

Федосова Оксана Витальевна

**ГЛАГОЛЫ ШИРОКОГО ЗНАЧЕНИЯ В ИСПАНСКОМ ОБИХОДНОМ ДИСКУРСЕ**

Статья посвящена явлению эврисемии. Рассматриваются наиболее рекуррентные широкозначные глагольные единицы испанского языка. Анализируются их функции и место в обиходном испанском дискурсе.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2010/1-1/60.html](http://www.gramota.net/materials/2/2010/1-1/60.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2010. № 1 (5): в 2-х ч. Ч. I. С. 218-221. 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/2/2010/1-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2010/1-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информацию о том, как опубликовать статью в журнале, можно получить на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

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

Профессионально-ориентированные технологии обучения, к которой относится case-study, направлены, прежде всего, на качественное изменение в системе образования, на овладение студентами профессиональными и коммуникативными компетенциями, способностью активно и творчески участвовать в обсуждении изучаемого материала и применять его на практике. Использование данного метода, открывает новые перспективы в преподавании иностранного языка.

*Список литературы*

1. **Вербицкий А. А.** Активное обучение в высшей школе: контекстный подход: методич. пособие. М.: Высш. шк., 1991. С. 207.
2. **Зеер Э. Ф.** Психология профессионального образования: учеб. пособие. М.: Изд-во МПСИ; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 2003.
3. **Методы эффективного обучения взрослых:** учебно-методическое пособие / авторский коллектив под руководством Е. А. Аксеновой. М.: Transform; Институт повышения квалификации государственных служащих, 1998. С. 82.
4. **Переход к открытому образовательному пространству:** коллективная монография / под ред. Г. Н. Прокументовой. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2009. Ч. II. Типологизация образовательных инноваций.
5. **Школа совместной деятельности: концепция, проекты, практика развития** / под ред. Г. Н. Прокументовой. Томск: Изд-во Том. ун-та, 1997. Кн. 1.

**CASE-STUDY USAGE IN THE ORGANIZATION OF STUDENTS' EDUCATIONAL ACTIVITY  
(BY THE EXAMPLE OF ENGLISH LANGUAGE TEACHING)**

**Zoya Vladimirovna Fedorinova**

*Department of the English Language and Technical Communication  
National Research Tomsk Polytechnic University  
adpec favl@rambler.ru*

In the article the case-study method essence as one of the ways of the effective theory application in real life while solving arising problems is revealed, the example of this method usage in the organization of students' educational activity on the material of foreign language teaching is given.

*Key words and phrases:* case-study method; students' educational activity; professional training; joint activity competence; professional competence; communicative competence.

УДК 811.11

*Статья посвящена явлению эврисемии. Рассматриваются наиболее рекуррентные широкозначные глагольные единицы испанского языка. Анализируются их функции и место в обиходном испанском дискурсе.*

*Ключевые слова и фразы:* обиходный испанский дискурс; широкозначность; эврисемия; широкозначные глаголы; *verba ómnibus*.

**Оксана Витальевна Федосова**

*Кафедра романской филологии*

*Волгоградский государственный педагогический университет*

*fedosova@yandex.ru*

**ГЛАГОЛЫ ШИРОКОГО ЗНАЧЕНИЯ В ИСПАНСКОМ ОБИХОДНОМ ДИСКУРСЕ<sup>©</sup>**

Широкозначные глаголы в испанском языке представляют собой особую, постоянно пополняющуюся группу лексических единиц, обслуживающих преимущественно обиходный дискурс. В испанской лингвистике для их обозначения общепринятым является термин *verba ómnibus*, введенный в обиход в начале прошлого века немецким ученым - пионером в исследовании испанской разговорной речи В. Байнхауэром. В своей работе «Разговорный испанский» [4] ученый обращает внимание на обширную группу глаголов широкой семантики, способных «транспортировать» помимо своих основных значений множество дополнительных. Отсюда и название, предложенное В. Байнхауэром, и подхваченное испанскими языковедами. В российской науке это понятие известно как широкозначность или эврисемия.

Как и существительные, глаголы широкой семантики характеризуются «обобщенным сигнификативным значением и диффузностью экстенционала» [2, с. 324], или, иными словами, «емкостью понятийного объема и узостью, ограниченностью конкретного содержания» [1, с. 30-31].

Например, наиболее рекуррентный в испанском обиходном дискурсе широкозначный глагол *hacer* с основным широким значением 'делать' способен в определенных контекстах конкретизировать свою семантику более чем до двадцати значений. Согласно Испанско-Русскому словарю Л. Мартинеса Кальво это: 1) творить, создавать, образовывать; 2) совершать; 3) выполнять; 4) приводить в порядок; 5) приучать, заставлять; 6) готовить, приготавливать; 7) изготавливать; 8) делать вид, изображать; 9) причинять; 10) собирать; 11) содержать, вмещать; 12) улучшать; 13) обучать, тренировать; 14) делать ловким; 15) превращать; 16) искусно резать; 17) назначать, выбирать; 18) употреблять; 19) извергать; 20) полагать, считать; 21) снабжать; 22) составлять и др. В составе устойчивых сочетаний, согласно этому же словарю данный глагол обретает еще более пятидесяти новых значений [6]. Словарь испанского языка Испанской Королевской Академии [5] фиксирует 58 дополнительных значений глагола *hacer* и не менее сорока устойчивых сочетаний с ним, в которых также реализуются дополнительные конкретные значения.

Высокая рекуррентность единиц подобного рода в обиходном дискурсе обусловлена рядом причин. С одной стороны, их использование отвечает одной из основных функций обиходного дискурса, а именно его нацеленностью на решение повседневных практических задач, и в этом смысле соответствует его утилитарному характеру, детерминированному задачами повседневного бытового общения. С другой стороны, их использование мотивировано законом экономии усилий как основным законом языкового развития: собеседники автоматически прибегают в речи к *verba ómnibus*, что позволяет не тратить усилия на поиски точного слова с конкретным содержанием и при этом оставаться уверенным, что адресат точно понимает, о чем идет речь. Использование глаголов широкой семантики обеспечивает быстрый темп речи при наименьшей затрате усилий как со стороны адресанта, так и со стороны реципиента коммуникативного послания. Для испанской разговорной речи с ее быстрым темпом характерно относительно большое (по сравнению, например, с русским языком) число глаголов широкой семантики. В. Байнхауэр перечисляет в первом издании своей книги двадцать основных глаголов такого типа: *hacer, saber, conocer, querer, poner, meter, sacar, llevar, ir, llegar, salir, traer, dar, echar, tener, quedar, dejar, tocar, pegar* и *estar*. Каждая из таких широкозначных единиц, по свидетельству немецкого ученого, способна транспортировать в различных контекстах от восьми до двадцати новых конкретных значений. В последующих изданиях своего труда В. Байнхауэр не только расширяет список *verba ómnibus*, включая в него новые широкозначные единицы (*colar, tirar / tirarse, pasar, andar*), но приводит также новые значения уже известных единиц, добавляя иногда (как в случае с глаголами *echar* и *estar*) до двадцати новых значений, приобретенных этими широкозначными единицами в период после первой публикации книги [4, р. 401-410].

Одним из наиболее употребительных среди глаголов из списка В. Байнхауэра, сохраняющих подвижность своих границ до сегодняшнего дня остается глагол *andar*. По поводу этого глагола немецкий ученый пишет буквально следующее: «Вместо статичного и прозаичного глагола *estar* разговорная речь предпочитает во многих случаях *andar*, чтобы придать больше живости и доверительности рассказу. Так, *anda enamorado* вызывает в воображении живой образ возбужденного человека, которого повсюду, куда бы он не пошел, сопровождает чувство влюбленности» (перевод наш - О. Ф.) [Ibidem, р. 403]. В другом случае употребление глагола *andar* вместо *estar* в конструкции *estar enfermo* 'болеть' является более экспрессивным. Разговорный вариант *andar muy ocupado* 'быть занятым' вместо нормативного *estar muy ocupado*, по замечанию В. Байнхауэра, также обладает большей выразительностью, поскольку *andar* одновременно включает в себя значения сразу двух глаголов *-ir* и *venir*, - оказывая, что человек не просто занят, а никогда не пребывает в состоянии покоя. Глагол *andar* в несвойственных ему конструкциях *andar enamorado, andar enfermo* или *andar ocupado* вносит коннотацию беспокойства, внутреннего напряжения и легко позволяет представить себе образ влюбленного, больного или чрезмерно занятого человека. Так, на место десемантизированного, «опустошенного», глагола-связки *estar* приходит репрезентативный глагол *andar*, который в роли глагола-связки утрачивает свою лексическую полноту, но зато приобретает дополнительный экспрессивно-эмоциональный компонент значения.

Некоторые из описанных В. Байнхауэром случаев разговорной эврисемии сегодня зафиксированы в словарях и входят в основной фонд языка: *sacar* 'ganar', *llegar* 'alcanzar', *llevar* 'haber pasado un determinado período de tiempo en una misma situación o en un mismo lugar', *llevarse bien* 'vivir en buena armonía', *sacar a bailar* 'invitar a bailar', *meterse con alguien* 'introducirse en el trato y comunicación con una persona', *meterse a* 'dedicarse a un oficio'.

О том, что со временем разговорно-контекстуальные значения *verba ómnibus* попадают в основной языковой фонд, свидетельствует и тот обширный перечень значений, который приводится в современных лексикографических источниках. Так, например, Словарь испанского языка Испанской Королевской Академии фиксирует 64 значения глагола *pasar* и девять образованных при его участии устойчивых выражений, часть из которых, в свою очередь, обладает более чем одним значением [5]. Словарь разговорной речи С. Симеоновой дополнительно фиксирует еще три разговорных значения этого глагола и шесть выражений с ним, отсутствующих в академическом словаре [3].

Широкозначный глагол *poner* 'класть' насчитывает помимо основного 44 дополнительных конкретных значения и 23 устойчивых выражения с его участием, часть из которых также многозначна и т.д.

Не упоминавшийся в списке В. Байнхауэра глагол *coger* 'брать', имеет согласно Словарю Испанской Королевской Академии [5] 32 значения, из которых шесть снабжены пометой, указывающей на их принадлежность к разговорному, а также шесть разговорных устойчивых сочетаний с этим глаголом. Такой длинный, постоянно пополняющийся список значений, свидетельствует о том, что данные глаголы, как и ряд других им подобных, являются типичным примером *verba ómnibus*, а не многозначными словами. Об этом свидетельствует и механизм образования новых значений, в основе которого лежит не ассоциативно-метафорическая образность, а понятийная «всеохватность» слова, позволяющая ему реализовывать множество различных значений в зависимости от контекста.

Разумеется, семантическая емкость подобных лексических единиц не ограничивается набором, представленным в словарях. Их количество в реальности лимитируется только количеством конкретных ситуаций, которые могут возникнуть в повседневной жизни; в словарях же фиксируются только наиболее типичные и постоянно повторяющиеся ситуации. Таким образом, широкозначные глаголы способны расширять свое семантическое поле для реализации сколь угодно большого количества контекстно-обусловленных значений, которые не всегда находят отражение в словарях.

Значительная часть *verba ómnibus* проникает в обиходный дискурс из жаргонов и молодежного сленга, для которого характерно еще более активное функционирование семантически емких слов. Почти все вышеперечисленные широкозначные глаголы, функционирующие в обиходном дискурсе, в жаргонах расширяют свои понятийные границы. С другой стороны, имеется целый ряд глаголов широкой семантики, употребление которых ограничивается рамками жаргонов. Показательным в этом смысле является глагол *pintar*. Так, в Испанско-Русском словаре Л. Мартинеса Кальво помимо основных значений данного глагола - прямых ('красить, писать красками; расписывать, разрисовывать') и переносных ('описывать, живописать, изображать') - представлены дополнительные понятия, обозначаемые данным глаголом: 'преувеличивать; созревать; проявлять себя; иметь значение' [6]. Такие же значения глагола *pintar* зафиксированы и в испанском академическом словаре [5]. В Словаре жаргона Х. Санмартин Саес фигурируют совсем другие значения данной лексической единицы: 1. Tener prestigio o autoridad (Иметь престиж или авторитет); 2. Señalar a través de la mirad (Показывать что-л. взглядом). 3. Describir o transmitir información sobre el sitio donde se puede realizar un gobo. (Описывать или передавать информацию о месте, где можно совершить кражу) [7]. Если в последнем, третьем, значении слова еще прослеживается метафорическая образность, послужившая его основой, то в первых двух случаях мы имеем дело с расширением значения слова.

На активное функционирование *verba ómnibus* как одну из характеристик современного молодежного сленга указывают многие испанские лингвисты. И. Сантос Гаргальо выделяет три наиболее активных широкозначных глагола в речи испанской молодежи в 90-х годов: *pasar*, *pillar* и *dar* [8, p. 461-465], каждый из которых расширяет свое семантическое поле как минимум на шесть новых значений.

Глагол *dar* 'давать', упоминавшийся в списке В. Байнхауэра [4, p. 401], сегодня обладает наиболее внушительной полисемией: в Словаре Испанской Королевской Академии он насчитывает 53 значения и входит в состав 59 устойчивых выражений [5]. В молодежном сленге, как показывает И. Сантос Гаргальо, семантический потенциал данной лексической единицы увеличивается за счет шести дополнительных значений, которые глагол *dar*, приобрел в повторяющихся контекстах, отражающих реалии повседневной жизни молодых людей: *dar un toque* 'позвонить по телефону; предупредить', *dar cosa* 'чувствовать стыд; огорчаться', *dar la vena* 'желать что-л.; делать что-то незаконное', *dar corte* 'переживать стыд; огорчаться', *dar de hostias* 'драться; избивать', *dar un buen lengüetazo* 'страстно целовать' [8, p. 464-465].

Таким образом, ряд широкозначных глаголов, функционирующих в испанском обиходном дискурсе, является открытым рядом, сохраняющим потенцию к постоянному пополнению в русле общего развития языка. Возрастающая активность широкозначных глаголов обеспечивается не только за счет наращивания лексического ряда, но и за счет постоянного увеличения числа лексико-семантических вариантов каждой отдельно взятой единицы.

Широкозначные глаголы функционируют в различных видах дискурса, но их рекуррентность в обиходном дискурсе значительно выше, поскольку функционирование широкозначных лексем здесь обусловлено конситуативно, обеспечено общностью апперцепционной базы и преимущественно контактными условиями коммуникации. В испанской разговорной речи широкое использование *verba ómnibus* обеспечивает ее высокий темп, быстроту и легкость при передаче информации. Немаловажной для обиходного дискурса функцией этих глаголов является и их способность передавать в конкретных контекстах дополнительные экспрессивные оттенки.

#### Список литературы

1. Виноградов В. С. Лексикология испанского языка. М.: Высш. шк., 2003. 245 с.
2. Гарьковская Т. Н. О когнитивном потенциале существительных с широким значением и их функционировании в дискурсе (на материале английского языка) // Бытие и язык. Новосибирск, 2004.
3. Симеонова С. С. Словарь испанской разговорной речи. М.: Эдиториал УРСС, 2006. 232 с.
4. Beinhauer W. El español coloquial. Madrid: Gredos, 1978. 555 p.
5. Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española (DRAE) [Электронный ресурс]. Madrid, 2001. URL: <http://www.rae.es> (дата обращения: 25.02.2010).
6. Martínez Calvo L. Diccionario Español-Ruso. Barcelona: Sopena, 1982. 1915 p.

7. **Sanmartín Sáez J.** Diccionario de argot. Madrid: ESPASA, 2003. 877 p.  
8. **Santos Gargallo I.** Algunos aspectos léxicos del lenguaje del sector juvenil: historias del Kronen de J. A. Mañas // Revista de Filología Románica. 1997. Vol. 1. № 14.

## BROAD MEANING VERBS IN EVERYDAY SPANISH DISCOURSE

**Oksana Vitalyevna Fedosova**

*Department of Romance Philology  
Volgograd State Pedagogical University  
fedossova@yandex.ru*

The article is devoted to everysemy phenomenon. The most recurrent broad meaning verbal units of the Spanish language are considered. Their functions and place in everyday Spanish discourse are analyzed.

*Key words and phrases:* everyday Spanish discourse; broad meaning; everysemy; broad meaning verbs; verba ómnibus.

УДК 81'42

*Предметом анализа данной статьи являются текстообразующие категории современной рекламы, которая с точки зрения коммуникативного подхода к исследованию рассматривается как один из видов воздействующего дискурса. Важное место отводится интенциям, поскольку именно коммуникативные намерения авторов диктуют порождение текста - выбор языковых средств и их синтаксическую организацию исходя из специфики целевой аудитории и речевой ситуации общения.*

*Ключевые слова и фразы:* адресант; адресат; дискурс; интенции; коммуникативный подход; рекламная деятельность; утилитарная оценочность; потребительское поведение.

**Зарема Кушуконна Хачецукова**

*Кафедра иностранных языков  
Адыгейский государственный университет  
agukaf@mail.ru*

## ТЕКСТООБРАЗУЮЩИЕ КАТЕГОРИИ РЕКЛАМЫ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ПОДХОДА<sup>©</sup>

Господствующее положение рекламы в мировом информационном пространстве, феномен ее влияния на сознание и поведение массовой аудитории привлекает внимание многих ученых, которые, наряду с вопросами частного характера, активно решают и масштабные теоретические задачи, связанные с описанием ее лингвистической сущности, определяющей место языка рекламы в функционально-стилевой системе русского языка. Вопрос о том, что представляет собой реклама - функциональный язык, самостоятельный функциональный стиль или же разновидность публицистического стиля, в настоящее время является достаточно злободневным и в то же время дискуссионным, поскольку единого мнения относительно лингвистической стороны рекламной деятельности не существует, как, впрочем, не существует и единой дефиниции самой рекламы, выступающей в разных видах и жанровых формах.

Впервые отечественная реклама стала объектом научного исследования в начале 80-х годов прошлого столетия, когда известные ученые-стилисты Д. Э. Розенталь и Н. Н. Кохтев подвергли лингвистическому анализу тексты печатной рекламы в книге «Язык рекламных текстов» [6]. Еще три десятилетия назад российская реклама находилась в «зародышевом» состоянии (социалистическая экономика считалась чуждой буржуазному «двигателю торговли», как образно называют рекламу) и по идеологическим причинам ограничивалась патриотическими лозунгами, призывающими членов общества действовать и во благо государства (прежде всего), и в личных интересах, например, *хранить деньги в сберегательной кассе*. Поэтому несмотря на свою очевидную языковую специфику, литературная деятельность по составлению рекламных текстов приравнивалась к журналистской деятельности. Соответственно и сама реклама считалась одним из подстилей публицистического стиля, где обнаруживаются жанры, сходные с жанрами газетной публицистики: информационные (рекламная заметка), аналитические (рекламная статья), художественно-публицистические (рекламный очерк) [Там же, с. 17-26].