

**ХРУСТАЛЬНОЕ СТЕКЛО / ХРУСТАЛЬ:
СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ
В ДЕСКРИПЦИЯХ СВОЙСТВ ОЗНАЧАЕМОГО
(на материале интернет-ресурсов)**

В. В. Степанова

Анализируются в сопоставлении дескрипции признаков означаемого разных языковых знаков: “хрустальное стекло” и “хрусталь”. Выявляется зависимость выбора признаков означаемого и способов их языковой репрезентации от сферы использования синонимичных знаковых единиц и коммуникативных задач.

Ключевые слова: *хрустальное стекло, хрусталь, термин, определение, признак.*

The author analyses the feature description of the designatum of two different language signs “khrustalnoye steklo” and “khrustal” in comparison. It has been found out how the choice of designatum features and the ways of their language representations depends on the field of application of synonymic sign units and communication aims.

Key words: *khrustalnoye steklo, khrustal, term, definition, feature.*

В лингвистическом понимании термин – это языковой знак, характеризующийся в соответствии с билатеральной концепцией знака наличием двух сторон, называемых «означающее» и «означаемое». Означаемое терминологического знака определяется лингвистами по-разному. О. С. Ахманова в означаемом терминологического знака видит понятие и предмет: «термин – слово или словосочетание специального (научного, технического и т. п.) языка, создаваемое (принимаемое, заимствуемое и т. п.) для точного выражения специальных понятий и обозначения специальных предметов» [1, с. 474]. Существует и другое мнение, в соответствии с которым означаемым знака является понятие. Так, А. В. Суперанская считает, что «для термина именуемое понятие и есть именуемый объект < ... > За термином всегда стоит предмет мысли, но не мысли вообще, а специальной, ограниченной определенным полем» [2, с. 34].

Нормативный документ ГОСТ Р ИСО 704 – 2010, в котором изложены принципы и методы терминографии, достаточно четко определяет означаемое терминологического знака: «термин является обо-

значением, состоящим из одного или более слов, представляющих общее понятие на специальном языке в специальной предметной области» [3]. В этом документе также говорится о том, что «в терминоведении понятия рассматриваются как мысленные отображения предметов в рамках специализированного контекста или профессиональной области» [3]. В свою очередь под предметами здесь понимаются как материальные, так и идеальные объекты. В данной статье мы придерживаемся определения термина, приведенного в ГОСТ Р ИСО 704 – 2010.

Как известно, термины используются не только специалистами какой-либо определенной области научного и технического знания, термины могут употребляться и в других сферах человеческой деятельности и общения. Зачастую употребление термина в речи сопровождается его определением либо более или менее развернутой дескрипцией свойств замещаемого понятием объекта. Изучение такого рода определений и дескрипций показывает, что границы терминологического понятия подвижны.

В русском языке есть как минимум два наименования хрустального стекла: полилексемное, строго терминологическое – *хрустальное стекло* и монологическое – *хрусталь*. Оба наименования используются для обозначения одного и того же вида стекла. Слово *хрусталь*, в отличие от сочетания *хрустальное стекло*, в системе языка имеет, кроме терминологического значения, фиксируемое словарями нетерминологическое значение, основанное на метонимическом переносе – ‘изделия из хрусталя’ [4]. Сопоставим употребление названных языковых знаков, фокусируя исследовательское внимание на выборе признаков объектов обозначения. Проследим, в какой мере выбор наименования, выбор признаков замещаемого понятием объекта и способ их языковой репрезентации находятся в зависимости от типа дискурса, коммуникативных задач.

На запрос «*хрустальное стекло*» поисковая система Google отвечает значительным количеством найденных употреблений данного сочетания. Оно встречается в разных по сфере создания и, соответственно, назначению текстах: официально-деловых, научно-технических, энциклопедических, учебных, коммерческих.

Как известно, ГОСТ является официальным документом, который представляет собой «комплекс норм и правил (по отношению к объектам стандартизации)» [5].

В ГОСТе 24315-80 мы находим следующее определение хрустального стекла: «*Хрустальное стекло* – бесцветное стекло, со-

держащее в основном двуокись кремния (SiO_2), а количество окиси свинца (PbO), окиси бария (BaO), окиси калия (K_2O), окиси цинка (ZnO) в отдельности или в сочетании не менее 10%, с показателем преломления не менее 1,520 и плотностью не менее 2,4 г/см³» [6].

Приведенное в ГОСТе определение хрустального стекла – классическое определение понятия: в этом определении раскрыты существенные признаки замещаемого понятием объекта – химический состав и физические свойства хрустального стекла. Коммуникативная цель документа, содержащего данное определение, заключается в том, чтобы «узаконить» содержание используемого в производственной деятельности понятия. Определение, тем не менее, не характеризуется максимальной точностью. Так, содержание химических веществ определяется с оговоркой *в основном*, не характеризуется абсолютной точностью и процентное содержание окисей – *не менее 10%*, дана только нижняя грань показателей преломления и плотности. Таким образом, свойства хрустального стекла даже в самых строгих определениях допускают некоторую вариативность своих признаков, правда, эта вариативность ограничена рамками допустимого, что и выступает критерием дифференциации хрустального стекла и иного вида стекол.

Употребление терминологического сочетания *хрустальное стекло* зафиксировано нами в патентных документах, размещенных в свободном доступе в сети Интернет:

«...Задачей предлагаемого изобретения является снижение твердости, а также повышение химической устойчивости стекол при сохранении оптических характеристик, свойственных свинцовому хрусталу.

*Поставленная задача достигается за счет того, что **хрустальное стекло**, включающее SiO_2 , BaO , ZnO , K_2O , Na_2O и CaO , отличается тем, что содержит указанные компоненты при следующем соотношении, мас. % <...>причем суммарное содержание CaO , ZnO и BaO составляет 25,5-28,5 мас.%, а суммарное содержание Na_2O и K_2O составляет 12-15 мас.%... » [7].*

В данном фрагменте текста представлено неявное определение, а точнее, дескрипция свойств замещаемого понятием объекта, позиционируемого как новый продукт. По этой причине главное внимание уделяется описанию отличных от прежних продуктов характеристик хрустального стекла, а именно его химического состава с новым процентным соотношением компонентов.

Обратим внимание на то, что в патентном описании используется

и вариативное обозначение хрустального стекла – *свинцовый хрусталь*. Согласно ГОСТу 24315-80, свинцовый хрусталь – это «хрустальное стекло, содержащее от 24 до 30% окиси свинца...» [6]. Используя это сочетание, авторы текста акцентируют внимание на том, что в хрустальном стекле обычно есть свинец, как известно, вредный для человеческого организма химический элемент. Очевидно, что сочетание *свинцовый хрусталь* не воспринимается в свете фоновых знаний нейтрально, зато введение этого сочетания в текст позволяет подать в весьма выигрышном свете информацию о том, что новый материал не имеет в своем составе оксида свинца, однако характеризуется теми же оптическими свойствами, что и хрусталь с высоким содержанием свинца.

Положительную коннотацию в патентном описании получают сочетания, раскрывающие другие достоинства нового хрустального стекла: *повышение химической устойчивости, снижение его твердости*. В повышении химической устойчивости заинтересован, по видимому, в большей степени потребитель, а в снижении твердости хрустала при сохранении его оптических характеристик заинтересованы производители хрустальной посуды, занимающиеся трудоемкой огранкой хрустала.

Таким образом, несмотря на то что анализируемый текст обладает всеми признаками, свойственными научному стилю, слог его «небеспристрастен», описание не лишено оценочных смыслов. Патент адресован специалистам, имеющим опыт работы с соответствующими продуктами производства, и поэтому главная коммуникативная задача продуцентов такого текста состоит не только в том, чтобы удостоверить авторство продукта, но и в том, чтобы раскрыть его преимущество, выгодные свойства. Отсюда оценочные коннотации, приобретаемые языковыми средствами непосредственно в тексте.

В учебнике для будущих маркетологов и менеджеров термин *хрустальное стекло* тоже употребляется в контексте описания свойств замещаемого терминологическим понятием объекта:

«...*В хрустальном стекле содержится минимальное количество оксида свинца (согласно ГОСТу общее количество оксидов свинца и калия не должно быть менее 10%), поэтому оно занимает промежуточное положение между обычным стеклом и свинцовым хрусталем по показателям оптических свойств и себестоимости. Изделия из **хрустального стекла** обычно вырабатывают методом прессования, при этом нанося рисунок от формы, ручной декоративной обработкой их не подвергают...*» [8].

Данное определение по своей структуре не является классическим, но в нем сразу указывается наличие в составе хрустального стекла оксида свинца, более того, со ссылкой на ГОСТ дается информация о процентном содержании оксидов свинца и калия в хрустале. Еще один признак, упоминаемый в определении, – *промежуточное положение между обычным стеклом и свинцовым хрусталем* – уже является специфическим в плане интерпретации, требующим дополнительных знаний о видах стекла. Это знание узкой группы специалистов, в данном случае оно является необходимым и для менеджеров и маркетологов, которые должны владеть информацией о потребительских свойствах и классификациях товаров.

В рекламных текстах преимущественным является употребление слова *хрусталь*. Это слово используется в качестве синонима сочетания *хрустальное стекло*, но, в отличие от этого сугубо терминологического сочетания, является совершенно привычным для носителей обыденного сознания. Недостаточная осведомленность обывателей о химическом составе хрустального стекла делает рекламодателей, «просвещенных» в тонкостях производства хрустального стекла, действительными знатоками, которым хочется верить, поддаваться силе их убеждающего слова. Если же рекламодатель не владеет таким знанием, то в этом случае он обращается к другому орудию воздействия на потенциального покупателя – обилию восторженных слов о качестве продукта. К такому выводу можно прийти, сопоставив два рекламных текста разных коммерческих сайтов:

*«...Основное отличие **хрусталия** от обычного стекла – это содержание оксида свинца (PbO). Добавление оксида свинца увеличивает преломление и дисперсию света в хрустале. Неманский **хрусталь** варится с содержанием оксида свинца строго равным 24% (мировой стандарт). Эта добавка обеспечивает, выражаясь языком ювелиров, «игру света», а также повышает пластичность материала – все это дает возможность подвергать **хрусталь** огранке и резьбе. Такие процедуры позволяют **хрустальному**, как и драгоценным камням, более полно проявить свою красоту...» [9].*

*«**Хрусталь** – это один из видов стекла, которое обладает сильным блеском и исключительной чистотой, что и обусловило его замечательные декоративные свойства. Тот блеск, за который ценятся хрустальные изделия, достигается в результате преломления света в гранях материала. В некотором смысле хрусталь похож на бриллиант – не только своим блеском, но и тем, как складывается цена на изделия из него.*

Как и бриллианты, он ценится, прежде всего, в зависимости от качества материала и совершенства обработки...» [10].

Как видим, в первом тексте больше специальной информации и даже приведено наименование химического соединения в виде принятого буквенного латинского обозначения (*PbO*), правда, тут же дано его словесное обозначение (*оксид свинца*). В этом тексте отмечается и метафорическая лексика, однако ее употребление очень сдержанно: сочетание *игра света* заключено в кавычки. Есть положительно коннотируемое указание и на строгое соблюдение мировых стандартов. Уместно сравнение хрусталя с драгоценными камнями, и даже оценочное слово *красота* не является навязчивым в общем контексте.

Во втором тексте обращает на себя внимание присутствие значительного количества оценочной лексики: прилагательных – *сильный, исключительный, замечательный*, существительных – *блеск, чистота, совершенство*. Привлекательность изделий из хрусталя подчеркивается употреблением глагольной словоформы *ценится*. Сильной позицией второго рекламного текста является сравнение хрусталя с бриллиантом; заметим, что слово *бриллиант* в восприятии обывателя гораздо «заманчивее», чем *драгоценный камень*. Определение понятия «хрусталь» в этом тексте является абсолютно нестрогим: вместо принятой в классических определениях строгой апелляции к родовому понятию, предлагается нечеткое видовое – *один из видов стекла*; содержащиеся в определении признаки являются несущественными в своей дифференцирующей функции, но существенными в плане формирования наглядного, выгодного для рекламодателя представления о замещаемом понятием объекте – *сильный блеск, исключительная чистота, замечательные декоративные свойства*.

Итак, наблюдения показывают, что в зависимости от коммуникативной цели продуцента терминосодержащего текста и адресата этого текста изменчиво содержание классической структуры определения терминологического понятия, явные определения понятий могут подменяться неявными, различны способы языковой репрезентации признаков обозначаемого термином объекта. Из всех существенных признаков, входящих в объем формируемого определением понятия, избираются только те, которые, по мнению авторов текста, являются существенными для данной целевой аудитории. В определении могут отражаться и несущественные характеристики понятия, если этого требует коммуникативная цель. Терминологическое сочетание *хрустальное стекло* встречается преимущественно в текстах, адресованных специалистам (нормативные и патентные документы, учебные тексты), в то время как слово

хрусталь, способное реализоваться как в терминологическом, так и в не-терминологическом значении, встречается в текстах, предназначенных и для неподготовленного читателя (рекламные тексты). В неспециальных определениях хрустального стекла отмечается использование слов с системно-заданным оценочным значением и слов с наведенными из контекста оценочными семами.

Список использованных источников

1. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 567 с.
2. Суперанская, А. В. Общая терминология: Вопросы теории / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. – 248 с.
3. Нормативные базы ГОСТ/СП/СНиП [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://files.stroyinf.ru/Data/594/59444.pdf>. – Дата доступа : 08.10.2018.
4. Фундаментальная электронная библиотека : Словарь русского языка (МАС) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/22/ma462821.htm?cmd=0&istext=1>. – Дата доступа : 08.10.2018.
5. Словари на Академике : Энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/16523/ГОСТ>. – Дата доступа : 14.10.2018.
6. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/gost-24315-80>. – Дата доступа : 17.09.2018.
7. База патентов Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://byopatents.com/4-16602-hrustalnoe-steklo.html>. – Дата доступа : 17.09.2018.
8. Ляшко, А. А. Товароведение, экспертиза и стандартизация : учебник/ А. А. Ляшко, А. П. Ходыкин, Н. И. Волошко, А. П. Снитко. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2015. – 660 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://books.google.by/books?id=Cp7WDQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false> – Дата доступа : 17.09.2018.
9. Стеклозавод «Неман» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.neman.by/glass/about-us/khrustal-modnaya-klassika/> – Дата доступа : 18.09.2018.

10. Салон Богемия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.salon-bogemia.ru/inform/hrustal/crystal-glass/> – Дата доступа : 3.09.2018.

УДК 811.161.3'373.7

О ФРАЗЕОЛОГИЗАЦИИ СОЧЕТАНИЙ С КОМПОНЕНТОМ ЧОРНЫ (на материале интернет-сайта газеты «Звезда»)

А. Н. Столярова

В статье описывается важность публицистического стиля для фразеологизации новых устойчивых сочетаний. Выделяются тематические группы неофразем с компонентом “чорны”. Анализируется символическое значение колоратива как основы для возникновения ассоциативных связей, на базе которых образуются неофраземы.

Ключевые слова: фразеологизация, язык публицистики, неофразема, колоратив «чорны», символизм.

The article describes the importance of publicistic style for the phraseologization of new stable word-combinations. Thematic groups of neophrasemes with a component “black” are singled out. Symbolic meaning of the colourative as a foundation for the development of associative connections on the basis of which neophrasemes are formed is analyzed.

Keywords: phraseologization, language of publicism, neophraseme, colour naming “black”, symbolism.

«Фразеологизация – это процесс стабилизации и закрепления в речевой практике данного языкового коллектива в качестве готовых (т. е. таких, которые каждый раз не создаются заново, а лишь воссоздаются, извлекаются из памяти говорящих), относительно устойчивых определенных языковых комплексов. Формально-грамматически эти комплексы могут быть соотнесены со словосочетанием, сочетанием слов или предложением...» [1, с. 114]. Результатом фразеологизации становится появление новых фразем. Под неофразеологизмами (неофраземами) нами понимаются «новые фразеологизмы и устойчивые сочетания слов с формирующейся идиоматичной семантикой, или аналитические сочетания, по терминологии Н. З. Котеловой» [2, с. 30].