

взгляд. Самым эффективным видом является наружная реклама. Наружная реклама – это самый эффективный, быстрый и массовый способ заявить о себе, о своем продукте или услуге. Ее постоянно видит каждый житель любого города. Она или заставляет зайти к вам, или, наоборот, уйти к вашим конкурентам. Это очень чувствительный инструмент. Которым надо уметь пользоваться.

Исторически сложилось так, что наружная реклама появилась на досках объявлений. Желавшие рекламировать свою продукцию арендовали места на досках, заполняя все больше свободного места. Сначала наружная реклама появилась в Америке, а немного позже – в Советском Союзе. В странах нынешнего СНГ появились первые щиты или билборды, с рекламой на плакатах, основой которых, является широкоформатная печать. Как правило, щиты размещаются на трассах и магистралях. Сейчас наружная реклама охватывает стены, крыши и фонарные столбы, а также тумбы, остановки и рыночные входы. Безусловно, наружная реклама имеет многочисленные преимущества, которые связаны с охватом, частотностью, гибкостью, воздействием. Все это соотносится с уровнем затрат.

Обширный охват может быть достигнут практически за сутки именно благодаря наружной рекламе. Зачастую, за основную единицу сбыта принимается 100 пунктов совокупного рейтинга в день или сто демонстраций. Один пункт равен одному проценту потребителей. В таком случае, если установить сто рекламных щитов, то о рекламе узнают сто процентов потребителей. Однако это зависит от масштабов местности. Исходя из этих расчетов, можно подсчитать, насколько выгодна наружная реклама.

Кроме того, при выборе производителем наружной рекламы обеспечивается высокая частотность. По подсчетам одной рекламной статистической компании, девять из десяти человек, при условии насыщенности в сто пунктов рейтинга, видят рекламу 29 раз за месячный промежуток времени. Аудитория с высшим образованием и высоким доходом обращает внимание на рекламу еще чаще. Гибкость – рекламы, практически основное ее достоинство. Заказчик может приобрести рекламу в любом месте, в национальном, региональном или местном масштабе. А при обдуманном размещении стендовая реклама станет очень результативной для определённого круга людей. Это зависит от национальности, профессиональной принадлежности, возраста или интересов. Приятно, что наружная реклама, при массе достоинств, имеет относительно невысокую стоимость. Понятие «демонстрация» определяет количество щитов, задействованных за конкретный период. Так, например, сто пунктов совокупного рейтинга за день реклама может принести, если она стала объектом внимания одного миллиона человек сто тысяч раз.

Итак, масштаб воздействия действительно велик и при малых затратах рекламодатель может довести рейтинг до высокого уровня и добиться большого спроса на тот или иной товар. Помимо этого, дополнительные методы в виде света, анимаций и ярких красок добавляют зрелищности.

Маркетинговая роль наружной рекламы просто огромна. Если разместить элементы наружной рекламы (билборды, перетяжки, ситилайты, плазменные панели) в местах большого скопления людей, то отдача от такой рекламы может быть весьма чувствительна. И хотя многие ошибочно полагают, что любая наружная реклама, в том числе и расклейка объявлений, афиш, плакатов, стикеров и раздача листовок интересны только самому рекламодателю, так

как позволяют максимально быстро «достучаться» до потребителя, – на самом деле, это не так. Потребитель тоже выигрывает от наружной рекламы, как от эмоционального источника полезной информации.

Список литературы

1. Устин В.Б. Искусство наружной рекламы. – М., 2009.
2. Бердышев С.Н. Эффективная наружная реклама. – М., 2010.
3. www.smi2.ru.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРНОГО ТЕКСТА: ИНДИВИДУАЛЬНО-АВТОРСКИЕ СЛОВОУПОТРЕБЛЕНИЯ И ИХ ЭКСПРЕССИВНО-ОБРАЗНАЯ РОЛЬ В РОМАНЕ М.А. БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА»

Лазарева Л.М.

Астраханский государственный университет, Астрахань, e-mail: lazareva_1972@mail.ru

Роман М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита» – одно из программных произведений русской литературы, изучаемых в средней школе. Он привлек к себе и читательский, и литературоведческий интерес. Что же касается языковеда, то в этой блистательной книге он найдёт богатую кладовую словесных средств создания образов персонажей.

В современной лингвистике являются проблематичными вопросы соотношения узуальных слов и неологизмов, окказиональных и потенциальных слов к явлениям языка или речи, а также определения критериев их различия и выявления специфических условий функционирования (работы А.Г. Лыкова, Е.А. Земской и др.). Дискуссионность названных проблем не снимает с повестки дня проблему исследования специфики функционирования узуальных слов в окказиональных условиях контекста.

В результате анализа лексики булгаковского романа выявлен ряд случаев окказионального употребления узуальных прилагательных в несвойственном им значении и функции существительных (14 единиц в 254 употреблениях). С одной стороны – персонажи, носящие весьма выразительные фамилии (Сладкий, Бенгальский, Римский, Бездомный (псевдоним), Римская, Босой), а с другой – персонажи, имеющие, кроме фамилий, вторичные наименования-характеристики с особым коммуникативным содержанием (Коровьев – клетчатый, Сиреневый, Длинный, Козлоногий, Маленький). К третьей группе относятся слова-названия места действия 9 Бассейная, Рыбный и др.). Возможность альтернативного употребления субстантивированных имен-названий имеет смысловую мотивацию, экспрессию, логику и является характерной чертой булгаковского стиля. И те, и другие собственные имена стали носителями авторских идей и оценок.

Этот факт обусловлен не только богатыми возможностями языковой системы, но и особенностями самого художественного произведения, в котором фантастика сочетается с философско-библейскими мотивами и с реальным изображением жизни, в которой всё – театр.

Из системных свойств, присущих слову при индивидуально-авторском употреблении, прежде всего, модифицируются его семантические признаки. В романе «Мастер и Маргарита» они реализуются и как имена прилагательные с зафиксированными словарными значениями (сиреневый костюм, клетчатый пиджачок), и как имена существительные, то есть в необычном для языка употреблении, не зафиксированном словарями (сиреневый вскричал, длинный задребезжал, клетчатый отрекомендовался), создающем образное (художественное) представление

о персонаже и обозначающем не признак, а лицо по внешним или внутренним качествам.

Динамика, фантастика, юмор посредством слов-характеристик обретают в романе тот синтез, который называется искусством, волшебством. Булгаковское употребление в несвойственных им функциях позволяет наглядно представить образ того или иного героя и проследить специфику языкового творчества самого автора. Осваивая общепринятое языковое наследие, «каждый талантливый писатель выступает и как новатор, прокладывающий новые пути развития художественной литературы и существенно обогащающий национальную культуру образного слова» (А.И. Ефимов). Анализ словесной канвы художественного произведения в школе дает возможность увидеть слово в динамике его развития и модификации и подтверждает мнение академика В.В. Виноградова о том, что «в индивидуальном стиле великого писателя ...полнее, разнообразнее и ярче проявляется общий стиль и дух литературного языка».

При изучении романа учащимся могут быть предложены задания проблемного характера. Например: «Функционирование слова «сиреневый» в романе «Мастер и Маргарита». Происхождение, значение слова и связь с проблематикой произведения». В ходе подготовки этой работы учащиеся обращаются к разным видам словарей: толковому, словообразовательному, этимологическому. Ученики отмечают, что факт функционирования слова «сиреневый» в значении и функции имени существительного, служащего для обозначения лица, очень интересен: «Сиреневый, провалившись в кадку, на чистом русском языке, без признаков какого-либо акцента, вскричал» [1, с. 283]. Однако «Словарём русского языка» [4] слово «сиреневый» зафиксировано только как имя прилагательное и является многозначным:

1. Прил. к сирень. В сиреновом душистом кусте перепрыгивали и стряхивались какие-то птички. Л.Толстой. Два гусара. 2. Бледно-лиловый, цвета сирени. Дядя Терентий оделся в сиреневую рубашку. М. Горький. Трое.

В романе М. Булгакова данная языковая единица реализуется, во-первых, как имя прилагательное, во втором значении: «бледно-лиловый, цвета сирени»: «...он, видите ли, в парадном сиреновом костюме, от лососины весь распух...» [1, с. 282]; «Низенький, совершенно квадратный человек... в сиреновом пальто и лайковых рыжих перчатках стоял у прилавка...» [1, с. 280]. Группа учащихся, которая работала с морфологической характеристикой слова «сиреневый», пришла к следующим выводам. В приведённых примерах прилагательное «сиреневый» является качественным, обозначает признак предмета по цвету, определяет нарицательное существительное, являющееся обозначением предмета: костюм, пальто, – согласуясь с этими словами в формах рода, числа, падежа. Эти формы – свидетельство узального употребления слова. Во-вторых, в окказиональном употреблении слово сиреневый реализуется как имя прилагательное с качественным значением характеристики лица по одному из его внешних признаков – цвету одежды, например: «Сиреневый иностранец повернулся к грабителям» [1, с. 280]; «В лице сиреневого джентльмена чего-то не хватает, по-моему» [1, с. 280]. В этих предложениях главным словом к слову сиреневый является существительное, обозначающее лицо: джентльмен, покупатель, толстяк, иностранец, с которым это прилагательное также согласуется в формах рода, числа и падежа. Естественно, что в толковых словарях современного русского языка не отражается факт зависимости прилагатель-

ного сиреневый от одушевлённого имени существительного. Эта языковая особенность характерна для стиля автора. Поскольку оказалась сравнительно частотной на страницах романа при характеристике одного лишь персонажа.

В-третьих, М. Булгаков использует слово сиреневый для обозначения лица: «...и тут же обнаружилось, что Бегемот не прав: у сиреневого не хватало чего-то в лице, а наоборот, скорее было лишнее» [1, с. 281]; «Сиреневый, провалившись в кадку, на чистом русском языке... вскричал» [1, с. 282]. При окказиональном употреблении слово теряет такие признаки имени прилагательного, как категориальное значение признака, групповое значение «качественного признака предмета по цвету», многозначность как своё семантическое свойство, модифицирует свои грамматические признаки, и вполне закономерно приобретает этим словом новых, качественно иных системных признаков: категориального значения предметности, группового значения «названия лица по особенностям его одежды», одного единственного лексического значения: «тот, кто имеет костюм сиреневого цвета». Оно не может иметь синонимов «лиловый», «бледно-лиловый», характерных для имени прилагательного. Следовательно, оно сохраняет лишь самый общий признак, не представляющий ядра значения, а все другие семантические и грамматические признаки или утрачиваются, или модифицируются.

Приведённые выше примеры подтверждают факт индивидуально-авторского словоупотребления в канве художественного произведения. Окказиональность рассматриваемых лексем обусловлена рождением метафорически или метонимически образного значения в индивидуально-авторском контексте, в котором слова насыщаются разнообразными смысловыми значениями. Благодаря этому художественному приему, усиливается образное впечатление от сюжета, обнаруживается категориальный сдвиг, лежащий в основе семантики анализируемых лексем.

В индивидуальном стиле писателя находит своё отражение тенденция языка к саморазвитию, к семантическому обогащению. Язык как динамическая сущность любого художественного полотна состоит из индивидуальных и неповторимых творческих действий.

Список литературы

1. Булгаков М.А. Мастер и Маргарита. – Элиста, 1989.
2. Виноградов В.В. Русский язык. Грамматическое учение о слове. – М.: Высшая школа, 1972.
3. Гольцова Н.Г. Окказиональность слова и окказиональность фразеологизма // РЯШ. – 1993. – № 3. – С. 81–86.
4. Словарь русского языка. – Т. 1–4. – М.: Русский язык, 1981–1984.
5. Тихонов Н.А. Словообразовательный словарь русского литературного языка. – Т.1–2. – М.: Астрель; АСТ, 2003.

ВАРИАНТЫ ЦЕЛЕВЫХ СТРУКТУР В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Мельникова Е.В.

Марийский государственный университет, Йошкар-Ола,
e-mail: Catharine1@yandex.ru

На любом этапе развития язык отражает динамику функционирования составляющих его подсистем, находящихся под влиянием как внутриязыковых, так и экстралингвистических факторов. Каждая из подсистем языка обнаруживает свои отличительные характеристики, сохраняя при этом универсальные, инвариантные черты, присущие языковой системе в целом. Именно это служит основой системной вариативности, так как «инвариант» существует лишь постольку, поскольку существуют его манифестации.