

РАЗДЕЛ IV РУССКАЯ УСТНАЯ И ПИСЬМЕННАЯ РЕЧЬ И АСПЕКТЫ ЕЕ ИЗУЧЕНИЯ



Я. Е. Андреева, г. Тюмень

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ И ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ НЕОГРАФИИ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕОЛОГИЗМОВ В СФЕРЕ КУЛИНАРИИ)

Лексика является самым динамично развивающимся ярусом языка, изучение которого раскрывает картину мира любого народа. Вследствие развития политической, экономической, культурной сфер общества язык постоянно пополняется новообразованиями. Появление неологизмов всегда составляло сферу научных интересов лексикографов, особенно в последние десятилетия, когда объем человеческих знаний и представлений о мире увеличивается в геометрической прогрессии. Особенностью настоящего времени является функционирование всемирных сетей ресторанов, когда люди зачастую предпочитают обедать не дома, и поэтому появляется широкий ассортимент новых блюд. В ходе лингвистического анализа меню современных кафе было выявлено 88 неологизмов. Исследование продемонстрировало следующие языковые процессы.

Наличие заимствований (*коулсло, брауни, буррито, сморребруд, брускетта, маримеллоу и т. д.*), которые преобладают среди способов образования новых слов, показывает готовность языка контактировать с другими культурами, перенимать их традиции и осваивать на своей территории. Наряду с этим наблюдается активное использование собственных ресурсов языка, что обнаруживает тягу носителей русского языка к словотворчеству:

Чепупели (от рус. *чебуреки* и *пельмени*) — маленькие чебуреки в виде пельменей.

Смуши (от датск. *smørrebrød* — «сморреброд» и от англ. *sushi* — «суши») — гибрид датского бутерброда (сморреброда) и суши.

Анализ неологизмов выявил вариативность в наименованиях современных блюд, что связано с незакрепленностью этих неологизмов в словарях. Семантика 67 % исследуемой лексики не отображена ни в одном академическом издании. Данное замечание показывает современную языковую ситуацию — новые слова, появившись в языке, не всегда успевают закрепиться в словарях, поэтому в меню ресторанов, журналах, интернет-источниках сосуществуют *смужи* и *смусси, феттуччини* и *фетучини*. В этом и заключается главная проблема неологии и неографии: неверное написание слов и незнание новых реалий нашей жизни понижает общий уровень грамотности в стране.

Современные носители языка не только употребляют в речи новые слова, но и преобразуют их, создают по их типу другие неологизмы, в чем проявляется значительный лингвокреативный потенциал. Процесс роста лексики за счет появления новых слов происходит постоянно. Словарный состав

языка связан с историей народа и отражает все многообразие его жизни. Его расширение особенно интенсивно протекает в периоды глобальных общественно-политических событий. В нестабильное время социально-культурных перемен лексика языка всегда будет реагировать на явления, вызванные общественными изменениями. Поэтому следует активно изучать стремительно меняющееся языковое окружение и обращать особое внимание на внесение новых слов в словари современного русского языка.

Литература

1. Алаторцева С. И. Проблемы неологии и русская неография: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 1998. 317 с.
2. Брагина А. А. Неологизмы в русском языке: пособие для студентов и учителей. М.: Просвещение, 1973. 224 с.
3. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке: учебное пособие для студентов вузов. М.: Логос, 2001. С. 75–154.
4. Голуб И. Б. Стилистика русского языка: учеб. пособие. М.: Айрис-Пресс, 1997. 448 с.
5. Котелова Н. З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов // Новые слова и словари новых слов. Л., 1978. С. 8–9.
6. Складаревская Г. Н. Слово в меняющемся мире: русский язык начала XXI столетия: состояние, проблемы, перспективы // Исследования по славянским языкам. Сеул, 2001. № 6. С. 177-202.

Е. П. Багирова, г. Тюмень

НОМИНАЦИЯ ПЕРСОНАЖА КАК ФАКТОР ОРГАНИЗАЦИИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА М. А. БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА»)

Ономастическая лексика в художественном тексте способствует актуализации его потенциальных свойств, а также пониманию историко-философского и социально-культурного содержания, как отдельного произведения, так и всего творческого наследия автора. Литературное имя, будучи важным элементом художественной структуры, может активно продуцировать концептуально значимую текстовую и подтекстовую информацию. Являясь фактором, который сводит воедино все составляющие литературного персонажа, оно обуславливает тем самым восприятие образа, помогает постижению смысла художественного целого.

В романе М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита» собственные имена занимают ведущую позицию в вербальном воплощении художественной концепции текста, участвуют в раскрытии его основных тем, выступают в качестве ключевых слов. В этой связи большое значение приобретает обнаружение в исследуемом произведении механизмов осмысления, особенностей употребления и производства онимов писателем.

Погружаясь в ономастическое пространство романа «Мастер и Маргарита», реципиент, безусловно, обращает внимание на авторскую манеру идентификации художественного персонажа. Мимо вдумчивого читателя не проходит и тот факт, что автор, обозначая действующее лицо, кроме собственно антропонимной номинации использует группу имен-заменителей, которые позволяют репрезентовать героя в полном объеме. Так, например, Михаил Александрович Берлиоз в рамках текста опознаётся благодаря следующим маркерам: «редактор толстого художественного журнала», «председатель МАС-СОЛИТа», «литератор», «редактор», «образованный редактор», «тот». Как видим, в романе представлены простые однословные номинативные эквиваленты («литератор», «тот»), составные («образованный