

ОККАЗИОНАЛИЗМЫ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ЭКСПРЕССИИ В СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

Е. Н. Горегляд, О. Н. Кулиева

Объектом описания в данной статье являются окказионализмы как яркое средство достижения экспрессивности текста. Анализируется их семантика, ситуативная обусловленность, способы и приемы образования, особенности функционирования в публицистических текстах.

Ключевые слова: окказионализмы, экспрессивность текста, окказиональная экспрессия, семантика, стилистическая маркированность

Об'єктом опису у даній статті є окказіоналізми як яскравий засіб досягнення експресивності тексту. Анализується їхня семантика, ситуативна обумовленість, способи і прийоми утворення, особливості функціонування у публіцистичних текстах.

Ключові слова: окказіоналізми, експресивність тексту, окказіональна експресія, семантика, стилістична маркированість

The object of description in the given article is occasionally-coined words as a bright means of the achievement of the text expressiveness. Their semantics, situational conditionality, ways and modes of foundation, peculiarities of functioning in publicistic texts are analyzed.

Key words: occasionally-coined words, text expressiveness, stylistic coloring, semantics, expression of occasionally-coined words

В последнее время волна окказионализмов буквально захлестнула нашу печать. Их количество на страницах газет растет день ото дня. Вероятно, такой стремительный рост индивидуально-авторских слов (так еще иногда называют окказиональные образования) можно объяснить как возникшей социальной потребностью неординарного именованья всего нового, так и внутриязыковыми факторами – тенденцией к экономии, унификации языковых средств, использованию номинаций с разной внутренней формой и этимологией. Но основной причиной популярности окказионализмов является, пожалуй, стремление достичь максимальной эмоционально-экспрессивной и стилистической выразительности звучащего и печатного слова.

Актуальность. В последние годы с расширением прав и свобод граждан (зачастую понимающих свободу как вседозволенность) трансформировались многие общепринятые нормы и ценностные ориентации, утвердившиеся в советские времена и казавшиеся незыблемыми. Изменения в общественно-политической, культурной, образовательной сферах жизни, неприятие всего того, что связано с советским строем, вызывает у носителей языка желание отойти от старых канонов, заменить их чем-то новым, причем это новое должно быть оригинальным, ярким и остроумным. С другой стороны, объективно сложившаяся в сфере коммуникации обстановка требует от ее служителей бороться за своего слушателя, зрителя, читателя. Журналисты используют различные методы и приемы, чтобы удержать читателя, быть с ним на «ты» (особенно это заметно в молодежных изданиях, передачах). Стремясь внести в текст свежую струю, привлечь собеседника, журналисты часто употребляют в том числе и окказиональные образования, зачастую нарушая при этом общепринятые языковые нормы.

Наплыв окказионализмов в современной публицистике обусловлен также стремлением сделать ее более доступной для массового читателя. Вследствие этого на страницах печати отмечается увеличение числа элементов разговорной речи, которая в последнее время пополнилась огромным количеством жаргонных и обсценных элементов. Широкое использование авторских неологизмов объясняется еще и тем, что в современном обществе появились «люди без глубоких и чистых корней», которые «образуют замкнутую псевдоэлиту, достаточно богатую и властную, чтобы небезуспешно, несмотря на широкое противодействие здоровой части общества, распространять свои корпоративные вкусы» [1, с. 47]. Возросший интерес публицистов к окказионализмам можно также объяснить и тем, что такие новообразования разрушают стереотипы восприятия, будучи неординарными структурно и необычными семантически.

Цель. Они позволяют более точно выразить мысли и чувства, дать меткую оценку происходящему, усилить эмоционально-экспрессивную выразительность речи, а также позволяют экономить языковые средства.

В условиях социально-политических изменений, происходящих в нашем обществе с развитием демократизации, ростом политизации, с принятием закона о печати и СМИ и в связи с отменой официальной цензуры, органы печати становятся непосредственным проводником самих процессов демократизации. Свобода слова проявляется и в стремлении журналистов к самовыражению, что обнаруживается, в частности, в употреблении заметных и ярких слов в окружении «немаркированных окказиональностью» слов-собратьев.

Несомненно, публицистические тексты должны привлекать внимание читателей. Поэтому журналисты стремятся использовать всевозможные языковые и внеязыковые средства, обладающие ярко выраженной экспрессией. А наиболее экспрессивно будет то, что нарушает привычные нормы (словопроизводства,

стилистики, лексической сочетаемости, композиционного построения и т.д.) и поэтому обращает на себя внимание. Попросту говоря, для автора статьи экспрессивно то, что необычно. Среди внеязыковых средств создания экспрессивного эффекта – употребление кавычек, различные подчеркивания, особый шрифт, иллюстрации, фотоснимки и др.

Окказионализмы – одно из языковых средств достижения экспрессивности в периодической печати, поскольку они непосредственно предназначены для того, чтобы сильнее воздействовать на читателя. Сознательное использование автором им самим придуманных слов всегда «содержательно, эстетически значимо и экспрессивно» [5, с. 56].

В основе окказиональной экспрессии лежит несоответствие новообразования принятым в языке стандартам – наиболее регулярным, закрепившимся моделям. Это несоответствие не является ошибкой, поскольку появление любого неологизма, в том числе и индивидуально-авторского, должно быть оправдано либо потребностью назвать новое, либо определенными стилистическими задачами. По словам В.А. Жуковского, «слово не есть наша произвольная выдумка: всякое слово... есть событие в области мысли».

Окказионализмы ситуативны. Новообразования, создаваемые публицистами с определенными стилистическими целями, вне «родного» словесного окружения теряют свою выразительность и могут быть даже непонятны: *свежевставленный, обтэфиться, жабинг, лемешистка, ОРЗительный, поездатый, спёрбанк, чтоизволизм* и многие другие.

Окказиональное образование порой возникает в результате замены одного или нескольких компонентов фонетической структуры слова. Иногда такое изменение сопровождается метатезой согласных звуков. Созданные таким образом окказионализмы достаточно широко представлены в печати:

аристобратия (ср. *аристократия*), *сантимэтр* (ср. *сантиметр*),
натюрморд (ср. *натюрморт*), *кока-кома* (ср. *кока-кола*), *ЛиФория* (ср. *эйфория*),
бандидат (ср. *кандидат*), *кинонизация* (ср. *канонизация*),
думацкий (ср. *дурацкий*), *сексплуатация* (ср. *эксплуатация*) и др.

В отдельных случаях трансформируется часть слова-композиата. Так, из *агропромышленный* получилось *виагропромышленный*, из *братоубийственный* – *братваубийственный*.

Журналистами нередко используется прием эпентезы: *аифоризм* (ср. *афоризм*), *адегноид* (ср. *аденоид*), а также эпентезы в сочетании с меной фонемы: *салаткоежка* (ср. *сладкоежка*) и – редко – диерезы: *тварищ* (ср. *товарищ*).

Окказионализмы образуются не только на основе звуковых аналогий, но и на базе существующих словообразовательных моделей. Так, на базе общеупотребительных слов при помощи продуктивных словообразовательных моделей были созданы следующие окказионализмы: *недовотум, путинец, разусыновитель, ясельник, прав, урыдаться, книгоплюшкин, кинобабушка, порнovieйна* и др.

Замена корневой или аффиксальной морфемы приводит к поморфемному восприятию окказионального слова. К числу таких новообразований можно отнести окказионализмы с аффиксоидами *теле-* (*телеперсона, телезаготовка*), *лже-* (*лжедубленка, лже-Хрюша*), *секс-* (*секс-парад, секс-тур*),

-фобия (*контролерофобия, исламофобия*), *-терапия* (*арт-терапия, хрентерапия, земфотерапия*), *-мания* (*курникомания, метеомания*).

Созданию экспрессии на лексическом уровне способствует семантика окказионализма. Она обусловлена тематическим несоответствием приобретенного значения слова производящему значению. Лексико-семантическая определенность слова в прямом и окказиональном значениях различна. Так, слово *путина* в прямом значении имеет значение «время лова рыбы», а в окказиональном является обобщенным наименованием времени правления В.В.Путина. Очевидно, что производное, окказиональное значение слова не может не ассоциироваться с производящим. Наличие у реципиента пресуппозиции способствует в процессе восприятия и осмысления окказионализма ощутить его образность и экспрессивность.

Путем формирования окказионального переносного значения были созданы следующие новообразования: *первоклассный* – «относящийся к первому классу в школе», *нудный* – «нудистский», *хулиганка* – «бойня, драка», *звездапад* – «падение рейтинга популярности у звезд российской эстрады» и др.

Как уже отмечалось выше, значение окказионализма вне контекстуального окружения может быть непонятно читателю. Это объясняется не только спецификой данного новообразования, но и его многозначностью. Так, в контексте «*Отказники еще могут передумать и имеют право войти в состав правительства*» («АиФ», 2000, №43) окказионализм *отказник* имеет значение «депутат, снявший свою кандидатуру, отказавшийся от баллотирования». Это же слово в другой статье («АиФ», 2001, №19) выступает в значении «ребенок, от которого отказались родители»: «*Отказники – это в основном дети алкоголиков, наркоманов, «десоциализированных элементов*». Отметим, что в четырехтомном «Словаре русского языка» (М., 1986) данная лексема вообще не представлена.

На страницах газет встречаются окказионализмы, вступающие в рамках определенного контекста в синонимические отношения. Так, «проститутки» у одних журналистов *давалки*, а у других – *бордюрищицы*, «грубый, прямолинейный телеведущий» – *телемонстр, телекиллер*, «телепузики» – *телетузики, телетрупики* и т.д., участники телепроекта «За стеклом» – *застекольцы* и *застекольщики*. Называнием одних и тех же лиц, предметов, явлений разными словами подчеркивается оригинальность мыслительного процесса авторов, разнообразие мнений.

Многие индивидуально-авторские неологизмы возникают в пейоративных целях. Это связано прежде всего с негативной оценкой журналистом явления, процесса или понятия, обозначаемого данным образованием. Например, недовольство Л.Кузнецовой проведением церемонии вручения призов в области телевидения «Тэффи» отразилось в ее статье под названием «Обтэффились» (АиФ, 2000, №43). Данный окказионализм имеет пошловато-сниженное значение, отрицательную экспрессивно-оценочную коннотацию. Такую же коннотацию имеют следующие образования: *ЕдиОТ*, *хам-бургер*, *обграммофонились*, *отпиарить* и др.

Выводы. Таким образом, сущность окказиональной экспрессии – в преодолении всевозможных штампов, стандартов. Однако это не значит, что создание экспрессивности неизбежно влечет за собой отрицание каких-либо языковых устоев. Окказионализм не должен быть самоцелью, он должен стать точной, меткой характеристикой явления. И тогда у авторского новообразования есть все шансы стать полноправным компонентом лексической системы современного русского литературного языка.

Литература:

1. Клушина Н.И. О модном способе окказионального словообразования // Русская речь. – 2000. – №2.
2. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. – М., 1994.
3. Красникова Е.А. Жаргоны и просторечия в публицистике // Высшее образование в России. – 2000. – №5.
4. Лопатин В.В. Рождение слова: Неологизмы и окказионализмы. – М., 1973.
5. Маслова В.А. Лингвистический анализ экспрессивности художественного текста. – Мн., 1997.
6. Солганик Г.Я. Лексика газеты. – М., 1981.
7. Юдина Л.Д. Окказионализмы на страницах периодики // Русская речь.– 1999. – № 5.