

Смирнова Людмила Георгиевна

Смоленский государственный университет,  
Россия, 214000, Смоленск, ул. Пржевальского, 4  
naksemit@gmail.com

## Рец. на кн.: Социокультурные и лингвопрагматические аспекты современных словообразовательных процессов<sup>1</sup>

**Для цитирования:** Смирнова Л. Г. Рец. на кн.: Социокультурные и лингвопрагматические аспекты современных словообразовательных процессов. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2019, 16 (3): 525–532. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2019.312>

Актуальность монографии «Социокультурные и лингвопрагматические аспекты современных словообразовательных процессов», подготовленной сотрудниками кафедры современного русского языка и общего языкознания Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, не вызывает сомнений: она посвящена анализу языковых процессов, которые происходят буквально «здесь и сейчас». Хотя в центре внимания авторов находится словообразование, но содержание исследования значительно шире. Новообразования окказионального характера ярко демонстрируют способы ментальной и речевой реакции носителей русского языка на то, что можно громко назвать «вызовами современности»: инокультурные влияния, глобализацию социального, и в том числе речевого, поведения, виртуализацию жизни, давление стереотипов моды, в частности языковой. Исследование представляет собой не просто фиксацию лексических и грамматических новаций, словообразовательных тенденций, но и попытку анализа изменений, происходящих с языком, с носителями языка и новыми способами осмысления действительности, с медийным дискурсом, который стал в современном информационном обществе одним из определяющих факторов духовной жизни социума.

Монография предлагает актуальный для современной лингвистики ракурс рассмотрения процессов словообразования — анализ словотворчества как отражение социокультурных тенденций, изучение экспрессивных новообразований как прагматических сигналов, передающих важные аксиологические установки говорящего. В этом смысле новая работа нижегородских ученых выполнена в рамках тех исследовательских направлений, которые характерны для современных лингвистических парадигм: антропологической, лингвокультурологической и когнитивной. На данном этапе развития науки обращение даже к таким, на первый взгляд, формальным элементам языка, как способы словообразовательной деривации и новые словообразовательные форманты, невозможно без их общей лингвокультурологической и аксиологической интерпретации. Характерно в этом плане внимание лингвистов к медийному дискурсу, отражающему непосредственные

<sup>1</sup> Социокультурные и лингвопрагматические аспекты современных словообразовательных процессов / под ред. Л. В. Рацибурской. М.: Флинта, 2018. 232 с.

национальные реакции на революционные и эволюционные изменения общества [Коряковцева 2016].

Авторами рецензируемой монографии достаточно аргументированно иллюстрируются основные характерные черты современного медиапространства: креативность как стремление журналистов реализовать свое творческое начало, интеллектуальность, связь с национальной культурной традицией, широкое вовлечение прецедентных текстов, игровое начало, наконец, наглядная оценочность, демонстрирующая критический взгляд на мир.

Оправдано расширение материала исследования за счет включения других форм существования языка. Кроме медийного, в монографии рассматривается рекламный дискурс, отчасти интернет-дискурс, анализируются словари новых слов как своего рода документы эпохи. Все эти языковые феномены дополняют друг друга, дают объемный взгляд на процессы словообразования и на его результаты — новые слова языка, представляющие собой, по существу, документальное свидетельство современного состояния коллективного сознания.

Принятые авторами социокультурный и лингвопрагматический ракурсы рассмотрения материала позволяют выявить две важные словообразовательные тенденции. Во-первых, это экспрессивное словообразование как способ авторской оценки реалий окружающей действительности. Такое окказиональное словотворчество с доминированием негативной оценки характерно для массмедиа и интернет-текстов. Во-вторых, это экспрессивное словообразование в рекламном дискурсе как технология нейминга, целью которого является создание «привлекательной» номинации, содержащей позитивные коннотации. Поскольку рекламные технологии стали важной частью сегодняшней социополитической стратегии, изучение их «языковой составляющей» приобретает особое значение.

Монография включает богатейший фактический материал, причем «местные нижегородские новообразования» наглядно демонстрируют широту распространения прослеживаемых языковых тенденций. Несомненным достоинством монографии является последовательное и наглядное описание словообразовательных механизмов современного словотворчества, словообразовательных моделей, смешанных, гибридных, графических способов образования слов. Творческий деривационный потенциал носителей русского языка, по мысли авторов, определенным образом выступает как компенсация открытости языкового пространства бурному вторжению иноязычных элементов и гарантия переосмысления и «переваривания» чужеродных элементов.

Монография включает несколько глав, каждая из которых демонстрирует индивидуальность их авторов. В первой главе «Словообразовательное освоение заимствований современным русским языковым сознанием: лингвокультурологический аспект», написанной Т.Б. Радбилем, ставится теоретическая проблема, которая объединяет многие направления современной «антропоцентрической» лингвистики: необходимость по возможности точной интерпретации активных процессов в лексике и грамматике языка и выбор современного инструментария исследования. Автор главы делает акцент на выявлении этнически значимого «культурного» содержания элементов «языковой облигаторности», прежде всего экспрессивного (в том числе окказионального) словообразования русского языка. В более развернутом виде проблема этнического своеобразия отражения языком

явлений окружающего мира представлена в других его работах [Радби́ль 2017]. Плодотворным представляется в этом плане сочетание методов логического анализа естественного языка (с использованием прагматического, синтагматического, деривационного, коммуникативно-прагматического инструментария) и интенсивной контрастивной методики, направленных на выявление денотативного и коннотативного компонентов в значении слов.

Глава рецензируемой монографии наглядно демонстрирует эффективность использования деривационного инструментария для выявления возможностей образования от иноязычных слов производных, обогащенных национальными эмоционально-оценочными смыслами (*гламурить, гламурищик, гламурь, гламурьё, гламурненько; селфишко, селфя, населфиться, уселфиться* и т. д.). Примеры новообразований наглядно подтверждают вывод Т. Б. Радби́ля о вовлечении в зону активных процессов иноязычной лексики, «...которая связана с активизацией игрового, лингвокреативного начала, с установкой на карнавализацию и несерьезное отношение к жизни, с некой эстетикой виртуализации реальности...» [Социокультурные и лингвопрагматические аспекты... 2018: 44].

Согласимся с тем, что проблема аккультурации заимствований и дериватов с иноязычными формальными элементами стала сегодня одной из самых актуальных. С этой точки зрения весьма значимыми являются обозначенные Т. Б. Радби́лем параметры включенности описываемых новообразований в национальное речевое пространство на коммуникативно-дискурсивном, лексико-семантическом, словообразовательном и грамматическом уровнях. Для словообразования, в частности, это «вовлеченность в типично русские модели словообразования, в том числе экспрессивного» [Социокультурные и лингвопрагматические аспекты... 2018: 50].

Вторая глава «Социокультурные и политические аспекты современного медийного словотворчества», подготовленная Л. В. Ра́цибурской, посвящена прежде всего языку СМИ начала XXI в. Это тема уже получила развитие в нескольких работах автора [Ра́цибурская, Самыличева, Шумилова 2015; Петрова, Ра́цибурская 2017]. В рецензируемой монографии в центре внимания Л. В. Ра́цибурской находятся социальные и культурные факторы, обуславливающие современные процессы словообразования и специфику экспрессивных окказиональных новообразований. Использование определенных моделей словообразования, вовлечение конкретных формантов в процессы деривации не только иллюстрируются яркими примерами, но и связываются с активными социополитическими процессами: вестернизацией и культурной глобализацией, усилением влияния технократических и монетаристских факторов в социальной сфере, оценочным (преимущественно негативным) восприятием реалий действительности носителями языка. Примерами могут служить такие активные в медиатекстах форманты, как суффикс *-инг*, префиксоиды *евро-*, *нано-*, *крипто*, *кибер-*, префиксы *псевдо-*, *квази-* и др.

Интересные комментарии приводятся к использованию суффиксальных универбатов (*долевка, элитка*), диминутивов (*победка, звездюлька, пряменько, параллельненько*). В монографии получили описание такие активно используемые усилительно-оценочные средства, как повтор узуального слова (*кошмар-кошмар*), различные виды контаминаций (*майдаун, штипонообмания, евроненавиденье*). Л. В. Ра́цибурская подробно рассматривает различные типы отантропонимических новообразований (*обамизм, бандеризация, кудринщина, трампгейт, недоТрамп*,

трампокалипсис и т. д.), демонстрирует процесс «брендизации» имени собственного в медийных текстах. На основании анализа многочисленных ярких примеров автор делает убедительный вывод о важной роли словообразовательных процессов «в отражении и моделировании картины мира социума» [Социокультурные и лингвопрагматические аспекты... 2018: 80].

Третья глава монографии «Словообразовательная специфика современной эргонимии», написанная Е. В. Щениковой, содержит несколько иной, в определенном отношении контрастный материал, поскольку в ней анализируются эргонимы — рекламные имена организаций, главным назначением которых является создание «положительного имиджа». Позитивное оценочное наполнение рекламного дискурса наглядно контрастирует с негативной оценочностью медиатекстов, и этот факт служит убедительным подтверждением того, что реклама является прежде всего полем манипулятивных технологий воздействия на сознание потребителей.

Разнообразие словообразовательных приемов, работающих на создание привлекательности такого важного сегмента современного рынка, как автомобильный, различные приемы «философского наполнения» рекламы наглядно демонстрируют технологии языкового воздействия, отработанные в мировой практике создания рекламы.

К несомненным достоинствам третьей главы монографии следует отнести подробность и последовательность описания формальных средств и приемов создания автоэргонимов, вызывающих положительные ассоциации у потенциальных потребителей: это семантическое наполнение производящей основы (*МегаСервис, АвтоАрсенал, Титан-Авто, АвтоЛев, АвтоДжин 24*); гибридизация как образование слов из компонентов, относящихся к разным языкам (*АвтоNews, АвтоTwinСервис, Авто-mix*); разнообразие словообразовательной структуры рекламных имен, в абсолютном большинстве представляющих собой композиты. Е. В. Щеникова иллюстрирует многочисленными примерами такие приемы, как использование типовых английских усечений (*Avtoproffi-nn.ru, STRIGINO.com*), сложение существительных и аббревиатур инициального типа (*VIP-сервис, Барс-СТО (станция технического обслуживания)*), использование суффиксации (*Автошка, Шиномонтаженька, Запчасти*), включение компонента с цифровым обозначением (*АвтоРегион-152, VINIL.52.RU*) и другие приемы нейминга. Нижегородские автоэргонимы проанализированы с точки зрения «адекватности» рекламных имен: их соответствия специфике рекламируемого объекта, простоты, жизнеспособности.

В четвертой главе монографии «Людические аспекты современных словообразовательных процессов», написанной Н. А. Бакич, рассматриваются словообразовательные процессы, происходящие в медийных текстах, в ракурсе языковой игры. О креативном, игровом начале как о характерной черте словотворчества журналистов неоднократно говорится в монографии. В центре внимания Н. А. Бакич создание новообразований (прежде всего гибридных) на базе прецедентных феноменов (*ЖЭК-потрошитель, через ПЕН-колоду* и др.). Автором подробно рассмотрена графическая деривация, в частности полиграфикация, как знаковый прием современного медиатекста (*НЕ УКРАДИ!*). Н. А. Бакич отмечает разнообразие типов прецедентных текстов, которые подвергаются трансформации в рамках «словообразовательной игры». На примере разнообразных новообразований автором

убедительно доказывается тезис о языковой игре как средстве «инкультурации» медиатекста (*плюс тартюфизация всей страны, плюс биткоинизация всей страны; эра немилосердия, праздник непоСЛУШАНИЯ и др.*).

В пятой главе монографии «Прагматические аспекты современного медийного словотворчества: новообразования как средство речевого воздействия», написанной В. А. Торопкиной, делается акцент на использовании окказиональных новообразований как средства социальной оценки, а также вербальной агрессии. Автор разграничивает дериваты, созданные узуальными и неuzuальными способами (*рукопожатненько, русофобненько, киркоровщина, недолидер, политщекотливый, фэйсбучники и контрабатькин, секир-башнефть, умопомротчительный, неуходимость, неБЛОГНадежная, НАТОбность, PSYхоз, по pasaPAH*). В. А. Торопкина характеризует новообразования с точки зрения их стилистической окраски, экспрессивного потенциала и оценочной маркированности. Автор справедливо отмечает повышение воздействующего потенциала новообразований неuzuального типа за счет смешения семантики нескольких лексических единиц, образования новой внутренней формы с оценочным значением.

Логичным завершением анализа современных словообразовательных процессов является шестая глава «Социокультурная специфика словарей новых слов», подготовленная Е. А. Ждановой. Важным, с нашей точки зрения, является развиваемый в тексте тезис о том, что «...лексикографическая фиксация новой лексики и фразеологии позволяет выявить социокультурную специфику определенного хронологического периода в жизни народа» [Социокультурные и лингвопрагматические аспекты... 2018: 192].

Теоретическую основательность данной части монографии придает рассмотрение важных этапов становления неологии и неографии в отечественном языкознании. В тексте проанализированы основные тематические группы лексических новаций, отмечена важность отантропонимических производных. Автором подробно рассмотрены не только различные выпуски словаря «Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы», но и динамические словари (прежде всего словари, выпущенные под редакцией Г. Н. Скляревской), а также онлайн-словари в сети Интернет. Следует согласиться с общим выводом о важности словарей новых слов разного типа как инструментов языковой рефлексии, а также важных источников сведений о социокультурных изменениях в обществе.

Практически все авторы монографии отмечают особый «потенциал воздействия» экспрессивных окказиональных новообразований. Логическим продолжением темы стало бы рассмотрение современных словообразовательных процессов в русле изучения языковой оценки. Социокультурный ракурс рассмотрения экспрессивных неoderиватов позволил нижегородским исследователям выявить прагматические ресурсы словообразования в плане выражения оценочных сигналов говорящего, в конечном счете его аксиологических установок. Как справедливо отмечает О. А. Корнилов: «Существующий в коллективном сознании любого этноса национальный миропорядок, национальный семантический универсум немислим без разветвленной системы оценок всего сущего, без отраженных в языке ценностных ориентиров» [Корнилов 2003: 281]. Исследователи языковой оценки неоднократно писали о том, что использование определенных словообразовательных

формантов и моделей является ярким средством выражения оценочных интенций говорящего, причем в пространстве текста единицы морфемного уровня языка вступают в сложные взаимоотношения с лексической семантикой, грамматической организацией текста и даже с фонетической (или графической) его оформленностью [Оценки и ценности... 2009].

Особая роль принадлежит средствам оценки с точки зрения воздействия на адресата (индивида, социальную группу, общество, нацию). Оценки (возможность конструирования которых очень широка) определяют социальные ценностные ориентиры, способствуют оформлению идеологических проектов и в конечном счете формированию этничности. Именно поэтому приемы, связанные с оценкой, активно используются в целях воздействия на общество: это изменение характера дефиниций и оценочных помет в словарях, формирование ассоциативных оценочных коннотаций за счет устойчивого оценочного контекста употребления лексических единиц, приемы эвфемизации и дисфемизации. С точки зрения выявления оценочного потенциала словообразования рецензируемая монография содержит крайне важные наблюдения.

Одним из значимых выводов практически всех авторов является заключение об оценочной насыщенности медийного текста, причем эта оценочность преимущественно негативная, разной интенсивности проявления — от грубой агрессивности, гротеска до легкой иронии. Исследователями публицистического стиля неоднократно отмечалась ироничность (даже стеб) как яркая черта современных медиатекстов, для которых характерно стилистическое «отключение» патетики, «высоких чувств». Знаковым исключением представляется рекламный дискурс, в котором ирония стиля возможна лишь в качестве игрового «оттенения» «серьезности» и «фундаментальности» потребления — важного институционализируемого фактора сегодняшнего бытия.

Отметим еще один значимый, с нашей точки зрения, момент. Причина «плотной» оценочности медиатекстов, о которой пишут авторы монографии, заключается, кроме всего прочего, в том, что современное медиапространство является полем непрекращающихся идейных столкновений, полемики разных по убеждениям участников политического процесса. Россия продолжает оставаться идеократическим государством, граждане которого ощущают свою приверженность определенным идеям, поэтому оценочно маркированные окказионализмы являются сигналами представителей разных политических лагерей. В одном лагере рождаются лексемы *ельцинизм*, *чубайсовщина*, в другом — *зюгановщина*, *большевики-большевики*. *Народ-вредносец* звучит почти богохульно для патриота, а номинации *нанопрезидент*, *нанонарод* и *нано-Россия* оскорбляют центриста. Идеологическое пространство современной России конфронтационно, что неизбежно отражается в языке. Однако анализ деривационной активности современных носителей языка наглядно демонстрирует, что и левые, и патриоты, и либералы объединены, по крайней мере, своими языковыми способностями, способами концептуализации и категоризации явлений окружающего мира, что дает некоторую надежду на обретение политического понимания.

В монографии нашла отражение еще одна серьезная проблема современного общества. Многочисленные яркие примеры новообразований подтверждают существование глубокого социокультурного разрыва между разными типами дис-

курсов: медиадискурс сохраняет признаки интеллектуализма, рекламный дискурс представляет собой пространство манипулятивных технологий. Интернет-дискурс создает свой, закрытый мир, где рождается собственное информационное поле, весьма опосредованно связанное с общероссийским, там появляются специфические информационные единицы (мемы, демотиваторы и др.), «выпадающие» из национального культурного пространства.

Подводя итог рассмотрению нового труда нижегородских ученых, отметим все же тот факт, что жанр коллективной монографии имеет как свои достоинства, так и недостатки. Многоаспектное описание разнообразного материала, с нашей точки зрения, требует все-таки некоторого приведения анализа «к общему знаменателю». Для читателей монографии, в частности для студентов и аспирантов, было бы полезно системное рассмотрение «актуальных» словообразовательных типов, моделей, гибридных дериватов, отдельных формантов на эмпирической базе исследования. Крайне интересным стало бы выявление экспрессивного потенциала словообразовательных моделей в разных дискурсивных практиках.

Однако общий вывод нашей рецензии очевиден: в полном соответствии с названием монография анализирует актуальные проблемы действительности как в языковом, так и в широком лингвокультурологическом аспектах, привлекает богатейший материал современного словотворчества, приглашает к размышлениям над перспективами дальнейшего изменения не только русского языка, но и национального сознания. Словообразовательные процессы демонстрируют важный потенциал развития языка, сохраняющего свою этноспецифичность даже «под напором иноментальных и инокультурных влияний» [Социокультурные и лингвопрагматические аспекты... 2018: 50].

## Литература

- Корнилов 2003 — Корнилов О. А. *Языковые картины мира как производные национального менталитета*. 2-е изд., испр. и доп. М.: ЧеРо, 2003. 349 с.
- Коряковцева 2016 — Коряковцева Е. И. *Очерки о языке современных славянских СМИ (семантико-словообразовательный и лингвокультурологический аспекты)*. Siedlce: Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach, 2016. 152 с.
- Оценки и ценности 2009 — *Оценки и ценности в современном научном познании*. Сб. науч. тр. Ваулина С. С., Грешных В. И. (ред.). Ч. 1–2. Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2009. 205 + 228 с.
- Петрова, Рацибурская 2017 — Петрова Н. Е., Рацибурская Л. В. *Язык современных СМИ: средства речевой агрессии*. Учебное пособие. М.: Флинта, 2017. 160 с.
- Радбиль 2017 — Радбиль Т. Б. *Язык и мир: парадоксы взаимоотражения*. М.: Издательский дом ЯСК. 2017. 592 с.
- Рацибурская, Самыличева, Шумилова 2015 — Рацибурская Л. В., Самыличева Н. А., Шумилова А. В. *Специфика современного медийного словотворчества*. Учебное пособие. М.: Флинта, 2015. 136 с.
- Социокультурные и лингвопрагматические аспекты 2018 — *Социокультурные и лингвопрагматические аспекты современных словообразовательных процессов*. Коллективная монография. Рацибурская Л. В. (ред.). М.: Флинта, 2018. 232 с.

Статья поступила в редакцию 15 сентября 2018 г.

Статья рекомендована в печать 28 января 2019 г.

## Book Review: Socio-Cultural and Linguopragmatic Aspects of Modern Word-Formation Processes

**For citation:** Smirnova L. G. Book Review: Socio-Cultural and Linguopragmatic Aspects of Modern Word-Formation Processes. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2019, 16 (3): 525–532. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2019.312> (In Russian)

## References

- Корнилов 2003 — Kornilov O. A. *Language Pictures of the World as Products of Ethnic Mentality*. 2<sup>nd</sup> ed., revised and enlarged. Moscow: CheRo Publ., 2003. 349 p. (In Russian)
- Коряковцева 2016 — Koriakovtseva E. I. *Notes on the Language of Contemporary Slavic Mass Media (the semantic, word-formation and linguocultural aspects)*. Siedlce: Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach, 2016. 152 p. (In Russian)
- Оценки и ценности 2009 — *Evaluations and Values in Modern Scientific Cognition*. Vaulina S. S., Greshnykh V. I. (eds.). Parts 1–2. Kaliningrad: Immanuel Kant Baltic Federal University Publ., 2009. 205 + 228 p. (In Russian)
- Петрова, Рацибурская 2017 — Petrova N. E., Ratsiburskaia L. V. *Language of the Contemporary Mass Media: Verbal Aggression Instruments*. Moscow: Flinta Publ., 2017. 160 p. (In Russian)
- Радбиль 2017 — Radbil' T. B. *Language and the World: The Paradoxes of Mutual Reflection*. Moscow, YaSK Publishing House, 2017. 592 p. (In Russian)
- Рацибурская, Самыличева, Шумилова 2015 — Ratsiburskaia L. V., Samylicheva N. A., Shumilova A. V. *The Peculiarities of Contemporary Mass Media Word Coinage*. Moscow: Flinta Publ., 2015. 136 p. (In Russian)
- Социокультурные и лингвопрагматические аспекты 2018 — *Socio-Cultural and Linguopragmatic Aspects of Modern Word-Formation Processes*. Ratsiburskaia L. V. (ed.). Moscow: Flinta Publ., 2018. 232 p. (In Russian)

Received: September 15, 2018

Accepted: January 28, 2019