

## ПОЛИКОДОВЫЕ ОККАЗИОНАЛИЗМЫ В МЕДИАЗАГОЛОВКАХ

*И. И. Новосельцева*

*Белорусский государственный экономический университет,  
пр. Партизанский, 26, 220070, г. Минск, Республика Беларусь,  
navaseltsava.i@gmail.com*

Рассматриваются виды графической игры с поликодовыми элементами в заголовках еженедельника «БелГазета-OnLine». Анализируются деривационные особенности создания графических окказионализмов на основе латиницы и их лингвокреативный потенциал. Особое внимание уделяется роли графогибридизации как средства актуализации смысла, выражения оценки и усиления прагматического эффекта.

**Ключевые слова:** заголовок; языковая игра; графогибридизация; поликодовые окказионализмы.

## POLYCODE OCCASIONALISMS IN THE MEDIA HEADLINES

*I. I. Novoseltseva*

*Belarusian State Economic University,  
26, Partizanski Av., 220070, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: I. I. Novoseltseva (navaseltsava.i@gmail.com)*

This paper reviews the types of graphical game with polycode elements in the headlines of the weekly newspaper «BelGazeta-OnLine». Derivational peculiarities of creation and linguistic creative potential of graphic occasionalisms based on the Latin alphabet are analyzed. Special attention is paid to the role of graphic hybridization as a means of meaning actualization and assessment expression and pragmatic effect amplification.

**Key words:** headline; language game; graphic hybridization; polycode occasionalisms.

За последние годы одной из ключевых стилеобразующих особенностей многих медиа стало графогибридное «лавинообразное словотворчество» как отражение интенсификации межкультурных и транс-

лингвальных коммуникативных практик, популярный прием игры с иноязычностью, поликодовостью. В современном русском языке иноязычность «функционирует именно как феномен, как широкомасштабное и полифункциональное явление» [1, с. 4], в результате которого происходит не только активное проникновение в систему русского языка иностранных лексем и формантов, но и нестандартных форм сочетания в слове элементов вербальных и невербальных кодов.

Графогибридизация как разновидность иноязычности и языковой игры является креативным способом образования речевых инноваций с поликодовой структурой, что свидетельствует о межязыковом взаимодействии дискурсов, такой «тенденции современного словотворчества, как активное развитие инкорпорирующего сращения, размывания границ между морфемами, отдельными словами и классами слов» [2, с. 5]. Экспрессивно-игровые неолексемы, созданные креолизацией элементов естественных языков и других знаковых систем, пока не имеют единого термина в лингвистике. Чаще всего их называют «полиграфиксатами», «графическими гибридами» (Т. В. Попова) и «поликодовыми новообразованиями» (Л. В. Рацибурская). В данной работе полиморфные и семантически осложненные факты речи, возникшие в результате графико-словообразовательной игры со средствами разных кодовых систем, обозначаются как «поликодовые окказионализмы». Словообразовательная англо-русская гибридизация позволяет максимально использовать для выражения в медиадискурсе различных имплицитных и эстетических смыслов «экспрессивный эффект контраста английских и русских компонентов в рамках новообразованной лексической единицы» [3, с. 87].

Графогибридизация (полиграфиксация) – один из приемов создания в «БелГазете-OnLine» лингвокреативных заголовков как трансляторов когнитивных установок, оценочных суждений и творческого самовыражения авторов публикаций. Для построения окказионализмов на основе кириллицы и латиницы используются разные способы, псевдочленение применяется к любой части слова. Наиболее интересна модификация русских и английских элементов с помощью нелинейной деривации, в результате которой происходит смысловое совмещение и преобразование в окказионализме производных слов, актуализируется его коммуникативно-прагматическое наполнение, коннотативный и ассоциативный потенциал, так как «основная функция языковой игры с латиницей – быть дополнительным визуальным комментарием, либо

дублирующим текстовую информацию, либо придающим тексту определенную оценочность и экспрессивность» [4, с. 176]. Кроме того, «вербальная часть не может восприниматься в отрыве от ее графического сопровождения, поскольку визуальный план как бы редуцирует либо само сообщение, либо авторскую позицию так, чтобы оказать максимальное воздействие не только на сознание читателя, но и на его подсознание» [5, с. 60].

За счет междусловного наложения, межъязыковой омофонии и псевдомотивации, трансформации прецедентных феноменов поликодовые окказионализмы приобретают визуально-смысловую многослойность, оценочность. Например, в заголовке «*Мода без баZARA*» (№ 19, 2007) через обыгрывание межъязыковой омофонии, псевдомотивацию и капитализацию актуализируются значения слов «*рынок, базар*», жаргонизма «*без базара*» и название испанского бренда. Осложненная семантика раскрывается в контексте: белорусский покупатель с базаров переходит в «Модный молл», но пока в нем не представлены такие бренды европейского рынка одежды среднего ценового сегмента, как «Zara». Наслоение в заголовке «*На вы и шопотом*» (№ 32, 2010), отсылке к ироничному прецедентному высказыванию, на фрагмент слова *шепотом* созвучной английской лексемы *shop* «магазин» прогнозирует проблематику статьи: о мониторинге Минторгом работы белорусских интернет-магазинов с целью защиты потребителей и ужесточении требований к данному виду торговли. Наложение английского *horror* «ужас» на слово *хороший* «высвечивает» в заголовке «*Horrorоший индекс: манипулировать цифрами и мнениями легко*» (№ 24, 2014) негативную оценку популярных в медиапространстве определений индекса хорошей («неэгоистичной») страны. Передача в заголовке «*Vитамины для новой жизни*» (№ 45, 2007) части слова *витамины* латинским *vita* «жизнь» удваивает позитивный посыл публикации о важности для беременных качества питания.

Латиницей может оформляться элемент давно освоенного и нечленяемого в русском языке слова. Так, прописное выделение латиницей части слова *нонсенс* (от лат. *non* – нет и *sensus* – смысл) в заголовке «*ЕвроNONсенс*» (№ 22, 2005) акцентирует смысловую идею семантического расширения: в статье анализируется ситуация, которую политологи назвали «политическим землетрясением» в Европе, так как на референдумах по интеграции граждане Нидерландов и Франции сказали «нет» европейской Конституции.

По моделям чистого сложения в состав окказионализмов-композитивов включаются:

– иноязычные слова: «*Fashion-неформат*» (№ 44, 2005), «*Авто-trade-in*» (№ 47, 2007), «*Тор-теленовости недели*» (№ 49, 2008), «*Карман-car*» (№ 41, 2011), «*Парад-light*» (№ 19, 2013), «*Five-парад*» (№ 32, 2015), «*Буда-Time*» (№ 46, 2017), «*Год-dog*» (№ 48, 2018);

– иноязычные аббревиатуры: «*FM-Белорусизация*» (№ 38, 2003), «*CD-шопинг*» (№ 39, 2003), «*CD-преьера*» (№ 13, 2004), «*С юмором – на рынке vip-подарков*» (№ 42, 2007), «*IT-новости*» (№ 25, 2007), «*IT-война*» (№ 29, 2009), «*FM-спискофобия*» (№ 13, 2011).

Игра с аббревиатурами часто строится на омофонии и псевдомотивации: «*Куда ITти*» (№ 3, 2006), «*Всё xОКкей. Недорого*» (№ 50, 2006). Например, сращение аббревиатуры *ит* с жаргонизмом «*в масть*» (что-либо подходит, нравится) делает смысл заголовка «*Деньги в итмасть*» (№ 7, 2007) прозрачным: речь идет о *WebMoney Transfer* – самой популярной на постсоветском пространстве системе электронных денег. Статья «*На повышенных TONax*» (№ 19, 2020) посвящена резонансному судебному решению: Комиссия по ценным бумагам и биржам США запретила создателю мессенджера «Telegram» Павлу Дурову реализацию блокчейн-проекта TON (Telegram Open Network).

При создании окказионализмов используется комбинированная графодеривация, когда граница прикрепления русского / русифицированного слова или морфемы к латинографической основе маркируется дефисом, апострофом или двоеточием: «*Enter-национал*» (№ 19, 2010), «*Вербануть Bloomberg-ом*» (№ 13, 2015), «*И IT-фикация всей страны*» (№ 27, 2016), «*Тор-кнуло*» (№ 49, 2016), «*Что-то спат'ятю моей стало...*» (№ 21, 2006), «*НаUber'ям и поGoogle'ям*» (№ 1, 2017), «*Молчаливая ге:акция*» (№ 2, 2012).

Применяется и совмещение двух негомогенных частей: вербальной и невербальной (например, идеограмм – знаков интернета или валюты): «*Бесплатная пропуск@*» (№ 50, 2007), «*Долларовый о\$адок*» (№ 28, 2007), «*Мал \$олотник, да дорог*» (№ 5, 2009).

Исследователь «лавинообразного словотворчества» С. В. Ильясова отмечает: «учитывая масштабы распространения в современных СМИ феномена языковой игры и феномена иноязычности, а также их пересечение, вряд ли в ближайшем будущем взгляд на иноязычность через призму языковой игры утратит свою актуальность» [6, с. 423]. Это подтверждает и рассмотренный материал. Для создания семиотически ос-

ложненных игровых единиц (преобладают имена существительные и сложные слова) в «БелГазете-Online» задействуется обширный пласт стилистически неоднородной лексики, творчески обыгрываются прецедентные феномены, термины из сферы высоких технологий и массовой коммуникации. Графогибриды формируют идею и эмоционально-оценочную структуру связанного с контекстом антропоцентричного и чаще всего амбивалентного заголовка, который вызывает у читателя как участника виртуального диалога «новые зрительно-смысловые ассоциации, вовлекает его в процесс декодирования подтекста и формирования суждения о проинтерпретированных в медиадискурсе реалиях» [7, с. 107]. Семантико-стилистическую и прагматическую значимость поликодовый окказионализм приобретает именно как целостный лингвовизуальный продукт игры с формой и смыслом.

#### Библиографические ссылки

1. Руденко О. Ю. Феномен иноязычности в современном русском языке (на материале словарей и языка СМИ) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Ростов н/Д : ФГАОУ ВПО Южный федеральный университет, 2012. 26 с.
2. Попова Т. В. Новые явления в русском словообразовании конца XX – начала XXI вв. // Opera Slavica, XVII, 4. Брно, 2007. P. 1–5.
3. Ривлина А. А. Об основных приемах современной англо-русской языковой игры // Homo Loquens: актуальные вопросы лингвистики и методики преподавания иностранных языков / под общей ред. : И. Ю. Щемелева. Вып. 3. СПб. : НИУ ВШЭ, 2011. С. 86–96.
4. Амири Л. П. Графическая окказиональность как стилеобразующее средство в текстах современного рекламного дискурса (на материале XX–XXI вв.) // Известия ПГПУ им. В. Г. Беллинского. Пенза, 2012. № 27. С. 176–182.
5. Громова Н. С. Креолизация текстов печатных СМИ как способ манипуляции адресатом // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2014. № 8 (38). Ч. 1. С. 59–63.
6. Ильясова С. В. Языковая игра с иноязычностью в языке современных российских СМИ // Теория и практика ономастических и дериватологических исследований : коллективная монография / науч. ред. В. И. Супрун, С. В. Ильясова. Майкоп : Изд-во «Магарин О. Г.», 2017. С. 423–439.
7. Новосельцева И. И. Графическая игра в заголовках еженедельника «БелГазета» // Язык в различных сферах коммуникации : материалы III Междунар. науч. конф. 2019. С. 104–107 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42486051> (дата обращения: 17.06.2020).