

языке» и, следовательно, *становится одним из основных средств интеграции городских сообществ в коммуникативное пространство города.*

Библиографические ссылки

1. Сойя Э. Как писать о городе с точки зрения пространства // Логос. 2008. № 3. С. 130–140.
2. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. № 3–4 (34). С. 23–34.

СИСТЕМНОСТЬ ТЕРМИНОЛОГИИ ИМИДЖЕЛОГИИ

Ю. Н. Лукьянюк

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
lukianqk@mail.ru*

Работа посвящена исследованию системы организованности терминов имиджологии русского языка. С точки зрения внутренней структуры, данная терминология системна в плане содержания и частично – в плане выражения.

Ключевые слова: системность; терминология имиджологии; терминологическая единица; термин; системность терминологии.

CONSISTENCY OF THE TERMINOLOGY IN IMAGEOLOGY

Y. N. Lukyanuk

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: Yu. N. Lukyanuk (lukianqk@mail.ru)*

The work is devoted to the study of the system of organization of the terms of the imageology of the Russian language. From the point of view of the internal structure, this terminology is systemic in terms of content and partially in terms of expression.

Key words: consistency; terminology of imageology; terminological unit; term; consistency of terminology.

Современная лингвистика рассматривает язык как единую знаковую систему. Под системой понимается совокупность взаимосвязанных или определенным образом упорядоченных элементов, которые образуют некое единство. Важнейшей составляющей системы является структура, что образует собой совокупность устойчивых взаимодействий между элементами системы или способ упорядочения элементов в системе [1, с. 227].

Используют системный подход и при изучении терминологии. Специальная лексика – это «поле», пласт в общей системе лексического состава языка. Границы данного поля не могут быть статичными. Понятие «терминологическое поле» было введено А. А. Реформатским. «Только в пределах лексического поля слово может получать свою значимость. Ни в коем случае его нельзя сравнивать с понятием контекста. Контекст – это область употребления слова, речи, а поле – сфера его существования в системе языка» [2, с. 151]. Итак, терминология – это «поле» того или иного термина. «Упорядоченная терминология должна иметь двустороннее соотношение: если знаешь термин, знаешь место в системе; если знаешь место в системе, знаешь термин» [2, с. 151].

Терминология является системой. Она обладает необходимыми системными признаками:

- 1) целостностью, так как охватывает всю совокупность понятий;
- 2) структурностью, поскольку имеет иерархическую структуру;
- 3) связностью, так как отражает логические связи между элементами системы понятий.

Связность наглядно представлена в родовидовых отношениях, в отношениях антонимии и градации, в отношениях целого и части, а также в гнездовом терминообразовании. Термин не может существовать сам по себе, без взаимосвязи с другими терминами в данной терминосистеме. Поэтому нельзя выключить или включить в нее какую-либо часть, не вызвав перегруппировки терминологических единиц.

Поскольку системность проявляется в классификационных рядах, группах, микрогруппах отдельных терминов, в их структурной аналогии, то, для того чтобы выяснить, насколько в данной терминологии проявляется системность, обратимся к некоторым терминам, входящим в те или иные терминологические классификационные микрогруппы, в пределах которых термины делимитируют друг друга и выводят свое понятийное содержание из микрогруппы как своеобразного целого.

Проанализируем микрогруппу терминов имиджологии, которые обозначают ‘представление о облике, образе’:

«*Имидж* – представление о чьем-н. внутреннем облике, образе» [3].

«*Вербальный имидж* – впечатление о человеке или компании, сформированное в процессе речевого общения, устного или письменного» [4].

«*Внутренний имидж* представляет собой восприятие и психологическое отношение к компании сотрудников, менеджеров, собственников, составляющих внутреннюю среду компании» [там же].

«*Габитарный имидж* – совокупность внешних характеристик, формирующих основное впечатление о человеке. При его формировании необходимы: учет особенностей внешности человека, его телосложения, конституции, осанки, наружного вида, его лица, одежды, прически, тела, походки» [там же].

«*Желаемый имидж* отражает то, к чему стремится субъект. Он особенно важен для создаваемых структур. О них еще никому ничего неизвестно, поэтому именно этот желаемый имидж и может выступать в виде единственного возможного» [там же].

«*Зеркальный имидж* – это имидж, свойственный представлению человека о себе. Человек как бы смотрится в зеркало и рассуждает, каков он. Обычно этот вариант имиджа более положителен, ибо психологически любой человек всегда выдвигает на первое место позитив» [там же].

«*Удачный имидж* – это способность внушить окружающим, что носитель этого имиджа является воплощением в себе тех идеальных качеств, которые они хотели бы иметь, если бы были на месте этого человека» [там же].

Мы видим, что понятийное содержание каждого из терминов отображается в соответствующей дефиниции. Из данных дефиниций следует: взаимосвязь терминов *имидж*, *вербальный имидж*, *внутренний имидж*, *габитарный имидж*, *желаемый имидж*, *зеркальный имидж*, *удачный имидж* в том, что они называют ‘мысленный образ [representation]; представление; идею; понятие’. Это является интегральным признаком, который объединяет вышеупомянутые термины в одну микрогруппу. Благодаря же дифференциальным признакам мы отличаем каждое отдельное понятие от других в данной микрогруппе. Так, *вербальный имидж* считает главным представление, сформированное в процессе речевого общения; для *внутреннего имиджа* главное – представление восприятия и психологического отношения внутри компании и т. д. Та-

ким образом, можно сказать, что терминологические единицы данной микрогруппы в плане содержания являются системными. Классификационные микрогруппы, в пределах которых термины делимитируют друг друга и выводят свое понятийное содержание из микрогруппы мы будем рассматривать как единое целое.

Теперь рассмотрим эти термины в плане выражения: имидж; вербальный имидж; внутренний имидж; габитарный имидж; желаемый имидж; зеркальный имидж; удачный имидж.

Как видим, все термины имеют однотипную структуру: это двусловные термины-словосочетания, значения которых обусловлены общим терминологическим значением составного наименования. Они сконструированы по одной модели Adj ← S, компоненты связаны гипотаксичной связью согласования. Однотипность структуры терминов дает основания утверждать, что они являются системными и в плане выражения.

Очевидно, что однотипность структуры свойственна только некоторым терминам, и это дает основания считать, что термины микрогруппы со значением 'представление о облике, образе' лишь частично системные в плане выражения.

Проиллюстрированы только некоторые примеры, которые показывают, что для терминологии имиджелогии системность характерна в плане содержания. Системность же структурного выражения в большинстве случаев проявляется частично.

Библиографические ссылки

1. *Плотнікаў Б. А.* Агульнае мовазнаўства. Мінск: Універсітэцкае, 1994. 350 с.
2. *Реформатский А. А.* Введение в языковедение: уч. для студ. филол. фак-т. 4-е, испр. и доп. М.: Просвящение, 1967. 544 с.
3. *Ожегов С. И.* Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: <https://slovarozhegova.ru> (дата обращения: 10.09.2021).
4. Словарь по имиджелогии / Сост. Т. Бустров [Электронный ресурс]. URL: http://taby27.ru/studentam_aspirantam/image_wse/image_glossary.html (дата обращения: 10.09.2021).