Лаврова Н. А.

МОРФЕМНЫЙ ШОВ КОНТАМИНИРОВАННОГО СЛОВА И ПРОБЛЕМА ЧЛЕНИМОСТИ КОНТАМИНАНТА

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2008/8-2/45.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2008. № 8 (15): в 2-х ч. Ч. II. С. 104-105. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2008/8-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

ем [Суперанская 1990: 5]. Если значимость фонетической стороны выходит на первый план, то возникает имя собственное, мотивированное фонетически, при этом в основе фонетической мотивированности лежит именно структурное, а не материальное сходство звучания и значения. Звуки могут создавать ассоциации. Так, очевидно, сочетание звуков [be-em-ve] (BMW) ближе по экспрессии к мужскому началу (ощущается ритм, напор, сила), чем к женскому, т.к. произнесение согласных звуков требует больших речевых усилий, чем тех же гласных. Очевидно, основывался на фоносемантический аспект и Джордж Истмен, основатель компании Kodak. Он искал слова, начинающиеся и заканчивающиеся этой замечательной буквой. Тем более, что во всех алфавитах «К» пишется одинаково. В конце концов, было выбрано Kodak, якобы именно такой звук производит фотокамера при съемке.

6) ***Использование общеупотребительных слов в товарных знаках***

Есть брэнды, чьи имена являются обычными общеупотребительными словами, коннотат которых заключен в их значении, напр.: - Pioneer с англ. ‘новатор’, где несомненно в названии скрыто стремление брэнда быть первым в своей области (HI-FI техника); - Mothercare букв. с англ. «мамина забота»; товарная марка с «прозрачной» внутренней формой, несущая положительную коннотацию с семой «внимание, забота» (брэнд, занимающийся производством детской одежды). Особым стремлением вложить в название символический смысл отличаются юго-азиатские брэнды. Так, Samsung по-корейски «три звезды», Mitsubishi по-японски «три бриллианта» и название отражено в логотипе (Число 3 представляет собой начала синтеза и символизирует тройственную природу мира: Небо, Землю и Человека).

Брэнд должен запечатлеться в памяти потребителя. Необходимо сосредоточить усилия на том, чтобы укоренить в представлениях потребителя одно слово. Так, «Мерседес» ассоциируется с престижем, а «Ламборджини» считается очень дорогой машиной. «Kleenex» ассоциируется с салфеткой, так что, когда человек видит на столе коробку с торчащим из нее белым уголком и говорит: «Будьте добры, подайте мне «Kleenex», становится понятным: этот брэнд прочно укрепился в психологии потребителя. Если люди начинают использовать брэнд в качестве имени нарицательного, можно быть уверенным: он превратился в родовое понятие, подчинив себе целую категорию [Райс 2004: 41]. Ср. также: англ. hoover (< Hoover (торговая марка)), *n* ‘пылесос «Гувер»’ > hoover, *v* ‘пылесосить’; англ. xerox (< Xerox (торговая марка)), *n* ‘ксерокс, аппарат для снятия фотокопий’ > xerox, *n* ‘фотокопия’, франц. nescafé, (<Nescafé (торговая марка)), *m* ‘растворимый кофе’. Таким образом, мы видим, что имя марки может скрывать в себе потенциальную коннотативную информацию. В самом процессе называния нового товара имеет место не только указание на объект (денотация), но и привнесение дополнительных значений, различных ассоциаций. При создании нового товарного знака едва ли не основную роль играет возможное восприятие названия товара его предполагаемым покупателем.

Список использованной литературы

1. **Райс Л., Райс Э.** 22 закона создания брэнда. - М., 2004.
2. **Суперанская А. В.** Имя через века и страны. - М., 1990.

МОРФЕМНЫЙ ШОВ КОНТАМИНИРОВАННОГО СЛОВА И ПРОБЛЕМА ЧЛЕНИМОСТИ КОНТАМИНАНТА

Лаврова Н. А.

Московский педагогический государственный университет

Постановка проблемы членимости контаминанта призвана дать ответ на вопрос, где проходит граница между морфами и квазиморфами контаминанта, членящая его на элементы, соотносимые с исходными словами и называемая в морфологии морфемным швом. Например, gun|ocracy - *шутл. «*бюрократия Департамента Обороны США» - результат слияния gun + bureaucracy. В контаминированных производных, имеющих три исходных слова, выделяется два морфемных шва: b|l|upper - прием пищи, объединяющий завтрак, обед и ужин, результат слияния английских breakfast, lunch, supper. Нередко для облегчения восприятия слова и обозначения морфемного шва используется такое графическое средство, как оттеночное тире, расположенное между морфами или квазиморфами, например “babe-a-licious” - красивая девушка, контаминация от слов “babe” и “delicious”.

Определение морфемного шва производных слов и, в частности, контаминированных является одним из центральных вопросов в морфологическом анализе и морфонологии. Как известно, морфонология - раздел науки морфологии, изучающий фонологические процессы морфемосочетаний. Морфонологическое описание призвано ответить на вопрос, «маркируются ли морфемные швы и на основании каких принципов происходят стыки морфем» [Кубрякова 1981: 112].

При поверхностном изучении контаминированных структур создается впечатление, что единой закономерности образования их морфемного шва нет. Так, в слове “dunch” он проходит между начальной согласной и последующей гласной, а в слове “boost” (boom + hoist) - после гласной и конечными согласными.

Такие лингвисты, как И. Фадж, Б. Кесслер, Р. Трайман, М. Келли полагают, что существуют определенные закономерности, позволяющие говорить о моделировании морфемного шва контаминированного слова, образованного усечением морфов без их наложения. По мнению М. Келли [Kelly 1998: 80], морфемный шов

может находиться на стыке 1) слогов; 2) слога и слова; 3) компонентов «инициаль» и «рифмующаяся часть» (англ. “onset” и “rhyme”), например в слове “brunch”, где br- - инициаль, а -unch - рифма; 4) компонентов «центр» и «кода», то есть финальной части слова (англ. “body” и “coda”), как в слове “boost”, где boo- - центр, а -st - кода. В том случае, если имеет место наложение швов мотивирующих компонентов контаминанта, определить границу морфемного шва, согласно М. Келли, не представляется возможным, так как их компоненты не имеют четких границ.

В отечественном языковедении существует иная точка зрения. Так, Л. А. Тарасова при анализе структуры контаминированного слова использует разработанный Р. Г. Зятковской закон **регрессивной направленности явлений в линейной цепи морфов, либо осколков морфов**, сводимый к тому, что при наложении морфов, как правило, «финальная часть первого компонента поглощается инициальной частью второго компонента» [Тарасова 1989: 42]. Применяя данный закон к слову “cinemagician”, получаем полностью сохраненный фонематический состав второго компонента, то есть граница шва следующая - “cine|magician”, при этом шов выделяется на границе морфа и квазиморфа.

По мнению В. М. Лейчика, морфемный шов может проходить внутри налагающихся морфов или графем. Как указывает В. М. Лейчик, «частичное морфологическое тождество может быть размером в слог, охватывать два звука, а чаше всего состоять из одного звука. Именно через эти звуки и проходит водораздел между первичными морфемами, отсекающий непроизносимые части - конец первого и начало последнего исходных слов» [Лейчик 1966: 17]. Получается, что в упомянутом ранее “cinemagician” морфемный шов проходит перед и сразу после слога “ma”.

Анализ М. Келли ста шестидесяти конаминированных слов показал, что абсолютное большинство из них тяготеет к структуре «инициаль - рифма», что подтверждается не только лингвистическими, но и психолингвистическими факторами. Так, согласно исследованиям информативности знака [Пиотровский 1999: 255], конец слова не несет на себе основной информации, поэтому в структуре «центр-кода» труднее декодировать второй мотивирующий элемент. Распространенность структуры «инициаль - рифма» частично обусловлена и тем, что начало слова нередко формируется несколькими согласными (Cf. a cluster of sounds), в результате чего первое исходное слово опознается быстрее. В английском языке существуют классификации инициалей по наличию определенной согласной, например: 1) “l” (fl-ow, pl-ate, sl-ight, bl-ock, cl-ove, gl-ance); “r” (br-ight; cr-ane; dr-ive; fr-own; gr-own; tr-ace; pr-ice); “s” (sm-ile; sn-ow; sw-eat; sp-ine; st-one).

Об информативности инициали свидетельствует создание некоторых контаминантов с помощью аранжировки графем. Так, слово “frumious” создано в результате слияния “fuming” и “furious” с образованием инициали “fr”. При этом вариант “fmurious” не может быть создан, так как инициаль “fm-” , гипотетически выделяемая из английского “fuming”, не типична для английского языка. Таким образом, структура «инициаль-рифма» преобладает над структурой «центр-кода» как следствие большей информативности.

В соответствии с концепцией настоящего исследования все вышеупомянутые позиции лингвистов относительно места границы морфемного шва контаминированного слова находятся в комплиментарных отношениях и, в сущности, не противоречат друг другу, а только расширяют границы познания. Распространенность структуры «инициаль-рифма» не исключает наличие других вариантов демаркации границы морфемного шва. В частности, в случае гаплологических контаминантов - cinemagician; cinderelative; netiquette; edisonorous; addictionary - граница морфемного шва проходит вокруг общего для двух мотивирующих слов слога.

Список использованной литературы

1. Кубрякова Е. С. Типы языковых значений. Семантика производного слова. - М.: Наука, 1981. - 200 с.

2. Лейчик В. М. Об одном малоизученном способе словообразования («Телескопные слова» современного французского языка) // Филологические науки. – 1966. - № 3. - С. 14-21.

3. Пиотровсий Р. Г. Лингвистический автомат (в исследовании и непрерывном обучении). - СПб.: Изд-во РГПУ им. Герцена, 1999. - 255 с.

4. Тарасова Л. А. Словообразовательные способы нерегулярного сокращения морфов в современном английском языке (на примере телескопии). - Ашхабад: МНО ТССР, 1989. - 42 с.

5. Kelly M. H. To “Brunch” or to “Brench”: Some Aspects of Blend Structure // Linguistics. – 1998. - Vol. 36. - № 3. - P. 579-590.

ДОСТИЖЕНИЕ АДЕКВАТНОСТИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ С НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Литвинова А. П.

Ставропольский государственный университет

В наши дни, в связи с развитием международных отношений, работа переводчика становится все более востребованной. Адекватность текста перевода является неотъемлемой чертой работы профессионала. Данная работа посвящена изучению способов достижения адекватности при переводе экономических, дипломатических, и политических текстов с немецкого языка на русский. Материалом для исследования послужили документы юридических и физических лиц, дипломатическая переписка, а также разного рода публикации политического характера в сфере экономики. Целью работы является определение характерных черт, спе-