

А. Л. Стрижак

Лексические особенности газетных материалов фестивальной тематики

В статье рассматриваются лексические особенности газетных материалов фестивальной тематики, к числу которых относится активная неологизация подобных текстов, концептуализация ключевых понятий фестивальной жизни, явление семантической трансформации, сопровождающееся нейтрализацией негативно-оценочных лексем. Определён особый выразительный потенциал приёма интерстилевого тонирования.

Одной из отличительных особенностей культурной жизни современной Беларуси является большая популярность фестивалей самой различной идейно-тематической направленности. Объектом нашего исследования станет освещение в СМИ деятельности двух подобных мероприятий – нового фестиваля этнокультурных традиций «Зов Полесья», впервые прошедшего в сентябре 2010 года, и получившего широкую известность за пределами Беларуси фестиваля искусств «Славянский базар в Витебске», отмечающего в нынешнем году свой двадцатипятилетний юбилей. Предметом исследования станут лексические особенности газетных материалов фестивальной тематики.

Обращение к тексту газеты обусловлено прежде всего тем, что «газета, как никакой другой коммуникативный знак, характеризуется включённостью в социальную практику, познавательную деятельность, языковой процесс и речевой поток того или иного социума» [1, с. 22]. Как известно, активные социальные преобразования, появление новых жизненных реалий, требующих новых обозначений, значительно активизировали инновационные процессы в русском языке последних десятилетий. При этом сфера культуры представляет собой одну из тех областей деятельности людей, где неогенные языковые процессы проявляются наиболее очевидно и мощно.

Анализ газетных текстов фестивальной тематики показал, что новые слова в некоторых случаях сопровождаются авторскими пояснениями, при этом толкование неологизма может осуществляться

через словарное определение новой реалии: *Думаю, кроссовер (своеобразный синтез, гармоничное сочетание элементов классики и поп-, рок-музыки) имеет место быть и на российской эстраде. Прежде в этом стиле работал один Николай Басков (Рэсп., июль 2009); либо представляет собой авторское описание определённых действий: Как рассказал «Р» режиссер-постановщик концерта Вячеслав Панин, это будет своего рода джем-сейшн, когда друзья встречаются на сцене и вспоминают все самое лучшее, светлое из прошлого (Рэсп., июль 2010).*

Следует отметить, что более распространёнными являются случаи использования новых слов без дополнительных авторских дефиниций, что является следствием представления пишущего о лексеме как о слове, уже достаточно освоенном русским языком: *Мы, артисты, каждый день меняем гостиницы, у нас бывает по несколько перелетов в день. Поэтому какие-то необходимые вещи, чтобы отдохнуть, мы пишем в райдер (Рэсп., июль 2010); или: Участники фестиваля «Зов Полесья» смогут не только увидеть вещи, сделанные руками наших предков, но и сами овладеть полезными навыками. Для этого по разным видам ремесел будут организованы мастер-классы (НГ, сент. 2010).*

Отсутствие поясняющих неологизмы определений также может иметь целью создание определённого колорита, ощущения новизны, нужной автору атмосферы, и, как показывает материал, данная функция неологизмов при их использовании в тексте является доминирующей: *... я знаю много так называемых пафосных фестивалей, которые слишком перебирают с промоушном (СБ, июль 2011). Отличительная особенность следующего примера – употребление сразу нескольких контактно расположенных новаций, что приводит к созданию амплификационного ряда и усилению экспрессивно-выразительного потенциала высказывания: Белорусских создателей граффити объединила совместная работа над полотном общей площадью более 50 квадратных метров. На спортивной площадке головокружительные трюки демонстрировали зрителям любители экстремальных видов спорта – скейтбордисты, велотриалисты, роллеры (Рэсп., июль 2011).*

В отличие от рассмотренных выше примеров, представленных преимущественно фонетическими и словообразовательными кальками с английского языка, а также дериватами, где используется иноязычная основа и русский аффикс, неологизмы, образованные иными способами, встречаются гораздо реже. Так, примером реализации закона экономии языковых средств служат следующие

контексты: *Слава Богу, режиссеры **феста** мне уже доверяют, поэтому репетировать приходится не так часто, как раньше* (Рэсп., июль 2009); или: *На нынешнем «Славянском базаре в Витебске» Юрий Антонов – своего рода первооткрыватель. Его **сольник** дал старт концертным программам фестиваля. Он первым собрал аншлаги в шеститысячном зале Летнего амфитеатра* (Рэсп., июль 2010). Очевидно, что инновация *фест* образована путём усечения давно освоенного русским языком заимствования *фестиваль*, а вторая лексема – универбат *сольник* – результат очень активного в современном русском языке процесса универбации, состоящего в образовании новых слов от адъективного компонента словосочетания при сохранении исходной семантики.

Общеизвестной моделью организации газетного и – шире – публицистического текста вообще является сочетание экспрессии и стандарта, т.е. такое совмещение информационной и воздействующей функций, при котором «в публицистическом речевом контексте реализуются две прагматические установки: достижения информационно-оценочной насыщенности и эмоционально-экспрессивной выразительности» [2, с. 4]. Как показывает рассмотренный материал, использование иноязычных заимствований направлено прежде всего на реализацию информационной функции газетного сообщения, тогда как трансформация семантики узуальных языковых единиц приводит к активизации воздействующей функции публицистического текста.

Уже само название витебского фестиваля «Славянский базар» закономерно нейтрализует негативные оценочные коннотации разговорного значения слова *базар* ‘о беспорядочном шуме, крике где-либо’ и приводит к формированию новой семантики лексемы, употребляемой как сокращённое название фестиваля: *500 журналистов из двух десятков стран приехали в эти дни в Беларусь специально на «базар»* (Рэсп., июль 2009); или: *После «базара» Теона продолжает искать себя. Она создала собственную рок-группу, научилась самостоятельно писать песни. Но к личному творчеству относится критично* (СБ, июль 2011).

Универбат *славянка*, производный от словосочетания «Славянский базар» и являющийся полным омонимом узуально существующего в языке слова, получил широкое распространение на страницах СМИ в качестве альтернативы разговорной номинации фестиваля – лексемы *базар*: *После витебского конкурса Донатас Монтвидас дважды участвовал в отборах на «Евровидение» – 2009 и 2010 годов. «Славянка» позволила Донатасу почувствовать, что он может достичь высоких вершин* (СБ, июль 2011).

Явление «нейтрализации» коннотативного компонента семантики наблюдается и в структуре значения оценочного прилагательного *базарный* ‘такой, как на базаре’, что также сопровождается возникновением новой семантики ‘имеющий отношение к фестивалю «Славянский базар; фестивальный»’: *Правда, на этот раз Дениса плохо слышали и в зале. Настройщики звука «базарной» сцены явно перепутали какие-то провода. На качество звука жаловались и другие артисты* (СБ, июль 2010); или: *Двадцать «базарных» лет – не так уж и много* (НГ, июль 2011).

Активное освещение событий витебского фестиваля на страницах СМИ сформировало и новое значение нейтрального прилагательного *славянский*, синонимичное семантике лексемы *базарный* – ‘имеющий отношение к фестивалю; фестивальный’: *Мало кто уже помнит, что Петр в 2003–2004 годах, накануне своей «славянской» победы, пел в ансамбле «Песняры»* (СБ, июль 2011).

Анализ материала показал, что семантические процессы в ряде случаев приводят к явлению концептуализации, то есть употреблению того или иного слова как полисемантической единицы, некоего концепта, вмещающего в себя представления о разных сторонах описываемого явления действительности. Показательным примером будет анализ использования субстантива *василёк* и прилагательного *васильковый*, ставших официальным символом фестиваля «Славянский базар в Витебске», в современных газетных текстах. Так, семантическое ядро существительного *василёк* в следующем контексте содержит отнюдь не представление о цветке ярко-синего цвета. Напротив, значение лексемы носит абстрактный характер: *Васильки на экспорт: странно, однако – «Славянскому базару в Витебске» скоро двадцать лет и славянский мир велик. Однако вряд ли о витебском форуме в Чехии или Болгарии знают вне музыкальных тусовок. Почему так?* (СБ, июль 2010), где номинация *васильки* символизирует описываемое культурное событие – известный витебский фестиваль.

Семантика контекста обусловила новое значение субстантива *василёк* ‘денежная единица фестиваля «Славянский базар»’ в следующем высказывании: *«Васильковая» реформа: на юбилейном «Славянском базаре» произошла денежная реформа – в обращение выпущены новые образцы фестивальных денег – «васильков».* Собственная валюта появилась на «Базаре» в 1992 году (НГ, июль 2011). Такое словоупотребление приводит к сдвигу в лексической сочетаемости прилагательного *васильковый*, которое приобретает окказиональную семантику ‘денежный’.

Полисемантический характер адъектива *васильковый* обнаруживается и в следующих контекстах, где данная лексема выступает синонимом прилагательного *фестивальный*: *До свиданья, лето васильковое!* «Славянский базар в Витебске» перевернул юбилейную страницу своей истории (Рэсп., июль 2011); сравним: «**Васильковый**» юбилей: сегодня, в день закрытия фестиваля, можно с полной уверенностью сказать, что «Славянский базар» оправдал все юбилейные ожидания (НГ, июль 2011).

Широкое распространение в современных газетных материалах получил приём стилистического диссонанса (термин М.А. Москвиной) или приём интерстилевого тонирования (термин И.А. Сметаниной) – оба исследователя понимают данное явление как преднамеренное помещение нелитературных единиц в литературный контекст. Как показывает материал, явное стилистическое рассогласование обладает мощным экспрессивно-выразительным потенциалом: *Пока еще никто на «базаре» не собирал такого урожая букетов, каким одарили витебчане Томаса Андерса – и вчера, и позавчера он дважды выходил на фестивальную сцену. Обычно наши люди скромно сидят и слушают песни. А тут и подпевали, и подпрыгивали, и улыбались до ушей в такт голосу немецкого живчика. В общем, балдели* (СБ, июль 2010). Разговорная номинация *живчик* ‘о резвом, очень подвижном человеке’ и разговорное выражение *улыбаться до ушей* вступают в отношении стилистической конвергенции со сниженной лексемой *балдеть* ‘испытывать восхищение, восторг’, способствуя тем самым реализации негативной авторской оценки.

Интересным примером использования стилистически конвергирующих языковых и речевых единиц, направленных на создание у адресата определённой перспективы восприятия излагаемого материала в пределах небольшого контекста, является следующее высказывание: *Вот «Пять звезд» отзвездились, теперь «Славянский базар» будет базарить на «России», а еще НТВ гонит «Новую волну» в Юрмале* (КП, июль 2005). В данном случае употребление пишущим стилистически сниженных лексических и фразеологических средств генерирует негативный экспрессивно-оценочный потенциал высказывания и служит намеренной дискредитации референтной ситуации.

Единичное употребление нелитературных единиц, не осложнённое явлением конвергенции, обладает гораздо меньшим

выразительным потенциалом: *Гомель рулит!* С улыбкой выиграл конкурс молодых исполнителей эстрадной песни «Витебск-2009» гомельчанин Дмитрий Даниленко (СБ, июль 2009). Воздействующий эффект стилистического диссонанса практически равен нулю при использовании специальных авторских «оговорок», позволяющих пишущему абстрагироваться от нелитературной лексики: «Зов Полесья», если пользоваться современным сленгом, будет зажигать всем комплексом того, что нам досталось в наследство, здесь и песни, и танцы, национальная кухня, народные ремесла (НГ, сент. 2010).

Следует отметить, что указанные выше закономерности наблюдаются преимущественно в газетных материалах, отражающих события «Славянского базара в Витебске», тогда как фестиваль этнокультурных традиций «Зов Полесья» отмечен в современной периодике преимущественно информационными заметками. Очевидно, что подобная закономерность обусловлена таким экстралингвистическим фактором, как время существования названных мероприятий, и, следовательно, наличием/отсутствием связанных с ними культурно-исторических коннотаций в сознании носителей современного русского языка.

Таким образом, к числу отличительных особенностей рассмотренных газетных материалов относится активная неологизация «фестивальных» текстов, концептуализация ключевых понятий фестивальной жизни, явление семантической трансформации, сопровождающееся нейтрализацией негативно маркированного коннотативного потенциала лексемы. Особым выразительным потенциалом, направленным на формирование читательской оценки, обладает приём интерстилевого тонирования.

Литература

1. Ухванова-Шмыгова, И.Ф., План содержания газеты: стратегия выбора: учебное пособие / И.Ф. Ухванова-Шмыгова. – Минск: Белгосуниверситет, 1994. – 53 с.
2. Москвина, М.А. Лексико-фразеологические инновации в публицистике конца XX-нач. XXI вв.: семантика, стилистика, прагматика: автореф. дис. ...канд. филол. наук 10.02.01:/ Волгоград, 2008. – 26 с.