

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ В СОЦИАЛЬНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ СМИ УКРАИНЫ)

Специфическими приметами любых терминов (в их строго научном понимании) являются связь с конкретным понятием, однозначность, экспрессивная нейтральность, определенная сфера употребления. В исследованиях многих ученых наметился подход к пониманию термина как ментальной структуры. В термине заложено наше представление о мире, внутренняя репрезентация знаний человека о действительности. Не все признаки идеального термина одинаково проявляют себя в разных терминосистемах. Так, при-

знаки однозначность, отсутствие эмоционально-экспрессивной окраски в социальном термине не всегда имеют свое последовательное отражение. Известно, что социальные термины, называя и характеризуя общественные отношения людей в современном социуме, репрезентируют социальную картину мира, выступая яркими специфическими знаками, символами этой картины, социальными маркерами эпохи.

В современной публицистике, отражающей бурные события в общественной жизни разных стран, социальные термины выступают не только средством информации и коммуникации в обществе, но и средством отражения языковой ментальности представителей многоязычного социума. Мобильные средства массовой информации должны отличаться общепонятностью и общедоступностью своего лексикона, чтобы быть средством консолидации общества. На наш взгляд, частично этим можно объяснить тот факт, что во многих газетных публикациях появляются слова, называющие реалии обыденной жизни, бытовые реалии или реалии, ушедшие из жизни данного социума, названия которых в современном контексте звучат эмоционально-экспрессивно (*застой, гонка, спрос, корзина* – укр. *кошик* – *споживчий кошик, рада* – *Верховна рада, ОДА* – *обласна державна рада, вартість* – *стоимость, прибуток* – *прибыль* и другие). Такие слова, попадая в определенный, социально значимый контекст, остаются доступными для понимания даже в роли социальных терминов. Этот их признак, безусловно, скорее всего можно назвать функциональным признаком, что делает их потенциально новыми социальными терминами. Высокий уровень развития современного социума способствует развитию, совершенствованию, пополнению и дифференциации терминологического фонда языков.

Особые условия для функционирования таких специальных лексических средств, как терминология, складываются в русскоязычных СМИ в Украине. На формирование и функционирование национальной терминологии оказывает влияние сложившаяся в Украине языковая ситуация. Стремление создать национальную терминологию приводит в отдельных случаях к расшатыванию стилистических, фонетических и грамматических норм. Навязывание обществу своих узорегиональных интересов в сфере формирования терминологии не способствует тому, чтобы термин приобрел национальный облик. Так, произношение и написание *магнет, хемія, сотник* вместо *магнит, химия, капитан* не вызывает позитивной реакции со стороны членов современного социума. Такая специфическая терминология, как социальная, в основном своем составе сформировалась как интернациональная. Однако и она допускает в своем составе множество национально-культурных компонентов, отражающих особенности развития данного социума, взаимоотношений между представителями социума.

Говоря о национально-культурном облике современных терминов, на наш взгляд, надо иметь в виду следующие особенности ее формирования.

1) Наименования, в состав которых свободно вводятся слова украинского языка: *Верховная Рада, Народный Рух, революция на майдане, помаранчевая революция* и др. Введение в русскоязычный текст СМИ украинских слов, называющих реалии сегодняшней жизни страны, безусловно, оправдано ситуацией и стремлением авторов донести до читателей истинный смысл происходящего, сделать текст коммуникабельно воспринимаемым всеми членами социума.

2) Формирование терминов и терминов-словосочетаний, в которых одним из компонентов является слово, указывающее на географическую, социальную, партийную, психологическую, экономическую отнесённость названного понятия к реалиям данной страны: *украинский рынок, выборы по-украински, «нашеукраинцы», донецкие* (и др.), *регионалы, фракция БЮТ, «бютовцы», «майдановцы», «антимайдановцы», «нашисты», «кучмисты», «оранжевые», «бело-голубые»*... В таких образованиях наиболее отчетливо просматривается национально-культурная информация, так как они в большей степени презентуют национально-культурный компонент, чем строго научные общеизвестные или официальные термины, не допускающие в большинстве случаев, как это принято понимать в терминологии, коннотативных вариантов, яркой эмоционально-экспрессивной окраски.

Активно вовлекая в тексты современных СМИ терминологию, в которой отражается и закрепляется ментальный и социально-исторический опыт общества, авторы статей тем самым способствуют не только правильному и глубокому осмыслению политических реалий данной страны, но и делают ее (терминологию) неотъемлемой частью, динамично развивающейся частью словарного запаса современного члена социума, расширяя, обогащая и усложняя коммуникативный процесс. В национальном языковом сознании представителей определенного социума отдается предпочтение закрепившимся формам языковых социальных концептов, однако факты активных исследований языка СМИ показывают, что в речевой практике коммуникантов современного социума наблюдается влияние разговорной языковой стихии, увеличивается стилевая дифференциация, тексты СМИ имеют четкую прагматическую направленность, ярко выражена оценочная позиция авторов, стремящихся придать разнообразным языковым средствам коммуникативную целесообразность и ввести их в лингвокогнитивное пространство носителей языка. Поэтому, на наш взгляд, недостаточно говорить только об отдельных вкраплениях украинских слов в русскоязычный текст, чтобы отметить его национально-культурную информативность. Речь должна идти о когнитивной компетентности носителей языка, находящихся под влиянием двух языковых стихий – русской и украинской, а также о динамических процессах, происходящих в лексической системе двух родственных языков и о влиянии на эти процессы экстралингвистических факторов, своеобразных в наших многонациональных социумах. Тексты СМИ рассчитаны на читателей с разным уровнем образования, с разными интересами, со своеобразным

восприятием действительности. Становится явным тот факт, что тексты СМИ должны быть массово-коммуникативными. Этим объясняется их книжность и разговорность, массмедийность, общедоступность, которая создается всем лексико-фразеологическим богатством языка, включая и специальную терминологию с ее национально-культурными особенностями, что оправдывается целями и формами коммуникации в современном социуме.