

Производные от фразеологических единиц слова могут быть по своей словообразовательной структуре простыми и сложными.

Например: *канителиться, волынить, горбатиться, насобачиться* – простые слова, *осточертеть, челобитная, рукоприкладствовать, опростоволоситься, горемычный* – сложные слова. В зависимости от словообразовательной структуры производных различны и способы словообразования. Простые производные обычно образуются суффиксальным, глаголы – и суффиксально-постфиксальным способами, сложные же слова чаще всего образованы сложносуффиксальным способом, и в их состав в качестве базы входят оба компонента фразеологической единицы, мотивирующей производное слово.

Таким образом, словообразовательный потенциал русских фразеологизмов еще раз подтверждает тезис о наличии в русском лексико-фразеологическом фонде общего семантического континуума, сформированного в ходе культурно-исторического развития русского народа.

С.Е. Родионова

Башкирский государственный университет

КАТЕГОРИЯ ИНТЕНСИВНОСТИ
И СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ЕЕ ВЫРАЖЕНИЯ
В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Явление интенсификации давно вызывает интерес исследователей. Сам факт того, что интенсивность можно считать категорией – «одной из познавательных форм мышления человека, позволяющей обобщать его опыт и осуществлять его классификацию» [Кубрякова и др. 1996: 45], – не вызывает сомнения исследователей. Количественное изменение признака в языковых единицах разного уровня интуитивно ощущается любым носителем языка (ср.: *важный – сверхважный, ветер – ураган, хороший – изумительный, длинный – очень длинный, похож – похож как две капли воды* и т.п.). Значение интенсивности здесь накладывается на уже имеющиеся смыслы, модифицируя их. Лингвистический анализ подобного явления привел Ш. Балли к заключению, что «под термином *интенсивность* следует понимать все различия, сводящиеся к категориям количества, величины, ценности, силы и т.п., вне зависимости от того, идет ли речь о конкретных представлениях или об абстрактных идеях» [Балли 1961: 202]. Опираясь на его идеи, большинство современных исследователей принимают широкое понимание *интенсивности* как количественного изменения признака, не влекущего за собой его перехода в другое качество, «уровня развития признака в рамках данной меры, не влекущего за собой изменение данного качества» [Шейгал 1981: 13]. Нам представляется, однако, что такое определение не помогает понять специфику именно интенсивности, ее отличия от, например, меры признака, градуальности и других подобных категорий, не объясняет причину столь широкого использо-

вания усилительных средств в текстах самой разной функциональной направленности.

В нашем понимании **категория интенсивности** – это семантическая категория прагматического характера, являющаяся производной от категорий количественности и качественности, с одной стороны, и особой прагматической категории, сущность которой не определена в теории функциональной грамматики. Однако ее содержание может быть осмыслено в рамках когнитивной лингвистики при помощи понятий «выделенность (релевантность)» и «выдвижение» [см. об этом: Кубрякова и др. 1996: 21-25]. **Интенсификация** с этой точки зрения – это количественная модификация качества (отражающая отклонение от «нормальной» меры), делающая это качество существенным (релевантным) для говорящего и/или слушающего и выдвигающая данную форму на первый план по ее значимости.

Включение интенсифицированных средств в текст должно, по замыслу говорящего, усилить его воздействие на собеседника – выполнить экспрессивную функцию. Коммуникативная цель интенсификации, таким образом, состоит не столько в том, чтобы показать, что признак превышает норму, сколько в том, чтобы «ввести в высказывание аффективный компонент значения, усилить таким образом «эмотивную» сторону оценки – отношение субъект-объект и тем самым более эффективно воздействовать на адресата» [Вольф 2002: 111].

Категория интенсивности имеет разноуровневые средства выражения. Можно говорить о наличии в языке особого функционально-семантического поля (ФСП) интенсивности – «языкового представления ... семантической категории в упорядоченном множестве разноуровневых языковых средств» [Бондарко 2001: 31]. Значение усиления признака может выражаться фонетическими (*он вчера пла-а-а-кал!*), словообразовательными (*расплакался*), лексическими (*рыдал*), морфологическими (элатив *ужаснейшие рыдания*), синтаксическими (*Ох и плакал же он!*) средствами. ФСП интенсивности является, по-видимому, полицентрическим. Нам представляется, что можно выделить трехкомпонентное ядро данного поля, в которое входят лексические, морфологические и словообразовательные средства выражения интенсивности признака. На периферии поля находятся фонетические и синтаксические средства выражения.

Остановимся подробнее на словообразовательных средствах выражения усиления. Следует отметить, что в отдельных своих аспектах, в том числе сопоставительных, они неоднократно становились объектом изучения [см., например, диссертационные исследования: Полянский 1978; Садовская 1989; Цой 1989; Лексина 2000]. С помощью различных словообразовательных аффиксов или их сочетаний можно выразить значение усиления признака в субстантивных, адъективных, адвербиальных и глагольных лексемах. В сфере именного словообразования работают прежде всего приставки (*раз-, пре-, наи-, архи-, ультра-, сверх-, супер-, гипер-, мега-*) и суффиксы (*-ищ-, -ин-*): *ультрамодный, сверхпрочность, прескверный, дождище, домина* и т.п. В основном приставки выполняют чисто интенсифицирующую функцию, не внося дополнительных элементов значения

(кроме, вероятно, стилистической маркированности). Среди них особое место занимает приставка *супер-*. Кроме своего первичного значения «очень» (*суперлегкий*), она в последние годы развила ярко выраженное положительное оценочное значение, вносящее в производящее слово семантику высшей и лучшей степени проявлений всех основных, принципиальных качеств того, что названо мотивирующим словом: *суперскидки, супермама, суперугонщик, супертоннель, суперпредложение*. Это значение отчасти может быть передано сочетаниями типа: *Скидки так скидки! Всем тоннелям тоннель!* и т.п.

В сфере глагольного словообразования значение интенсивности действия развивают многие приставочные, приставочно-постфиксальные и приставочно-суффиксальные глаголы, выражающие различные способы глагольного действия (*начистил, расплакался, доигрался, упросил, промерз, наобещал, выплясывал, убегался, издержался* и т.п.). Присоединение всех этих словообразовательных средств, кроме значения усиления, вносит и другие компоненты значения: внезапности, начинательности, тщательности, результативности, предельности, нежелательных последствий, направленности действия на множество объектов и т.п. Вместе с тем, нам представляется, что многие словообразовательные средства, традиционно относимые к интенсифицирующим, таковыми не являются, так как не только не имеют никакой оценочно-экспрессивной семантики, но и выражают другие смыслы, например достаточности, чрезмерности, долговременности, тщательности действия (*переперчил, выбелил, износил, проварил* и т.п.), но не усиления.

Когнитивный подход к изучению категории интенсивности позволяет предположить, что средства и способы ее выражения будут существенно меняться в зависимости от типов дискурса – «связного текста в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текста, взятого в событийном аспекте; речи, рассматриваемой как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизма их познания (когнитивных процессах)» [Арутюнова 1990: 136-137]. Мы рассматривали использование словообразовательных средств в различных типах дискурса: публицистическом, политическом, рекламном, научном, молодежном, художественном и т.д. Не будем здесь останавливаться на вопросе о принципах выделения разных типов дискурса, в том числе институционального – «свойственного институту дискурса как целостного типа общения», «специализированной клишированной разновидности общения между людьми, которые могут не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума» [Карасик 2000: 28-29]. Скажем только, что анализ разноуровневых средств интенсификации, в том числе словообразовательных, обнаруживает как сходство, так и различие в их употреблении.

Так, словообразовательные средства интенсификации признака являются достаточно активными в современном **публицистическом** дискурсе, хотя по степени употребительности не могут сравниться с лексическими средствами. Это прежде всего приставки, в особенности самая популярная в последние годы приставка *супер-*: *супероткрытый купальник, суперугощник Родя* – а также *сверх-, архи-, раз-, на-, ис- (-ся), пре-* и др.: *заговор организован преотлично, возможное для человеческой сверхмобилизации состояние, архижесткая эстетика, весь исприсядался, наобещал* и т.п.

В **рекламном** дискурсе также наиболее активными являются лексические средства интенсификации. Вторыми же по частотности применения можно считать словообразовательные средства: использование приставок *сверх-, ультра-, экстра-, супер-* и др. Первые три встречаются относительно редко и не вносят никаких дополнительных сем, кроме усилительной, в семантику вновь образуемого слова: *сверхтехнологичен, сверхкомфортен, сверхнадежен* – «Ланд-крузер» (Р); *сверхтонкая пластинка «Eclipse-flash» моментально тает на языке* (Т); *ультрасовременный CD-плееры от Phillips* (Т); *R1 – высококачественные, ультралегкие сигареты* (С); *экстрасильная защита – новый антиперсперант Gillet* (Т) и т.п.

Наиболее же частотна в рекламных текстах приставка *супер-*, которая только в некоторых случаях сохраняет свое значение – «сверх; высшее качество, повышенное, усиленное действие»: *супер-эксклюзивная Остоженка; суперчистая вода «Александра»; супертонкий, суперлегкий – LG; суперактивный витаминный комплекс «Супрадин»*. В других, гораздо более часто встречающихся примерах приставка *супер-* развивает значение «самый лучший (образцовый, эталонный)»: *супермама знает, что нужно ее ребенку* (Т); *суперкредит для суперпокупки* (С); *супервзнос от «Тринити» – 10% от стоимости компьютера* (С); *суперпредложение от МТС* (Р); *мы собираем суперкоманду участников для нового шоу на ТНТ* (Т); *супершоколадный батончик* (Т) и т.п.

Приставка *супер-* постепенно (прежде всего в молодежном жаргоне) начинает употребляться в качестве самостоятельного слова со значением «нечто очень хорошее, прекрасное, в высшей степени замечательное» (ср.: *Погода – супер! Плеер у него – супер!*). В рекламных текстах подобная эмансипация происходит и с другой приставкой (префиксоидом) – *мега-*, которая здесь встречается в качестве самостоятельного слова со значением «очень (чрезвычайно) сильное проявление чего-либо»: *Зависни в городе! Мега эмоций. Открой пачку (сигарет) «Next»* (С).

В молодежном дискурсе – «конгломерате собственно лингвистических, социолингвистических, лингвокультурологических факторов, дающих представление о единой когнитивной сфере – речи молодых людей» [Химик 2004: 11], использование словообразовательных средств интенсификации определяется общим стремлением молодежи к снижению пафоса, к иронии, насмешке. В текстах молодежного дискурса они встречаются достаточно регулярно, нередко в сочетании с другими средствами интенсификации: *Он задаривал ее подарками* («Seventeen»); *Где мы и разместились нашей развеселой компанией* («Oops!»); *Если не можешь первая после ссоры подойти – это глупо-преглупо* («Bravo») и т.п. Часто встречающаяся в молодежном дискурсе «трансформация» литературных слов в основном сводится к деривационному процессу, реализующему экспрессивную функцию словообразования [Земская 2005: 9]. Результатом становятся производные лексемы типа *отруб, убой, отвал, оттопыр, фанатеть, потряс, потрясный, врубалово, здоровский, тащилровка, вышатский*. Наряду

с этим окказиональным словообразованием наблюдается образование слов, прежде всего глаголов, при помощи продуктивных префиксов и постфиксов, выражающих интенсивность и насыщенность действия [см. об этом: Зайковская 1993: 17-18]: *наспикаться, удринькаться, задолбать(ся), ошизеть, офигеть* и под.

Особое место при этом, как и в рекламном дискурсе, в языке молодежи занимает чрезвычайно частотная приставка *супер-* (*суперкайф от супернаркотиков; убеленный сединами суперагент-одиночка снова спасает мир* («Bravo»); *завел роман с какой-то белобрысой курицей в супермини* («Oops!»)) и образованные от нее лексемы (*Вадим суперский экстремал и классно целуется* («Cool Girl»); *все это суперски помогало отвлечься* («Teen's»); *я – супер, я – крутой* («Bravo»)). В языке СМИ и в молодежном жаргоне (ср. *супер, суперский, суперявый* – «самый лучший, великолепный») данные слова, кроме значения «очень, сверх», развивают не только более узкое значение «самого высокого качества, лучший из лучших», но и даже, вероятно, «самый крутой и яркий представитель данного класса предметов»: *супер-ёжик снова бьет рекорды популярности; на этот раз мультяшник про суперсмейку суперменов* («Bravo»).

Характерно, что приставка *супер-* начинает казаться недостаточно экспрессивной, отражающей не самую высокую степень качества. В связи с этим в рекламе активизируется приставка *ультра-* (*ультрасовременные CD-плееры от «Phillips»*), *экстра-* (*экстрасильная защита — новый антиперсперант «Gillet»*) и *гипер-* («*Эльдорадо*» – *самый больший гипермаркет в Липецке*), а в молодежном дискурсе *мега-* (*ты проспал нашу мега-вечеринку на тульской* («Teen's»); *реклама – это бизнес для мегаобщительных девушек; я не считаю ее мегасексуальной; после одного такого мегакалорийного блинчика с сыром мне пришлось бы пить но-шпу* – все примеры из «Seventeen») и *гипер-* (*транснациональный гиперуспех* («Bravo»)).

В сфере интенсификации признака в молодежном дискурсе наблюдается постоянное стремление к созданию окказиональных грамматических и словообразовательных форм (*Самое самой пагубной страсти! Поставили ему синяк просто огромный!*), образованию окказионализмов как в сфере словообразования (*популярнейшая хитовость*), так и в области сочетаемости (*безумно народная демократия, вконец неслыханная наглость, нам позарез срочно надо вернуться, чертовски незрячая темнота; очень осенняя песня*). Таким образом, при выражении значения интенсивности в молодежном дискурсе постоянно используются отклонения от нормы и «стремление к антинорме, отражающей свою, отличную и от традиционной, и от вновь складывающейся «новорусской» системы ценностей», «реализация главного принципа – элемента шока, встряски, чтобы заколебать народ, и элемента насмешки, чтобы было не скучно, смешно, прикольно» [Федорова 2003: 272].

Менее активно, но словообразовательные средства все-таки используются для выражения значения интенсификации в **научном** дискурсе, это в основном приставки *сверх-, супер-, наи-*: *Современный русский язык живет интенсивно, все механизмы его действуют **сверхактивно**; Утверждая, что **наисущественнейшим** приемом построения пастернаковского «эмотивного мира» является в основном метафора, автор оказывается в самой гуще теоретических проблем...*

В **художественном** дискурсе на фоне той ведущей роли, которую играют лексические и синтаксические средства интенсификации, другие способы выражения усиления применяются весьма ограниченно. Так, словообразовательные средства здесь если и встречаются, то достаточно редко, причем предпочтительнее становятся окказиональные слова: ***сверхнасилие тоталитарных социальных систем*** (В.Гроссман, «Жизнь и судьба»); ***душу вылюбить до дна*** (С.Есенин) и т.д.

Таким образом, можно говорить о словообразовании как об особом, достаточно активном способе выражения категории интенсивности, включающем в себя как традиционные, рассмотренные в грамматиках средства усиления, так и окказиональные. При этом активность их употребления и специфика использования конкретных формантов и способов словообразования во многом обуславливается спецификой дискурса, в котором они используются.

Литература

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистическая энциклопедия М., 1990. С. 136-137.
2. Балли Ш. Французская стилистика. М., 1961.
3. Бондарко А.В. Основы функциональной грамматики. СПб., 2001.
4. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М.: Едиториал УРПС, 2002.
5. Зайковская Т.В. Пути пополнения лексического состава современного молодежного жаргона / Ин-т рус. яз им. В.В. Виноградова РАН. М., 1993.
6. Земская Е.А. Словообразование как деятельность. М.: КомКнига, 2005
7. Карасик В.И. Структура институционального дискурса // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2000.
8. Кубрякова Е.С. и др. Краткий словарь когнитивных терминов. М.: Изд-во МГУ, 1996.
9. Лексина Е.В. Деривационное поле степени проявления признака в русском и белорусском языках: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Минск, 2000.
10. Полянский А.Н. Категория интенсивности признака в русском языке: дис. ... канд. филол. наук. М., 1978.
11. Садовская Г.Н. Русские префиксальные глаголы, обозначающие степень проявления действия, и их соответствия в английском языке: дис. ... канд. филол. наук. Ташкент, 1978.
12. Федорова Л.Л. Современное состояние молодежной речи: к определению жаргона // Русский язык сегодня: сб. статей / РАН. Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова; отв. ред. Л.П. Крысин. Вып. 2. М.: Азбуковник, 2003. С. 271-279.
13. Химик В.В. Язык современной молодежи // Современная русская речь: Состояние и функционирование: Сборник аналитических материалов. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2004. С. 7-66.

14. Цой Т.А. Способы выражения интенсивности действия в современном русском языке: дис. ... канд. филол. наук. М., 1989.

15. Шейгал Е.И. Интенсивность как компонент семантики слова в современном английском языке: дис. канд. ... филол. наук. М., 1981.

А.А. Безрукова

Самарский государственный университет

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ
ЗАИМСТВОВАННЫХ АББРЕВИАТУР НА РУБЕЖЕ XX–XXI ВВ.

В начале XXI в. стало очевидно, что в общей струе заимствованной лексики стабильно присутствуют аббревиатуры: *BMW, CD, DVD, IP, IT, SMS, MMS, PR, VIP, WAP* и др. Их доля не столь велика по сравнению с несокращенными словами, но можно заметить, что среди аббревиатур весьма выразительно представлены термины, прежде всего технической сферы (*CB, GPS, MD, POS, VIN, VSD, WWW* и др.). Большая часть терминов подобного рода – это слова интернационального характера, имеющие своим источником английский язык.

Обращают на себя внимание адаптационные процессы, протекание которых составляет отличительную особенность рассматриваемой группы заимствований. С одной стороны, в силу социальных причин новые технические иноязычные именованья в течение короткого времени с момента заимствования входят в общее употребление, теряют статус термина, подвергнувшись интенсивной детерминологизации (*Internet, CD, DVD, IP, IT, SMS, MMS* и др.). С другой стороны, эти единицы подвергаются столь же интенсивной обработке и под действием языковых факторов, приспосабливаясь к русской языковой системе.

Наиболее выразительным среди адаптационных процессов в данном массиве неологизмов является процесс словообразовательной адаптации. С одной стороны, это обстоятельство объясняется тем, что аббревиатуры-заимствования относятся к группе безэквивалентной лексики (лексемы, которые являются единственными номинациями предметов), традиционно активно включающейся в словообразование. Кроме того, иноязычные сокращения во многих случаях заимствуются вместе со своими производными, появившимися в языке-источнике, приобретающими в языке-реципиенте статус образцов для новых дериватов. Словообразовательное освоение аббревиатурных заимствований происходит крайне быстро, и в этом отношении сокращения похожи на прочие заимствованные слова, вошедшие в русский язык в конце XX – начале XXI вв., применительно к которым Е.В. Маринова пишет: «Словообразовательная адаптация заимствуемых слов на современном этапе имеет ускоренный характер, об этом