

Шатилова Любовь Михайловна

### **СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ АНГЛИЦИЗМОВ В НЕМЕЦКОЙ И РУССКОЙ ПРЕССЕ**

В статье рассматривается употребление англицизмов в немецкой и русской прессе, сравниваются их стилистические функции. Англицизмы представляют собой различные стилистические языковые единицы, которые обладают особой функциональностью в тексте. Внимание уделяется прагматичному и коммуникативному использованию заимствований. В результате сопоставления было выявлено, что в немецком и русском языках англицизмы передают следующие стилистические функции: эффект новизны, передача локального, социального или научного колорита, экономия в языке, выражение вариации, прагматическая и коммуникативная ценность.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2017/6-3/50.html](http://www.gramota.net/materials/2/2017/6-3/50.html)

Источник

#### **Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2017. № 6(72): в 3-х ч. Ч. 3. С. 175-179. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2017/6-3/](http://www.gramota.net/materials/2/2017/6-3/)

#### **© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

- сложные названия зубов следует писать отдельно, так как первый компонент в данном случае выступает в роли определения слова “теш” (зуб);
- сложные слова, обозначающие названия пальцев, должны писаться отдельно, так как они происходят от словосочетаний, образованных путем примыкания, где обязательно имеется компонент “бармак” (палец), а второй компонент выступает в качестве определения;
- все названия платков правильнее было бы писать отдельно, так как один компонент является определением по отношению к другому.

*Список источников*

1. Азнаголов Р. Ф. Башкорт теленең орфография һүзлеге. Өфө: Китап, 1998. 368 бит.
2. Академический словарь башкирского языка: в 10-ти т. Уфа: Китап, 2011-2016. Т. I-VIII.
3. Ахмеров К. З. Орфографический словарь башкирского литературного языка для начальной и средней школы. Изд. 2-е, перераб. и доп. М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1952. 235 с.
4. Башкорт эзби теленең алфавиты һәм орфографияһы / ред. Ә. Ф. Бейешев. Өфө: Китап, 2013. 27 с.
5. Грамматика современного башкирского литературного языка / отв. ред. А. А. Юлдашев. М.: Наука, 1981. 495 с.
6. Диалектологический словарь башкирского языка / отв. ред. М. И. Дильмухаметов; сост. М. И. Дильмухаметов, У. Ф. Надергулов, С. Г. Сабирьянова, Г. Г. Гареева. Уфа: Китап, 2002. 432 с.

### SPELLING OF NOUNS IN THE BASHKIR LANGUAGE

**Khusainova Lyailya Midkhatovna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
*Bashkir State University (Branch) in Sterlitamak*  
*Lejla-kh@yandex.ru*

The article is devoted to the study of spelling of compound nouns in the Bashkir language. The author analyzes the terms of kinship, names of teeth, fingers and shawls. The paper attempts to codify spelling of these words as one word, separately and with a hyphen in writing. The examples are taken from “Academic dictionary of the Bashkir language”.

*Key words and phrases:* Bashkir linguistics; spelling; compound words; nouns; spelt as one word; spelt separately; spelt with hyphen.

УДК 811'1

*В статье рассматривается употребление англицизмов в немецкой и русской прессе, сравниваются их стилистические функции. Англицизмы представляют собой различные стилистические языковые единицы, которые обладают особой функциональностью в тексте. Внимание уделяется прагматичному и коммуникативному использованию заимствований. В результате сопоставления было выявлено, что в немецком и русском языках англицизмы передают следующие стилистические функции: эффект новизны, передача локального, социального или научного колорита, экономия в языке, выражение вариации, прагматическая и коммуникативная ценность.*

*Ключевые слова и фразы:* англицизмы; пресса; стилистические функции; экспрессивность; прагматическая ценность.

**Шатилова Любовь Михайловна**, д. филол. н., доцент  
*Государственный гуманитарно-технологический университет, г. Орехово-Зуево*  
*shatilova-79@mail.ru*

### СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ АНГЛИЦИЗМОВ В НЕМЕЦКОЙ И РУССКОЙ ПРЕССЕ

Несмотря на избыточность англицизмов в немецком и русском языках, они обладают особой функциональностью в тексте. Без определенной функции их употребление является излишним, как, например, это происходит в языке молодежи. Так как публицистический текст должен быть написан занимательно, актуально и интересно, англицизмы служат для вариативности экспрессии. Они отличаются необычностью, образностью, возможностью игры слов и необходимы для усиления выражения. Благодаря этому тексту придается особый стиль. Англицизмы представляют собой различные стилистические языковые единицы, которые могут употребляться целесообразно или для выражения экспрессии.

Англоязычные заимствования проявляют экспрессивность на высоком уровне, которая все же ослабевает достаточно быстро. В данной работе мы обращаем особое внимание на прагматичное и коммуникативное использование заимствований.

Таким образом, мы можем выделить следующие стилистические функции англицизмов в прессе в соответствии с их делением по Иве Кратохвильевой [24]. При этом их не следует рассматривать обособленно, часто в употребление англицизма вкладывается несколько стилистических функций:

- эффект новизны;
- передача локального, социального или научного колорита;
- экономия в языке;
- выражение вариации;
- прагматическая ценность;
- коммуникативная ценность.

Рассмотрим каждую из этих функций подробнее на примере немецкого журнала *Spiegel online* и российской онлайн-газеты «Известия» и попытаемся сравнить эти функции в обоих языках. Все представленные примеры взяты с официальных сайтов этих изданий и представляют собой отрывки из статей.

**Эффект новизны** происходит у англоязычных слов, которые менее известны в языке и еще в нем прочно не обосновались. Таким образом, публицистический язык является основной причиной проникновения англоязычных заимствований, так как для СМИ привлечение внимания является одной из важнейших задач. Незвестные англицизмы часто выделяются в тексте графически: курсивом или же ставятся в кавычки. К ним относятся те слова, которые придают новые значения. Причем часто эти англицизмы в дальнейшем заменяются эквивалентами родного языка. Так, в *Spiegel* в статье о вымирании неандертальцев нам встречается следующий пример: *In einem "Science"-Kommentar bewerten Nicholas Conard und Michael Bolus von der Universität Tübingen die Resultate zwar als solide, allerdings seien die Zusammenhänge vermutlich sehr kompliziert* [23]. / В научном пояснении Николас Конард и Михаэль Болус из университета Тюбинген оценили результаты, разумеется, как солидные, но взаимосвязь, вероятно, очень сложная. Англицизм «Science» («наука») указывает в этом случае на принадлежность к научному стилю, так как англоязычное пространство занимает лидирующее место в развитии науки.

В статье об организации свадеб в Москве нам встречаются следующие англицизмы, выделенные в кавычки: «Каждый сегмент сужается по-своему, если «эконом» вообще пропадает из поля зрения агентств, то «премиум» и VIP остаются, но начинают оптимизировать статьи расходов», — отметил гендиректор агентства *OpenAir* Сергей Лунев [4]. В данном предложении два англицизма выделены также в кавычки: «эконом» и «премиум», чтобы показать их иноязычное происхождение. Лексема «эконом» означает «предложение по бюджетной цене, привлекающей основную массу покупателей», а «премиум» – «предложение дорогостоящих товаров и услуг, ориентированное на обеспеченных людей».

**Передача колорита.** Многие англицизмы, которые часто передаются с помощью цитат, используются в статье для иллюстрации соответствующей обстановки или социальной группы.

Так, например, с помощью англицизмов не составляет труда передать язык молодежи. Например, в статье о молодой учительнице в журнале *Spiegel* используется слово *Outfits* вместо немецкого слова *die Kleidung*. В статье читаем: *Dann schicke ich Bilder von verschiedenen Outfits an meine Freundinnen, die beraten immer sehr gut* [13]. / Тогда я посылаю фотографии в различных нарядах своим подругам, которые всегда дают хорошие советы. Лексема «Outfits» – это обобщенное название гардероба, наряда, в основном женского.

Аналогичные примеры можно наблюдать и в русском языке, например, в *Известиях* в статье о психологической помощи для студентов используется англицизм *геймерство* вместо человека, зависящего от компьютерных игр, чтобы также указать на среду молодежи: *Это могут быть не только суицидальные наклонности, это может быть увлечение алкоголем или наркотиками, зависимость от компьютерной среды – так называемое геймерство* [10]. Использование в тексте слов, которые произносят молодые люди, позволяет читателю окунуться в ту среду, о которой идет речь.

С помощью англицизмов также возможно передать местный колорит. Прежде всего, эти англицизмы можно встретить в статьях об англоговорящих странах. Так, сразу несколько заимствований мы видим в статье о Лондонской неделе моды: *Der Auftakt war ungewöhnlich: Rapper Kanye West, Designerin Victoria Beckham und weitere Stars der Mode- und Showbranche versammelten sich vor dem Gang zum Catwalk zunächst in der St. Paul's Cathedral* [17]. / Открытие было необычным: рэпер Кэне Вест, дизайнер Виктория Бэкхем и другие звезды в области моды и шоу-бизнеса сначала собрались перед входом к подиуму в соборе святого Павла. Большое количество англицизмов здесь используются, чтобы показать читателю ту атмосферу, в которой происходили события.

В русской статье о поездке в Лондон журналист намеренно употребляет английские слова в своей работе, показывая нам культурную жизнь столицы Англии: *Нам хочется видеть аристократию – одетых с иголочки денди и элегантных леди в шляпках, как будто сошедших с картин или в тренде – эклектика, когда в меню пицца, пельмени, яйца-пашот, чизбургеры и тут же местный британский фастфуд fish and chips (жареная картошка с белой рыбой)* [8]. Лексема «денди» означает «модно одетого и аристократичного мужчину», «леди» – «женщину из высших слоев общества». Слово «тренд» имеет значение «тенденция в моде, то, что популярно», «чизбургер» – «популярное блюдо из фастфуда».

Для передачи профессионального колорита журналисты используют терминологию. Таким образом статье придается специальная компетенция, точность и научность. В функции передачи профессионального колорита в прессе англицизмы представляются чаще всего, что является результатом растущего значения профессионального языка в общенародном языке. Наиболее часто англицизмы встречаются в следующих областях: средства массовой информации, спорт, музыка, экономика и финансы, искусство, техника и транспорт, политика и общество, мода и косметика, туризм, наука.

В статье о будущей онлайн-доступности учебников в немецких ВУЗах используется компьютерная лексика: *Die Literatursuche für Studenten wird einfacher: Uni-Bibliotheken dürfen Lehr- und Fachbücher einscannen und zum Download und Ausdruck zugänglich machen* [20]. / *Поиск литературы для студентов станет проще: университетские библиотеки могут сканировать и загружать учебники и книги по специальности, а также сделать их общедоступными.* Также в *Известиях* можно найти лексику этой же тематики: «*Фотографии или скриншоты фильмов в России пока не оспаривались*», – *говорит совладелец паблика Роберто Панчвидзе* [1]. Лексема «скриншот» означает «снимок с экрана монитора, планшета, телефона». В статье об открытии международных медкластеров (англ. *cluster* – *скопление*) в Москве [11] используется англоязычное заимствование «медкластер» – это «организация высококвалифицированной медицинской помощи». В теме о ситуации на рынке косметологии во время кризиса автор статьи употребляет слова из области пластической хирургии, такие как «маммопластика» – «пластическая операция молочной железы», «липосакция» – «метод коррекции фигуры» [5].

**Языковая экономия.** Использование точных, подходящих выражений относится к характерной черте языка СМИ. По этой причине англоязычные заимствования довольно популярны у журналистов. Английское слово, состоящее из 1-2 слогов, сразу бросается в глаза, особенно в немецком тексте, где присутствует достаточное количество сложных слов. Часто одно английское слово может заменять целое выражение в родном языке. Англицизмы используются часто для уточнения, если слово-заменитель в немецком и русском языке имеет более широкое значение.

Английское слово *deal*, что означает *сделка*, встречается в *Spiegel* во многих статьях на разные темы. Оно могло бы быть заменено на немецкие эквиваленты *Geschäft, Abmachung, Vertrag*, к примеру, в статье о новом концерне продуктов питания: *Die Vertragsparteien wollen den Deal im zweiten Quartal 2015 abschließen* [22]. / *Стороны в договоре хотят заключить сделку во втором квартале 2015 года* или в заголовке об отношениях России и Греции: *Geplanter Deal mit Russland: Griechenlands Milliarden-Hoffnung* [21]. / *Запланированная сделка с Россией: надежда Греции на миллиарды.*

В *Известиях* о съемке фильма «Анна Каренина» слово *кастинг* могло бы быть заменено на «выбор среди претендентов человека, в наибольшей мере соответствующего творческому замыслу», но, как известно, публицистический стиль характеризует краткость: *В данный момент активно идет кастинг на ведущие роли* [6].

**Выражение вариации.** Синонимы из родного языка, а также многочисленные слова и выражения из английского служат для того, чтобы избежать повторения слов в публицистических текстах. Так, в статье «*Ausschluss aus dem Landespokal*» («Увольнение из Кубка Земли») журналист намеренно использует два различных слова для обозначения болельщиков: *Die Polizei leitete gegen einzelne Anhänger Ermittlungen wegen Körperverletzung ein. Es ist nicht das erste Mal, dass Saarbrücken-Fans über die Stränge geschlagen haben* [19]. / *Полиция начала дознание отдельных болельщиков из-за телесных повреждений. Это не первый раз, когда фанаты Заарбрюккен выходили за рамки дозволенного.*

Также и в *Известиях* на странице о новом сервисе от ГИБДД «электронные письма» заменяются на «e-mail»: *Таким образом, россиянин не сможет утверждать, что не получал e-mail о штрафе из ГИБДД или информации от судебных приставов* [3].

**Прагматическая ценность.** К этой группе относится большинство заимствований, прежде всего, из-за их графической необычности, из-за их неизрасходованной прагматической ценности. Вместе с этим проявляется большая семантическая неопределенность. Эта комбинация необычности и неопределенности рассматривается как типичный признак языка рекламы, который обладает высокой экспрессивностью. Сравним немецкое слово «das Hemd» и англицизм «Shirt». В первом случае мы представляем себе обыкновенную рубашку, когда во втором случае речь может идти о многообразных футболках. Поэтому в рекламе слово «Hemd» является ограниченным в вариации. В этом аспекте англицизмы также могут быть эвфемизмами. «*Alleinstehende Frauen*» («одинокие женщины») часто заменяется на «*Single-Frauen*», так как это звучит более мягко, например, в заголовке: *Partnersuche in spanischen Dörfern: Die Single-Frauen rollen an* [16]. / *Поиск партнеров в испанских деревнях: Одинокие женщины подъезжают.*

Или в *Известиях* «бизнес-класс» мог бы быть написан как «первый класс»: *Героям Советского Союза, полным кавалерам ордена Славы «Аэрофлот» гарантирует предоставление билетов бизнес-класса* [7].

Необычность англицизмов в комбинации со специфичными механизмами английского словообразования привносит также изменения в немецкий и русский языки, например, излюбленная в английском языке контаминация слов. Рассмотрим слово «Brunch», что означает «Breakfast» и «Lunch», то есть «завтрак, перетекающий в обед»: *Gemeinsam mit internationalen Kollegen kochen ihre Köche bei der Küchenparty zur Eröffnung im Flughafen Zürich und bei den ungezwungenen Lunch-, Dinner- und Brunch-Veranstaltungen im Zürcher Großmarkt* [18]. / *Вместе с коллегами других национальностей их повара готовят на вечеринках на кухне для открытия в аэропорту Цюрих и на непринужденных мероприятиях во время завтрака, обеда, завтрака-обеда на большой ярмарке в Цюрихе.*

Или пример из *Известий*: *Эксперты считают, что если установка «не пиариться за счет президента» будет доводиться до глав регионов правильно, то она сможет косвенно повлиять на легитимность кампании...* [9]. То есть одним словом «пиариться» журналист ясно дает понять, что речь идет о рекламировании самого себя.

**Коммуникативная ценность.** Эта стилистическая функция относится, прежде всего, к сфере межличностной коммуникации, в которой собеседники не владеют в полной мере знаниями языка, то есть не являются

носителями языка. В публицистической сфере это отражается в использовании интернационализмов, особенно в специальных областях. На странице *Известий* мы встречаем: *В частности, ЦБ сможет лишить лицензии рейтингové агентства, которые нарушили методологии присвоения рейтингов* [12]. Слово «рейтинг» означает «числовой показатель популярности какой-либо сферы деятельности».

В *Spiegel* автор статьи использует сразу несколько интернационализмов: *Große indische Online-Kaufhäuser schließen ihre Websites und konzentrieren sich auf Apps: In einem Land, in dem es mehr Smartphones als Computer gibt, scheint diese Strategie Sinn zu ergeben* [15]. / *Большие индийские онлайн-магазины закрывают свои сайты и концентрируются на приложениях: в стране, где смартфонов больше, чем компьютеров, эта стратегия имеет смысл.*

Также англицизмы могут придавать особый тон публицистическому тексту, часто они используются для **передачи юмора, иронии или пародии** (в зависимости от контекста).

В следующем отрывке англицизм придает тексту иронию: *Nur als cool galten die Gibbs nie. In schöner Regelmäßigkeit wurden die drei verspottet: Weil ihre Stimmen zu hoch waren, ihre Zähne zu breit, ihr Haar zu geföhnt und ihr ganzes Image überhaupt viel zu bieder war* [14]. / *Только клевыми Гиббс никогда не считали. Постоянно высмеивали три вещи: так как их голоса были слишком высоки, зубы слишком широкие, волосы уложены феном и вообще весь образ слишком простодушный.*

Пародию на фразу из интернета можно увидеть на странице *Известий*: **Пипл хаваает. Уже хаваает, ведь список-то формировали сами читатели, пусть и под бдительным руководством уважаемой редакции** [2]. «Пипл» в данном контексте означает «еженедельный американский журнал о звездах».

Таким образом, англицизмы в публицистических текстах как в русском, так и в немецком языках имеют одинаковые стилистические функции: эффект новизны, передача локального, социального или научного колорита, экономия в языке, выражение вариации, прагматическая и коммуникативная ценности, а также передача иронии или пародии. Эффект новизны происходит у англоязычных слов, которые менее известны в языке и еще в нем не закрепились. Многие англицизмы, которые часто передаются с помощью цитат, используются в статье для иллюстрации соответствующей обстановки или социальной группы. Англоязычные заимствования применяются также в качестве языковой экономии. По этой причине они довольно популярны у журналистов. Часто одно английское слово может заменять целое выражение в родном языке. Многочисленные слова из английского языка могут служить и для того, чтобы избежать повторения слов в публицистических текстах, то есть для выражения вариации, а также выполнять функцию прагматической ценности в языке.

#### Список источников

1. <http://izvestia.ru/news/568897> (дата обращения: 16.04.2015).
2. <http://izvestia.ru/news/579623> (дата обращения: 22.04.2015).
3. <http://izvestia.ru/news/582436> (дата обращения: 17.04.2015).
4. <http://izvestia.ru/news/582808> (дата обращения: 12.04.2015).
5. <http://izvestia.ru/news/583592> (дата обращения: 17.04.2015).
6. <http://izvestia.ru/news/583704> (дата обращения: 17.04.2015).
7. <http://izvestia.ru/news/585088> (дата обращения: 19.04.2015).
8. <http://izvestia.ru/news/585111> (дата обращения: 12.04.2015).
9. <http://izvestia.ru/news/585203> (дата обращения: 19.04.2015).
10. <http://izvestia.ru/news/585419> (дата обращения: 12.04.2015).
11. <http://izvestia.ru/news/585761> (дата обращения: 17.04.2015).
12. <http://izvestia.ru/news/585837> (дата обращения: 19.04.2015).
13. <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/eins-aus-tausend-fotos-auf-dem-handy-vollgestopfter-karton-a-1026930.html> (дата обращения: 12.04.2015).
14. <http://www.spiegel.de/kultur/musik/disco-neue-cd-box-von-den-bee-gees-a-1030228.html> (дата обращения: 22.04.2015).
15. <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/internet-in-indien-firmen-setzen-auf-apps-statt-websites-a-1030482.html> (дата обращения: 19.04.2015).
16. <http://www.spiegel.de/panorama/gesellschaft/spanien-busse-mit-single-frauen-rollen-in-abgelegene-doerfer-a-1028504.html> (дата обращения: 17.04.2015).
17. <http://www.spiegel.de/panorama/london-auftakt-der-fashion-week-a-1019739.html> (дата обращения: 12.04.2015).
18. <http://www.spiegel.de/reise/staedte/zueroch-il-tavolo-festival-verwandelt-bankenmetropole-in-eine-gourmet-stadt-a-975858.html> (дата обращения: 19.04.2015).
19. <http://www.spiegel.de/sport/fussball/fans-des-1-fc-saarbruecken-attackieren-schiedsrichter-a-1030272.html> (дата обращения: 17.04.2015).
20. <http://www.spiegel.de/lebenundlernen/uni/unis-duerfen-lehrbuecher-fuer-leseplaetze-digitalisieren-a-1029124.html> (дата обращения: 16.04.2015).
21. <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/griechenland-muss-weiter-auf-geld-aus-russland-hoffen-a-1029859.html> (дата обращения: 17.04.2015).
22. <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/iglo-permira-verkauft-tiefkuehlkostfirma-an-nomad-a-1029582.html> (дата обращения: 17.04.2015).
23. <http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/aussterben-des-neandertalers-mensch-soll-ursache-sein-a-1030381.html> (дата обращения: 12.04.2015).
24. **Kratochvillová Iva.** Zu stilistischen Funktionen der englischen Entlehnungen im Deutschen [Электронный ресурс]. URL: [https://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/105832/1\\_BrunnerBeitratgeGermanistikNordistik\\_16-2002-1\\_6.pdf?sequence=1](https://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/105832/1_BrunnerBeitratgeGermanistikNordistik_16-2002-1_6.pdf?sequence=1) (дата обращения: 10.03.2015).

## ANGLICISM STYLISTIC FUNCTIONS IN THE GERMAN AND RUSSIAN PRESS

**Shatilova Lyubov' Mikhailovna**, Doctor in Philology, Associate Professor  
*University for Humanities and Technologies, Orekhovo-Zuyevo*  
*shatilova-79@mail.ru*

The article examines the usage of Anglicisms in the German and Russian press, and compares their stylistic functions. Anglicisms are stylistic linguistic units which perform special functions in the text. Special attention is paid to the pragmatic and communicative usage of borrowings. The analysis identified that in the German and Russian languages Anglicisms perform the following stylistic functions: creating the effect of novelty, transferring local, social or scientific colour, linguistic economy, achieving stylistic variation, pragmatic and communicative value.

*Key words and phrases:* Anglicisms; press; stylistic functions; expressivity; pragmatic value.

УДК 81'36

*Определена специфика периферийных вводно-модальных слов, сформировавшихся в результате функциональной модалитии прилагательных, предикативов и наречий типа «ясно», «удивительно», «очевидно». Выявлены семантико-грамматические сдвиги и синкретизм в рассматриваемых словоформах при употреблении в вводно-модальной позиции. Намечены типы омонимического столкновения языковых единиц разной категориальной принадлежности в контекстах модалитии, предикативации и адвербиализации. Обращено внимание на то, что в функции вводности периферийные модалиты реализуют субъективно-модальную семантику персуазивности и интеллектуально-эмотивной оценки сообщаемого.*

*Ключевые слова и фразы:* русский язык; грамматика; транспозиция; модалития; краткое прилагательное; предикатив; наречие; вводно-модальное слово.

**Шигуров Виктор Васильевич**, д. филол. н., профессор  
*Национальный исследовательский Мордовский государственный университет*  
*имени Н. П. Огарева, г. Саранск*  
*shigurov@mail.ru*

### ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВВОДНО-МОДАЛЬНЫЕ СЛОВА, СООТНОСИТЕЛЬНЫЕ С КРАТКИМИ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫМИ, ПРЕДИКАТИВАМИ И НАРЕЧИЯМИ

*Работа выполнена в рамках проекта «Комплексное исследование модалитии как типа ступенчатой транспозиции языковых единиц в семантико-синтаксический разряд вводно-модальных слов», выполняемого при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (грант № 15-04-00039а).*

Образование вводно-модальных слов и выражений в русском языке связано с транспозиционным процессом модалитии языковых единиц разных частей речи, в том числе прилагательных и наречий. Результатом этого процесса является образование функциональных или функционально-семантических модалитов, представляющих соответственно зону периферии или ядра данного межчастеречного семантико-синтаксического разряда слов и выражений.

Функциональные модалиты типа *странно, удивительно, ясно, смешно, страшно, очевидно* представляют зону периферийных вводно-модальных единиц, для которых трудно установить какой-либо один исходный пункт межкатегориальной транспозиции (модалитии). Они в равной мере могут быть соотнесены с двумя частями речи – прилагательными в краткой форме (в предикативном и безлично-предикативном употреблении) и с возникшими на их базе наречиями. Данное обстоятельство заставляет выделять двойную переходную зону.

Обратимся к типовым контекстам употребления периферийного вводно-модального слова *ясно* (1) и соотнесительных с ним краткого прилагательного в предикативной (2) и безлично-предикативной позициях (3) и отадъективного наречия (4).

- (1) *Такие операции, ясно, без потерь не бывают*<sup>1</sup>.
- (2) *Положение дел было предельно ясно.*
- (3) *На улице было солнечно и ясно.*
- (4) *Изложено все было предельно ясно.*

Анализ ступенчатого характера транспозиции кратких прилагательных и соотнесительных с ними наречий типа *странно, ясно, очевидно* в вводно-модальные единицы показывает, что степень их модалитии различна: большинство таких словоформ на *-о* достигают лишь зоны периферийных вводно-модальных слов и выражений, не порывая смысловую связь с исходными лексемами (*удивительно, жалко, смешно, ясно, понятно* и нек. др.). Такой тип модалитии кратких прилагательных и наречий является грамматическим, функциональным. Он приводит к образованию грамматических (а не лексико-грамматических!) омонимов, существующих в рамках исходных адъективных (*удивительный*) и адвербиальных лексем (*удивительно*); ср.:

<sup>1</sup> Примеры (1-4) составлены автором статьи.