

**Павлова О. И., Василькевич С. С.,**

*Ровенский государственный гуманитарный университет, г. Ровно*

## ОСНОВНЫЕ СФЕРЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МУЗЫКАЛЬНЫХ ТЕРМИНОВ РУССКОГО ЯЗЫКА

*У статті визначено цілі використання музичних термінів російської мови в наукових, художніх, публіцистичних і рекламних текстах і вивчено функціонально-стилістичні особливості термінів у вищезазначених текстах.*

**Ключові слова:** музичний термін, сфера фіксації, сфера функціонування, функції мови.

*В статье определены цели использования музыкальных терминов русского языка в научных, художественных, публицистических и рекламных текстах и изучены функционально-стилистические особенности терминов у вышеназванных текстах.*

**Ключевые слова:** музыкальный термин, сфера фиксации, сфера функционирования, функции языка.

*In the article the aims of the usage of musical terms of the Russian language in scientific, fiction, publicistic and advertising texts are determined; the functional and stylistic peculiarities of terms in the above-mentioned texts are studied.*

**Key words:** musical term, sphere of fixation, sphere of functioning, functions of language.

Общеизвестно, что музыкальная терминология, как и терминологии других областей науки и техники, используется в двух основных сферах: фиксации и функционирования, в которых термины обычно реализуются по-разному. Понятия “сфера фиксации” и “сфера функционирования” были введены в научное обращение В.П. Даниленко в 1971 г. [2, с. 43]. Она отмечала, что термины можно наблюдать, во-первых, в идеальных условиях, где они могут быть свободными от всех недостатков, то есть в лексикографических жанрах (в специальных словарях, терминологических стандартах, сборниках рекомендованных терминов и т.п.). Эту сферу В.П. Даниленко назвала сферой фиксации терминологий. Во-вторых, не менее важной, а, возможно, и основной сферой использования терминов, по ее мнению, является сфера функционирования – научная речь, специальная научная литература в широком смысле этого слова [3, с. 38-39].

Анализ литературы по лингвистическим проблемам терминологии показывает, что большая часть научных трудов посвящена изучению терминологии в сфере фиксации, и значительно меньшая часть – исследованию терминологий в сфере функционирования, то есть в специальной научной литературе. Следует отметить, что особенности употребления музыкальной терминосистемы английского, французского, русского и украинского языков в сфере фиксации и в основной сфере функционирования – научной литературе, описаны в предыдущих публикациях О.И. Павловой [7; 8].

Однако последующие наблюдения за употреблением музыкальной терминологии показали, что сфера ее функционирования в вышеназванных языках вовсе не ограничивается только научной литературой в области музыковедения, и что музыкальные термины довольно широко употребляются также в беллетристике, публицистике и рекламе.

Цель данной статьи – изучение особенностей функционирования музыкальных терминов русского языка в научных, художественных, публицистических и рекламных текстах.

Задачи статьи: 1) определение целей использования музыкальных терминов в научном, художественном, публицистическом и рекламном тексте; 2) изучение функционально-стилистических особенностей терминов в вышеупомянутых типах текстов.

Проведенное исследование свидетельствует о том, что музыкальные термины русского языка употребляются в текстах четырех функциональных стилей: научном, художественном, публицистическом и рекламном.

Научный стиль реализует функцию сообщения и характеризуется широким использованием терминологии и абстрактной лексики, преимущественным употреблением слов в их прямых, конкретных значениях, наличием особой фразеологии, тенденцией к сложным синтаксическим построениям, развернутой и упорядоченной связью между отдельными частями высказывания, четким построением абзацев и цепи абзацев, использованием вводных слов, указывающих на отношения между частями предложения, а также содержащих оценку достоверности сообщения, употреблением конструкций с обобщающим родовым наименованием перед перечислением, слабым использованием безличных и эллиптических предложений [9, с. 595]. Например: “Органум ознаменовал собой переход музыкального мышления на более высокую ступень – гармоническую вертикаль. Основными видами органума являются *параллельный*, в котором *мелодия дублируется в кварту или квинту*; *свободный* с использованием *противоположного моноритмического движения голосов*; *мелизматический*, в котором на один *слог текста* приходится несколько *звуков контрапункта*” [1, с. 43]. В данном тексте все терминологические наименования употреблены в прямом, конкретном значении. Здесь научный текст, которому присущи перечисленные выше характеристики, реализует свою главную функцию сообщения.

Художественный стиль реализует функцию воздействия; характеризуется единством коммуникативной и эстетической функций языка, разнообразием стилистических подсистем, мотивированным использованием и преобразованием элементов других стилей, широким применением экспрессивных и изобразительных средств языка, богатством синтаксических форм, индивидуализацией стиля [9, с. 598].

Рассмотрим небольшое юмористическое стихотворение Алексея Апухтина, посвященное другу – композитору П.И. Чайковскому:

К отъезду *музыканта*-друга  
 Мой стих *минорный тон* берет,  
 И нашей старой дружбы *фуга*,  
 Все развивается, растет.  
 Мы *увертюру* жизни бурной  
 Сыграли вместе до конца,  
 Грядущей славы *марш бравурный*  
 Нам рано волновал сердца.  
 В свои мы верили таланты,  
 Делились массой чувств, идей...  
 И был ты вроде *доминанты*  
 В *аккордах* юности моей  
 Увы! Та *песня* отзвучала,  
 Иным я *звукам* отдался,  
 Я *детонировал* немало  
 И с *диссонансами* сжился.  
 Давно без счастья и без дела  
 Дары небес я растерял,  
 Мне жизнь, как *гамма*, надоела,  
 И близок, близок мой финал.  
 Но ты, когда для жизни вечной  
 Меня заруют под землей,  
 Ты в *нотах* памяти сердечной  
 Не ставь *бекара* надо мной.

Как видим, в небольшом стихотворении использовано довольно большое количество музыкальных терминов (*музыкант, минорный тон, фуга, увертюра, марш бравурный, доминанта, аккорд, песня, звук, детонировать, диссонанс, гамма, нота, бекар*), причем сам факт употребления которых важнее их прямых, конкретных значений. Здесь термины создают особый “музыкальный” фон для отношений автора и адресата. На первый взгляд, стихотворение в целом юмористично и иронично. Но его можно понять и иначе, увидеть в нем скорбную иронию и в целом весьма печальный сюжет: поэт бесплодно растратил дары небес и предчувствует скорую смерть. Стихотворение вполне серьезно, и, следовательно, термины играют здесь не только декоративную роль. Все вместе они составляют развернутую метафору “жизнь – это музыка”, по отдельности же каждый из них служит точной образной характеристикой того или иного поворота судьбы: юность – это *увертюра*, т.е. инструментальное вступление к театральному спектаклю с музыкой, ошибки и заблуждения автора сравниваются с *детонацией*, т.е. взятием неверного тона, развитие дружбы с адресатом уподобляется *фуге*, т.е. полифоническому жанру, который строится на повторении темы с ее постоянным усложнением и т.д. В итоге складывается концепция стихотворения. Она не формулируется явно, но суть ее прозрачна: автор убежден, что мир существует по законам музыки, гармонии которых человек не может разрушить, даже если он не очень гармоничен сам. Таким образом, музыкальная терминология в данном тексте не декоративна и не автономна, а тесно связана с динамикой текста. Она служит для создания особого “музыкального” фона отношений поэта и адресата, для усиления выразительности и экспрессии, а также в некоторой степени для создания юмористического, иронического настроения.

Следует особо подчеркнуть, что в произведениях художественной литературы происходит полное или частичное переосмысление терминов. Яркий художественный эффект основан на целой цепи олицетворений, метафор, которыми обрастает термин. Терминологическая лексика может стать материалом для образа или особой профессиональной атмосферы, приобрести новые смысловые или эмоционально-оценочные нюансы, которых нет в ее значениях при обычном употреблении – в научной или технической речи и литературе. В новой непривычной стилистической среде на понятийное содержание термина неизбежно накладывается эмоционально-экспрессивная окрашенность, в результате чего номинативная функция совмещается со стилистической.

Необходимо добавить, что проникновение все новых терминов на страницы художественных произведений обусловлено активным развитием современного общества, теми реальными переменами, которые происходят в нем. Наряду с единичными терминами в языке художественной прозы переосмысливаются и устойчивые терминологические словосочетания, которые служат материалом для появления новых фразеологических оборотов. Терминологические словосочетания, которые используются в художественном произведении для характеристики большого круга предметов и явлений, как отмечает И.Н. Кочан, часто меняют свои структурные признаки, стилистически окрашиваются, приобретают качественно новые переносные значения [6, с. 220].

Изучение фактического материала демонстрирует широкое использование в художественной речи образно-переосмысленных профессионально-терминологических высказываний, например: *перен. играть первую скрипку* (т.е. занимать руководящее положение); *переменить пластинку* (т.е. перейти к новой, другой теме разговора); *заводить волынку* (т.е. надоедливо говорить о одном и том же); *петь сладкие песни* (льстить, обещать что-либо хорошие, приятное); *плясать под дудку* (т.е. во всем подчиняться кому-либо); *разыграть как по нотам* (т.е. делать что-либо легко, свободно, без затруднений); *задавать тон* (т.е. быть образцом для других, показывать пример другим в чем-либо, направление в развитии или ходе чего-либо); *длинная песня*

(т.е. то, что не осуществляется, что требует продолжительного времени); *слабая струна* (т.е. самое уязвимое место кого-либо); *лебединая песнь* (т.е. последнее, завершающее произведение кого-либо; последнее проявление гения или таланта кого-либо); *заключительный аккорд* (т.е. событие, явление, акт и т.п., завершающее длительное действие, событие и т.п.) [4; 10] и др.

Публицистический стиль реализует функции воздействия и сообщения. Характеризуется широким употреблением общественно-политической лексики и фразеологии, жанровым разнообразием и связанным с этим разнообразием стилистического использования языковых средств: многозначности слова, ресурсов словообразования, эмоционально-экспрессивной лексики, средств стилистического синтаксиса [9, с. 595-596]. В публицистических произведениях затрагиваются вопросы широкой тематики – любые актуальные вопросы современности, представляющие интерес для общества.

Изучим следующий публицистический текст из газеты “Здоровье”: “Специалисты Ноттингемского университета в Великобритании намерены создать своеобразную *музыкальную терапию*, которая поможет малышам появляться на свет крепкими и здоровыми, а также станет бороться с некоторыми наследственными заболеваниями еще до рождения ребенка. К этому ученых подвигли исследования, подтвердившие, что ребенок в чреве матери способен слышать *музыку*. При помощи специального ультразвукового сканнера они обследовали несколько десятков беременных женщин. Во время эксперимента каждые 15 секунд звучал небольшой фрагмент *музыкального произведения*, а прибор фиксировал усиление мозговой активности еще не родившихся малышей. Оказалось, что они не только слышат *музыку*, но и проявляют свои эмоции: спокойные лирические *мелодии* заставляют их “грустить”, а заводные – “радоваться”. По данным ученых, минимальный возраст, после которого плод отчетливо слышит и реагирует на *музыку*, – 38 недель”.

В приведенном выше тексте, относящемся к публицистическому стилю, использовано небольшое количество музыкальных терминов (*музыкальная терапия, музыка, музыкальное произведение, мелодия*) в их прямых, конкретных значениях. Применение музыкальных терминов обусловлено содержанием вышеприведенного текста, который реализует две основные функции публицистического стиля: информационную и воздействующую.

Место специфического языка рекламы в системе функциональных стилей фиксируется отечественным языкознанием примерно с 60-х годов XX века. Именно лексический уровень печатной рекламы обнаруживает универсальные стилистические черты, позволяющие формировать новый функциональный стиль – язык рекламы, особенностью которого является его информативно-образный и экспрессивно-суггестивный характер, обусловленный прагматической установкой рекламы – воздействием на потребителя. Лингвистика в настоящее время уделяет пристальное внимание дескриптивным исследованиям и разработке проблем прагматики рекламного текста, раскрытию стилистических и структурно-семантических особенностей языка рекламы на уровне текста [5, с. 5].

Несмотря на возросший интерес к стремительно развивающемуся специальному языку рекламы, исследования в области лексики языка рекламы на современном этапе в отечественной лингвистике являются достаточно редкими. Принципы вычленения лексики рекламы из словаря общелитературного языка до сих пор представляют определенные трудности. Жанровое многообразие рекламы, обусловленное каналом распространения, содержанием и прагматикой рекламного текста, осложняет эту задачу.

Лексика языка рекламы составляет значительный пласт в общенациональном фонде русского языка. Формируя словарь специального функционального стиля, лексика рекламы, тем не менее, транспонируется в разговорный язык, чему в большой степени способствует наблюдаемое в последнее время отчуждение основных функций рекламы (информирования и воздействия) и возрастание вторичных (развлекательных) и побочных эффектов, стимулирующих употребление лексики рекламы в разговорной речи [5, с. 10].

Следует подчеркнуть, что подвижность и открытость стилистических границ функционального стиля рекламы, обусловленные четкой дифференциацией и адресностью отправляемой информации различным целевым группам, с одной стороны, и множественностью и разнообразием рекламируемого продукта для массового потребителя, с другой стороны, способствуют проникновению лексики иных функциональных стилей в рекламу. Так, наши наблюдения за языковым материалом показывают, что в язык рекламы часто проникает терминологическая лексика разных областей науки, являющаяся принадлежностью научного стиля.

Рассмотрим несколько текстов по рекламе парфюмерии, взятых из каталога Орифлейм Косметикс, № 13 за 2012 год:

а) Мужская туалетная вода Eclat Sport – *гармония* морских, древесных и пикантных *нот* в духе спортивной элегантности;

б) Туалетная вода Fuse. Независимый и дерзкий характер аромата Fuse придает уверенность. Энергичный грейпфрут сливается с динамичным настроением кипариса и врывается *финальным аккордом* таинственных древесных *нот*;

в) Туалетная вода Deer Impact. Глубокие чувственные *ноты* раскрываются *гармонией* бергамота, мускуса, кардамона и бобов тонка, символизируя мужественность, волю и верность идеалам свободы;

г) Туалетные духи Volage – чувственная *композиция*, в сердце которой распускается бутон розы, обрамленный сиренью, ирисами и фиалками. Изысканности этому сочетанию добавляют *ноты* спелого персика и золотистого абрикоса, теплота сандала, амбры и мускуса;

д) Туалетная вода Miss O – цветочно-фруктовый вихрь в дерзком, юном и стильном аромате. Искристая смесь грейпфрута и бергамота растворяется в прозрачности цветов гелиотропа и сменяется чувственным *соло* восточного сандала.

В вышеприведенных текстах по рекламе парфюмерии, которые выполняют присущие им функции информирования и воздействия, употребляются следующие музыкальные термины: *гармония, нота, аккорд, композиция, соло*. Однако использованы они в переносных, образных значениях, в непривычном словесном окружении (чувственная *композиция*; *соло* восточного сандала; чувственные ноты; таинственные древесные ноты; *гармония* морских, древесных и пикантных нот и др.) в основном для повышения эмоциональности, образности и экспрессии, а также для усиления воздействия смысла текста на адресата.

Таким образом, можно сделать вывод, что в разных сферах функционирования (в художественном, публицистическом и рекламном текстах) термины могут использоваться как выразительное средство в следующих целях: 1) для реалистически точного описания обстановки, создания “научного или производственного колорита”; 2) как средство речевой характеристики лиц той или иной профессии; 3) для создания юмористического, иронического настроения или комического эффекта; 4) в речи автора в качестве средства стилизации; 5) как средство выразительности и экспрессии; 6) как средство усиления воздействия на адресата.

Перспективой дальнейшего исследования является изучение особенностей функционирования музыкальных терминов английского, французского, русского и украинского языков в различных функциональных стилях в сопоставительном аспекте.

#### Литература:

1. Боффи Г. Большая энциклопедия музыки: пер. с итал. / Гвидо Боффи. – М. : АСТ: Астрель, 2006. – 413 с.
2. Даниленко В. П. Лексико-семантические и грамматические особенности слов-терминов / В. П. Даниленко // Исследования по русской терминологии. – М. : Наука, 1971. – С.7-67.
3. Даниленко В. П. Русская терминология: Опыт лингвистического описания / В. П. Даниленко. – М. : Наука, 1977. – 246 с.
4. Жуков А.В. Лексико-фразеологический словарь русского языка: ок. 1500 фразеологических единиц / А. В. Жуков.– М. : Астрель: АСТ, 2007. – 603 с.
5. Каратаева Л. В. Сопоставительный анализ рекламной лексики в текстах русской и немецкой прессы (функционально-семантический и словообразовательный аспект): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01, 10.02.20 / Людмила Валентиновна Каратаева. – Майкоп, 2003. – 194 с.
6. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту: Навч. посіб. / І. М. Кочан. – 2-е вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2008. – 423 с.
7. Павлова О. І. Музична терміносистема англійської, французької, російської та української мов у сфері функціонування / О. І. Павлова // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”: Серія “Проблеми української термінології”. – Львів, 2009. – № 648. – С. 125-130.
8. Павлова О. І. Музична терміносистема англійської, французької, російської та української мов у сфері фіксації / О. І. Павлова // Культура народів Причорномор'я: Научний журнал. – Симферополь : Межвузовський центр “Крым”, 2009. – № 168. – Том 2. – С. 150-153.
9. Розенталь Д. А. Словарь-справочник лингвистических терминов / Д. А. Розенталь, М. А. Теленкова. – М. : Астрель : АСТ, 2001. – 624 с.
10. Яранцев Р. И. Русская фразеология: Словарь-справочник: ок. 1500 фразеологизмов / Р. И. Яранцев. – 4-е изд., стереотип.. – М. : Рус. яз. – Медиа, 2006. – 894 с.