

M.V. Cherkunova (Russia, Samara)
Y.S. Starostina (Russia, Samara)

LINGUISTIC AXIOLOGICAL VARIATION IN ENGLISH INTERNET COMMUNICATION (BASED ON "GAME OF THRONES" FAN-SITES)

The article deals with the study of linguistic means of evaluation in the English Internet communication. The research is based on the English fan-sites devoted to the serial "Game of Thrones." Linguistic axiological variation is studied on the lexical, syntactical and textual levels.

Key words: *linguistic axiology, means of expressing evaluation, Internet communication, fan-site.*

Х.А. Шайхутдинова (Россия, Самара)

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЛЕКСИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

В статье рассматриваются способы первичной презентации новых лексических единиц в массмедийном дискурсе. Средства СМИ особенно быстро и креативно реагируют на все события, употребляя новые слова и заимствования с целью оригинальности и выразительности стиля. С помощью стратегии продуцента текста осуществляется управление вниманием партнера и гарантируется понимание. В статье представлены типичные стратегии, используемые для представления лексических инноваций в медийном дискурсе.

Ключевые слова: *медийный дискурс, лексические инновации, заимствования, продуцент текста, реципиент, семантика, стратегии.*

Стремление к новизне, оригинальности высказывания и языковой креативности отличает не только художественные, но и медийные тексты. Удовлетворению данного стремления наиболее успешно служит лексика, которая более других языковых структур подвержена динамическим изменениям, происходящим под воздействием таких экстралингвистических факторов как глобализация, развитие новых технологий, компьютеризация, мигра-

ция, взаимодействие народов и культур, мода, спорт, языковая мода и др. Известно, что лексические инновации не всегда сразу закрепляются в языке, как это имело место, например, со словом *der Elchtest* – *тест на безопасность новой марки автомобиля при маневрировании на большой скорости без применения тормозов с целью избежать столкновения с внезапно появившимся на дороге объектом*, которое на второй день после интервью с водителем-испытателем Р.Коллинзом попало во все СМИ и с 21 октября 1997 г. стало известно во всей Германии [Шайхутдинова 2010]. Узуализация нового слова – это вопрос времени, его языковой востребованности и принятия обществом, что, в частности, отмечается многими исследователями [Herberg, Kinne, Steffens 2004; Розен, 2000]. Так, Е.В. Розен выделяет следующие условия для становления лексических инноваций в немецком языке:

- большое количество регистраций;
- разнообразие источников, в которых зарегистрировано слово;
- независимость номинации (возможность реализации слова без речевых поддержек);
- наличие словообразовательных дериватов [Розен 2000: 21-23].

Как правило, появление, формирование, принятие и вхождение лексической инновации в язык происходит постепенно и занимает определенное время. На стадии первичной презентации слова в тексте автор стремится донести значение новой лексической единицы до своего читателя, используя для этого определенные стратегии. Зарождается диалог между продуцентом дискурса и его интерпретатором с целью успешной реализации коммуникативного акта и достижения взаимодействия между двумя сторонами, который носит дистантный характер, поскольку общение происходит при помощи текста в условиях пространственной и временной разделенности.

В современном мире сознание человека и его мышление формируются под влиянием дискурсов. Дискурс имеет отношение ко всем сферам деятельности индивида и может быть представлен любыми высказываниями в письменной или устной форме. Анализируя становление понятия «дискурс», Н.Н. Зяблова отмечает, что дискурс представляет собой целостное речевое произведение. В 60-70 гг. XX века дискурс понимался как связанная последова-

тельность предложений или речевых актов. В таком понимании он приближается к понятию текста. В конце 80-х гг. XX века под дискурсом стали понимать сложную систему иерархии знаний, включающую, кроме текста, ещё и экстралингвистические факторы, необходимые для более полного понимания текста. В конце XX века в рамках междисциплинарного подхода к изучению явлений термин дискурс стал рассматриваться уже не только с точки зрения семантики и синтаксиса, но также и прагматики, изучающей отношение: текст – «адресат» [Зяблова 2012].

Текст и дискурс – взаимозависимы: любой дискурс является текстом, но не каждый текст является дискурсом. Принципиальное различие между ними состоит в том, что дискурс прагматичен, в то время как текст – исключительно лингвистическая категория. В силу своей потенциальной незавершенности дискурс описывается как процессуальная категория, текст же является результатом интенциональной деятельности человека. Дискурс в основе своей биполярен: он располагается в коммуникативном «пространстве» между субъектом, производящим его, т.е. его продуцентом, и субъектом, воспринимающим этот дискурс, т.е. реципиентом.

Тексты, в которых лексические инновации употребляются на страницах СМИ впервые, содержат дискурсивные сегменты, иллюстрирующие их новизну и интерпретирующие их значение. Эти дискурсивные сегменты характеризует интенцию автора к интерпретации значения с целью обеспечения его понимания реципиентом. На основании этого можно сделать вывод, что такой текст имеет дискурсивные свойства. Продуцент текста, употребляя новые слова, желает быть понятым реципиентом. Он вступает в рефлексивный диалог с читателем и облегчает ему понимание, предвосхищая сложные ментальные операции, которые должен осуществить читатель для декодирования смысла новых слов, еще не закрепившихся в языке окончательно и не ставших узуальными. Автор текста использует определенный инструментарий для донесения семантики новых слов до своих читателей.

В данной статье мы рассмотрим, каким образом лексические инновации вводятся в контекст и как происходит их дискурсивизация, какие средства используются продуцентом дискурса для

раскрытия семантики нового слова. При этом мы не будем акцентировать внимание на том, к какому классу неологизмов относится то или иное слово. Анализируемые стратегии являются процессом рождения коммуникации и раскрывают, каким образом осуществляется коммуникативный контакт между продуцентом дискурса и реципиентом. Итак, мы выделили 4 основные стратегии, используемые продуцентом текста для «языкового старта» нового слова, а именно: 1) сигнальную, 2) заместительную, 3) дефиниционную и 4) экспланаторную. Рассмотрим их подробнее.

Сигнальная стратегия сводится, как правило, к визуальной сигнализации о новизне лексической инновации. Автор, предвосхищая фактор новизны на основе своего языкового опыта, анализирует через внешние маркеры, или индикаторы, как-то: шрифт, кавычки, а также лексические маркеры: *sozusagen, sogenannt, man könnte so sagen, mit anderen Worten, wie man im Volksmunde sagt* и др., что данное слово употребляется впервые в новом контексте. В приводимом ниже примере это кавычки, дефис, лексический маркер *das sogenannte LAT-Modell*:

Das „living apart together“-Modell

Es wirkt, wie der Kompromiss zwischen Singleleben und fester Partnerschaft. Zusammenleben: Nein. Partnerschaft: Ja. Paare, die *das sogenannte LAT-Modell* praktizieren, sträuben sich vor allem gegen den Beziehungsalltag. Diskussionen über Haushaltsfragen oder Geld möchten sie bewusst vermeiden. ... Wer Unabhängigkeit und Individualität nicht gegen Kompromisse eintauschen möchte, für den ist *das LAT-Modell* eine gute Alternative [<http://magazin.bildkontakte.de/liebe-flirt-und-dating/getrennt-zusammenleben-lat-beziehungen.html>].

Заместительная стратегия характеризуется тем, что новое слово замещается своим синонимом, антонимом или тематически близким словом. Иностранное слово, чаще всего англицизм или американизм, в некоторых случаях латинизм, замещается своим немецким синонимом (*Expats – Wirtschaftsflüchtling; Castortransport – Atommülltransport*).

Die Wirtschaftsflüchtlinge

Wie die **Expats** Russland zunehmend den Rücken kehren

Sie verlassen Russland und die wirtschaftliche Lage ist der Grund dafür: **Expats**, *meist hochqualifizierte ausländische Fachkräfte, die für*

einige Jahre im Ausland arbeiten, zieht es in der Rubel- und Wirtschaftskrise zunehmend zurück in die Heimat. (Von Simon Schütt).

Anton Schneider ist nicht mehr in Russland. Ende September hat der Deutsche nach dreieinhalb Jahren das Land verlassen und ist in die Heimat zurückgekehrt. Schneider ist kein Einzelfall. ... Expats geben ihre Wohnung auf, weil sie aus Russland wegziehen. [Moskauer Deutsche Zeitung, Nr. 3 (394) Februar 2015, S.1].

В приведенном примере лексическая инновация der Expat, образованная от латинского Expatriation/ expatriieren – aus der Heimat weggehen, zu lat. patria = Vaterland] (Politik, Rechtsspr.): *ausbürgern, verbannen* [DUW], представляет собой сокращение от der Expatriierte. Автор статьи приводит, кроме синонима, также и дефиницию, следующую в постпозиции к лексической инновации. Такая стратегия исходит из интенции автора, осознающего, что слово неизвестно широкому читателю.

Ein Castortransport nach Russland würde wieder Atomkraftgegner auf den Plan rufen – wie hier in Gorleben. ... Es ist gerade vier Wochen her, dass **die Castortransporte** nach Gorleben für Aufregung gesorgt haben, doch seit Wochen wird auch über einen weiteren *Atomülltransport* kräftigt spekuliert. [www.dradio.de 03.12.2010].

В приведенном примере пара слов *Castortransport* – *Atomülltransport* является абсолютными синонимами. Слово Castortransport образовано путем словосложения англоязычного инициального компонента *castor* в значении *сосуд с перфорированной крышкой (для хранения сыпучих продуктов)* и немецкого существительного Transport. Это гибридное новообразование возникло в результате взаимодействия двух механизмов: метонимического переноса наименования с предмета на его содержимое и словосложения и означает в приводимом контексте *транспортирование (в товарных вагонах) атомных отходов в специализированной таре*.

Как следует из приведенных примеров, синоним может стоять как в препозиции, так и в постпозиции относительно лексической инновации.

Дефиниционная стратегия состоит в том, что новое слово толкуется через дефиницию, которая приводится сразу после его предъявления в контексте. Иллюстрацией может послужить слово

Serendipity, обозначающее совершенно случайное нахождение в процессе «плавания» по волнам интернета той информации, которая обнаруживается как интересное открытие:

Und von da liest man weiter zum nächsten Blog und zum übernächsten – und stellt fest, dass man schnell irgendwo ist, wo man gar nicht hinwollte. *Das nennt man auch „Serendipity“ – das zufällige Finden von etwas, das man ursprünglich gar nicht suchte, das sich aber als interessante Entdeckung herausstellt* [<http://www.faz.net/aktuell/technik-motor/faz-net-debatte-schreiben-sie-mit-was-ist-neu-am-web-2-0-1410253.html>].

В англо-русском словаре *serendipity* переводится как *интуитивная прозорливость, особая способность к случайным открытиям, счастливая случайность*. Наличие сразу нескольких маркеров новизны – кавычек, сигнальных слов *Das nennt man* и дефиниции – однозначно указывает на новизну слова и направлено на снятие трудности понимания реципиентом.

Экспланаторная стратегия заключается в подробном объяснении описываемого процесса, явления или предмета. Чтобы проинтерпретировать новое слово продуценту текста приходится апеллировать к опыту и подробно описывать процесс с целью раскрытия его сути. Подобное эмпирическое толкование имеет место в случае, когда нет синонимов для обозначения описываемого процесса, и для раскрытия значения слова требуется обращение к ономаσιологическому анализу. Это особенно актуально, если слово представляет собой неизвестный широкому читателю термин. Подробное толкование происходящего процесса мы наблюдаем в нижеприводимом пассаже, описывающем процесс добычи сжиженного газа, обозначаемый англицизмом *Fracking* (*гидроразрыв*):

In Niedersachsen wird über das "**Fracking**" diskutiert

Am Montag bebte in Niedersachsen leicht die Erde – in der Nähe eines Erdgasfeldes bei Neuenkirchen-Tewel. Hatte das Beben mit der seit Jahrzehnten betriebenen Förderung von Erdgas zu tun? Und welche Rolle spielte dabei möglicherweise das "**Fracking**"? Beim **Fracking** wird Wasser mit Chemikalien versetzt und dann unter hohem Druck in die Gas führenden Schichten gepresst, bis sie

aufbrechen. Übrig bleiben unter anderem große Mengen an Abwasser und Bohrschlamm, die mit radioaktiven Substanzen, Schwermetallen und Salzen belastet sind. ... [www.dradio.de 16.02.2012].

Как видно из примеров, рассмотренные в статье четыре основные стратегии презентации новой лексической единицы в медийном дискурсе, могут сочетаться и взаимодействовать между собой и быть представленными во взаимосвязи и комплексно. Они призваны создать своего рода «поле понимания» [Данилова 2016], выстраиваемое продуцентом дискурса при предъявлении новых лексических единиц.

Приведенные выше примеры иллюстрируют тот факт, что большинство лексических инноваций в медийном дискурсе употребляется с целью номинации новых явлений и понятий (Fracking), другие – с целью языковой экономии (Expat; здесь можно вспомнить также широко известные по материалам прессы прошлых лет Grexit, Brexit, Frexit и др.), с целью восполнить лакуны и найти однословную номинацию для каких-то понятий (Serendipity), а также как дань языковой моде (LAT-Modell), либо в прагматических целях, например, как эвфемизм (Austerität). Проиллюстрируем пример эвфемистической замены немецкого слова *Sparen* на благозвучную кальку *Austerität* от английского *austerity* (*строгая экономия*):

Was die Deutschen Sparen nennen, ein Begriff, der positiv besetzt ist, gibt im Rest Europas für viele als Schreckgespenst: „**Austerität**“, eine kaltherzige und wachstumsfeindliche Politik. ... [Der Spiegel. 6/2015, S. 25]. ... Das Wort „**Austerität**“, das in halb Europa als Synonym für Merkels angeblich so hartherzige *Sparauflagen* benutzt wird, benutzt die Kanzlerin selbst gar nicht. Sie spricht lieber von *Struktur-reformen* [Der Spiegel, 6/2015, S. 19].

Во всех случаях новые слова активно привлекаются в медийный дискурс с целью оживления языка и обогащения его новыми лексическими единицами. Последнее относится особенно к англоамериканским заимствованиям, которые сегодня представлены практически во всех сферах жизнедеятельности человека как результат глобализации общества [Харьковская 2016]. Тем не менее, не все заимствования известны носителям языка, и они продолжают влетать в живую ткань немецкого языка при помощи ин-

терпретаций авторов и укореняются в языке, особенно в тех случаях, когда им нет замены или они являются более точными, краткими и выразительными, чем слова немецкого языка. Сам факт интерпретации слова продуцентом дискурса сигнализирует о новизне употребляемого слова и свидетельствует о его «неосвоенности» в языке, ибо все новое требует пояснения.

Взгляд на текст как на коммуникацию указывает на то, что личностное и социальное сообщаются в интеракции в мире культурных смыслов. Дискурсивная маркированность нового слова и актуализация автором релевантных аспектов семантики в процессе общения позволяет снять трудности понимания текста реципиентом и способствует усвоению им новых лексических номинаций. Фундаментальной стратегией общения при этом является стратегия быть понятым. Сообщения, передаваемые в тексте, имеют особую структуру и отражают индивидуальный опыт автора текста. Разные аспекты индивидуального опыта и языкового поведения обусловлены принадлежностью человека к социальной группе, которая выступает как средоточие коммуникативных отношений. При помощи комментариев, являющихся своего рода «диалоговыми окнами», автор устанавливает контакт с читателем, дает ему ключи к пониманию смысла написанного. Автор выбирает ту или иную стратегию для интерпретации лексической инновации, и «так в каждом акте сходятся прошлое, настоящее и будущее» [Макаров 2003: 41], ибо «дискурсом являются все «до- и послетекстовые» процессы, происходящие в сознании языковой личности» [Архипов 2008: 187].

Литература

1. Архипов И.К. Язык и языковая личность: учебное пособие. Санкт-Петербург: Книжный Дом, 2008. – 248 с.
2. Данилова Н.К. Структура «поля понимания» в рефлексивной коммуникации // Вестник Самарского университета. История. Педагогика, Филология. Языкознание. №32. 2016. С.96-100.
3. Зяблова Н.Н. Дискурс и его отличие от текста. Библиографическое описание // Молодой ученый. 2012. №4. С. 223-225.
4. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с. 41 Янко Слава (Библиотека Fort/Da) || <http://yanko.lib.ru>

5. Розен Е.В. На пороге XXI века: новые слова и словосочетания в немецком языке. – М.: Изд-во «Менеджер», 2000. – 192 с.
6. Харьковская А.А. Дискурсивные маркеры глобализации в контексте межкультурной коммуникации // Вестник Самарского университета. История. Педагогика, Филология. Языкознание. №32. 2016. С. 171–174.
7. Шайхутдинова Х.А. Способы номинации нового // Слово в динамике. Сб. науч. тр. Выпуск 6. (к 85-летию со дня рождения Е.В. Розен). – Тверь: Тверской госуниверситет, 2010. – С.296-307.
8. [DUW] – Duden. Deutsches Universalwörterbuch. Mannheim – Leipzig – Wien – Zürich, 2006.
9. Herberg D., Kinne M., Steffens D. Neuer Wortschatz. Neologismen der 90er Jahre im Deutschen. – 2004. De Gruyter. – 430 S.

Kh. Shaikhutdinova (Russland, Samara)

DIE BESONDERHEITEN DES FUNKTIONIERENS DER LEXIKALISCHEN INNOVATIONEN IM MEDIENDISKURS

Im Artikel werden die sprachlichen Verfahren der erstmaligen Präsentation der neuen lexikalischen Einheiten im Mediendiskurs betrachtet. Die Medien reagieren besonders schnell und kreativ auf alle Ereignisse und gebrauchen dabei neue Wörter und Entlehnungen, um die Sprache originell und ausdrucksvoll zu gestalten. Unter aktivem Einfluss der Strategie des Textproduzenten erfolgt die Lenkung der Aufmerksamkeit des Kommunikationspartners und wird das Verstehen gesichert. Im Artikel werden die typischen Strategien des Textproduzenten zur Darstellung der lexikalischen Innovationen in der Mediensprache analysiert.

Schlüsselwörter: *Mediendiskurs, lexikalische Innovationen, Entlehnungen, Textproduzent, Rezipient, Semantik, Strategien.*