

## НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

УДК 811.161.1'276.6:070

### XV МЕЖДУНАРОДНЫЙ СЪЕЗД СЛАВИСТОВ

© 2014 г.

*Е.И. Коряковцева,<sup>1</sup> Л.В. Рацибурская<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>Естественно-гуманитарный университет в Седльцах (Польша)

<sup>2</sup>Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

racib@yandex.ru

*Поступила в редакцию 06.02.2014*

Цель тематической сессии «Словообразование и новые функциональные стили славянских языков» – целенаправленное обсуждение новаторской темы комплексного взаимодействия между словообразованием и стилистикой, попытка выделить область необходимых дальнейших исследований.

*Ключевые слова:* словообразование, функциональный стиль, масс-медиа, реклама, славянские языки.

20–27 августа 2013 года в Белоруссии, в Минске, проходил XV Международный съезд славистов – крупнейший научный международный форум, на котором обсуждались проблемы исторического развития и взаимодействия славянских языков, литератур, культур и фольклора. Более 500 ученых из 34 стран мира принимали участие в XV Международном съезде славистов, в организации которого участвовал Международный комитет славистов (МКС), входящий в систему просветительных организаций ЮНЕСКО. Формы работы съезда были весьма разнообразными. Его программа включала торжественное открытие, пленарное заседание, секционные заседания, презентации славистических изданий и проектов, круглые столы, тематические блоки, заседания 35 комиссий, аккредитованных при МКС.

Одной из наиболее активных комиссий МКС является Комиссия по славянскому словообразованию, которой руководит член-корреспондент Национальной академии Республики Беларусь профессор А.А. Лукашанец, председатель Белорусского национального комитета славистов. В состав Комиссии по славянскому словообразованию при МКС входят 40 известных дериватологов из 17 стран мира. Комиссия по славянскому словообразованию ежегодно проводит международные научные конференции и семинары, публикуя доклады их участников в виде серии томов (их издано уже 20). Члены Комиссии принимают активное участие в работе крупных славистических форумов, в Международных съездах славистов. Так, в XV Международном съезде славистов участвовали около половины членов Комиссии, выступая не только в роли докладчиков, но и организаторов презентаций,

круглых столов, тематических блоков, которые вызвали большой интерес участников съезда. Многочисленную аудиторию собрал тематический блок «Словообразование и новые функциональные стили славянских языков» (модератор – проф. Е.И. Коряковцева, ученый секретарь Комиссии по славянскому словообразованию\*, Польша). На заседании тематического блока выступили с докладами члены Комиссии из Австрии (проф. И. Онхайзер), Белоруссии (проф. Е.Г. Лукашанец), Македонии (проф. Л. Аризанковска), России (проф. Г.П. Нещименко), Словении (проф. И. Страмлич-Брезник). Еще до начала XV Международного съезда славистов, в июле 2013 года, при поддержке руководства Естественно-гуманитарного университета в г. Седльце (Польша) был издан том докладов участников тематического блока под названием «*Słowotwórstwo a nowe style funkcjonalne języków słowiańskich / Word-formation and the new functional styles of Slavic languages: International Slavistic Committee Commission on word-formation. Papers in thematic session (XV International Congress of Slavists. Belarus, Minsk, 20–27.08.2013)*» (Siedlce: Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego Siedlca, 2013).

Издание включает в себя доклады членов Комиссии по славянскому словообразованию при Международном комитете славистов, выступивших на заседании тематического блока «Словообразование и новые функциональные стили славянских языков» во время XV Международного съезда славистов (Беларусь, Минск, 20–27.08.2013).

В статье Е.И. Коряковцевой «Словообразовательные ресурсы новых функциональных стилей славянских языков» отмечается общая

тенденция современных славянских языков к понижению нейтрального стиля в связи с активизацией арготического, разговорного и просторечного регистров. «Укреплению позиций устной речи, повышению ее статуса способствует развитие современных информационных технологий, обусловившее появление и развитие компьютерного социолекта» (с. 9). Одним из факторов, способствующих снижению стилистического разнообразия славянских языков, стиранию границ между функциональными стилями, является «амероглобализация»: «славянские языки засоряются «космополитическим сленгом», в них растет словообразовательная активность и продуктивность калек и гибридных дериватов» (с. 9).

В статье рассматривается специфика словообразовательных средств, в эпоху амероглобализации пополнивших ресурсы бурно развивающихся языка СМИ и языка рекламы; охарактеризована словообразовательная специфика компьютерного социолекта. Автор анализирует интернациональные экспрессивные аффиксы, а также иноязычные словообразовательные форманты, активизация которых обусловлена такими тенденциями языкового развития, как интернационализация, экспрессивизация, интеграция.

Особое внимание уделяется греко-латинским суффиксам *-изация*, *-изм*, *-ист*, префиксам *экс-/ex-*, *мега-/mega-*, *супер-/super-*, активизации которых способствовала «амероглобализация», а также морфемам английского происхождения *-инг / -ing*, *-гейт / -gate*, суффиксоидам *-оголик / -(o)holic*, *-мани(я) / -mania*, *-фоби(я) / -fobia*, *-завр / -zaur*, *-оид / -oid*, *-ономик / -onomik*, специфике их функционирования в русском, болгарском, македонском, сербском, словенском, польском, словацком, чешском, украинском языках, проблеме морфемного статуса данных элементов.

По мнению Е.И. Коряковцевой, «появление отонимических экспрессивных окказионализмов в медийных текстах обусловлено разрушением стилистических барьеров, усилением тенденций антропоцентризма, повышенной степенью эмоционально-волевого состояния социума, его терпимостью к вульгарному и бранному словоупотреблению, а также стратегией близости к адресату, характерной для большинства постсоциалистических СМИ» (с. 23).

В русле указанных тенденций находятся и маргинальные словообразовательные модели в языке СМИ, среди которых Е.И. Коряковцева выделяет модели создания жаргонизмов, сленгизмов, профессионализмов с суффиксами стилистической модификации (ср. русские *игруха*, *презентуха*, *кликуха*, *попсуха*, *лошара*, *неустав-*

*няк*, *звездач*, *бандюган*; польские: *karciocha*, *patięciocha*, *bryka*, *czacha*, *komp*, *komóra*, *nostalgik*, *psychiatryk*, *real*), модели сложения без помощи соединительной гласной, структурно соответствующие словообразовательной модели немецких композитов, но отличающиеся спецификой производящих основ, словообразовательного значения и функционирования (ср. болг. *бизнес-виза*, *допинг-скандал*, *секс-туризм*, макед. *сексбизнес*, польск. *artsesja*, *biznesklasa*, рус. *арт-сессия*, чешск. *artdirector*, *artkino*), модели существительных переходного характера, образованных с помощью морфем *-fobia / -fobie / -фобия*, *-gate / -geit / -гейт*, *-holik / -голик / -холик* (ср.: болг. *бръмбаргейт*, *телефон-гейт*, *работохолик*, рус. *газгейт*, *Кавказгейт*, *Москвагейт*, *путиноголик*, польск. *Leppergate*, *cytrynagate*, *mlekoholik*, хорватск. *Fadiljgate*, *ženoholik*, чешск. *jelcingate*, *ropagate*, *stresholic*, укр. *Обамагейт*, словацк. *sexoholik*, словенск. *fotoholic*).

Особое внимание автор уделяет словообразовательным ресурсам языка рекламы: «В эпоху глобализма по заказу производителей товаров и услуг посредством языка рекламы, с помощью средств массовой информации активно формируется особая виртуальная реальность, в связи с чем рекламная коммуникация, с ее лингвомаркетологической направленностью, стала отдельным видом информационного обмена, породив особый функциональный стиль, в котором используются суггестивные методы воздействия, задающие «консументский» тип поведения» (с. 25).

Анализ лексического состава более 3000 рекламных слоганов в специальных российских и польских интернет-базах позволил Е.И. Коряковцевой выявить наиболее продуктивные словообразовательные приемы в сфере рекламы: использование непродуктивных словообразовательных типов (*сухарики Хрустец*); игнорирование условий словообразовательных типов (*пятизвездно*, *сникерсни*, *Honernie*, *twixnijmy*); деривация по образцу узуального слова на основании структурной аналогии (*вкусно и хрустно*, *miastoodporny* по аналогии с *wodoodporny*); использование уникальных формантов (*Перерыв на Моменталь*, *Шармэль*), а также продуктивных аффиксоидов (*супер-*, *super-*, *-ландия*, *-land / -landia*); образование сложных экспрессивных неодериватов как по продуктивным узуальным моделям, так и смешанным способом «усечение + сращение» (*Грацион*. *Грация + здоровый рацион*; польск. *eurobank*, чешск. *eurookna*, словенск. *ekokoncept*). В результате проведенного анализа автор приходит к справедливому выводу о том, что «системные неодериваты обладают значительно меньшей, чем уни-

кальные экспрессивные неогериваты, силой воздействия на реципиентов рекламных текстов. Экспрессивные уникальные неогериваты целенаправленно вводят в текст, чтобы интенсивно воздействовать на информационное, интеллектуальное и эмоциональное состояние потребителя рекламы, провоцируя его на приобретение рекламируемого товара» (с. 28).

Актуальной и значимой для современной лингвистики в ее теоретическом и практическом аспектах является также данная Е.И. Коряковцевой характеристика словообразовательных ресурсов компьютерного социолекта: «Исследовательский интерес к компьютерному социолекту обусловлен не только экстралингвистическими факторами (его новизной, изменчивостью и активностью распространения), но и собственно лингвистическими причинами. Компьютерщики (очевидно, в силу ярко выраженного креативного характера их деятельности) отличаются необычайной изобретательностью и оригинальностью в процессе словотворчества» (с. 28).

В статье характеризуются основные способы словообразования в сфере компьютерных неогериватов: суффиксальный (рус. *качалка*, польск. *skladak*, чешск. *písadlo*), префиксальный (рус. *подпрограмма*, польск. *podprogram*, чешск. *mezikód*), префиксально-суффиксальный (рус. *деглюкер*, польск. *wylogowac*, чешск. *nabootovat*), сложение (рус. *технодюна*, чешск. *světosif*), сложение с суффиксацией (рус. *эникейщик*, чешск. *třimegáč*). Компрессивное словообразование осуществляется суффиксальной универбацией (рус. *бродилка*, чешск. *laserovka*), аббревиацией (рус. *Мылсерв*), усечением по аббревиатурному типу (рус. *комп*, польск. *komp*, чешск. *net*).

Согласно выводам Е.И. Коряковцевой, «компьютерное словообразование, с одной стороны, осуществляется в рамках языковой системы и отражает процессы, происходящие в общенародном языке, с другой – обнаруживает черты, не свойственные стандартному языку» (с. 31). В русском компьютерном социолекте «рождаются слова, содержащие отыменное непринужденности, фамильярности, грубоватости...» (с. 30).

В результате автор приходит к важному выводу о том, что «словообразовательные неологизмы, появившиеся в языке СМИ и рекламы, а также в компьютерном социолекте, благодаря высокой степени актуальности новых понятий, номинируемых с их помощью, оказываются способными влиять на функционирование и продуктивность в славянских языках отдельных словообразовательных типов» (с. 31).

Актуальные проблемы компьютерной коммуникации рассматриваются и в статье Г.П. Нешименко «Компьютерная коммуникация в зеркале современной публичной речевой культуры и актуальных деривационных закономерностей (в сопоставительном аспекте)» (с. 39–66). Важность исследования вербального узуса электронных СМИ связана с тем, что при всем его своеобразии последний «довольно органично встраивается в систему общезначимого языка. Присущие ему закономерности не противоречат тенденциям развития последнего, они их, как правило, подтверждают, дополняют, позволяют увидеть в новом ракурсе» (с. 39). В настоящее время данная сфера языкового употребления принадлежит к наиболее значимым и востребованным в системе вербальной коммуникации этноса, поэтому исследование селекции языковых средств в этой области – задача большой научной значимости. Вследствие интерактивности общения в рамках электронной коммуникации активными участниками общения зачастую становятся лица, не обладающие необходимыми для этого речевыми навыками и уровнем языковой компетенции. Это «способствует совмещению в текстах компьютерного публичного общения различных речевых норм, как стилистических, так и региональных, отражающих различный уровень речевой культуры коммуникантов» (с. 42).

Одной из важнейших проблем социолингвистики, по мнению автора, является исследование публичной коммуникации, характерная особенность речевой нормы которой – осцилляция между литературным и разговорным узусом.

В статье показано формирование речевого стандарта публичного общения на основе проведенного Г.П. Нешименко в начале XXI века анализа аудиовизуальной публичной коммуникации. «Намеренное снижение, вульгаризация, повышенная экспрессивность публичного узуса становится ныне модной тенденцией» (с. 45). Так, согласно наблюдениям Г.П. Нешименко, выложенные в Интернете тексты речевого узуса молодых чешских политиков из парламентских и околопарламентских кругов в процессе неформального общения «демонстрируют широкое использование экспрессивной, в том числе и ненормативной лексики», «изобилуют включениями из сленга, обиходно-разговорного языка» (с. 44).

Отмечается особая значимость нормотворческой роли языка СМИ. Появление электронных СМИ стало «новым этапом в развитии информационного общества с характерной для него вербально-коммуникативной установкой» (с. 46). По своей природе языковое обеспечение электронной публичной коммуникации «представляет

собой весьма сложный, многоаспектный, гетерогенный феномен, манифестация которого варьируется в зависимости от целей коммуникации, ее условий, в частности, от выбираемого канала коммуникативной связи, адресата, тематики, жанра общения, языковой компетенции участников коммуникативного акта, наконец, от скорости прохождения информации по коммуникативному каналу» (с. 46), от невербального сопровождения. Существенно, по мнению Г.П. Нещименко, то, что «речевой стандарт публичного общения во второй половине XX в. становится нормообразующей основой литературного языка» (с. 46). Важно, что «модернизация публичной коммуникации дала мощный импульс ускоренному развитию не только языковой ситуации, но и всего комплекса коммуникативных, социолингвистических, а также языковых процессов» (с. 47).

Проведенное Г.П. Нещименко исследование показало, что «аудиовизуальные и компьютерные средства публичной коммуникации, имеют единую коммуникативную основу (адресность общения; массовость адресата; усредненность используемого вербального стандарта, интерактивность общения и др.)» (с. 47). Исследование важно для определения направленности языковой и культурной политики общества, формирования единого внутриэтнического и межэтнического коммуникативного пространства.

В статье анализируются изменения, которые способствовали тому, что в конце XX века сфера публичного общения прочно заняла доминирующее, репрезентативное положение в системе общезнаковой вербальной коммуникации, оказывая влияние на состояние и направленность развития речевой культуры, эволюцию нормы речевого поведения (переориентация на тексты публицистические, медиальные; массовизация аудитории и усреднение речевого стандарта общения, максимальное сближение вербального узуса коммуникантов и коммуникаторов). Влияние СМИ на литературный язык Г.П. Нещименко связывает со снижением значимости оппозиции «письменность – устность» (вследствие появления аудиовизуальных СМИ); с усилением позиции устного литературного языка; с появлением в ходе компьютеризации публичного общения новой разновидности графической речи, которая по сути является письменной фиксацией разговорного узуса; с изменением после появления электронных СМИ социолингвистического статуса устного литературного языка: этот идиом «становится средством публичной общезнаковой, притом мгновенной, коммуникативной связи» (с. 50). Как показывают наблюдения, «в узусе современной

публичной коммуникации происходит изменение речевого стандарта», что проявляется «в усилении влияния разговорного языка, активизации использования экспрессивных (в том числе ненормативных) средств выражения» (с. 51). К числу факторов риска для литературного узуса автор относит элиминирование средств вербальной коррекции текста, низкий уровень речевой культуры пользователей языка, проявление речевого нигилизма, массовое тиражирование ошибок, деформирующее языковое сознание и зрительную память индивидуума, снижение численности реальных носителей литературной нормы среди активных участников публичной коммуникации, предпочтительное использование устных форм общения.

По мере возрастания темпов технического прогресса все более снижаются возможности речевой коррекции текста. Новая норма публичного узуса второй половины XX в., формирующаяся при активном использовании электронных СМИ, более приближена к разговорному узусу.

К числу узловых проблем вербального узуса современной публичной коммуникации Г.П. Нещименко относит проблему поиска адекватного вербального обеспечения. При этом отмечается усиление конвергентных тенденций в сфере деривации славянских языков. Для эволюции словообразовательных закономерностей важны такие факторы, как смена нормативной основы литературного языка во второй половине XX в. (художественные тексты уступают место текстам СМИ, возрастает влияние языка Интернета, получившего статус медиального языка); существенное возрастание объема информационного потока, а также скорости его прохождения по каналам коммуникативной связи, что создает предпосылки для языковой экономии (использование компактных, семантически емких номинаций, активизация суффиксальной деривации, увеличение степени продуктивности традиционных способов и типов словопроизводства, вовлечение в сферу словообразования новых производящих основ и формантов). В словопроизводстве заметно увеличение стилистического варьирования суффиксов, спектра оценочной лексики, в том числе деминутивов; наличие экспрессивного фона у новообразования – абстрактных существительных, универбов и др.; создание компактных номинаций (универбов, относительных прилагательных, наречий и проч.). Другими узловыми проблемами Г.П. Нещименко считает проблему межязыковой и междиомной интерференции, а также проблему субстанциональных свойств и социолингвистического статуса языка компьютерного общения.

В статье представлена дифференциация электронных СМИ в зависимости от характера опосредующего коммуникативного устройства: характеризуется вербальная специфика аудиовизуальных СМИ (тенденция устнизации, массивизации, усреднения публичного узуса) и Интернета (возникновение интегрированного, интерактивного вербально-коммуникативного пространства, ревитализация оппозиции «письменность – устность» при доминировании графической фиксации текста). Эталонном вербальной культуры конца XX в. является узус устных СМИ, а начала XXI в. – Интернет. Сложнейшей проблемой, по мнению Г.П. Нецименко, является осуществление речевой коррекции текста в условиях значительного снижения уровня вербальной культуры.

Характеризуя тенденции и закономерности развития языковой ситуации на рубеже столетий, автор отмечает наибольшую актуальность для чехоязычного социума обиходно-разговорного идиома с высоким социолингвистическим статусом (язык Праги, среднечешского региона с выходом в западную Моравию), а для современного русского языка – активность социолектов (молодежного, профессионального, криминального жаргона). В русской публичной речи учащается использование включений из так называемого просторечия, что предвещает прогрессирующее снижение речевой культуры.

В целом Г.П. Нецименко отмечает изменение ценностных ориентиров в публичном узусе славянских стран с начала 90-х годов, следствием чего становится «нестабильность речевых норм, проникновение в публичный узус массовых включений из сленга, бранной лексики, появление многочисленных языковых ошибок» (с. 62). Фактом также является усиление вербальной активности лиц со сниженной языковой компетенцией. Серьезную опасность для литературного языка автор видит в том, что усредненный узус воспринимается массовым пользователем языка как образец речевого этикета, эталон речевой культуры. Автор делает вывод о необходимости единой стратегии в области языковой политики, «осуществление которой будет полезным при выстраивании приоритетов и ценностных ориентиров в области речевого этикета, новых стандартов вербального поведения, а также новой стилистики общения» (с. 63).

В статье Ingeborg Ohnheiser «Стирание стилистических границ в словообразовании и словоупотреблении» (с. 67–82) анализируются такие тенденции, как интернационализация и национализация, прагматико-стилистические тенденции и тенденция языковой экономии.

Стирание стилистических границ в сфере единиц словарного состава автор отслеживает на примерах возрастающего употребления стилистически сниженных слов, разговорных, жаргонных, а также образования слов – вторичных обозначений уже названных денотатов – по стилистически маркированным моделям (суффиксация (*депрессуха*), усечение (*деза*), их комбинация (*велик*), универбация (*гесточка < гестбук*), контаминация (*хрущоба*), разговорно-уничижительные производные на базе аббревиатур (*феесбеешник*). Автор отмечает также необыкновенную с точки зрения нормы сочетаемость стилистически нейтральной или книжной основы с разговорно-оценочным суффиксом (с. 68).

Важен вывод автора о том, что «прирост новой лексики с номинативной функцией в современных славянских языках большей частью осуществляется с помощью материальных заимствований, калек или же гибридных образований, среди которых большое место занимают разные образцы словосложения» (с. 69): *эко-сумка, нанокomпьютер, факсбумага, биосолярий, футбол, бизнес-класс* и под. «Иноязычный характер ряда новых сложений смягчается тем, что один или оба компонента уже существуют в языке-реципиента как отдельные заимствования» (с. 69). Интересны наблюдения автора над словообразовательной активностью русских «слов года» (*гламур, нано, блог / блоггер, гендер, пиар, имхо*) и анτισлов (*креатив, политконкретность, шакалить*) и способами их образования: словосложение (*зомбоящик, лесогубы, тандемократия, сдербанк, Медведпутия, сетез, Ё-мобиль*), префиксация и суффиксация (*постимперия, ЕГЭизация сознания, кошмарить бизнес, пилинг, откатинг, френдёж, болт, лыбик*); комбинация разных способов словообразования (*замкадыши, лекси-кола, книженность, злодчество, вампьютер, вир, ничность*).

Таким образом, по наблюдениям автора, «для многих прямых заимствований, выбранных словами года, характерна заметная словообразовательная активность, свидетельствующая об адаптивной и интегративной функциях словообразования» (с. 78). Большая часть слов года в рамках словосложения базируется на калькировании или гибридации. Ассоциации и аналогия особенно характерны для разного рода наложений, контаминаций и усечений как в наименованиях с заимствованными элементами, так и в образованиях на основе исконной лексики. «В игре с языком словотворчество и словообразование занимают большое место» (с. 79).

В словарной динамике, по словам автора, отражается новейшая русская история и иссле-

дователи отмечают «явное преобладание политической составляющей» (с. 79).

Проблеме стилевой дифференциации интернет-коммуникации в словообразовательном аспекте посвящена статья Е.Г. Лукашанец «К проблеме словообразовательной маркировки стилей интернет-коммуникации: мотивированная лексика в онлайн-словарях» (с. 83–98). Автор исследует проблему специфики деривационных процессов в интернет-коммуникации на материале русской молодежной речи, представленной во Всемирной сети: специфически молодежной лексики на молодежных сайтах в нескольких онлайн-словарях.

Основным фактором формирования лексики сленга автор считает влияние английского языка (геймерский сленг, интернет-сленг). Англоязычные заимствования далее служат мотивирующими для других сленгизмов. Мотивированные сленгизмы как образуются исконными средствами словообразования, так и отражают мотивационные процессы английского языка.

В статье анализируется семантическая деривация и графодеривация в системе средств словообразования в молодежной речи Интернета, морфологические дериваты в составе молодежной лексики: разные виды сокращений и их мотивационная база; сложные и сложносuffixальные слова, слова-сращения; разные типы аффиксальных образований и их мотивирующие основы; случаи контаминации и паронимической аттракции.

Таким образом, по результатам исследования Е.Г. Лукашанец, из 613 слов геймерского сленга около 72% представляют собой мотивированные образования; в интернет-сленге доля мотивированных слов составляет 80%, что характерно для социолекта вообще. Поэтому, по мнению автора, «данный критерий не может служить надежной базой для разграничения разных стилей социолектной речи в интернет-общении» (с. 97). Не отражает специфики интернет-коммуникации и характер аффиксальных дериватов: «в рассмотренных сленгах зафиксированы в основном наиболее продуктивные в русском языке аффиксы и модели словообразования» (с. 97).

Более показательна с точки зрения типологических характеристик сленга Интернета доля графических дериватов и сокращений: первые преобладают в интернет-сленге (32%), а вторые – в сленге геймеров (39%). Таким образом, по выводам Е.Г. Лукашанец, графодериваты и сокращения можно считать стилистическими маркерами разных типов сленга пользователей Интернета.

В начале 21 века значительные изменения наблюдаются в сферах экономики, культуры,

социального устройства в многонациональных образованиях. Новые реалии из области мобильной связи, электронной коммуникации, моды, косметики, автомобильной индустрии, спорта и т. д. находят отражение в разного рода новообразованиях.

В статье Ирены Страмлич-Брезник «Окказиональное словообразование в текстах словенской рекламы» (с. 99–109) анализируются словообразовательные инновации в словенском языке, которые отмечены в текстах печатных словенских СМИ, в онлайн-объявлениях, в речи дикторов телевидения с 2009 по 2012 годы. Возвращаясь к проблеме, которую исследовала два года назад, Ирена Страмлич-Брезник вновь поднимает вопрос о содержании понятий «неологизм» и «окказионализм». По её мнению, неологизм используется в качестве лексической единицы с фиксированным значением, в то время как окказионализм – это единица, которая не существует в системе языка, не отмечена в словарях. Автор статьи подчеркивает, что отдельные окказиональные образования, созданные в конкретных целях – изобразительно-выразительных и эстетических, часто образуются с намеренным нарушением словообразовательных норм и потому и не воспроизводятся в речи носителей языка.

Исследовательница фокусирует свое внимание на двух основных способах воздействия копирайтера на потенциальных клиентов / потребителей рекламы: 1) принцип **ассоциации** (адресат идентифицирует объект на фото, рисунке или иллюстрации как соответствующий его собственному опыту); 2) принцип т.н. **субверсии** (различные знаки / коды / семантическая сложность делают возможными разные интерпретации содержания одного и того же объекта рекламы).

Эти принципы могут реализоваться в рекламных текстах следующим образом: 1) неологизмы создаются по известным узуальным словообразовательным моделям, но с помощью нетипичных морфем (например, сущ. + - *jad(a)*: *salamijada*, *mortadelijada*); 2) принцип так называемой **субверсии** реализуется с помощью графодериватов, путем применения различных типографских приемов, например **FENomenalni** (*покупка*) в объявлении о том, что, покупая морозильную камеру, клиент получает в качестве вознаграждения **Fen** (*фен*). Детально анализируются в статье окказионализмы, созданные по существующим в языке моделям словообразования, например *slastistika* (в рекламе маргарина *Zvezda* – по образцу сущ. + *ist* + *ika* на базе сущ. *slast* 'наслаждение, удовольствие, вкус, желание' (при отсутствии потенциального слова \**slastista*),

а также новообразования, которые не являются системными, которые далее классифицируются в зависимости от происхождения словообразовательных элементов (исконные vs заимствованные). Особое внимание в статье уделяется графодериватам с исконными (*ZAkonik, koledarěĭk*) и заимствованными (*4motion, got2be!, easy2clean*) частями. Рассмотренные в статье новообразования выполняют две функции: они подвергают испытанию границы языковой системы и в то же время остаются уникальными семантически связанными с контекстом рекламы.

В статье Е.В. Петрухиной «Особенности словообразования в церковно-религиозном дискурсе русского языка: стилистические функции церковнославянизмов» (с. 110–134) анализируются особенности словообразования в церковно-религиозном дискурсе русского языка в аспекте стилистических функций церковнославянизмов на материале проповедей священства, пояснений к церковным службам известного духовного писателя митрополита Вениамина Федченкова.

Автор статьи подчеркивает, что «стилистические церковнославянизмы как основа высокого стиля – это уникальное явление именно русского языка. Поэтому все современные изменения в стилистических системах славянских языков, связанные с «демократизацией и коллоквиализацией» устной и письменной речи, официальной и массовой коммуникации, соответственно ослабляющие или разрушающие высокий стиль, имеют наиболее значимые последствия именно для русского языка» (с. 113). Основу высокой лексики составляют стилистические церковнославянизмы, судьба которых в русском языке, по словам автора статьи, неразрывно связана с историей России (с. 114).

Проведенное Е.В. Петрухиной исследование, ограниченное производными словами и словообразовательными отношениями в религиозных текстах определенного жанра – проповедях, выявило большую частотность в рассмотренных «текстах высокой лексики – словообразовательных стилистических церковнославянизмов, взаимодействующих с другими элементами высокого стиля» (с. 114). Подобные факты расшатывают сложившееся в науке мнение о разрушении высокого стиля в русском языке. Производные слова, в акте образования которых взаимодействуют когнитивные, коммуникативные, дискурсивные, личностные и собственно языковые (системные) факторы, «играют большую роль в создании высокого стиля анализируемых текстов» (с. 116).

В статье исследуется семантика и функции словообразовательных церковнославянизмов в проповедях, причем особое внимание уделяется

особым дискурсивным значениям и функциям дериватов. Проведенный анализ показал, что «словообразовательные стилистические церковнославянизмы органично сочетаются с лексическими, грамматическими и орфографическими церковнославянизмами, также стилистически маркированными. Гармония языковых средств разных уровней, имеющих церковнославянское происхождение, создает торжественно-возвышенный стиль данных проповедей, которые при этом характеризуются индивидуальной речевой манерой каждого автора» (с. 119).

Автором установлено, что наиболее яркими и частотными словообразовательными средствами создания высокого стиля в церковно-религиозном дискурсе являются приставки *воз-* (*возо-*, *вос-*), *низ-* (*нис-*), *пре-*. В религиозных текстах у данных приставок выявлены особые значения, которые определяются автором как дискурсивные.

«Современный церковно-религиозный дискурс способствует обновлению высокой и книжной лексики церковнославянского происхождения, которая в толковых словарях русского языка до 80-х годов XX века рассматривалась как устаревшая» (с. 122). В проповедях пространственные глаголы (типа *восседать, возлежать*) и некоторые другие (*воззвать, воспеть*) «выражают максимальную степень возвышенности действия, указывая на божественность субъекта действия или его непосредственную связь с вышним миром» (с. 122). Приставке *воз-, вос-* в значении «направление вверх» в религиозном дискурсе противостоит приставка *низ- / нис-*, выражающая направление сверху вниз (о духовном движении). В церковно-религиозном дискурсе именная приставка *пре-*, сохраняя значение высокой степени признака, выполняет дополнительную дискурсивную функцию – «выражает отнесенность признака к сфере Божественного, например в таких словах, как *премудрый, премудрость, превечный, пречистая, преблагая, преблаженная, пресвятая*» (с. 123).

Проведенный Е.В. Петрухиной сопоставительный анализ производных глаголов и имен с приставками *воз-, низ-, пре-* в церковно-религиозном дискурсе и в толковых словарях русского языка «демонстрирует результат секуляризации русской языковой картины мира, которая особенно последовательно проводилась в лексикографической практике советского периода» (с. 126). Современные толковые словари конца XX и начала XXI вв. «реагируют на оживление русского церковно-религиозного дискурса, меняя стилистические пометы» у данных церковнославянизмов, но делают это непоследовательно (с. 126).

В статье анализируется также роль словообразовательных средств в создании стилистиче-

ских фигур, характерных для «орнаментальной прозы», «плетения словес»: повтор слов и однокоренных дериватов, выражающих ключевые для данных текстов смыслы.

Проведенное Е.В. Петрухиной исследование свидетельствует о том, что «в духовно-религиозном дискурсе реализуется богатый стилистический потенциал церковнославянизмов, которые, храня многовековые традиции книжности, являются прочным фундаментом высокого стиля русского языка» (с. 129).

В статье Лидии Аризанковской «Развитие функциональных стилей с точки зрения словообразования в современном македонском языке под влиянием средств массовой информации» предметом анализа является язык современных СМИ и язык рекламы, в которых наблюдается экспансия англицизмов. Функциональный стиль, а точнее подстиль, каким является язык прессы, охарактеризован как «наиболее открытая система», поглощающая элементы / средства различных функциональных стилей, прежде всего официально-делового и научного, а в последнее время – разговорного и стиля художественной литературы. В текстах СМИ, как правило, наблюдаются различные проявления «варваризации» македонского языка, например, чрезмерное использование заимствованных, чужеродных элементов, слов и выражений, преимущественно написанных латиницей, что, по мнению некоторых, как будто бы обогащает македонский язык. Автор указывает, однако, что большинство македонских лингвистов, вы-

ступая в защиту норм, считают, что неологизация любой ценой вовсе не способствует улучшению языка СМИ. Приводимые Л. Аризанковской примеры новых заимствованных англицизмов различных типов служат иллюстрацией того факта, что иностранные элементы используются неоправданно часто, особенно в молодежных развлекательных программах, где каждый участник «говорит так, как умеет». Автор статьи убедительно показывает, что влияние английского языка на речь жителей Скопье гораздо сильнее, чем воздействие сербохорватского языка на македонский в бывшей Югославии.

Статья содержит много нового и очень интересного лексического материала. Богатый лексический материал, прежде всего – системные и несистемные неологизмы, описанные Л. Аризанковской в рецензируемой статье, представляет несомненную ценность для славистов – дериватологов и лексикологов.

Сборник «Словообразование и новые функциональные стили в славянских языках» отражает актуальные проблемы сложного взаимодействия словообразования и стилистики на современном этапе функционирования славянских языков.

#### *Примечание*

\* Интернет-витрина Комиссии по славянскому словообразованию при Международном комитете славистов, на которой размещен ряд ее публикаций, находится по адресу <http://ksl.mks.uph.edu.pl>

### **REVIEW OF THE COLLECTIVE MONOGRAPH «REPORTS OF THE XV INTERNATIONAL CONGRESS OF SLAVISTS (BELARUS, MINSK, 20–27.08.2013)»**

*E.I. Koryakovtseva, L.V. Ratsiburskaya*

The objective of the thematic session «Word-formation and the new functional styles of Slavic languages» was to provide a focused discussion on the innovative topic of complex interactions between word-formation and stylistics, and to identify the areas in which further research needs to be done.

*Keywords:* word formation, functional style, mass media, advertisement, Slavic languages.