

Гилязева Эмма Николаевна, Вильданова Эльмира Минекасимовна

СТИЛИСТИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ КОННОТАЦИИ ОККАЗИОНАЛИЗМОВ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ)

Исследование посвящено выявлению коннотативной специфики окказионализмов, функционирующих в англоязычных художественных текстах современности. В зависимости от стилистической коннотации элементов, находящихся в составе авторского новообразования, можно дифференцировать окказионализмы на стилистически нейтральные, возвышенные и сниженные. Авторы приходят к выводу, что стилистический и оценочный компоненты коннотации окказионализмов взаимосвязаны: стилистически возвышенные окказионализмы в основном имеют позитивную оценку, а авторские новообразования с негативной оценкой стилистически снижены.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2018/2-1/16.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2018. № 2(80). Ч. 1. С. 63-66. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2018/2-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81.23

Исследование посвящено выявлению коннотативной специфики окказионализмов, функционирующих в англоязычных художественных текстах современности. В зависимости от стилистической коннотации элементов, находящихся в составе авторского новообразования, можно дифференцировать окказионализмы на стилистически нейтральные, возвышенные и сниженные. Авторы приходят к выводу, что стилистический и оценочный компоненты коннотации окказионализмов взаимозависимы: стилистически возвышенные окказионализмы в основном имеют позитивную оценку, а авторские новообразования с негативной оценкой стилистически снижены.

Ключевые слова и фразы: коннотация; окказионализм; стилистический компонент коннотации; оценочный компонент коннотации.

Гилязева Эмма Николаевна, к. филол. н., доцент

Вильданова Эльмира Минекасимовна, к. филол. н., доцент

Набережночелнинский институт (филиал) Казанского (Приволжского) федерального университета
emma.giljazeva@mail.ru; carinavil@rambler.ru

СТИЛИСТИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ КОННОТАЦИИ ОККАЗИОНАЛИЗМОВ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ)

Окказионализмы представляют интерес как явления, напрямую связанные с особенностями восприятия новой информации. Являясь речевым феноменом, окказионализмы относятся к так называемой области неперевода, что, несомненно, привлекает внимание многих лингвистов. Функциональный аспект коннотативной специфики окказионализмов представляет собой малоизученную область, что обуславливает актуальность исследования.

В современной лингвистике окказиональное слово рассматривается как разноплановое явление, связанное с взаимодействием языка и речи. К. Уэльс в своем «Словаре стилистики» детерминирует окказионализмы как преднамеренно созданные автором речевые образования, которые не зафиксированы в словарях и вне зависимости от момента их создания по-прежнему сохраняют новизну [16]. Создавая новые слова, авторы далеко не всегда ставят целью обозначение нового понятия. Понятия, обозначаемые окказионализмами, как правило, уже существуют в языке. Используя словообразовательные модели языка и создавая яркие комбинации, автор стремится к оригинальности и точности, экспрессии.

Статья посвящена выявлению коннотативной специфики окказионализмов путем проведения стилистического и функционального анализа новообразований, отобранных методом сплошной выборки из современных англоязычных художественных произведений. Материалом исследования послужили произведения художественной литературы английских, американских писателей XX века (А. Мердок, С. Кинг, Г. Филдинг, А. Хейли). В основу исследования были положены также следующие методы: дефиниционного анализа, компонентного анализа, словообразовательного анализа, статистического анализа. Отобранный иллюстративный материал показывает, что окказиональное словообразование представлено на всех уровнях языка, однако самыми частотными являются окказионализмы на лексическом уровне. Лексические окказионализмы представляют собой соединение различных основ общеупотребительных языковых единиц или совмещение их с аффиксами согласно, а иногда и в противоречие, словообразовательным нормам языка.

Выполняя индивидуально-стилистическую функцию, окказионализмы обычно не входят в словарный запас общего языка. В отличие от неологизмов, рассчитанных на закрепление в узусе, окказионализмы создаются автором в определенной речевой ситуации и не претендуют на широкое распространение. О. И. Александрова, характеризуя функциональные особенности неологизмов и окказионализмов, дифференцирует последние как «новые слова, возникающие и формирующиеся как характеризующие (предикатные) единицы» [2, с. 3]. Представляя собой факт речи, окказиональное новообразование функционирует в системе языка, и, подчиняясь закону аналогии, развивает словообразовательные и грамматические возможности данной системы, осуществляя стилистическую функцию.

Р. З. Гинзбург в смысловой структуре слова выделяет «эмоционально-экспрессивный, стилистический и социальный компоненты» [3, с. 80]. Вслед за В. М. Говердовским [4, с. 85] целесообразно также рассмотреть следующие компоненты коннотации: 1) субъективный (экспрессивно-оценочный, направленный на внутренний мир человека): “She gazed now at her distinguished narrow face and coiled-up pale grey hair and big *violetblue* eyes” [12, p. 43]. / «Она посмотрела на свое аристократическое узкое лицо, вьющиеся седые волосы и большие *фиалково-синие* глаза» (здесь и далее перевод авторов статьи. – Э. Г., Э. В.); 2) контекстный тип (направленный на язык): “The flat was full of *toylike* nick-knacks which he had bought to please Dorina, she was so easy to please, any little thing delighted her” [Ibidem, p. 50]. / «В квартире было полно *игрушек-безделушек*, которые он покупал для Дорины, угодить ей было легко, она радовалась каждой мелочи»; 3) историко-культурный тип (направленный на внешнюю по отношению к языку действительность): “He has the makings of a fine actor, only he is too damn conceited and casual, there is a sort of slapdash *Irishry* about him...” [14, p. 79]. / «Он обладает задатками прекрасного актера, но в нем есть и зазнайство, и халатность, особая *ирландская бесшабашность*...».

Изучив различные подходы к данной проблеме, считаем целесообразным придерживаться теории коннотации В. Н. Телия, которая выделяет оценочную, эмоциональную и стилистическую окраску языковой единицы [7].

Эмоциональный компонент коннотации учитывает эмоции и чувства, вызванные новообразованием, усиливает признаки, входящие в ядро значения слова [5, с. 5]: “Wireman was making crazy *what's-going-on* gestures in front of my face. I turned away from him” [11, p. 456]. / «Уайрман, *требуя объяснить, что происходит*, как сумасшедший, размахивал перед моим лицом. Я отвернулся».

Оценочный компонент несет в себе нейтральную, одобрительную или неодобрительную оценку, заключенную в слове [10, p. 598]: “Barbara sighed. She said softly, «I am a great *disappointer*, aren't I?»” [9, p. 155] («я постоянно всех разочаровываю, не оправдываю ожидания») – выражает неодобрение). По мнению А. М. Айдаровой, оценка наблюдаемым явлениям выводится на основе «сравнения их с существующими в данном культурном сообществе понятиями о норме» [1, с. 75].

Стилистический компонент коннотации представляет собой дополнительную информацию об окказионализмах, актуализирующую один из признаков или свойств именуемого объекта самим актом номинации, определяющим выбор данной единицы в коммуникации. Стилистический компонент коннотации окказионализмов, в семантической структуре которого особую значимость имеет стилистическая соотнесенность, подкреплена обычно семантикой эмоциональности и, как правило, оценочности. Языковая единица, внедренная в контекст, приобретает когнитивную оценку, для вербального выражения которой автор выбирает соответствующий для ситуации стилистический вариант.

Согласно теории профессора Ю. М. Скребнева, внутри стилистического компонента коннотации выделяются три группы окказиональных образований – относящиеся к «нейтральному стилю (*neutral words*), к высокому стилю (*superneutral words*) и к низкому (*subneutral words*)» [6, с. 54-59].

Окказионализмами нейтрального стиля являются авторские новообразования, которые созданы на основе слов и выражений, употребляемых в повседневной речи. Следует заметить, что *purely neutral* (чисто нейтральных) окказионализмов не существует, ведь так или иначе они сами по себе относятся к стилистически маркированному пласту лексики, таким образом, данная группа выделена условно, в противовес снижению и возвышению стилей.

Часто авторские новообразования образуются с помощью продуктивных суффиксов, например *-ish*: “We emerged into the garden. A light rain was falling from a *brightish brownish* sky”. / «Мы вышли в сад. С *ярко-коричневого* неба падал легкий дождь» [13, p. 269]; “In the evening he put on the *cleanish* shirt, but not the cuff links” [14, p. 266]. / «Вечером он надел *практически чистую* рубашку, но без запонок»; “I was touched by her love and by her superb obedience, but I was tied up with Rosina at the time and I saw Lizzie as a *wispish* enchanting rather infantile sprite” [Ibidem, p. 58]. / «Я был тронут ее любовью, ее идеальным послушанием, однако тогда я был с Розиной, и Лиззи оставалась для меня очаровательной *дымкой*, инфантильным ребенком-эльфом». В первых двух примерах окказионализмы *brightish* и *cleanish* стилистически нейтральны, суффикс *-ish* придает исходным прилагательным значение «до некоторой степени», «слегка», «вполне». В прилагательном *wispish* (от сущ. “*wisp*” – пучок, обрывок, метелка) данный суффикс обозначает «иметь характеристики чего-либо», «в манере». Довольно распространен также суффикс наречия *-ly*: “Dried apricots eaten with cake should be soaked and simmered first, eaten with cheese they should be *aboriginally* dry” [Ibidem, p. 189]. / «Когда ешь курагу с печеньем, необходимо ее предварительно замочить и подогреть, когда ешь ее с сыром – она должна быть *первозданно* сухой»; “One of the water buffalo's legs was crumpled. It fell over *lop-sidedly*. I stared at it” [13, p. 108]. / «Одна нога у буйвола была подогнута. Он *кривобоко* повалился. Я присмотрелся»; “Her thick undulating mane, which had no trace of red, was *streakily* fair with that dark blond colour which is almost suggestive of green” [Ibidem, p. 40]. / «В ее густой волнистой копне волос не было и намека на рыжий цвет, волосы *полосами* менялись от светлых до темно-русых, кое-где переходящих в зелень».

Необходимо отметить, что аффиксация является не единственным способом образования окказионализмов нейтрального стиля; словосложение также дает множество стилистически нейтральных окказиональных единиц: “A police car *kerb-crawled* him and then drove away leaving the scene empty” [12, p. 103]. / «Полицейская машина *проползла* мимо него, а затем уехала, оставив место происшествия пустым»; “His floppy *wide-legged* trousers were stiff with dirt and grease near to the turn-ups” [Ibidem, p. 112]. / «Отвороты его висящих, *с широкими штанинами* брюк были жесткими от грязи и засаленными»; “...then, leaving them fallen away in their tea cups, I ran out into the blue *almost-darkness* and the silent emptiness of the rocky shore” [14, p. 241]. / «...потом, оставив их в чашках, я выбежал в синюю *почти-темноту* и безмолвную пустоту скалистого берега».

Выделяя окказионализмы низкого стиля, важно пояснить тот факт, что, образуя их, говорящий не выбирает слова нарочно для достижения определенного эффекта, а использует их автоматически; это связано с быстротой, реактивностью устно-разговорной речи, ее спонтанностью, неподготовленностью. Таким образом, данные образования характерны для неформальной ситуации.

Основу стилистических ресурсов в словообразовании составляют суффиксы и префиксы субъективной оценки. В художественной прозе для создания индивидуально-авторских новообразований широко используются продуктивные уменьшительные суффиксы *-ie*, *-y*, которые могут образовывать как существительные, так и прилагательные. Данные суффиксы присоединяются в основном к односложным существительным и создают разговорные слова – коллоквиализмы [15]: “And the wee *wifie's* waiting and turning her spinning wheel like a bloody sibil and the years are passing and all the time I'm down on the beach crying my eyes out because the great big *nymphie* won't let me go home” [12, p. 63]. / «А *женушка* все ждет и вращает свое веретено, как какая-то кровавая сивилла, а годы летят, и я целые дни напролет сижу на песке и роняю слезы, потому что эта здоровенная *нимфушка* не отпустит меня домой»; “The air was thick with soft *pollen* smells which made

breathing a luxury” [Ibidem, p. 120]. / «Воздух был наполнен ароматами *цветов (пыльцы)*, и им хотелось дышать»; “I drew her to me and got her *liony* head up against my chest” [13, p. 214]. / «Я прижал к груди ее *львиную гриву*».

Часто такие образования имеют пейоративное значение, выражают грубость, пренебрежение, неодобрение, иронию: “I don't believe you. You've been to visit your little *wifie*. To *wifie*, to *wifie*. You'll hug a pillow and pretend it's her” [12, p. 100]. / «Я не верю тебе. Наверняка ходил к своей маленькой *женушке*. У *женушки* был, у *женушки*. И обнимешь подушку, будто это она».

В некоторых случаях данные суффиксы присоединяются к прилагательным, придавая значение оттенка, нюанса: “Beneath it the sea is alive choppy lyrical *goldeny-brown*, jumping with white flecks” [14, p. 35]. / «Море внизу было беспокойное, живое, *золотисто-коричневое* с прыгающими белыми бликами»; “The long *liquidy* brown eyes had not aged or dimmed. She looked competent and distinguished, like the manager of an international cosmetic firm” [13, p. 67]. / «Ее продолговатые влажные карие глаза не постарели и не потускнели. Она выглядела самоуверенно и элегантно, как руководитель международной косметической фирмы».

К разговорному стилю относятся также сложные окказиональные образования, в составе которых один из элементов носит сниженный характер, а иногда даже вульгарен, груб, нецензурен: “Sharon immediately launched into her theory on the Richard situation: 'Emotional *fuckwittage*', which is spreading like wild fire among men over thirty” [8, p. 10]. / «Шерон тотчас же начала излагать свою теорию по поводу ситуации с Ричардом: “эмоциональное *запудривание мозгов*”, которое распространяется со скоростью лесного пожара среди мужчин старше тридцати» (*fuckwittage* – запудривание мозгов); “Indeed. Seventeen and ripe, even in her *it-covers-damn-near-everything* bathing suit” [11, p. 354]. / «Действительно. Семнадцатилетняя и спелая, даже если она в *практически-всё-скрывающем* купальнике»; “He would clamp me and take me aboard yonder frigate, or schooner, or barquentine, or *whatever-the-hell-it-was*” [Ibidem, p. 447]. / «Он собирался защелкнуть браслет и увести меня на борт фрегата, шхуны, бригантини или *как-там-это-называлось*».

На основании вышесказанного представляется возможным сделать вывод о том, что окказиональные новообразования с низкой стилистической коннотацией характеризуются нотой фамильярности, а иногда даже вульгарности и непристойности. Говорящий не ставит цели намеренно звучать грубо и использовать этически неоправданную лексику, однако все же в формальной обстановке данные стилистически сниженные образования не могут быть использованы.

Согласно теории Ю. М. Скребнева, лексические единицы высокого стиля имеют особую эстетическую ценность, они почти не используются в повседневной коммуникации и вряд ли будут понятны ребенку или необразованному человеку. Например, варваризмы, принадлежащие к *superneutral words*, определяют компонент коннотации всего авторского образования, в состав которого они входят: “If this was, by any remaining chance, just an *über-romantic* date, it would seem like a pretty extreme piece of odd behaviour” [8, p. 23]. / «Если даже – при мизерном шансе – это было действительно *сверхромантическое* свидание, то прыжки в воду явно были лишними» (*über* – нем., предлог со значением «более, свыше, сверх»); “She dismissed the lateness as she kissed him, knowing that the worst thing she could do was to be *haustrauish* about the delayed dinner” [9, p. 109] – используется аффиксация: “*Haustrau*” – нем. «доверить домашнее хозяйство» + “*-ish*” – продуктивный английский суффикс прилагательных со значением «имея характер чего-л.». Целью данных окказиональных образований является создание яркой речевой характеристики героя.

Авторские новообразования могут включать книжные, научные слова (*bookish / learned words*): “No more nights out with the girls, shopping, flirting, sex, bottles of wine and fags. Instead I am going to turn into a hideous *grow-bag-cum-milk-dispensing machine*...” [8, p. 39]. / «Больше не будет ночных вечеринок с подругами, шопинга, заигрываний, секса, бутылок вина и сигаретных окурков. Взамен всего этого появится нелепая *медленно-раздувающаяся-машина-производитель-молока*...» (“*cum*” – лат. – компонент сложных слов со значением «совмещенный»).

Подводя итоги, следует отметить, что наибольшее количество проанализированных окказионализмов (238 единиц) – 68% (162 единицы) – имеют сниженную стилистическую коннотацию, 32% (76 единиц) – возвышенную. В результате анализа представляется возможным сформулировать тезис о том, что стилистический и оценочный компоненты коннотации окказионализмов тесно связаны между собой: стилистически сниженные окказиональные единицы имеют пейоративную оценку, а окказионализмы с мелиоративной оценкой стилистически возвышены. Анализ окказионализмов в современных англоязычных художественных произведениях в аспекте «оценка – стиль» позволяет говорить об их тенденции к пейоративности, что дает возможность предположить и дальнейшее появление авторских новообразований в этом направлении.

Список источников

1. Айдарова А. М. Некоторые особенности семантики и функционирования глаголов безответственного поведения русского, английского и татарского языков // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 5 (59): в 3-х ч. Ч. 3. С. 74-77.
2. Александрова О. И. Неологизмы и окказионализмы // Ученые записки Куйбышевского педагогического института им. В. В. Куйбышева / Министерство просвещения РСФСР; Куйбышевский гос. пед. ин-т им. В. В. Куйбышева. Куйбышев: Изд-во Куйбышевского ин-та, 1974. Т. 145. Вопросы современного русского словообразования, лексики и стилистики. С. 3-9.
3. Гинзбург Р. З. Смысловая структура слова // Иностранные языки в школе. 1957. № 5. С. 78-90.
4. Говердовский В. М. История понятия коннотации (в лингвистике) // Филологические науки. 1979. № 2. С. 83-86.
5. Муллагаянова Г. С. Экспликация эмоционального состояния, говорящего в момент речевого общения: автореф. дисс. ... к. филол. н. Тобольск, 2010. 24 с.

6. **Скребнев Ю. М.** Основы стилистики английского языка: учебник (на английском языке). Изд-е 2-е, испр. М.: Астрель, 2003. 223 с.
7. **Телия В. Н.** Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с.
8. **Fielding H.** Bridget Jones's Diary. L.: Picador, 2001. 95 p.
9. **Hailey A.** Wheels. N. Y.: Open Road Integrated Media, 2014. 415 p.
10. **Kajumova D., Vildanova E. M., Strakhova I. V., Mullagayanova G. S., Gilyazeva E. N., Galeeva L. I.** The imagery of spiritual concepts in teaching process expressed by phraseological units of the English, Tatar and Turkish languages // Man in India. 2017. Vol. 97. № 3. P. 597-609.
11. **King S.** Duma Key. N. Y.: Scribner, 2008. 611 p.
12. **Murdoch I.** An accidental man. L.: Vintage, 2003. 384 p.
13. **Murdoch I.** The Black Prince. L.: Random House, 2006. 432 p.
14. **Murdoch I.** The Sea! The Sea! L.: Triad Panther Books, 1980. 502 p.
15. **Rastall P.** The nippy postie plays a nifty game of footie // English Today. Cambridge: Cambridge University Press, 2005. Vol. 21. P. 47-50.
16. **Wales K.** A Dictionary of Stylistics. L. – N. Y.: Longman Group; UK Limited, 2001. 429 p.

**THE STYLISTIC COMPONENT OF CONNOTATION OF OCCASIONALISMS
(BY THE MATERIAL OF MODERN ENGLISH LITERARY WORKS)**

Gilyazeva Emma Nikolaevna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Vil'danova El'mira Minekasimovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Naberezhnye Chelny Institute of the Kazan (Volga Region) Federal University
emma.giljazeva@mail.ru; carinavil@rambler.ru

The study is devoted to the identification of the connotative specificity of occasionalisms, functioning in English modern literary texts. Depending on the stylistic connotation of the elements that are part of the writer's neologism, the occasionalisms can be differentiated into stylistically neutral, elevated and lower. The authors come to the conclusion that the stylistic and evaluative components of the connotations of occasionalisms are interdependent: stylistically elevated occasionalisms generally have a positive evaluation, and authorial neologisms with a negative evaluation are stylistically lowered.

Key words and phrases: connotation; occasionalism; stylistic component of connotation; evaluative component of connotation.

УДК 81-133.2'373(045)

В данной статье проводится исследование лексической компрессии во французском языке на примере рекламных текстов. В первую очередь анализируются особенности функционирования компрессивных лексических единиц в языке и причины их употребления. Далее предпринимается попытка классифицировать способы реализации лексической компрессии в рекламных текстах. Результаты лингвистического анализа могут быть использованы в дальнейшем авторами реклам, для того чтобы сформировать навыки эффективного написания рекламных текстов различного характера.

Ключевые слова и фразы: рекламный текст; лексическая компрессия; субстантивация; универбация; аббревиация; усечение; телескопия.

Гирина Юлия Владиславовна

Ларькина Анна Александровна, к. филол. н.

Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова, г. Архангельск
girina.julia@gmail.com; ann753@yandex.ru

Мусинова Татьяна Валерьевна

Университет Верхнего Эльзаса, Франция
tatiana.musinova@uha.fr

ЛЕКСИЧЕСКАЯ КОМПРЕССИЯ ВО ФРАНЦУЗСКИХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

На сегодняшний день реклама проникает во все сферы человеческой жизнедеятельности. Рекламные тексты, как правило, должны быть лаконичны, привлекательны и информативны и соответствовать модели потребительского поведения АИДА (AIDA: A – Attention (внимание); I – Interest (интерес); D – Desire (желание); A – Action (действие)), которая позволяет выявить последовательность этапов воздействия рекламы, ведущих к покупке [24, p. 107]. Наполняемость и структура рекламного текста зависят от аудитории, которой адресована определенная информация, но в любом случае текст должен быть экономичным в силу его прагматических установок.

В целях экономии затрат и пространства авторы рекламы все чаще и чаще используют различные языковые средства, которые отражают тенденцию языка к экономии и находят свое частное проявление на лексическом уровне.