

Виктор Полторацкий смешивает два фразеологизма («быть к лицу» и «воткнуть нож в сердце / спину»), при сопоставлении которых проявляется намеренно сделанная речевая ошибка (у сердца нет лица), рассматриваемая нами как языковая игра именно вследствие осознанности допущенной ошибки. Однако вследствие данной игры возникает и накладывается на исходное значение еще одно: «в делах сердечных нож не нужен», а также «не подобает сердцу видеть нож как орудие убийства».

Таким образом, использование фразеологизмов в сетевых поэтических текстах чрезвычайно специфично, интернет-авторы намеренно искажают форму и/или содержание устойчивых выражений различными способами в качестве эксперимента, с целью игры словами, высвобождения потенциальных возможностей фразеологизмов или для придания эмоциональной окраски поэтическому тексту.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Газета вольных литераторов «Вечерний Гондольер» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gondola.zamok.net>. – Дата доступа: 01.05.2012.
2. Изба-читальня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.chitalnya.ru>. – Дата доступа: 01.05.2012.
3. Стихи.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stihi.ru>. – Дата доступа: 01.05.2012.

*Т.В. Никитенко (Витебск, ВГУ им. П.М. Машерова)*

#### ВОЗДЕЙСТВИЕ ВНЕЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА ИЗМЕНЕНИЕ СЕМАНТИКИ СЛОВА (НА ПРИМЕРЕ СЛОВ *COMMERCIAL* И *КОММЕРЧЕСКИЙ* И ИХ ДЕРИВАТОВ)

Как писал А.А. Реформатский, «словарный состав изменяется непрерывно и обновляется гораздо быстрее, чем другие структурные ярусы языка» [1, с. 248]. Данное утверждение основывается на том факте, что лексика тесно связана с внеязыковой действительностью, чутко реагирует на все события, происходящие в коллективе носителей данного языка.

Цель данной статьи – показать, как внелингвистические факторы определяют семантическую структуру слова на примере лексемы *commercial* и ее дериватов. Кроме того, предпринята попытка сопоставить пути формирования семантики английских слов *commerce*, *commercial* и их русских переводных эквивалентов *коммерция*, *коммерческий*.

Факторы, вследствие действия которых происходят изменения в семантике слова, различны. Так, К.А. Аллендорф выделяет три фактора: 1) объективный; 2) субъективный; 3) лингвистический. Они действуют не изолированно, а находятся в тесном взаимодействии [3, с. 87]. Основой всех изменений значений слов, согласно К.А. Аллендорфу, является объективная действительность, т. е. внешний фактор. Лингвистический, или языковой, фактор включает влияние семантических связей, семантическую аналогию, влияние звуковой аналогии и др. Субъективный фактор связан с наличием у слова эмоциональной окраски [3, с. 86 – 87]. Также полагает А.А. Тараненко, отмечая, что строятся семантические изменения на внеязыковой отнесенности языковых единиц и их внутриязыковой соотнесенности. Прагматика может лишь косвенно влиять на процесс развития, стимулируя или тормозя его, а также определяя его социальную, эстетическую и прочую направленность [4, с. 4]. Таким образом, внелингвистический, или внешний / объективный, фактор имеет существенное (в некоторых случаях решающее) значение при формировании и развитии семантической структуры слова.

К внеязыковым причинам изменения семантики лексемы относятся: 1) изменения в явлениях внеязыковой действительности; 2) изменение состава носителей литературного языка; 3) изменения в составе и функциях самого общелитературного языка. К частным причинам относятся табу [5, с. 55 – 57].

В ранний новоанглийский период в письменных источниках было зафиксировано латинское заимствование, возможно при французском посредничестве, – *commerce*, которое датируется серединой XVI века в нейтрально-оценочном значении ‘dealings; social intercourse; converse with God, with spirits, thoughts’ (‘дружеские или деловые отношения; взаимодействие; общение с Богом, духами, мысленные беседы’). Этимология слова представлена так: < фр. *commerce* или < лат. *commercium* ‘торговля’. В конце XVI века у слова зафиксировано значение ‘buying and selling; the exchange of merchandise or services, esp. on a large scale’ (‘покупка и продажа; обмен товарами и услугами, особенно в крупных масштабах’). Глагол *commerce* фиксируется в конце XVI века в двух значениях: ‘carry on trade’ (‘вести торговлю’), которое употреблялось до середины XVII века, и ‘communicate or associate (with)’ (‘общаться с кем-л.’). Очевидно, что оба значения существительного и глагола *commerce* в английском языке сформированы под влиянием значений их этимона. В конце XVI века также фиксируется прилагательное *commercial*, образованное пу-

тем суффиксации от производящего существительного *commerce* и суффикса *-ial*, со значениями ‘of, pertaining to, or engaged in commerce’ (‘связанный, имеющий отношение или вовлеченный в торговые отношения’) [7, I, p. 462 – 463]. Думается, что вышеуказанные слова были заимствованы и, как показывает их современная история, прочно ассимилированы английским языком под действием, как языковой ситуации, так и социально-исторических событий. Известно, что XVI век является в Англии эпохой первоначального накопления. В плане торговли сложилась переломная ситуация: выросли экономические ресурсы английских купцов, которые наращивали свои капиталы, устанавливали непосредственные отношения с производителями шерсти, сукна внутри страны. Кроме того, открывались акционерные компании, которые располагали значительными капиталами и могли вести дело в больших размерах (Московская компания; Африканская компания; Восточная компания др.). Одним из способов выражения этих отношений, действий стали лексемы *commerce, commercial*.

Идея обмена настолько прочно стала ассоциироваться с исследуемыми словами, что мотивировало появление производных значений у существительного *commerce*, отмеченных в середине XVII века: ‘interchange of ideas, letters’ (‘обмен идеями, письмами’), ‘means of communication’ (‘средство общения’). Оба значения вышли из употребления в XVIII веке. Кроме того, в начале XVII века у слова зафиксировано значение ‘sexual intercourse’ (‘сексуальные сношения’), которое в современном употреблении является устаревшим.

Современные корпуса текстов показывают, что сейчас существительное *commerce* преимущественно употребляется в значении (оптовая) торговля; коммерция, пр.: *But the Japanese are beginning to find that conservation and commerce do not necessarily conflict: some coastal villages are starting to make money from taking tourists to look at whales* (The Economist, 1993); *Everything had become a matter of commerce, negotiation and the studied application of scientific theory* (Alice T. Ellis. Pillars of gold). Глагол *commerce* употребляется редко.

В то же время прилагательное *commercial* прочно вошло в английскую лексическую систему и поэтапно развивало многозначность в ответ на изменения в окружающей действительности.

Известно, что в XVIII веке (ближе к концу) Британия переживала научно-техническую революцию. В разных частях государства велась разработка угольных и железорудных месторождений. Кроме того, стремительно начинает развиваться наука. И как «ответ» на эти события у *commercial* фиксируется в середине XVIII века значение ‘of a chemical: not purified’ (‘о химическом веществе: неочищенный’).

В XIX веке Англия являлась империей с колониальной системой, в основе которой лежали торговые и промышленные интересы. В конце XIX века у *commercial* отмечено значение ‘interested in financial return rather than artistry; likely to make a profit; regarded as a mere matter of business’ (‘заинтересованный в финансовой окупаемости более, нежели в художественном исполнении; заинтересованный в прибыли; рассматриваемый как исключительно деловое мероприятие’), которое является основным в современном употреблении, пр.: *It has not yet transacted any business but will look at ways to develop commercial opportunities* (Annual report, 1991). В настоящее время широко известны такие сочетания с *commercial*: *commercial art, commercial college, commercial school, commercial traveller, commercial vehicle*.

В середине XIX века отмечено существительное *commercial* в значении ‘a commercial traveller’ (‘торговый представитель, коммивояжер’), которое в настоящее время считается вышедшим из употребления. Однако широко известно устойчивое выражение *commercial traveller* в том же значении. В середине XX века в ответ на возросшую роль коммерческой рекламы, передаваемой с помощью радио и телевидения, у существительного и прилагательного фиксируются значения ‘a broadcast advertising’ (‘транслируемая реклама’) и ‘of radio or TV broadcasting: funded by the revenue from broadcasting advertising’ (‘о радио или телевидении: финансируемый за счет дохода от рекламы’) соответственно. Преимущественно в этом значении существительное употребляется в современном языке, пр.: *They may know nothing about media selection, or how to produce a TV commercial, <...>* (R. Maidenhead White. Advertising: what it is and how to do it); *A vendor rating exercise had the Spondon-based business performing best overall in areas such as technical production, commercial, delivery and quality* (Courtaulds News).

Значимость явлений объективной действительности, выражаемых словом *commercial*, также подтверждает словообразовательная активность данной лексемы. В течение XIX–XX века фиксируются следующие дериваты *commercialese* (нач. XX века), *commercialism* (сер. XIX века), *commercialist* (нач. XIX века), *commerciality* (сер. XIX века), *commercialize* (сер. XIX века), *e-commerce* (XX века).

В русском языке, согласно первым контекстам употреблений, лексема *коммерция* (от лат. *commercium* ‘торговля’) появляется в XVIII веке. Известно, что XVIII век для истории Российского государства, и русского языка в частности, явился переломным, поскольку события XVIII века, начиная с Петра I, определили вектор развития России, заложили основу современного русского литературного языка на национальной основе. Письменные источники свидетельствуют о том, что семантика слова *коммерция* определялась довольно широко – ‘торговые отношения; торговля’, пр.: <...> *хотел он [император Карл VI] привести в состояние Ост-Индскую купеческую компанию, то угрожали ему со всех сторон, опасаясь той силы, которую могут ему коммерции доставить. О, если бы хотели мы проникнуть в*

*разум слов, произносимых нашими предками: коммерция есть душа государства* (Д.И. Фонвизин. Торгующее дворянство, 1766); *Некогда был он в числе славных ганзейских городов. И ныне коммерция его довольно важна* (Н.М. Карамзин. Письма русского путешественника, 1793). О том, что слово имело положительные оценочные значения, свидетельствует тот факт, что выражение *коммерции советник* – являлось почетным званием, дававшимся купцам в России до 1917 г. [6, V, с. 625]. Революционные события первой половины XX века наложили отпечаток на прагматику лексемы *коммерция*. Например, БАС так определяет это слово: ‘в буржуазном обществе – торговля, занятие торговлей’ и сопровождает его характерной цитатой: *У нас есть слово торговля, вполне выражающее свою идею; но найдите хоть одного торговца, который бы не знал и не употреблял слова коммерция, хотя это слово во всей очевидности совершенно лишнее?* [6, V, с. 625]. Идеологическая «реабилитация» слова произошла лишь в конце XX века со сменой политического режима и новыми жизненными установками, хотя, как свидетельствуют контексты, *коммерция* может восприниматься как ‘слишком прагматичный, чрезмерно увлеченный финансовыми делами’, пр.: *То есть слабое внимание к исследованиям вы объясняете тем, что у СМИ слишком много занимает места коммерция?* («Витрина читающей России», 2002.10.25).

Прилагательное *коммерческий* в значении ‘относящийся к коммерции; торговый’ также впервые отмечено в русском языке в XVIII веке, пр.: *Вообще Лион есть город весьма древний, большой, коммерческий, многолюдный, словом – после Парижа первый в королевстве* (Д.И. Фонвизин. К П.И. Панину, 1777–1778); *Нет в истории примера, чтобы народ просвещенный и коммерческий мог долго в работе оставаться* (М.М. Сперанский. Введение к уложению государственных законов, 1809). В середине XIX века в оппозиции ‘рациональное, прагматичное – духовное, возвышенное’, лексема *коммерческий* выражало первое, причем в одобрительном и нейтрально-оценочном значении, пр.: *Ум ценится только практический, т. е. промышленный, коммерческий. Ум выгоды, добытка благ земных и небесных, как они понимались в то время. Другого ума не признавали* (Записные книжки И.Е. Забелина. 50-е годы XIX века, 1856). Однако встречаются контексты, подтверждавшие то, что *коммерческий* в XIX веке стал приобретать некоторые негативно-оценочные смыслы, вследствие того, что происходила переоценка ценностей в обществе, ср.: *Век грубого терроризма гонялся за придворным утонченным волокитством; наш коммерческий век – век расчета и сомнения – требует в литературе кровавых страстей и фанатизма* (В.Ф. Одоевский. Психологические заметки, 1843).

Как и в случае со словом *коммерция*, прилагательное *коммерческий* в конце XX века вновь используется без идеологической подоплеки в своем прямом значении ‘относящийся к торговле’, пр.: <...> *впереди был не только коммерческий успех, окупивший затраты, но и успех творческий* (В. Быков, О. Деркач. Книга века, 2000).

Таким образом, и в английском, и в русском языках слова *commerce, commercial* и *коммерция, коммерческий* существовали и развивались под воздействием внешних событий, что непосредственным образом сказывалось на их семантических структурах и особенностях употребления.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Реформатский, А.А. Введение в языковедение / А.А. Реформатский; под. ред. В.А. Виноградова. – 5-е изд., уточн. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 536 с.
2. Мечковская, Н.Б. История языка и история коммуникации: от клинописи до Интернета: курс лекций по общему языкознанию / Н.Б. Мечковская. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 584 с.
3. Аллендорф, К.А. Значение и изменение значений слов / К.А. Аллендорф // Учен. зап. Моск. гос. пед. ин-та иностр. яз. им. Мориса Тереза. – 1965. – Т. 32. – С. 3 – 171.
4. Тараненко, А.А. Языковая семантика в ее динамических аспектах: (основные семантические процессы) / А.А. Тараненко. – Киев: Наук. думка, 1989. – 256 с.
5. Шмелев, Д.Н. Очерки по семасиологии русского языка / Д.Н. Шмелев. – М.: Просвещение, 1964. – 244 с.
6. БАС – Словарь современного русского литературного языка: в 17 т. / редкол.: В.И. Чернышев (гл. ред.) [и др.]. – М.; Л.: Изд-во Акад. наук СССР, 1948–1965. – 17 т.
7. SOED – Shorter Oxford English Dictionary on Historical Principles: 2 vol. / ed. by L. Brown (ed.-in-chief) [and others]. – 6<sup>th</sup> ed. – New York: Oxford University Press, 2007. – Vol. 1: A – M; Vol. 2: N – Z. – 3742 p.