

Попова М. А.

**СТИЛИСТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ ВКЛЮЧЕНИЯ ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ
ИННОВАЦИЙ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ РЕЧЕВОЙ КОНТЕКСТ**

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2009/2-1/37.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2009. № 2 (21): в 3-х ч. Ч. I. С. 97-99. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2009/2-1/

© 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: almanac@gramota.net

СТИЛИСТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ ВКЛЮЧЕНИЯ ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ РЕЧЕВОЙ КОНТЕКСТ

Попова М. А.

ГОУ СПО «Волгоградский социально-педагогический колледж»

Публицистические речевые контексты носят ярко выраженную прагматическую заряженность, так как они ориентированы на информативность, оценочность, эмотивность и экспрессивность, эти прагматические характеристики достигаются посредством определенных стилистических приемов, формирующих информационно-оценочное и эмотивно-экспрессивное пространство публицистического контекста.

Публицистический речевой контекст - это производство такого фрагмента текста (включающего в себя лексико-фразеологические инновации), в котором реализуется определенная совокупность коммуникативно-прагматических установок пишущего на основе его определенных речевых усилий.

Важнейшей характеристикой не только языка в целом или языкового знака в частности, но и отдельной фигуры (акт использования или образования номинативной единицы в целях усиления выразительности речи) является их прагматика, то есть набор конкретных функций, в которых они могут быть применены в тех или иных речевых актах. Достаточно полной и исчерпывающей функциональной характеристики всех имеющихся в распоряжении носителей русского языка фигур речи мы до сих пор не имеем, поэтому соединение стилистики и прагматики представляет собой актуальную задачу.

В современной лингвистике представлен довольно широкий спектр речевых способов и приемов использования языковых средств в текстах разной стилистической принадлежности (см. работы Л. Г. Барласа, Ю. А. Бельчикова, В. Д. Бондалетова, И. Б. Голуб, Д. Э. Розенталя, Г. Я. Солганика и др.).

С целью достижения информационно-оценочной насыщенности и/или эмоционально-экспрессивной выразительности адресант использует различные стилистико-прагматические приемы включения инноваций в публицистический контекст, наиболее типичными из которых являются следующие: 1) **прием стилистического диссонанса**. Данная обнаруженная нами стилистическая фигура, насколько нам известно, еще не имеет терминологического обозначения (см. словари: Выразительные средства 2005; А. П. Квятковский 1966 и др.). Учитывая технику ее использования, мы решили назвать данную фигуру стилистическим диссонансом. Термин *диссонанс* [лат. *dissonans* 'разнозвучащий'] позаимствован нами из теории стиховедения, где он обозначает фигуру сближения рифмантов, различающихся лишь ударными гласными, ср. *слева* - *слава* (рифма В. В. Маяковского). Определим стилистический диссонанс как нарочитое размещение нелитературных номинативных элементов в литературном контексте. Явное и нарочитое стилистическое рассогласование обладает мощным экспрессивно-выразительным потенциалом. Судя по нашим наблюдениям, чем более отдалена данная инновация от литературной нормы, тем сильнее достигаемый выразительный эффект, что, видимо, обусловлено так называемым эффектом обманутого ожидания (Р. О. Якобсон).

В следующем публицистическом контексте адресант использует лексико-фразеологические инновации разной стилистической принадлежности: с одной стороны, жаргонной, с другой - нейтральной, что, собственно говоря, и создаёт эмоционально-выразительное напряжение контраста и диссонанса. Данный номинативный ход произведён не просто с целью передачи информации о собственном мнении: он точно, однако вместе с тем несколько эпатажно выражает отчётливо негативную оценку, чувство неодобрения, усиленные именно речевой эпатажностью: *«Я посмотрел пятнадцать минут первой серии новой «Войны и мира», и мне этого было достаточно, чтобы понять, какая это залепуха! Вот только скажите мне, зачем с нашей стороны надо было соглашаться на этот проект? Ведь западные продюсеры взяли нас в долю лишь потому, что им нужны были наши московские и питерские объекты»* (Труд 9.11.2007: 6).

Необходимость совмещения номинативно-информационной и оценочно-выразительной задач, как известно, приводит к феномену многостильности публицистики [Костомаров 1967: 58-59]. При этом для характеристики второй из указанных речевых задач в настоящее время наиболее «подходит термин либерализация» [Костомаров 1994: 5], поскольку для оценочно-выразительных целей привлекаются средства, ранее (в советское время) находившиеся под жестким номинативным запретом (лексико-фразеологическим табу); 2) **прием терминологического насыщения текста**. Эта номинативная тактика, зачастую носящая манипулятивный оттенок, нередко служит усилению доверия к производителю товара со стороны возможного потребителя. Прием насыщения текста новейшими терминами может быть осложнен и усилен макароничностью речи: *«Проект Видео@Mail.ru был запущен в октябре 2006-го года и стал первым публичным видеохостингом в российском Интернете. Сервис практически сразу завоевал популярность многомиллионной аудитории»* (Труд 15.03.2007: 30) В данном контексте адресант использует словообразовательный макаронизм («Видео@Mail.ru»), что очень характерно для современных компьютерных текстов. Заметим, что положительная оценка здесь носит неявный, косвенный, завуалированный характер, основанный на отношениях логического выведения: «Сервис практически сразу завоевал популярность многомиллионной аудитории», отсюда вполне ожидаемый вывод: «Следовательно, сервис заслуживает внимания».

Таким образом, по нашим наблюдениям, прагматика приема терминологического насыщения текста в современном публицистическом тексте в части использования терминологических и профессиональных инноваций представлена двумя функциями: рекламно-манипулятивной (как правило, предельно завуалированной) и изобразительной; 3) **прием группировки оценочно-эмотивных средств**. В трактовке эмотивности мы будем исходить из следующего определения: «Эмоционально-экспрессивная окраска слова связана со

способностью слова воздействовать на наши чувства, вызывать у нас те или иные эмоции. Когда мы определяем эмоционально-экспрессивную окраску слова, подразумеваем те чувства, которые данное слово в нас возбуждает» [Мурат 1957: 30]. Эмотивность слова предполагает его способность «выразить эмоциональную оценку предмета речи, данную ему от лица говорящего» [Лукьянова 1986: 43].

В настоящее время резко активизируется привлечение нелитературных эмотивно-оценочных средств, включая даже и те, содержание которых связано с так называемой «семантикой телесного низа» (Л. П. Крысин): «Смотря *“Небеса обетованные”*, снятые в начале 90-х, понимаешь, *откуда растут ноги сегодняшнего «русского капитализма»*; «Дорогая Елена Сергеевна» стала предвестником *«новых бездушных»*, а *немудреный водевильчик «О бедном гусаре замолвите слово»* и вообще с годами становится актуальнее» (РГ 15.11.2007: 26). Отадъективный субстантив *бездушные* возник на основе парафраза устойчивого выражения *новые русские*, полностью усвоив не только его значение, но и коннотационал: в современном языковом сознании «новые русские» (= дельцы, бизнесмены с криминальным оттенком) являются символом прагматизма, бездушия и жестокости.

С учетом сказанного нами выше современный тип стилевой конвергенции в публицистической речи может быть охарактеризован по трем классификационным параметрам: а) амплифицирующим нагнетанием эмоционально-оценочных средств; б) продуцированием неологических эмоционально-оценочных средств; в) их сниженным, порой явно нелитературным характером, в связи с чем в публицистическом стиле наблюдается совмещение «полярных» языковых начал: книжности и разговорности, граничащей с жаргонно-просторечной вседозволенностью; 4) прием парафраза - лексическое обновление устойчивого словесного комплекса: «*Едут, едут по Нью-Джерси наши казаки: вчера в московском Музее имени Глинки открылась выставка архивных материалов Сергея Жарова. Он же Серж Ярофф, знаменитый создатель и дирижер Хора донских казаков Российской императорской армии, пользовавшегося огромной популярностью на Западе в тридцатых годах прошлого столетия*» (Изв. 8.11.2007: 10). Ср.: *Едут, едут по Берлину наши казаки* → *Едут, едут по Нью-Джерси наши казаки*.

Характерной чертой современного газетного парафраза является резкое стилевое снижение исходной единицы на основе нелитературной, в частности жаргонной лексики: «*Именно олигархи знают, что только хороший понт дороже денег, и не важно, что за ним последует*» (КП 1.08 (ср. *уговор дороже денег*). Такая замена обеспечивает двойной прагматико-стилистический эффект: во-первых, интертекстуальное обогащение текста, во-вторых, эпатаж адресата посредством стилистического диссонанса. Противоположная номинативная стратегия состоит в стилистической мелиорации жаргонной фраземы: «Многие врачи считают так: дал лекарство, а остальное *все по мобильнику*» (Изв. 12.06.2000: 4), ср. жарг. *все по барабану* → *все по мобильнику*. Лексически обновленный фразеологизм не вызывает реакции отторжения у носителя литературного языка, хотя деривационная аллюзия на производящий жаргонизм сохраняется; 5) приемы сравнения и метафоры. Определим сравнение как «образное выражение, построенное на сопоставлении двух предметов, понятий или состояний, обладающих общим признаком, за счет которого усиливается художественное значение первого предмета» [Квятковский 1966: 280]. Типовыми объектами сравнений (компарантами) служат известные функционеры, политики и прочие концептуализированные (то есть актуализированные в речевом сознании) образы внутренней и внешней политико-экономической действительности: «*Такие исполнители воли народа нам нужны как Путину бывший премьер Фрадков, как супершоу бывшая суперзвезда*» (Коммерсантъ Первый рейтинг 14.01.2008: 44). «Театральное» сравнение служит представлению политики как своего рода шоу, театрализованного действия.

К сравнению очень близка метафора. Как известно, эти две фигуры связаны отношениями деривации; так, еще Марк Туллий Цицерон определил метафору как «сравнение, сокращенное до одного слова» [Цицерон 1994: 236]: В современной публицистике преобладают отрицательно-оценочные метафоры: «*Многие артисты являются карманными у современных политиков, т.е. защищают их интересы*» (Изв. 5.11.2001: 7); «*Опять продолжается наезд, причем наезд враньем, говорим, что мы демократическая партия, а они хотят ввести вертикаль в наши организации*» (РГ 20.06.2007: 3); 6) прием антитезы. Под антитезой в стилистике принято понимать «резкое противопоставление понятий и образов, создающее контраст» [Арнольд 1990: 67]. Например: «*Кинобестселлер Н. Михалкова “Сибирский цирюльник” побил все рекорды по сборам, а вот фильм “12” не имел кассового успеха, а имел сборы средней паршивости, оказавшись, таким образом, киноэксклюзивом - только для немногих*» (Коммерсантъ Первый рейтинг 14.01.2008: 107). В данном контексте адресант противопоставляет значения лексической инновации *кинобестселлер* и окказионализма *киноэксклюзив*. Автор таким способом передает не только информацию о ситуации на кинорынке, но и выражает явную иронию с намеком на плодовитость известного режиссера - «слуге двух господ», угождающем и толпе, и интеллектуальной элите; 7) прием перифразирования состоит «в замене какого-либо слова или выражения описательным оборотом, в котором называются наиболее существенные признаки обозначаемого» [Барина 2003: 226]. Среди современных неологических перифраз наблюдаем немало негативно оценочных единиц: «*Уже целое поколение подсело на игру в однорукого бандита*» (КП 19.11.2004: 6). В данном публицистическом контексте автор использует перифразу, обозначающую игровой автомат и служащую выражению негативного отношения к номинируемому предмету с оттенком чувства досады, тревоги.

Современная перифраза нередко бывает осложнена различными фигурами, с которыми она вступает в функционально мотивированную комбинацию. Так, перифраза может быть усилена бурлеском - нарочитым стилистическим несоответствием темы и содержания текста и средств их выражения: «*Разве что непривы-*

чен расклад актерских сил, при котором девушка супергероя (заслуженная няня Российской Федерации Анастасия Заворотнюк) выглядит лучше супергероя» (Коммерсантъ Первый рейтинг 14.01.2008: 108). С одной стороны, в данном контексте адресант использует перифразу с целью напоминания читателю о популярности актрисы. С другой стороны, бытовизм няни служит тематическому снижению строго официально-почётного звания; возникающий в результате этого бурлескный характер перифразы позволяет автору выразить легкую иронию в отношении номинируемого лица. Как показывает проведенное нами исследование, среди неологических перифраз доминируют иронические и негативно оценочные, что отражает доминанту в настроениях современного российского общества; **8) прием использования адъективной инновации в качестве эпитета.** Мы придерживаемся предельно узкого определения данного выразительного средства как «уточняющего определения, подчиненного задаче художественного изображения и эмоционально-образной интерпретации объекта» [Москвин 2007: 897]. В публицистических речевых контекстах адресанты включают лексические инновации в качестве эпитетов не столько для передачи новой информации, сколько с целью формирования определенного общественного мнения или оценочной установки у читательской аудитории.

Примеры отрицательно-оценочных эпитетов данного класса очень многочисленны, например: «На экранах телевизоров каждый день изымали контрафакт. Народ бросился сметать дешевые **пиратские** диски, полагая, что они вот-вот исчезнут с рынка» (Совершенно секретно 07.07: 6); «Социальная пассивность может закончиться тем, что после 2 декабря 2007 г. Насилие останется лицом к лицу с партией бюрократии и чиновничества, которая продолжит курс на рост цен и свертывания программ социальной помощи по «**зурабовской**» модели» (Изв. 15.11.2007: 6); «Вчера в Красноярске президиум Госсовета во главе с президентом в очередной раз вернулся к **долгоиграющему** вопросу развития в России транспортной инфраструктуры» (РГ 14.11.2007: 1). Отчетливо выраженная оценочная асимметрия приведенных выше адъективных характеристик свидетельствует о том, что доминирующим настроением в современном российском обществе является установка на критическое, если не ироническое восприятие действительности; **9) прием включения инноваций в амплификационный ряд.** В риторике и стилистике амплификация обычно определяется как «прием нагнетания во фразе эпитетов, образов, синонимов, сравнений и пр. для усиления действия речи на читателя (слушателя)» [Квятковский 1966: 25], ср.: «Последние пятнадцать лет индустрия товаров для детей обрушила на взрослых целый вал новых понятий, мифов, требований и, конечно, продукции. Морская водичка для носа, памперсы, превращающие «жидкость» в гель, молоко с лактулозой... А еще: **смешарики, теленузики, лунтики, говорящие мартишки и прочая нечисть, которая учит наших детей считать до десяти, вставлять в свою речь иностранные словечки и мыслить логически**» (Изв. 15.11.2007: 9). В стилистике прием нагнетания однокоренных или одноструктурных лексических единиц принято называть гомеологией [ср., например: Хазагеров, Ширина 1999: 220]. Назовем прием нагнетания однокоренных или одноструктурных инноваций неологической гомеологией. Как нам представляется, данная фигура обладает сильнейшим выразительным потенциалом, прямо пропорциональным ее компонентному составу.

Результаты проведенного нами исследования показали, что приемов включения инноваций в публицистические контексты гораздо больше, чем мы называли и описали выше. Однако все остальные фигуры представлены в публицистических текстах незначительным (от 1 до 2) числом случаев; использование же указанных и рассмотренных нами девяти фигур имеет гораздо более частотный и регулярный характер. Можно предположить, что парадигма данных девяти фигур и набор функций таких фигур меняются в зависимости от прагматических, оценочных, поведенческих, политических и иных установок и настроений, доминирующих в обществе в данный конкретный исторический момент его развития.

Список использованной литературы

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка (стилистика декодирования): Учеб. пособие для студ. пед. ин-тов по спец. «Иностр. яз.». - М.: Просвещение, 1990. - 3-е изд. - 300 с.
2. Барина А. В. Перифраза // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник. - М.: Флинта: Наука, 2003. - С. 466-467.
3. Квятковский А. Поэтический словарь. - М.: Сов. энциклопедия, 1966. - 376 с.
4. Костомаров В. Г. Слова-сигналы // Рус. речь. - 1967. - № 3. - С. 56-63.
5. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи: из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. - М.: Педагогика-Пресс, 1994. - 247 с.
6. Лукьянова Н. А. Экспрессивная лексика разговорного употребления. Проблемы семантики. - Новосибирск: Наука, 1986. - 230 с.
7. Москвин В. П. Выразительные средства современной русской речи. Тропы и фигуры. Терминологический словарь - Ростов н/Д: Феникс, 2007. - 3-е изд., испр. и доп. - 940 с.
8. Мурат В. П. Об основных проблемах стилистики: Мат-лы к курсам языкознания. - М.: Изд-во МГУ, 1957. - 43 с.
9. Хазагеров Т. Г. и др. Общая риторика: Курс лекций; словарь риторических приемов. - Ростов н/Д: Феникс, 1999. - 2-е изд., перераб. и доп. - 320 с.
10. Цицерон М. Т. Три трактата об ораторском искусстве. - М.: Ладомир, 1994. - 471 с.