

УДК 811.112.2 '373.611

ДИСКУРСИВНАЯ СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОМПОЗИТОВ СОВРЕМЕННОГО НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Воронина Лариса Владимировна
кандидат филологических наук, доцент
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
г. Белгород, Россия
voronina@bsu.edu.ru

Аннотация

В статье анализируются механизмы инференции производного слова в контексте специфики реализации композитов современного немецкого языка в дискурсе. Производное слово рассматривается как динамическая смысловая структура, представляющая собой конструктор с определенным семантическим потенциалом. Отмечается, что к факторам понимания языковых единиц относятся знания генерирующего характера: моделей порождения смысла и когнитивных механизмов; знания смысловых структур, объективируемых словообразовательными компонентами, система представлений о мире и др.

Акцент в статье сделан на том, что функционирование композитов в современном немецком языке обнаруживает дискурсивную специфику. Дискурсивная специфика может обнаруживать себя как в выборе моделей порождения смысла производного, так и в смысловых нюансах формируемой структуры смысла. Знание дискурсивной специфики порождения слов, а также стилистических нюансов кодируемого смысла является опорой в процессе инферентного вывода, которая может способствовать адекватному извлечению смысла производной единицы.

Ключевые слова: производное, инференция, дискурс, знание, дискурсивная специфика.

DISCOURSE NATURE OF COMPOUNDS FUNCTIONING IN MODERN GERMAN LANGUAGE

Voronina Larisa
Ph. D. in Philology, Associate Professor
Belgorod State National Research University
Belgorod, Russia
voronina@bsu.edu.ru

Abstract

The article gives the analysis of the derivative inferential mechanisms concerning specific character of compounds realization in the discourse in modern German language. A derived word is regarded as a dynamic semantic structure, representing the construct with a certain semantic potential. It's noted that language comprehension factors include knowledge of generative character: sense generation models and cognitive mechanisms; knowledge of sense structures objectified by word building components, system of world vision etc.

The article focuses to the fact that compounds functioning has discourse nature in modern German language. The discourse nature is revealed in choosing the models of establishing derivative's sense as well as in sense nuances of sense structure. Knowledge of discourse nature of word formation and stylistic nuances of coded sense is the base in the process of inferent conclusion, which can contribute to an adequate extraction of derived unit sense.

Key words: derivative, inference, discourse, knowledge, discourse identity.

Преобладающая доля неологизмов современного немецкого языка представляет собой композиты. Композит в силу своей прототипичности проникает во все дискурсы немецкого языка без ограничения, однако обнаруживает незначительные особенности реализации в рамках отдельных дискурсов.

Обращаясь к проблеме многообразия функций сложных слов, немецкие ученые Х. Эльзен, С. Михель, подчеркивают, что их функционирование в различных видах текста может быть сопряжено с различными задачами, ср.: «Komplexe Wörter üben referentielle, textuelle oder auch stilistische Funktionen aus. Sie dienen der Informationsverdichtung, wie es in Fachtexten und manchen Bereichen der Pressesprache geschieht. Sie tragen zur Meinungsbil-

дуг bei, wirken persuasiv oder gar manipulativ, können auch spielerisch-poetische Verwendung finden, wie in einigen Genres der Literatur, und steuern die Textrezeption» [5, с. 5].

Обращение к проблеме новых слов в языке прессы позволило таким ученым, как Х. Эльзен, Э. Дзыкович, не только выделить круг функций производных слов, но и установить зависимость между типом данных лексем и функцией медийного текста. Как известно, несмотря на свою гетерогенность, объективно обусловленную многообразием тем и типов текстов различной функциональной направленности, язык прессы характеризуется ярко выраженной чертой – обилием неологизмов, львиную долю которых в современном немецком языке составляют композиты, так называемые «Augenblickskomposita» [3, с. 80-81]. Подчеркивая характер многофункциональности большинства неологизмов, Х. Эльзен и Э. Дзыкович выделяют две группы композитов: скорее нейтральные (информативно насыщенные) и экспрессивно окрашенные, скорее окказиональные, образования. Доля первых или вторых является, по мнению ученых, конституирующей в определении функции медийного текста. Первые характерны для текстов с преимущественно информативной функцией, вторые превалируют в текстах с доминированием персуазивной или рекреативной функции [3, с. 84].

Так, обращаясь к анализу следующего примера, заимствованного из *Süddeutsche Zeitung*, ученые указывают на информативный характер данных сообщений и особенности неологизмов, в многофункциональном характере которых доминирует номинативная функция, ср.:

«Palästinenser stimmen Sicherheitsplan zu [...] Das palästinensische Kabinett stimmte Israels Angebot eines Truppenrückzugs aus Teilen der Autonomiegebiete vorläufig zu. [...] (SZ, 8.8.2002, S.1)». [3, с. 82].

Другая группа неологизмов возникает не в силу отсутствия лексем, обозначающих тот или иной референт, а в силу разного рода стилистических функций: необходимости привлечь внимание, побудить к размышлению, выразить мнение, отвлечь от неприятных фактов и т.п. Такого рода композиты характеризуются экспрессивностью, оценочностью, яркими ассоциациями, и могут иметь манипулятивный характер.

Так, обращаясь к комментарию «Schröders Job-Debakel», размещенному в *Süddeutsche Zeitung*, который как тип текста не является нейтральным и направлен не только на то, чтобы критически оценить, но и оказать влияние на мнение читателей по определенному вопросу, Х. Эльзен, Э. Дзыкович отмечают обилие стилистических фигур и экспрессивно-окрашенных неологизмов, ср.:

«In der Tat hat der Langzeitkanzler zuletzt mehr präsiert als regiert und viele Aufgaben unerledigt gelassen. Dafür allerdings ist er, zu Recht, mit Pauken und Trompeten abgewählt worden. Hilfsweise pflegt der Kanzler, viertens, auf die Weltlage zu verweisen, die allgemeine Konjunkturkrise, den Ausfall der US-Weltleitwirtschaft. Das Argument übersieht großzügig, dass Deutschland seit Jahren im Beschäftigungsranking hinten liegt. Mindestens in den Boomjahren 1999 und 2000, als in den USA noch die Bären tanzten, hätte es auch der Exportnation Deutschland besser gehen müssen (SZ, 8.8.2002, S.4)» [Цит. по: 3, с. 82].

Как подчеркивают ученые, функции такого рода стилистически маркированных образований могут быть различными. В то время как неологизм *Langzeitkanzler*, используемый для характеристики деятельности бундесканцлера Г. Коля, выражает негативную оценку, обусловленную неудовлетворенностью автора долгим сроком пребывания бундесканцлера на данном посту, неологизм *Job-Debakel* наряду с рядом иных англицизмов призван вызвать положительный ассоциативный ряд в отношении достижений американской экономики, создавая контраст с неэффективностью немецкой – под руководством бундесканцлера.

Следующим важным стилистическим аспектом является эвфемистическая функция – использование относительно нейтральных по смыслу и эмоциональной окраске производных, детерминированное необходимостью отвлечь от неприятных фактов. Так, военное вмешательство в дела суверенных государств может быть завуалировано в относи-

тельно нейтральных выражениях *Militäraktion*, *Präventivkrieg* (военная операция, превентивная война). Ср.: «*Auf der Gegenseite hat Wolfgang Schäuble eine deutsche Teilnahme an einer Militäraktion immerhin nicht ausschließen wollen; vorausgesetzt, die Vereinten Nationen billigen den Feldzug*» (ZEIT, 8.8.2002, S. 2).

Hier geht es darum, zusammen mit den USA den Irak anzugreifen, eine allen demokratischen Grundregeln zuwiderlaufende Handlung. Das wird mit dem neutralen Neologismus *Militäraktion* verharmlost dargestellt. Genauso wirkt der in diesem Zusammenhang gehörende Ausdruck *Präventivkrieg*, der trotz allem einen Angriffskrieg bezeichnet. Die in beiden Ausdrücken dem Wortfeld Krieg angehörenden Konstituenten *-aktion* und *Präventiv-* bagatellisieren den Sachverhalt» [3, с. 83].

Кроме того, авторы исследования подчеркивают роль игровой, рекреативной функции отдельных композитов, имплицитно призванных побудить к размышлению. Для анализа привлечен фрагмент текста из «*Süddeutsche Zeitung*», описывающий в исключительно ироничном тоне предвыборный плакат ХДС, на котором изображены госпожа Меркель и господин Штойбер:

«Noch 46 Tage Sommer. Schon aber hat der Herbst seine Arbeit begonnen. Die ersten Blätter an den Bäumen welken. Vor allem viele deutsche Kastanien haben das frische Maiengrün längst gegen ein tristes Nikotingelb eingetauscht. Man könnte also, während gerade wieder ein Sommerunwetter niedergeht, regelrecht schwermütig werden. Gäbe es da nicht jetzt plötzlich in unseren Städten ein ganz unverhofftes Frühlingserwachen. Einen jähen Ausbruch von Heiterkeit, Zärtlichkeit, Sonnenschein. Riesige Plakate hat man nun aufgehängt, und sie zeigen ein Paar: einen Mann und eine Frau, die einander zugetan sind. Von Herzen, hätte man in den alten Zeiten wohl gesagt. [...] Wofür nun aber machen unsere beiden Königskinder Reklame? Beileibe nicht für Schokoriegel oder Fruchtjoghurt. Auch nicht für eine neue Teenager-Vorabendserie im Fernsehen. Nein, sie werben, sie spielen Liebe für die CDU. Die kecke Frau («Schau mir in die Augen, Edmund!») ist Frau Merkel, der vom holden Blick getroffene Mann ist der Herr Kanzlerkandidat Stoiber. [...]» (SZ, 8.8.2002, S.1)».

Как подчеркивают Х. Эльзен и Э. Дзыкович, чтобы понять глубину иронии поэтического языка, описывающего весеннее настроение и романтику любви, читателю требуется неязыковое знание о том, что речь вовсе не идет о влюбленной паре. «Mit malerischer, übertriebener, teilweise poetischer Sprache wird Frühlingstimmung und Liebespärrchenromantik beschrieben. Dass die beiden Protagonisten sich wohl eher nicht «von Herzen zugetan sind», haben verschiedene politische Ereignisse im Jahr 2002 im Zusammenhang mit der Benennung eines Kanzlerkandidaten klar gezeigt, dürfte somit Allgemeinwissen der Leserschaft sein; dass es sich nicht um ein Liebespaar handelt, ebenfalls. Das ... bildet aber die Basis für die satirische Ausrichtung des Textes. Umso krasser wirkt die Ironie, da ja Frau Merkel auch ohnehin keinen erotisch-femininen Ruf hat. In diesem Zusammenhang ist die Stimmung des Textes besonders lächerlich, fast schon böse-sarkastisch. Eine andere Art des ironischen Kontrasts ist es, positiv konnotierten Vokabeln wie *Sommer*, *Herbst*, *frisches Maiengrün* ein *tristes Nikotingelb* gegenüberzustellen, ein Neologismus... Die *Teenager-Vorabendserie* als weiterer Neologismus fällt auf wegen der Länge und der Assoziation zu «für junge, nicht erwachsene, darum nicht ernst zu nehmende Zuschauer, die sich gern belanglose Seifenopern ansehen».

Insgesamt wirken in diesem Textausschnitt die Neologismen im Zusammenhang mit anderen Textmitteln stilistisch. Sie benennen keine neue Referenten und sind nicht wertneutral, sondern transportieren verschiedene Konnotationen und Assoziationen. Der Text will nicht informieren, er ist auch nicht direkt wertend, geschweige denn manipulativ, sondern primär unterhaltend und arbeitet u.a. mit expressiv-bildhaften Gelegenheitsbildungen. Die neuen Komposita konstituieren zusammen mit anderen sprachlichen Mitteln die unterhaltende Wirkung des Textes» [3, с. 83-84].

Резюмируя результаты проведенного исследования, авторы приходят к выводу о том, что яркие, коннотативно окрашенные, скорее окказиональные образования характеризуют тексты преимущественно неинформативного характера. В заключение авторами

исследования сделан вывод о том, что осознание стилистических особенностей неологизмов, их декодирование, собственно как и понимание текста в целом, невозможно без построения гипотез, предвосхищений языкового и неязыкового характера [3, с. 84].

Согласно исследованиям германистов, схожие тенденции обнаруживает радиомедийный дискурс, избыточный, наряду с профессиональной лексикой и сокращениями-онимами, неологизмами, существенную долю среди которых составляют композиты с оценочной составляющей. Не вписывается в традиционные представления о стиле официальных сообщений факт активного использования производных, концептуально порожденных в разговорном дискурсе. В отличие от научного дискурса, в котором стратегия распознавания неизвестных понятий, объективируемых производными, может осуществляться языковой личностью с опорой на знания процедурального, генерирующего характера моделирования смысла, который осознанно встроен в контекстуальное окружение; краткость радиомедийных сообщений исключает возможность применения данных опор в процессе кодирования соответствующей информации. Соответственно, чтобы обеспечить возможность корректной интерпретации смысла производных, репрезентирующих актуальные события и реалии профессиональных сфер в области юриспруденции, экономики, банковского дела, политики, спорта, в текст сообщения целенаправленно включают дефиниции, которые в доступной форме разъясняют содержание объективируемого понятия. Представление о категории профессионального понятия дает, как правило, основной компонент композита, тему маркирует его зависимый компонент. Ср. обзор положений по данному вопросу, сделанный М. Шредер, а также представленный в её работе пример подобного рода дефиниции, завершающей соответствующее медийное сообщение: «Kennt der Hörer diese Fachwörter nicht, gibt ihm der Kontext im Moment des Hörens eine leichte Orientierung auf das Fachgebiet...»

«... Die Grünen-Finanzexpertin Scheel bestätigte dem Berliner Tagesspiegel, man berate über eine Gewerbe-Steuer-Pflicht für **Veräußerungserlöse**. So sollen auf Gewinne, die beim Kauf von Unternehmungs-Beteiligungen entstehen, Steuern erhoben werde» [7, с. 253].

Продуктивность композитов с когнитивно выделенной оценочной составляющей является специфической чертой не только медийного, но и политического дискурса. Экспрессивность смыслов, порожденных на основе соответствующих словообразовательных моделей, позволяет более легко моделировать свои и интерпретировать чужие коммуникативные намерения в пространстве дискурса. Так, бывший канцлер Г. Шредер в своих публичных выступлениях нередко прибегал к использованию, вместо нейтральных лексем *Rede* и *Argument*, экспрессивно-окрашенных производных *Blut-*, *Schweiß- und Tränenrede*, *Totschlagargument* [2, с. 460].

Лингвокреативность, наиболее ярко характеризующая художественный, медийный, рекламный, молодежный дискурс современного немецкого языка, находит свое отражение в обилии креативных неологизмов, созданных на основе осознанного нарушения норм словообразования.

При этом языковая личность в процессе поиска наиболее адекватно подходящих замыслу высказывания лексических единиц, способна, объективируя индивидуальные смыслы, порождать яркие, экспрессивные, меткие слова, частично или существенно отклоняющиеся от принятых системой языковых правил.

Когнитивная специфика композитных моделей, потенциально способных компактно передавать существенный объем информации, обуславливает их продуктивность в рекламном, медийном и других типах дискурса. Так, в рекламном дискурсе композитные модели нередко используются для создания креативных окказионализмов, компактно кодирующих информацию путем сжатия развернутой синтаксической конструкции, так называемых «Komprimierungen», стратегия распознавания которых предусматривает процедуру инферентного вывода, восстановление имплицитных элементов смысла из контекста или на основе знаний участников коммуникации.

Необходимость восстановления сжатых структур в процессе декодирования смысла подобного рода композитов подчеркивает М. Шредер. Например, как указывает ученый, распознавание производного слова *Nicht-Microsoft-Programme* в следующем медийном сообщении предполагает процедуру восстановления его полной структуры «*Programme, die nicht von Microsoft stammen*»: «...*Der Vergleich sieht vor, dass das Unternehmen den Computer-Herstellern größere Freiheiten im Bezug auf Nicht-Microsoft-Programme ermöglichen muss. So darf der Konzern keine Maßnahmen gegen Hersteller ergreifen, die keine Microsoft-Produkte nutzen...*» [7, с. 259].

Особо остро потребность в необходимости кодирования информация в компактных структурах ощущается в современной радиорекламе, характеризующейся взаимодействием двух противоположных тенденций в отношении порождения сложных слов: «*Aufgrund der Flüchtigkeit des Mediums sind allzu komplexe Wortbildungsstrukturen zu vermeiden. Andererseits zwingt die knappe Werbespotdauer – heute umfasst ein Spot in der Regel höchstens 30 Sekunden – beinahe dazu, Informationen verdichtet zu präsentieren (z.B. *Doppeltube/ Normaltube* statt *doppelte Tube/ normale Tube*) und somit umfangreichere Wortbildungen einzusetzen*» [6, с. 231].

В целом следует отметить, что существенным преимуществом композитов по отношению к иным продуктам словообразования является способность компактно передавать смысл, а по отношению к аналогичным синтагмам – делать обозримой, более удобной для восприятия структуру высказывания. Однако это правило не распространяется на исключительно длинные многокомпонентные композитные образования. Несмотря на то, что доля более сложных по составу лексем незначительно увеличивается в современном немецком языке, областью их распространения является преимущественно сфера профессиональной коммуникации, а также различные виды институционального дискурса.

Прежде чем перейти к анализу многокомпонентных композитов, следует отметить, что однозначной корреляции между громоздкостью структуры лексемы и её смысловой прозрачностью/ непрозрачностью не существует. Наибольшую сложность в процессе когнитивной обработки и распознавания смысла обнаруживают двухкомпонентные композиты, сформированные по модели $N+N$. Имплицитность и неустойчивость связи, устанавливаемой между компонентами композитов, сформированных по модели $N+N$, потенциальная возможность соотноситься с целым рядом пропозициональных структур объективно детерминирует их смысловую непрозрачность и высокую степень зависимости корректности инферентного вывода от расширенного контекста и знаний о мире. Когнитивная обработка и распознавание многокомпонентных композитов зависит от нескольких факторов. Во-первых, от степени прозрачности кодируемой в поверхностной структуре связи элементов. Следует отметить, что многокомпонентные композиты с эксплицитно представленной предикативной связью или легко устанавливаемой в силу особенностей поверхностной структуры лексемы обнаруживают высокую степень прозрачности кодируемого ими смысла. Во-вторых – от обозримости структуры производного в процессе восприятия, которая в немалой степени зависит не только от длины лексемы, но и от маркированности сегментации кодируемого смысла в структуре производного в потоке речи. Здесь следует отметить, что в письменном сообщении маркерами сегментации выступают средства орфографии – дефисы, средства формообразования – соединительные элементы. Отсутствие свойственных письменному сообщению орфографических маркеров связи, возможность нечеткого произнесения соединительных элементов или их опускания в потоке устной речи определяет характер сложностей, сопряженных с предъявлением громоздких производных на слух.

Обращаясь к проблеме корректного распознавания неологизмов в радиомедийном дискурсе, М. Шредер указывает на разную степень зависимости процесса понимания подобных образований от представленной в тексте информации. Так, краткие двухкомпонентные композиты нуждаются в более широком контексте, нежели полиморфемные: «*Für kürzere, zweigliedrige Komposita kann mehr Information nötig sein als für polymorphemische*.

So bleibt z.B. bei isolierter Nennung von *Saddam-Zuschlag* oder *Irak-Zuschlag* (15.02.02) die lexikalische Bedeutung unklar, weil die Wortbildungsbedeutung nicht erkennbar und eine Paraphrasierung vage ist: *Zuschlag* 'von', 'für' oder 'auf'. Erst im Textzusammenhang wird klar, dass es ein Zuschlag auf Benzinpreise ist als Folge des Konflikts mit Saddam Hussein bzw. dem Irak» [7, с. 252].

В отношении сложностей понимания композитов с разрыхленной структурой, сопряженных с их предъявлением на слух в потоке сообщения, М. Шредер подчеркивает следующее: «Beim Hören von Komposita mit gelockerter Wortstruktur kann es zu Missverständnissen kommen, weil man schriftliche Strukturierungsmerkmale wie den Ergänzungs(binde)strich nicht hört:

«...für die Menschen- und Grundrechte, ...»

Das zu ergänzende Kompositionsglied *Menschen-* könnte auch als einzelnes Wort in freier syntaktischer Fügung zu verstehen sein. Missverständlich, aber auch unüblich ist die Reduzierung eines Kurzwortes *CDU* auf *CD-* in der Aneinanderreihung *was CD und CSU beschlossen haben* (4.03.04). Missverständnisse sind weitgehend ausgeschlossen bei solchen Komposita mit Ergänzungsstrich, die ein Fugen *-s* haben (*EU-Staats- und Regierungschefs*) oder deren erste Konstituente ein Verbalstamm (*Wach- und Sicherheitsgewerbe*) oder ein unflektiertes Adjektiv (*mehr Klar- als Behördentext im Wetterbericht*) ist» [7, с. 252].

Современный этап развития профессиональных языков характеризуется потребностью использовать мегадлинные композиты, лексемы в форме словосочетания и, в целом, новые словообразовательные модели в процессе номинации новых объектов [4, с. 11], однако в процессе формирования смысла следует помнить, что в силу сложности когнитивной обработки необозримые структуры композитов могут быть не восприняты как читателями, так и слушателями. По меткому замечанию Э. Доналис, жизнь сама по себе достаточно запутана, поэтому композиция должна служить не созданию дополнительных неясностей, а более меткому выражению смысла высказывания [1, с. 18].

Особенности смысловых структур композитов: неоднозначность их интерпретации, возможность гибкого формирования нового смысла устоявшейся, закрепившейся в языковом сознании носителей лексемы – нередко целенаправленно используется как средство манипуляции сознанием в рекламном и политическом дискурсе.

Так, используемый в рекламе соответствующего продукта композит *Gänseleberpaste* предсказуемо интерпретируется потребителем как *Pastete aus Gänseleber*, что подтвердил проведенный Хильке Эльзен опрос респондентов. Как подчеркивает ученый, у потребителя сознательно создают впечатление о продукте более высокого качества, «ohne dabei zu lügen, denn die Leber muss der Verbraucher eben 'als Leberpastete mit Gänsefleisch' interpretieren» [2, с. 459].

Использование в рекламном дискурсе сложных лексем профессионального языка, непонятных для обывателя, как правило, направлено на то, чтобы отвлечь его внимание от отдельных недостатков продукта, ввести в заблуждение или намеренно сформировать ошибочное представление о достоинствах продукта, которыми он не обладает.

Так, обращаясь к анализу следующего рекламного текста, Х. Эльзен делает вывод о том, что для большинства потребителей крема для лица вопросы «*Was für Produktion wird aktiviert?*», «*Was ist bioaktiv?*» останутся без ответа.

Hautcreme [...] ° reaktiviert die hauteigene Hyaluronsäureproduktion ° füllt Falten effektiv von innen heraus auf ° tiefe Falten werden sichtbar geglättet ° zart schmelzende, schnell einziehende Creme ° bioaktives Saporin redynamisiert nachweisbar die Produktion der hauteigenen Hyaluronsäure und polstert so das eingefallene Bindegewebe auf natürliche Weise wieder auf ° mit hochwirksamen UVA/UVB Schutz LSF 15 (Eucerin).

Однако обилие непонятных для обычного потребителя понятий многих впечатляет и лишь увеличивает эффект внушаемости, что активно используется в тактике манипулирования сознанием [2, с. 453].

Подводя итог, следует заключить, что композит в силу его прототипичности является универсальным, проникающим во все сферы дискурса средством репрезентаций знаний об объекте действительности и его связях с другими объектами. Основным преимуществом композита по отношению к иным средствам хранения информации является компрессия информации в рамках компактной, обозримой структуры. Количество компонентов композита не ограничено узусом и языковой нормой современного немецкого языка, однако лимитировано когнитивной способностью к восприятию.

References

1. Donalies, E. Donaudampfschiffahrtsgesellschaftskapitänskompositabildungsexpertenrunde. Wortbildungspflege. Folge 6 // Sprachreport. Informationen und Meinungen zur deutschen Sprache. – Mannheim, 2001. – 17. Jahrgang, Heft 3. P. 17-18.
2. Elsen H. Manipulation aus sprachlicher Sicht // Wirkendes Wort. Sprache und Literatur in Forschung und Lehre. – Trier: WVT Wissenschaftlicher Verlag, 2008. – 58. Jahrgang, Heft 3. P. 447-466.
3. Elsen H. Neologismen in der Zeitungspressе // Deutsch als Fremdsprache. Zeitschrift zur Theorie und Praxis des Deutschunterrichts für Ausländer. – München, Berlin, 2005. – 42. Jahrgang, Heft 2. P. 80-85.
4. Elsen H. Wortbildung im Sprachgebrauch. Desiderate und Perspektiven einer etablierten Forschungsrichtung // Muttersprache. Vierteljahresschrift für deutsche Sprache. – Wiesbaden: GfdS, 2007. – 117. Jahrgang, Heft 1. P. 1-16.
5. Elsen H. Wortbildung im Spannungsfeld zwischen Sprachsystem und Sprachgebrauch. Zur Einführung in diesen Band // Wortbildung im Deutschen. Zwischen Sprachsystem und Sprachgebrauch. Perspektiven – Analysen – Anwendungen. – Stuttgart: *ibidem*-Verlag, 2011. P. 1-15.
6. Greule A. Von *Doppel-* und *Normalstuben* und dem *Anti-Enzym BX*. Wortbildung in der Hörfunkwerbung // Wortbildung im Deutschen. Zwischen Sprachsystem und Sprachgebrauch. Perspektiven – Analysen – Anwendungen / Hrsg. von H. Elsen, S. Michel. – Stuttgart: *ibidem*-Verlag, 2011. P. 225-264.
7. Schröder, M. Wortbildung in der Hörfunknachricht // Zwischen Lexikon und Text. Lexikalische, stilistische und textlinguistische Aspekte. – Stuttgart, Leipzig: Hirzel, 2005. P. 247-262.

УДК 811.161.1.37+81.373.421+81.373.422+81.374.73

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ИНТЕНСИВНОСТИ ЗВУЧАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

(на материале синонимико-антонимического комплекса
тихий — громкий)

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (проект № 16-06-00340 «Отношения противоположности в словаре и дискурсе: лексикографический, когнитивно-дискурсивный и лингвокультурологический аспекты»), а также при поддержке Программы повышения конкурентоспособности УрФУ на 2013–2020 гг. (номер соглашения 02.A03.21.0006).

Воронина Татьяна Михайловна
кандидат филологических наук, доцент
Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б. Н. Ельцина
г. Екатеринбург, Россия
tmv313@yandex.ru

Черкасова Евгения Михайловна
аспирант
Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б.Н. Ельцина,
г. Екатеринбург, Россия
yevgenia.cherkasova@yandex.ru

Аннотация

В данной статье на основе данных идеографического словаря (Большой толковый словарь синонимов русской речи — проект под рук. Л.Г. Бабенко) рассмотрены семантические связи в рамках синонимико-антонимического комплекса *тихий — громкий* в современном русском языке. Проанализированы около 200 слов различных частей речи, содержащих семантический компонент 'сила, интенсивность звука', входящих в синонимические ряды и имеющих антонимические соответствия. Рассматриваемые лексемы образуют 6 синонимико-антонимических групп, вершины которых составляют пары *тихий — громкий*, *тишина — шум*, *глухой — звонкий*, *мягкий — пронзительный*, *заглушать — усиливать*, *затихнуть — зазвучать*. По количеству единиц и по разнообразию выражаемых отношений на основе параметра интенсивности звука лидирует контрарная оппозиция *тихий — громкий*, внутри которой более детально представлена очень высокая степень проявления признака. Семантика синонимико-антонимического комплекса может осложняться отоб-