекст.

Чтобы быть фэшн-консультантом, нужно просто жить модой [6: 64].

Фэшн (от англ.: fashion) – мода.

Фэшн-консультант – специалист в сфере модных тенденций.

Даже не зная определения англицизма «*фэшн-консультант*», через конструируемого товара или услуги.

текст достаточно легко определить и понять значение данного слова.

Сделать волосы гладкими и блестящими тебе помогут шампунь и легкий флюид «Жидкий шелк» от «Gliss Kur» [6: 29].

Флюид (от англ.: fluid) – жидкость.

Флюид – жидкость, средство, используемое для ухода за волосами.

В данном примере контекст помогает понять читателю значение слова.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что одной из составляющих информационной сущности англоязычного заимствования в рекламных текстах является дефиниционный концепт, т.е. понятие, определение, раскрывающееся посредством описания существенных и отличительных признаков предметов или явлений, обозначаемых данным именем. Дефиниционный концепт имеет несколько видов и подвидов дефиниций, которые наиболее точно и полно раскрывают или помогают узнать значение рекламируемого товара или услуги.

Примечания:

1. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке. М., 1968. 208 с.
2. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М., 1982.
3. Толстикова Л.В. Когнитивно-прагматический аспект иноязычных заимствований в газетном дискурсе (на примере английского и русского языков) // Вестник Адыгейского государственного университета. Майкоп, 2011. Вып. 1 (70). С. 164-168.
4. Искусство потребления: журнал. 2010. Октябрь.
5. Я покупаю: журнал. 2010. Июль.
6. Glamour: журнал. 2006. Март.

References:

1. Krysin L.P. Foreign words in the modern Russian language. M.: 1968. 208 pp.
2. Ozhegov S.I. Dictionary of the Russian Language, M., 1982.
3. Tolstikova L.V. The cognitive-pragmatic aspect of foreign borrowings in newspaper discourse (as shown by the English and Russian languages) // Bulletin of Adyghe State University, 1(70), Maikop, 2011.
4. The Art of Consumption: magazine. October, 2010.
5. I buy: magazine. 2010. September.
6. Glamour: magazine. 2006. March.