

С.А. Каминская^{1*} , А. Е. Саденова² 

¹Чжэцзянский университет, Китай, г. Ханчжоу

²Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,

*e-mail: chasovv6@mail.ru,

ФУНКЦИИ ОККАЗИОНАЛИЗМА В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ ДИСКУРСА

Статья рассматривает окказионализм в различных типах дискурса: художественной литературе, рекламе, средствах массовой информации и политическом тексте. Определяется ряд функций, осуществляемых посредством окказионального слова в зависимости от прагматических целей, преследуемых адресантом. Коммуникативный принцип, ставший основой большинства дидактических концепций и успешно реализованный практически на всех этапах образования, в значительной степени укрепил методологию связей и лингвистику, повышенный интерес к преподаванию параметров коммуникативного процесса.

Обучение – сложный и многоцелевой процесс. Деятельность преподавателя должна быть направлена на максимизацию процесса обучения. Учет этих моментов позволяет преподавателю грамотно организовать аудиторию, корректировать темпы, альтернативные формы работы, что означает активизировать деятельность учащихся. Коммуникативный принцип, ставший основой большинства дидактических концепций и успешно реализованный практически на всех этапах образования, в значительной степени укрепил методологию связей и лингвистику, повышенный интерес к преподаванию параметров коммуникативного процесса. В статье предлагаются различные методические рекомендации, которые соответствуют различным этапам обучения. Ему уделяется внимание не только лингвистической форме выражения, но и неформальной форме. Предлагаются интерактивные формы обучения.

Ключевые слова: индивидуально-авторский неологизм; окказионализм; функции окказионализма, дискурс.

S.A. Kaminskaya^{1*}, A.E. Sadenova²

¹Zhejiang University, China, Hangzhou

²Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty

*e-mail: zhanar.kulmat@gmail.com

Functions of nonce words in different types of discourse

The article examines occasionalism in various types of discourse, including fiction, advertising, mass media and political text. The identification of the implicit pragmatic goals of the addressee allows us to determine the functional of nonce words depending on the type of discourse they are used in. Communicative principle, which became the base for most of didactic concepts and successfully implemented in almost all stages of education, largely strengthened ties methodology and linguistics, increased interest in teaching communicative process parameters.

Teaching – a complex and multi-pronged process. The activities of the teacher should be aimed to maximize the learning process. Accounting for these moments allows the teacher to build a class methodically competently, to adjust their pace, alternate forms of work, that means to intensify the activities of the students. Communicative principle, which became the base for most of didactic concepts and successfully implemented in almost all stages of education, largely strengthened ties methodology and linguistics, increased interest in teaching communicative process parameters.

In the article, various methodic recommendations are provided, which correspond to various stages of education. It is given attention not only to linguistic form of expression, but to informal form. Interactive forms of teaching are proposed for speaking.

Key words: occasionalism; nonce word; functional of nonce words.

С.А. Каминская^{1*}, А.Е. Саденова²

¹ Чжэцзян университеті, Қытай, Ханчжоу қ.

² Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

*e-mail: chasovv6@mail.ru,,

Дискурстың әр түрлі түрлеріндегі окказионализм функциялары

Мақалада әр түрлі дискурстардағы окказионализм қарастырылады: көркем әдебиет, жарнама, бұқаралық ақпарат құралдары және саяси мәтін. Адресант қолданатын прагматикалық мақсаттарға байланысты окказионалды сөз арқылы жүзеге асырылатын бірқатар функциялар анықталады. Көптеген дидактикалық ұғымдардың негізіне айналған және білім берудің барлық сатыларында ойдағыдай жүзеге асырылатын коммуникативтік принцип байланыс пен лингвистика әдіснамасын күшейтіп, коммуникативтік үрдістің параметрлерін оқытуға қызығушылықты арттырады.

Бұл мақалада оқытудың әртүрлі кезеңдеріне қатысты түрлі ұсыныстар берілген. Әр түрлі дағдыларды қалыптастыру үшін оқытудың интерактивті формалары ұсынылады.

Осы мақалада ұсынылған жаттығулар жүйесі жазбаша қарым-қатынасты дамытуға ықпал етеді. Оқыту күрделі және көп мақсатты үдеріс. Оқытушының қызметі оқу үдерісін барынша арттыруға бағытталуы керек. Осы сәттерді ескеру оқытушыға аудиторияны сауатты ұйымдастыруға, жылдам, балама жұмыс түрлерін түзетуге мүмкіндік береді, бұл студенттердің белсенділігін арттыру болып табылады. Көптеген дидактикалық ұғымдардың негізіне айналған және білім берудің барлық сатыларында ойдағыдай жүзеге асырылатын коммуникативтік принцип байланыс пен лингвистика әдіснамасын күшейтіп, коммуникативтік үрдістің параметрлерін оқытуға қызығушылықты арттырады.

Мақалада оқытудың әртүрлі сатыларына сәйкес келетін әртүрлі әдістемелік ұсыныстар ұсынылған. Ол тек тілдік формаға ғана емес, бейресми нысанға да назар аударады. Оқытудың интерактивті формалары ұсынылады. Мақалада берілген жаттығулар жүйесі жазылымды дамытуға ықпал етеді.

Түйін сөздер: жеке-авторлық неологизм, окказионализм, окказионализмнің функциялары.

Введение

Окказиональное слово – образованное в результате словотворчества неузуальное слово или словосочетание, обладающее повышенной экспрессивной окраской – уже на протяжении более, чем полувек а является распространенной темой для исследования многих отечественных и зарубежных ученых. Лингвистами неоднократно исследовалась проблематика разграничения таких определений, как окказионализм, неологизм и потенциальное слово (Л. О. Бутакова, Н. А. Белова, О. С. Захарова); проводилась подробная классификация и выявление характерных признаков окказионализмов (Е.А. Земская, А.Г. Лыков, Н.И. Коробкина). Ученые неоднократно рассматривали окказиональное слово в различных типах дискурса – художественной литературе (Л.А. Худобина, М. Шутемова, И.О. Ковалевич), медийных текстах (Н.А. Бакич, М.В. Радченко, О.В. Шашкова), при составлении речевых портретов политиков (А.А. Инжечик, О.П. Симутова, А. Фалилеев) или в рекламе (Ю. Шаталова, Ю.Г. Гладких, Н. Собченко).

Однако же, несмотря на достаточно широкое исследование проблематики окказионализма,

работы затрагивают лишь один конкретный дискурс. В данной статье окказионализм, а именно – его функциональная значимость, рассматривается в нескольких типах дискурса. Именно функциональная значимость вкпе с четко проявляющейся прагматической направленностью являются одним из наиболее характерных признаков окказионального слова. Они могут варьироваться в зависимости от типа дискурса, в котором используется окказионализм, либо от имплицитных целей, преследуемых говорящим.

Эксперимент

Данная работа не рассматривает окказионализмы, возникшие в результате речевой деятельности детей, ввиду того, что в подавляющем большинстве случаев детское словотворчество является продуктом языковой неосведомленности и исключает возможность намеренности их использования. Любые другие окказионализмы, будь то авторские новообразования в художественном тексте либо факты языковой игры в рекламном дискурсе, обладают признаком осознанности использования, вследствие чего зачастую наделены имплицитными намерениями.

Художественная литература

В художественной литературе окказионализм является нередким явлением, авторы зачастую осознанно включают их в свои произведения, нередко в большом количестве, даже давая подобным словам свое название. Так, например, делает Хлебников, используя термин «слова-самоделки», об этом пишет в своем произведении Льюис Кэрролл, описывая композиты как слова-портмоне. Авторы произведений преследуют целый ряд целей, осуществлению которых способствует окказиональное словотворчество, выполняющее целый ряд функций.

Первой и основной функцией слова является его номинативная функция, способность назвать или обозначить конкретный предмет или явление. Однако, у окказионального слова данная функция факультативна, то есть, не обязательна и присутствует далеко не всегда. Это можно объяснить тем, что окказионализм включает в себя не один, а целый ряд признаков, что наделяет его скорее характеристической, а не номинативной функцией, однако последняя не может быть проигнорирована.

Так, номинативная функция окказионализмов подразумевает под собой создание новых слов, которых нет в словаре, ради самого значения. Эта функция применяется в том случае, когда автор не может найти в своем словарном запасе слова, в полной мере описывающего факт или явление, которое требуется изобразить. При выборе языковой единицы автор отталкивается от семантической составляющей, которую ему необходимо реализовать в форму слова. Прежде всего он обращается к своему лексикону, но, если в нем не находится подходящего слова, в полной мере удовлетворяющего его требования, он вводит окказионализм.

Иная ситуация, требующая от автора введения окказионального слова, возникает тогда, когда появляется необходимость назвать не существующий в действительности объект (квазиобъект). Подобное явление нередко можно наблюдать в таких литературных жанрах, как научная фантастика, фэнтези, утопия и антиутопия, в которых повествование нередко затрагивает вымышленные реалии, и, соответственно, предполагает наличие несуществующих объектов и явлений. Таким, например, ранее было вошедшее в современный узус слово «робот», впервые употребленное Карелом Чапеком в своем произведении «Р.У.Р.», и означающее машины, предназначенные для выполнения ряда механических работ. Нередкими здесь

являются и различного рода онимы и производные от них.

Зачастую окказиональное слово или выражение способствует выражению идиостиля автора. Творческий процесс подразумевает под собой целостное, насыщенное и нетривиальное видение мира, полное деталей и подробностей, выражение которых на письме порой не может достигаться посредством исключительно узуальных слов. Прибегая к окказиональным словообразованиям, автор самовыражается, демонстрирует свое восприятие мира; словотворчество способствует более точному выражению его мыслей и идей на письме. Посему незузальные слова и языковые девиации получили настолько широкое распространение в художественном тексте.

Таким образом, использование окказиональных единиц является не чем иным, как потребностью человека в творческом выражении мировосприятия.

Безусловно успешно окказионализм справляется с этой функцией в таком литературном направлении, как символизм, где автор пытается «озвучить» свой внутренний мир, высказать свою идею на наиболее экспрессивный манер; посредством недосказанностей, загадок, скрытых смыслов, завуалированных идей показать чувства и переживания человека. Это – необычный, экспериментаторский подход к использованию языка, и словотворчество здесь способствует формированию символов, при помощи которых автор демонстрирует свое видение мира.

Использование окказиональных единиц в тексте также способствует повышению экспрессивности. Применение яркого и нетривиального окказионального слова вместо широко распространенного и забитого узуального позволяет стилистически оформить текст, придать ему большую экспрессию и эмоциональную выразительность.

Еще одной стилистической функцией, заключающейся в окказионализме, является оценочность. Посредством словотворчества автор не только характеризует явление, но также и дает ему свою оценку, рассматривая с позитивной или наоборот – негативной – стороны. В отличие от политического дискурса и сми, в художественной литературе автор не ставит перед собой целью навязать свое мнение читателю, здесь оценочность проявляется ввиду намерения выразить себя, потребности подчеркнуть свое отношение к чему-либо, высказать свое мнение на тот или иной счет, чему в некоторой степе-

ни способствует введение новых, неузуальных слов.

Окказиональные словообразования могут применяться при необходимости введения персонажа с нарушением фонетических норм (акцента, нарушений речи, диалектизм, детской речи и так далее), для акцентирования внимания на национальном колорите (например, существительные-бинонимы силы-прелести, серпулат), равно как и в качестве создания характеристического портрета одного из героев. Иногда автор вводит окказионализм, желая пошутить, поиграть словом. По этой причине окказиональные единицы широко распространены в юмористической прозе, в произведениях с саркастическим и ироническим содержанием.

Помимо экстралингвистических функций окказионализм также выполняет целый ряд функций внутриязыковых. Так, например, использование окказиональных образований может быть вызвано стремлением автора кратко выразить свою мысль – окказионализм может стать лаконичной и емкой заменой целому словосочетанию или даже предложению.

Вводя в текст окказиональные новообразования, автор тем самым акцентирует внимание читателя на ключевых моментах произведения. Выводя слово из автоматизма восприятия, придавая ему нестандартную форму, он тем самым привлекает, выделяет, указывает и направляет читателя вслед за своей мыслью.

Наконец, к использованию окказионализмов автор прибегает и в более очевидных случаях: при возникновении потребности избежать тавтологии, с целью сохранить ритм стихотворения, при поиске необходимой рифмы, внести в текст стилистические вариации, пополнить синонимию и т. п. – все вышперечисленное может осуществляться посредством использования окказиональных единиц, но качество исполнения зависит исключительно от таланта автора, его языковой интуиции и осведомленности.

Реклама

Использование окказиональных единиц получило широкое распространение в рекламном дискурсе. Это обуславливается тем, что подобные новообразования осуществляют целый ряд функций, играющих первостепенную роль в рекламе.

В актуальные задачи, стоящие перед рекламой, входит нахождение различных способов для усиления эффективности коммуникации с потенциальным клиентом, привлечения его внимания и воздействия на него. Окказионализмы

в полной мере способны справляться с этим. Вследствие того, что оригинальность – один из наиболее действующих способов привлечения внимания в рекламе, неузуальность и непривычность формы слова способствуют тому, что оно выбивается из ряда других слов, вынуждая невольно остановиться на нем взгляд, сначала – для осознания формы, а далее – семантики слова. Это же способствует и запоминаемости рекламы, прочно «заседающей» в голове.

Контакт потенциального клиента с рекламой обычно длится всего несколько секунд, за которые коммуникация должна осуществиться наиболее эффективно. Окказиональная единица и ненормативность ее формы не только привлекают внимание, они также сосредотачивают внимание, заставляют декодировать слово, вникнуть в его семантику. Вызывая ряд ассоциаций, игра со словом заставляет поразмышлять над ним, дать оценку. Это увеличивает время контакта с рекламой.

Ю. Н. Шаталова отмечает, что, кроме вышеперечисленных функций, окказионализм также способствует формированию положительного внимания рекламы адресатом, получающим интеллектуальное наслаждение от декодирования языковой игры (Шаталова, 2018: 232).

Кроме того, в рекламном дискурсе окказионализм, обладающий большой семантической емкостью, дает возможность компактно выражать сложные имплицитные смыслы. Сжато выраженная идея содействует более прочному закреплению в сознании потенциального клиента; помимо того, сокращается время для ее усвоения. Расположенность маркетологов к окказионализму можно объяснить и тем, что рекламное пространство требует материальных затрат, и поэтому лаконичность зачастую стоит во главе поставленных задач.

Языковая игра рождает у реципиента ассоциации. Удачно подобранная деривационная модель может стать визитной карточкой торговой марки: к примеру, в рекламе мобильной связи МТС применяется окказионализм, образованный при помощи суффикса -ище (безлимитище, забугорище). Длительное и многократное использование окказиональных единиц, образованных посредством использования данного суффикса, способствовало выстраиванию у людей крепкой ассоциативной связи, и использование данного словообразовательного типа в рекламе других торговых марок уже воспринимается лишь как пародия (Шаталова, 2018: 227-232).

СМИ

Так же, как и причины использования, функции, выполняемые окказионализмами в тексте, всегда разнообразны. На границе столетий использование окказионализмов, ранее свойственное именно художественному тексту, стало повсеместным и в дискурсе средств массовой информации. Вслед за изменением целей их использования естественным путем изменились и функции, которые осуществляет окказиональное слово.

Все неузуальное словотворчество в газетном тексте, включая окказионализмы, является отражением тех событий, которые происходят во всех областях жизни общества.

В то время как изначально язык прессы предполагал тщательно выверенный и взвешенный язык политики, на сегодняшний день он ориентирован преимущественно на общество. Это способствует его вариативности – от помпезности и высокопарности до сниженной лексики, с обилием заимствованных, жаргонных и окказиональных единиц. Средства массовой информации все более склонны использовать окказиональные слова, в то время как читатели все активнее ведутся на яркие, цепляющие заголовки, вследствие чего язык прессы становится все экспрессивнее вплоть до агрессивности. Но стоит отметить и тот факт, что сей процесс обоюден: газеты насыщаются просторечиями и сленгом, в то время как благодаря средствам массовой информации арго из узкоспециальных сфер и неологизмы получают популярность и находят свое место в простой речи. На этой основе разрастается и литературная норма, вбирающая в себя всевозможные дериваты.

Тем не менее, как и раньше, основной целью любого средства массовой информации все также является стремление убедить, воздействовать на читателя, сформировать систему его ценностей, вплоть до манипулирования его мнением (Синепупова, 2012:174). Задачей стоит не только передача основной идеи, но также и употребление «правильного» слова, которое сможет оказать надлежащее воздействие на читателя. Другими словами, в главной задаче СМИ является не что иное, как формирование общественного мнения.

Р.Р. Гарифуллин пишет, что намеренная дезинформация читателя на сегодняшний день не является чем-то исключительным: «СМИ являются основным орудием экономической и политической борьбы и силен в ней не тот, кто порядочнее, а тот, кто может эффективно ввести в заблуждение своего оппонента /.../» (Гарифуллин, 2019:56).

В ходе ознакомления с содержанием газеты читатель прежде всего замечает заголовки и подзаголовки статей. По этой причине они должны не только представлять собой лаконичное и сжатое отображение идеи статьи, но и цеплять взгляд читателя (Лыков, 1976:43). Окказиональное словотворчество в заголовке статьи концентрирует восприятие благодаря своей необычной форме, структуре, новому семантическому наполнению, равно как и побуждает к размышлениям; читатель, имеющий перед собой цель декодировать окказиональное слово, зачастую оказывается не в силах это сделать без контекста, и потому обращается к статье, где предоставлен код для дешифровки и дальнейшего понимания окказиональной единицы.

Благодаря окказионализму текст приобретает лаконичность, емкость и экспрессивность. При его помощи автор может создать определенный образ, наиболее точно и полно выразить мысль новым, свежим понятием, способствуя привлечению внимания читателя.

Будучи продуктом экспериментаторства, творчества, интуитивности, окказионализм наделен необычайной экспрессивностью, живостью и художественностью. Эти качества, заключающиеся в себе непосредственную сущность окказионализма, определяют одну из важнейших ее функций – экспрессивную функцию. Нетривиальностью формы и структуры, а также семантикой окказионализм привлекает внимание, и в этом заключена еще одна его функция – функция концентрации внимания. Чем выше степень окказиональности слова, тем более выражено проявляются функции, которое оно выполняет (Бабенко, 1997:78). Еще одна характерная черта окказионализма в дискурсе СМИ – его семантическая содержательность; она дает возможность заключить в одном слове не одну, а целый ряд характеристик или явлений, порой будучи способной передать идею целого словосочетания или предложения.

Создание и использование окказионализма подразумевает в первую очередь не столько объективную оценку и отображение происходящего, сколько субъективное отношение к нему. Средства массовой информации таким образом навязывают псевдоподлинное и псевдообъективное видение мира и свою оценку этому читателю, тем самым добиваясь поставленной перед ними цели (Земская, 2011:21).

Окказиональные единицы служат орудием для проявления и формирования политических взглядов. При их помощи может быть построено отрицательное восприятие, которое можно

отнести к одному из средств речевого манипулирования. Так, например, одна из широко используемых тактик манипуляции сознанием посредством языка – приклеивание ярлыков – нередко осуществляется именно при помощи окказионализмов. Последние представляют собой эффективный способ латентно повлиять на сознание читателя, что лишает их семантику беспристрастности и объективности.

Таким образом, окказионализм становится как средством экспрессивности и концентрации внимания, так и средством языкового манипулирования. С его помощью не только дается оценка происходящей реальности, но и осуществляется ее имплицитное навязывание читателю, за счет чего претворяются в жизнь коммуникативные намерения. Языковая манипуляция прослеживается не только в текстах с политическим содержанием, но и в текстах спорта и культуры. Порой то оказывается даже более эффективным ввиду того, что читатель, не ожидая того, оказывается в большей степени подвержен влиянию.

Исходя из вышесказанного, можно сделать выводы, что использование окказиональных слов в средствах массовой информации может быть обусловлено следующими причинами: 1) необходимость дать название новым реалиям; 2) потребность кратко и содержательно выразить идею; 3) стремление к экспрессивности; 4) желание заменить слово синонимичным понятием или дать ему более точное определение; 5) необходимость в невыраженной оценке происходящего.

Политический текст

Окказионализм является незаменимым средством в политическом тексте. Неузальные, нестандартные по своей форме и содержанию

слова привлекают внимание, запоминаются и цитируются, зачастую становясь визитной карточкой политика.

Результаты и обсуждение

Навыки общения являются необходимыми в сфере политики: хороший политик отличается не только характерной философией, но и грамотно построенной и выразительной речью. Здесь окказионализмы должны не только привлечь внимание, быть услышаны, но и повлиять и задеть слушателя лично. Словотворчество благотворно влияет на речь политика, делая ее яркой и запоминающейся. Нередко подобные слова и выражения приобретают популярность и получают широкое распространение (Лопатин, 1973:69).

В зависимости от выбранной стратегии поведения речь политика может быть насыщена окказиональными единицами или наоборот – характеризоваться их малым количеством, при этом все же имея единичные случаи употребления, применяемые в необходимых ситуациях с целью подчеркнуть их важность, тем самым являясь отражением событий, имеющих место в обществе в тот или иной момент.

Заключение

Таким образом, в политическом дискурсе окказионализм выполняет следующие функции: 1) стилистическая; 2) манипулятивная; 3) оценочная; 4) экспрессивная.

Так, все функции окказионализма в большей или меньшей степени характерны для различных типов дискурса:

	Художественная литература	Средства массовой информации	Политика	Реклама
акцентирующая	✓	✓	✓	✓✓
игровая		✓		✓
компрессивно-синкретическая		✓✓		✓✓
манипулятивная		✓✓	✓✓	
номинативная	✓	✓		
оценочная		✓✓	✓	
стилистическая	✓✓	✓	✓	✓
техническая	✓	✓		✓
экспрессивная	✓✓	✓	✓	

Благодаря своему функциональному разнообразию окказионализмы получили широкое распространение во всех типах дискурса; они используются повсеместно как в речах руководителей страны, так и в стихотворениях, как на страницах желтой прессы, так

и на интернет-форумах. Использование окказионализмов в русском языке обретает все большую популярность, окказиональное словотворчество становится одной из специфических черт, характеризующих современный русский язык.

Литература

Шаталова Ю. Н. Словообразовательная игра в современном рекламном тексте: семантико-деривационный и функциональный аспекты // Современный дискурс-анализ. 2018. – №3 (20).

Синеупова О. С., Короткова Г. В. Особенности словотворчества в современной публицистике // Вестник МичГАУ. 2012. – №1, (2).

Гарифуллин Р. Р. Иллюзионизм личности как новая философско-психологическая концепция. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://psy.wikireading.ru/29535>, свободный – (2019.9.4)

Лыков А. Г. Современная русская лексикология (русское окказиональное слово). – М., 1976.

Бабенко Н. Г. Окказиональное в художественном тексте. Структурно-семантический анализ: Учеб. пособие. – Калининград, 1997.

Земская Е. А. Современный русский язык. Словообразование: Учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2011.

Лопатин В. В. Рождение слова (неологизмы и окказиональные образования). – М., 1973.

References

Babenco N. G. (1997). Okkazional'noye v khudozhestvennom tekste. Strukturno-semanticheskiy analiz. [Occasional in a literary text. Structural and semantic analysis.] (In Russian)

Lopatin V. V. (1973). Rozhdeniye slova (neologizmy i okkazional'nyye obrazovaniya). [Birth of a word (neologisms and occasional formations)]. (In Russian)

Lykov A. G. (1976). Sovremennaya russkaya leksikologiya (russkoye okkazional'noye slovo) [Modern Russian lexicology (Russian occasional word)]. M., (In Russian)

Garifullin R. R. (Internet-resource) Illyuzionizm lichnosti kak novaya filosofsko-psikhologicheskaya kontseptsiya. [Illusionism of personality as a new philosophical and psychological concept.]. (In Russian)

Shatalova Y. N. (2018). Slovoobrazovatel'naya igra v sovremennom reklamnom tekste: semantiko-derivatsionnyy i funktsional'nyy aspekty. [Word-building game in a modern advertising text: semantic-derivational and functional aspects.] (In Russian)

Sineupova O. S., Korotkova G. V. (2012). Osobennosti slovotvorchestva v sovremennoy publitsistike. [Features of word-making in modern journalism.] M., (In Russian)

Zemskaya Y. A. (2011). Sovremennyy russkiy yazyk. Slovoobrazovaniye: ucheb. posobiye [Modern Russian language. Word formation: study guide.] (In Russian)