

Клавдія Дегтярьова (Полтава)
НЕЗМІНЮВАНІ АД'ЕКТИВИ У МОВІ СУЧАСНИХ ЗМІ

У роботі розглядаються особливості функціонування незмінюваних ад'єктивів у мові сучасних ЗМІ, а саме у рекламних текстах. Робиться висновок про збільшення кількості незмінюваних ад'єктивів під впливом слідування мовленнєвій моді.

Ключові слова: незмінювані ад'єктиви, мова сучасних ЗМІ, слідування мовленнєвій моді,

Уживання мови у сфері масової комунікації багато в чому визначається мовною ситуацією сучасного суспільства, а мову ЗМІ сьогодні вважають однією з форм існування мови. Тому аналіз текстів ЗМІ дозволяє робити висновки щодо тенденцій у розвитку літературної мови, які спостерігаються на сьогодні, мовної компетенції мовців тощо. «Комунікація, яка здійснюється в конкретному (обмеженому) соціальному середовищі, безпосередньо залежить від вербально опосередкованої діяльності людини в певній соціальній галузі, тобто від дискурсу» [3, с. 518], а вибір того чи іншого мовного знака буде зумовлюватися розвитком самого дискурсу й активно діючою в ньому мовною особистістю. Саме тому вибір тих чи інших мовних одиниць у масмедійному дискурсі зумовлюється тенденціями розвитку мови, дозволяє говорити про особливості її використання у сучасному світі.

Однією з особливостей мови українських ЗМІ є уживання незмінюваних ад'єктивів – слів без морфологічної субституції з яскраво вираженою атрибутивною семантикою - назв кольорів, якостей тощо. Умовно серед них можна виділити дві групи - незмінювані ад'єктиви загальнономовного фонду та ті, що входять до складу різних терміносистем. Зважаючи на те, що мові ЗМІ на пострадянському просторі загалом властивий процес «демократизації і лібералізації» [4, с. 76], звернемо увагу передовсім на досліджувані лексеми загальнономовного фонду.

Незмінювані ад'єктиви загальнономовного фонду умовно можна віднести до таких груп:

1. Кольороназви: *беж / беж, бордо / бордо, індиго / індиго, маренго / маренго, тесака / масака, сомон / сомон, терракот / теракот, фрез / фрез, хаки / хаки, електрик / іжктрик* та ін.

2. Назви покроїв, фасонів, стилів одягу, способів обробки: *ажур / ажур, апаш / апаш, шансьєн / валансьєн, галифе / галіфе, годе / годе, гофре / гофре, гольф / гольф, декольте / декольте, демисезон / демісезон, драпри / драпри, каре / каре, клеш / кльош, макси / максі, міні/міні, піке / піке, пліссе / плісе, реглан / реглан, фантази / фантазі* та ін.

3. Ад'єктиви зі значенням «з такої тканини» (за аналогією *шовкова тканина, вовняна тканина*): *джерси / джерсі, піке / піке, букле / букле, гласе / гласе, ламе / ламе, філ-а-філ / філ-а-філ* та ін.

4. Назви видів кулінарної обробки: *ассорти / асорті, беже / беже, бруд / бруд, гляссе / глясе, кабул / кабул, майонез / майонез, мокко / мокко, соте / соте, суфле / суфле* та ін.

Існує значна кількість незмінюваних ад'єктивів, які через своє значення не можуть формувати багатокомпонентні тематичні групи, перш за все це лексеми з абстрактною, темпоральною і т.п. семантикою: *мінімум / мінімум, максимум / максимум, гала / гала, неглиже / негліже, люкс/люкс, подшефе / підшефе, рамоли / рамолі* та ін.

Тенденція до уживання цих слів, передовсім незмінюваних ад'єктивів, посилюється з кінця ХХ - початку ХХІ століття й широко представлена в мові українських та російських рекламних текстів, у теле- і радіопередачах: *екс-президент, вице-спікер, пресс-секретарь, бизнес-план, компакт-диск, гала-концерт; цвет металлик, цвет тгциан, цвет божоле* та ін.

Предметом нашої розвідки стали незмінювані ад'єктиви-кольороназви, які уживаються переважно в рекламних текстах. Матеріалом дослідження стали рекламні оголошення, опубліковані в газетах «Жовта газета» і «Харьковский курьер». До аналізу долучалися також

тексти інших видань. Зважаючи на те, що в зазначених виданнях друкуються рекламні оголошення українською і російською мовами, аналізувалися тексти обох мов.

Специфіка цих слів зумовлюється передовсім їх граматичною природою – маючи яскраву атрибутивну семантику, незмінювані ад'єктиви позбавлені властивих російським і українським прикметникам форм словозміни. Тому питання про частиномовний статус цих слів аж до сьогодні гостро дискутується в лінгвістичній літературі. Якщо одні вчені (В.В. Виноградов, М.В. Панов, О.О. Реформатський: О.О. Шахматов, Є.В. Клобуков, В.В. Грещук, А. Бадкер та інші) вважали за доцільне віднесення досліджуваних слів до розряду прикметників, то інші (О.І. Молотков, Т.М. Молошна, В.Н. Немченко, М.Ф. Лукін, Л.В. Кноріна та інші) ототожнювали їх з незмінюваними субстантивами.

Біля витоків вивчення незмінюваних ад'єктивів стояли О.О.Шахматов і О.О. Реформатський. Акад. О.О. Шахматов, указуючи на наявність у російській мові «невідмінюваних прикметників», проводив паралелі із давньоруською і церковнослов'янською мовами. Вперше були розглянуті теоретичні проблеми незмінюваних прикметників як аналітичних форм проф. О.О. Реформатським у статті «Упорядкування російського правопису». Він аналізував ці слова у зв'язку із збільшенням елементів аналітизму в російській мові. Пізніше були опубліковані статті Є.І. Мельникова і О.І.Молоткова, в яких відстоювалися діаметрально протилежні точки зору. О.І. Молотков в статті «Чи є в російській мові категорія незмінюваних прикметників?» заперечував наявність особливого розряду прикметників – незмінюваних. Він виходив з того, «що незмінювані прикметники не співвідносяться з категорією прикметників у російській мові. Самі по собі вони не позначають ознаки предмету, його якості, властивості, відношення до іншого предмету тощо; їх формально-граматичні ознаки – незмінюваність і синтаксична функція постпозитивного означення не є особливостями прикметників. За своєю лексико-граматичною характеристикою вони щонайближче стикаються з тими іменниками, які не мають форм відміни і які можуть уживатися в реченні в синтаксичній функції постпозитивного означення [6, с. 69]. Що стосується колористичних прикметників, то О.І. Молотков вважав їх «свого роду лексичними запозиченнями» заперечував наявність у них колористичного значення і [там же, с. 73]. Причина цього, на думку дослідника, криється перш за все в тому, що «в іншомовному слові, як правило, відсутнє значення назви кольору» [там же, с. 73]. Є.І.Мельников, проаналізувавши матеріали словників, дійшов висновку, що в російській мові існує група незмінюваних прикметників. Як відзначав дослідник, саме адекватність відмінюваних і невідмінюваних ад'єктивів дозволяє синтаксично поєднувати різні за своїм морфологічним оформленням одиниці: *цвет беж и зеленый, материя красная и электрик, русская и коми поэзия, специалист по китайскому и хинди языкам* тощо [5, с.107].

У лінгвістиці період 60-х - початку 70-х років ознаменувався появою низки робіт, в яких виявлявся значний інтерес до вивчення граматичного аналітизму. Насамперед це зауваження стосується колективної чотиритомної монографії «Русский язык и советское общество. Социолингвистическое исследование. Морфология и синтаксис современного русского языка», в якій М.В. Панов, керівник і редактор цього видання, узагальнив дві основні тенденції російської мови: розвиток аналітизму в царині граматики і розвиток аглютинації в царині словотвору. Незмінювані ад'єктиви, виходячи з цього, трактувалися як свідчення «посилення аналітизму в російській морфологічній системі». М.В.Панов розглядав їх як «новий граматичний клас», в який «стікаються різноманітні за походженням одиниці, іноді - з темним, химерним минулим» [7, с. 240].

Зазначимо, що в мовознавстві чекає ще на вирішення й питання про частиномовний статус незмінюваних прикметників, про що свідчать статті М.Ф.Лукіна, які з'явилися в 90-і роки, та деякі публікації останнього десятиліття. Ці дослідження свідчать про те, що в сучасній русистиці проблема частиномовного статусу вказаних слів залишилася до кінця не з'ясованою. Так, А. Бранднер [2] услід за авторами «Російської граматики» виходить з того, що до незмінюваних прикметників відносяться переважно запозичення з атрибутивним

значенням і займенникові прикметники *її*, *їх*. Ю.В. Рощина розмежує аналітичні прикметники, чи аналіти, і власне невідмінювані прикметники [8, с. 239].

Розбіжності в поглядах різних концепцій пояснюються, з одного боку, гетерогенністю підстав виділення частин мови й наявністю принципових розбіжностей у тлумаченні лінгвістичних положень – з іншої. Ми дотримуємося погляду, згідно з яким семантична структура досліджуваних слів з атрибутивним значенням дозволяє розглядати їх як прикметники, оскільки на денотативному рівні вони не відрізняються від звичайних прикметників.

Проведений аналіз засвідчив, що протягом останніх 10-15 років намітилася тенденція до розширення групи незмінюваних ад'єктивів, передовсім у номенклатурних назвах, представлених у текстах, які рекламують косметичні, парфумерні засоби, меблі, автомобілі тощо: *цвет божоле, тициан / колір божоле, тіціан* тощо. Розширення корпусу кольороназв шляхом ад'єктивації іменників зумовлюється тим, що колористичні прикметники не можуть передати усієї багаті палітри кольорів пропонованого асортименту парфумерних, косметичних засобів, товарів широкого вжитку, як-от меблів, автомобілів тощо. Крім того, рекламний товар виробники чи продавці хочуть подати як вишуканий, модний, престижний чи навіть елітний і тому шукають відповідних мовних засобів: *«В чем секрет притягательности женской улыбки? Похоже, наша питательная помада цвета божоле готова доверить эту тайну только Вам - яркие, сияющие насыщенным цветом губы. Наша помада имеет нежную текстуру, легко ложится и делает поверхность губ ровной и гладкой. Мы включили в ее состав натуральный воск, обогащенный масляными кислотами. Он улучшает структуру кожи губ, питает и разглаживает. Вы получаете потрясающий результат "в одно касание" - насыщенный чистый цвет с утонченным атласным блеском. Губы выглядят роскошно.»* («Харьковский курьер», реклама косметики «Мирра») та ін.

Виразної атрибутивної семантики та рис незмінюваності можуть набувати в рекламних текстах іменники: *цвет коралл, цвет слива, цвет баклажан, цвет махагон / колір корал, колір слива, колір баклажан, колір махагон* та ін. (про кольори губної помади та фарби для волосся); *цвет металлик, серебро, граффит, табак / колір металік, срібло, графіт* (кольори автомобілів), *цвет ольха, вишня, кальвадос, дуб, орех / колір вільха, вишня, кальвадос, дуб, горіх* та ін. (кольори меблів). Гадаємо, що йдеться саме про ад'єктивацію іменників, оскільки, аби це була конструкція S + S, то іменники б мали форму родового відмінка: *цвет балажана, сливы, граффита / колір баклажану, сливы, графіту* тощо.

У цих слів зберігаються риси незмінюваності, навіть якщо вони входять до складу розширеної назви: *автомобиль цвет золотой металлик, спелая вишня, синий перламутр, автомобиль кольору чорний металік, стигла вишня, синий перламутр, сирій графіт* та ін.: *Однажды ко мне пришла женщина, попросила подкрасить корни волос. Свой цвет у нее был божоле - оттенок каштанового. Она попросила корни прокрасить цветом табак - пепельным»* («Красота on line»).

Вважаємо, що незмінюваність новітніх субстантивованих ад'єктивів можна пояснити низкою причин. По-перше, російська мова має досить міцну традицію незмінювати неологізми-запозичення з атрибутивним значенням на початковому етапі входження у мову. Як зазначається у дослідженні Е. Біржакової, Л. Кутіної, Л. Войнової, «контексти XVIII ст. демонструють досить широке використання неадаптованих форм прикметників у західноєвропейському чи класичному (латинському) оформленні, в атрибутивній функції чи функції предиката. Це форми *женероз, капбель, комод, магнифик, комплект, конфини, аттик, дифирент, десперант, малконтент* та ін.» [1, с. 273]. Подібні форми були й залишаються стилістично маркованими, оскільки, починаючи з XVIII ст., вони, порівняно з власне російськими словами, набули рис престижності і стали ознакою освіченості тощо.

Неадаптовані форми, як правило, властиві запозиченням на початковому етапі проникнення у мову-реципієнт і характеризуються максимальною семантичною й стилістичною виділеністю, оскільки ще семантично пов'язані з мовою-джерелом і не

вступили в лексико-семантичні відношення зі словами мови-реципієнта, що виявляється у невідповідності їх семантики російській чи українській дійсності.

Зважаючи на те, що серед основних рис, властивих мові сучасних ЗМІ, відзначають «слідування мовленнєвій моді» [3, с. 518], незмінюваність ад'єктивованих іменників можна і пояснити саме цим. Про вплив саме чинників моди свідчить і той факт, що в мові рекламних текстів 90-х рр. минулого століття нами були зафіксовані такі незмінювані кольороназви: *цвет валентино, сафари, коррида / колір валентино, сафарі, корида*, яких у рекламних текстах останніх п'яти років вже не зустрічається (як бачимо, навіть у мові мода досить мінлива).

Таким чином, попри нечисленність і певну семантичну обмеженість, незмінювані ад'єктиви порівняно активно уживаються в рекламних текстах, виступаючи певними знаками престижності, елітності й вишуканості. Можемо говорити про розширення корпусу незмінюваних ад'єктивів-кольороназв за рахунок ад'єктивації іменників, проте слід наголосити на певній мінливості корпусу цих слів, що зумовлюється впливом мовленнєвої моди. Дією саме цього чинника, а не тенденцією до аналітизму, можна пояснити включення до корпусу незмінюваних ад'єктивів-кольороназв ад'єктивованих іменників, у тому числі й слов'янського походження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Биржакова Л.Э., Кутина Л.А., Войнова Л.Л. Очерки по исторической лексикологии русского языка XVIII века. Языковые контакты и заимствования. - Л., 1972.
2. Бранднер А. Нулевой тип адъективного склонения прилагательных в современном русском языке // [http://publib.upol.cz/~obd/fulltext/Rossica% 20XL / ross 40-29.pdf](http://publib.upol.cz/~obd/fulltext/Rossica%20XL/ross40-29.pdf)
3. Володина М.И. Язык СМИ как отражение языковой действительности // III Международный конгресс исследователей русского языка "Русский язык: исторические судьбы и современность": Сборник тезисов, М., 2007. - С. 517-518.
4. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. - М., 1999.
5. Мельников Е.И. Неизменяемые прилагательные в русском языке // *Slavia*.-1954.-роsp. XXIII.ses.4.
6. Молотков А.И. Есть ли в русском языке категория неизменяемых прилагательных? // *Вопр. языкознания*. - 1960.-№ 6 - С.68-73.

7. Панов М.В. Об аналитических прилагательных //Фонетика. Фонология. Грамматика (К 70-летию А.А.Реформатского) - М.гНаука, 1971.- С. 240-253.

8. Рощина Ю.В. Закономерности функционирования различных типов аналитических прилагательных в современном русском языке // II Международный конгресс исследователей русского языка "Русский язык: исторические судьбы и современность": Сборник тезисов. - М., 2004. - С. 239 - 240.