

СТИМУЛЫ СОЗДАНИЯ СУБСТАНТИВНЫХ ИННОВАЦИЙ В НЕМЕЦКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ
И. П. Савицкий

STIMULI OF NEW WORDS CREATION IN THE GERMAN PRESS
I. P. Savitskiy

В статье анализируются причины, стимулирующие журналистов к созданию окказиональных имен существительных в немецкой периодической печати 1990-х годов.

This article explores the motives inducing journalists to create the new words in the German press of the 1990 s.

Ключевые слова: окказиональное слово, инновация, функционирование, лексикография.

Keywords: nonce-word, innovation, functioning, lexicography.

В большинстве специальных исследований, посвященных изучению окказиональной лексики, ее создание традиционно объясняется функционально-стилистическими причинами. При этом особенно подробно данный подход разработан в докторской диссертации Е. Г. Габинской, выполненной на материале русского языка. Однако в этой работе наряду с окказиональной лексикой анализируются также и неологизмы, и оба термина рассматриваются как синонимичные [2]. Другие же лингвисты, к мнению которых мы присоединяемся, не ставят знак равенства между неологизмами и окказионализмами, а относят последние к лексическим инновациям [31]. В этой связи подчеркнем, что в качестве окказионального слова мы вслед за С. И. Улухановым рассматриваем «любое мотивированное слово, создаваемое, а не воспроизводимое в потоке речи – независимо от того, создано ли оно по продуктивной или непродуктивной модели. Практическим критерием разграничения воспроизводимых и создаваемых в речи слов, является их наличие или отсутствие в словарях» [19, с. 6]. Отметим также, что в качестве источников фактического материала в предлагаемой работе послужили три на сегодняшний день популярных в ФРГ и известных также за ее пределами еженедельника – «Фокус», «Шпигель» и «Штерн».

В данной статье ставится задача доказать на примере субстантивных инноваций (СИ) – окказиональных имен существительных, которые доминируют в немецкой прессе, что «чисто» функциональный подход все-таки не вскрывает основные причины, стимулирующие появление окказиональной лексики в речи. Существуют и другие факторы, позволяющие адекватно объяснить природу окказионального слова вообще, и в печатных СМИ, в частности.

Как нам представляется, одним из главных стимулов, активизирующих и направляющих лексическую креативность журналистов, выступают, с одной стороны – специфика самой прессы, а с другой – лексические нормы, закрепленные в принципах инвентаризации словарных единиц и последовательно реализующихся в официальной лексикографической практике. Другими словами, это – факторы, отражающие известные противоречия между языком и речью, системой и нормой, между языком и индивидуальной речевой деятельностью носителей языка.

Как показывает специальная литература, существующие в лексикографии принципы инвентаризации

словарных единиц представляют собой не стихийные, а сознательные процессы, подконтрольные лингвистам и лексикографам. Они ориентированы в первую очередь на нормы литературной разновидности языка, отличающейся сознательной кодификацией. Предложенный чешским лингвистом Б. Гавранком термин «кодификация» определяется в новейших исследованиях как «фиксация в разного рода словарях и грамматиках тех норм и правил, которые должны соблюдаться при создании текстов кодифицированных функциональных разновидностей» [3, с. 47].

Что же касается непосредственно отражения соответствующей лексики в словарях, основополагающим принципом составления одноязычных словарей является охват в них лишь существенных узусуальных подсистем, которые представлены в основном литературным языком и в большей или меньшей степени, в зависимости от выбора составителя, языками науки, техники, педагогики. В этот корпус не попадают все устные неконтролируемые факты употребления языка, произведения спонтанной письменной речи [14, с. 268].

При этом официальная лексикография в своей деятельности ориентируется на целый ряд критериев, часть из которых обусловлена экстралингвистическими факторами. В немецкой лексикографии к ним принято относить востребованность общества в соответствующих номинациях, а также их «признание» носителями языка [25, с. 24]. Другие критерии затрагивают и план выражения языковых знаков, среди которых называются такие «показатели», как системность слова, логическая связь между его компонентами, независимость от контекста и др. [31, с. 38].

Аналогичные критерии оценки новой лексики используются и в отечественной лексикографии, к которым принято относить:

- 1) большое количество регистраций;
- 2) разнообразие источников и жанров источников, в которых зарегистрировано слово;
- 3) независимость номинации (возможность реализации слова без речевых поддержек);
- 4) наличие словообразовательных дериватов разного рода, возможных употреблений (образных, метонимических и т. п.), свидетельствующих об освоении инновации языковым сознанием [10].

Интересные статистические данные по отбору и кодификации лексики на материале немецкого языка приводит Г. Хенне. Согласно его данным, в совре-

менном немецком языке с учетом отдельных специальных подязыков и социолектов насчитывается от 300000 до 400000 слов [26, с. 581].

Несмотря на такой внушительный объем лексики, представленной в современных словарях, она не в состоянии покрыть «все» потребности коммуникации в соответствующих названиях, особенно когда речь идет о факторах экстралингвистического характера. В этом можно убедиться на примере понятия *Verdiener* („jmd., der das Geld zum Lebensunterhalt verdient“), к которому в толковых словарях представлено два уточняющих наименования – *Kleinverdiener* и *Großverdiener*. Как можно заметить, эти лексемы обозначают лишь две противоположные категории номинаций, потребность же в дополнительных обозначениях, достаточно очевидная, восполняется в прессе с помощью окказиональных лексем. Ср.:

Niedrigverdiener, Geringverdiener, Durchschnittsverdiener, Normalverdiener, Gutverdiener, Mehrverdiener, Top-Verdiener, Bestverdiener, Spitzenverdiener, Höchstverdiener, Millionenverdiener.

Вместо этих номинаций в словарях представлены единицы другой семантической группы – с компонентом *-lohn*: *Niedriglohn, Mindestlohn, Höchstlohn, Spitzenlohn* и др. Однако эти слова, как можно заметить, покрывают собой иную понятийную сферу.

Наряду с этим для прессы является характерным стремление к отражению «разовых» событий и фактов, которые, однако, быстро устаревают. Это обстоятельство наиболее выгодно отличает публицистику от художественной речи. Ср.: «Каким бы ни был тематический диапазон литературного произведения, он никогда не сможет идти ни в какое сравнение с обилием тематики, с той детализацией описания разнообразнейших событий и фактов, какие мы регулярно встречаем в ежедневной прессе» [15, с. 11 – 12].

Одним из примеров такого «событийного» обозначения может служить «упаковка» здания немецкого рейхстага, которая была осуществлена супружеской парой художников-дизайнеров Кристо в 1995 году. Это мероприятие, затронувшее культурную жизнь столицы ФРГ, получило на страницах немецкой прессы различные, и частично неоднозначные толкования – *Reichstagsverhüllung, Reichstagsverpackung, Verhüllungsspektakel* и др. Однако это событие не имело такого резонанса и, соответственно, той социальной значимости для общества, как другие номинации, имеющие прямое отношение к немецкому парламенту и представленные также в немецких словарях – *Reichstagsabgeordneter, Reichstagsbrand, Reichstagsgebäude, Reichstagsmandat, Reichstagswahl*.

В качестве других примеров можно привести следующие выражения, которые в 90-х годах прошлого века были особенно актуальными для немецкого общества, но, тем не менее, не нашли отражения в новейших лексикографических справочниках:

Blauhelm-Diskussion, Kruzifix-Urteil, Freizeit-park, Ladenschluss-Diskussion и др. [36].

Такие номинации остаются большей частью «достоинством» речи, поскольку они не соответствуют одному из релевантных критериев, существующих в лексикографии – социальной значимости номинации. В слове «должна возникнуть общественная потреб-

ность» [13, с. 253]. Поэтому в лексикографической практике предпочтение отдается «названиям новых предметов и явлений, актуальным для деятельности» [11, с. 60].

Кроме потребности в названиях для «разовых» событий, в прессе постоянно возникает необходимость и в обозначении «новинок», а также «причуд» экстралингвистической действительности, что напрямую связано с «информационной мозаикой» печатных СМИ. Поскольку для обозначения таких фактов в языке отсутствуют специальные номинации, они создаются с помощью окказиональных новообразований. Ср.:

Alternativ-Bordell, Chef-Killer, Container-knast, Selbstmord-Ratgeber, Vampirkellner, Raps-buchstaben, Schoko-Skulptur, Kriegstourismus и др.

К СИ с разнообразными смысловыми отношениями могут быть отнесены структуры, которые, так или иначе, уточняют исходные понятия, заполняющие референциальные лакуны. Они образуют также одну из многочисленных групп окказионализмов в печатных СМИ, ср.:

Zweitgenie, Alt-SPD-Mitglied, Jung-Hacker, Roman-Debüt, Zoo-Elefant, Zinnsoldaten-Sammler, Filmhochschul-Festival, Film-Russland и др.

Необходимые в речи, эти структуры являются несущественными для парадигматической системы, поскольку конкретные характеристики – «это область не парадигматических противопоставлений по отдельным семантическим признакам, а сфера семантического развертывания и конкретизации в синтагматике» [20, с. 112].

Не отличаются социальной значимостью и востребованностью также характеризующие обозначения лиц с нетипичными, в том числе и «разовыми» мотивировочными признаками. Ср.:

Langsamsprecher, Vielredner, Wenigtelefonierer, Seitenvollschreiber, Lustlügner, Mädchen-Verderber, Bundestags-Hinterbänkler и др.

Это касается и таких обозначений, мотивированных по признаку «производимое действие в конкретный момент», которые также широко представлены в современной прессе, ср.: *Küsser, Streichler, Wiederholer, Formulierer, Renaturierer, Beweger, Bestimmer* и др.

Аналогичные словообразования встречаются и в русской речи, по поводу которых Л. В. Щерба отмечал – «писальщик, читальщик, ковыряльщик никогда не входили и не входят в словарь, но могут быть всегда сделаны и правильно поняты» [21, с. 51]. Такие лексемы отсутствуют в словарях по чисто номинативным причинам, так как отличаются так называемой «скудностью семантики» – „semantischer Dürftigkeit“. В таких названиях отсутствуют «добавочные смыслы» или «фразеологичность», поскольку в них отражены признаки, которые носят несущественный характер [8].

Обращенность прессы к фактам экстралингвистической действительности вызывает необходимость в создании номинаций и со специальными смыслами, которые не могут быть выражены с помощью конвенциональной лексики. В качестве показательного примера приведем специальные обозначения «исполни-

тельских ролей» из мира кино, которые не представлены ни в одном из современных лексикографических справочников немецкого языка, ср.:

Film-Vater «актер, исполняющий в фильме роль отца»;

Film-Tochter «актриса в роли дочери»;

Film-Sohn «актер в роли сына»;

Film-Babysitter «актер в роли няни»;

Film-Ehefrau «актриса в роли жены»;

Film-Feinde «враги в фильме».

Необходимость в таких номинациях продиктована письменным характером прессы и прослеживается как на уровне отдельного текста, так и его фрагментов. Как известно, письменная речь – это речь в отсутствии собеседника, которая требует дополнительной развернутости и полноты изложения, чтобы восстановить для читателя всю ситуацию. Поэтому «письменная речь есть самая многословная, точная и развернутая форма речи» [1, с. 340]. Как правило, это – достаточно детализованные описания, содержащие одновременно и много новой информации, которая выражается наряду с узуальными, также и многочисленными окказиональными номинациями.

В качестве примера приведем фрагмент текста, посвященного проведению весенних каникул американскими студентами в штате Флорида. Ср.:

Trinken und feiern, am liebsten mit spliternackten Mädchen. Darum geht es im „Spring Break“, diesem amerikanischen Frühlingsritual – zumindest den männlichen Teilnehmern. Mehr als die Hälfte, schätzungsweise 550000, kommen allein in den äußersten Nordwesten Floridas, nach Panama City Beach, in die Spring-Break-Hauptstadt der USA. Jedes Frühjahr steigt hier die größte Strandparty der Welt. Die Jungs werfen Frisbees oder Footballs, schlagen sich beim „Gladiatoren-Wettkampf“ mit riesigen Schaumgummikeulen, spielen Beach-Volleyball oder katapultieren sich in Klettanzügen an eine Stoffwand, um wie aufgespießte Insekten daran kleben zu bleiben – alles mit dem einem Ziel: das jeweils andere Geschlecht möglichst tief zu beeindrucken. Spring-Break-Orgien bleiben weitgehend auf Alkohol-Exzesse beschränkt, schon allein auf Grund der beengten Platzverhältnisse, die wenig Raum für Intimität lassen. „Was hier zwischen den Jungs und den Mädchen abläuft, ist ein Spiel“, sagt die blonde Jenny, eine 20jährige Journalistikstudentin im zweiten Uni-Jahr. Zum Betten-Sharing kommt es hauptsächlich aus Kostengründen. Nur 43 Dollar am Tag, einschließlich Hotel, gibt ein Spring Breaker durchschnittlich aus. Aber in der Masse lohnt sich der Studententourismus. Gut 100 Millionen Dollar bringt die Spring-Break-Saison der Stadt – immerhin ein Siebtel ihrer gesamten Tourismuseinnahmen (Focus, Nr. 17/1996:121 – 122).

Прикрепленные к специальным ситуациям, такие лексемы лишены регулярного характера употребления, что, в свою очередь, является своеобразным «тормозом», который объясняет отсутствие номинаций этого типа в лексикографических справочниках. Лексикографы отдают предпочтение номинациям, которые носят регулярный характер – „Die Wörterbücher registrieren nur feste Bestandteile des Wortschatzes“ [34, с. 400].

В других случаях ситуативные окказионализмы могут отличаться также своей неоднозначностью и требуют для интерпретации данных контекста. Для конвенциональных номинаций такая зависимость от контекста не является характерной. Ср.:

Star-Runs, Männer-Ängste, Pädagogen-Produktion, Kontinente-Raten, Chauvi-Scherz, Funktionärsmobbing, Männerbuch и др.

Однако и конвенциональные слова (КС) не во всех случаях могут адекватно передать коммуникативное намерение автора текста, так как отображенный в существующих номинациях признак часто не исчерпывает всей сущности предмета, не раскрывает его основные признаки [17, с. 172]. В таких случаях в речи могут модифицироваться узуальные лексемы, которые получают иные мотивировочные признаки. Этот прием, иногда называемый «корректировкой узуальной номинации» [8, с. 58], достаточно часто используется и в современной немецкой прессе:

КС: Senkrechtstarter ((ugs.) „jmd., der ohne lange Anlaufzeit eine ungewöhnlich steile Karriere macht“)

СИ: Raketensarter;

КС: Mund-zu-Mund-Beatmung („Beatmung von Mund zu Mund“)

СИ: Mund-zu-Schnauze-Beatmung;

КС: Zitterpartie (Sport Jargon) („Spiel, dessen Ausgang bis zum Schluss ungewiss ist“)

СИ: Zittersieg;

КС: Elfmeterschütze ((Fußball) „Spieler, der einen Elfmeter ausführt“)

СИ: Elfmeter-Held.

Такие соотносительно близкие по своему значению пары слов отсутствуют в лексикографических справочниках из-за специфики своей семантики, поскольку они могут реализоваться лишь в единичных или нестандартных ситуациях.

Не менее важным стимулом создания окказионализмов в печатных средствах массовой информации выступает социальная оценочность, которая отличает прессу от всех других стилей литературного языка [12; 22].

Прессу недаром называют «четвертой властью», поэтому функционирующие в ней оценочные номинации, с помощью которых критикуется официальная политика государства, его социальные институты, учреждения, официальные и должностные лица, в таком массовом количестве не найти ни в одном нормативном словаре современного немецкого языка. Ср.:

Sparchaot, Verwaltungsdschungel, Regierungsblähung, Sparminister, Kartell-Brüder, Mammut-Ministerium, Steuerwirrwarr, Tu-nix-Kanzler и др.

В прессе существует необходимость не только в передаче новых смыслов или для выражения оценки, но и в том, чтобы сказанное производило определенный эффект. Это обстоятельство побуждает журналистов к созданию другой разновидности СИ – экспрессивных лексем. Применительно к прессе В. Г. Костомаров пишет о чередовании стандарта и экспрессии, обусловленные требованиями этого жанра (9, с. 91). Немецкие лингвисты называют этот закон «стилистическим варьированием узуальных и окказиональных средств» (35, с. 327). Другие исследователи приписывают установке на выразительность в прессе чрезвы-

чайно важное значение, которая наряду с литературой и рекламой стремится найти своего «покупателя» именно с помощью языка. Ср.: „Attraktive Sprachgestaltung spielt außerhalb der Literatur vor allem in Werbung und Zeitungsdeutsch eine außerordentliche Rolle: beide wollen ja mit Hilfe der Sprache „verkaufen“ [33, с. 195].

С этим мнением нельзя не согласиться, поскольку продукты периодической печати – газеты и журналы в условиях рыночной экономики представляют собой такой же товар, который продается и покупается. При этом для его «сбыта» пресса испытывает значительную конкуренцию не только внутри самой себя, но и со стороны других средств массовой информации, и, прежде всего, со стороны телевидения. Отсюда и «погоня» за сенсациями, непопулярными темами, ярким и качественным оформлением, журналистские расследования и т. д. и т. п., нацеленные на привлечение как можно большего числа «потребителей» для «своего товара».

При этом работать над слогом, как считают некоторые исследователи, журналистов заставляет так называемый «банальный порог» – „Banalitätsschwelle“, согласно которому, читатель перестает читать текст, если он написан просто. Ср.: „Wenn Texte zu einfach sind, hört der Leser auf zu lesen“ [32, с. 128].

Что же касается непосредственно экспрессивных средств выражения, нельзя не отметить, что в немецком языке нет недостатка в этой лексике, для создания которой имеется и «свой» набор словообразовательных средств. Правда, их количество не столь велико и они не так разнообразны, как, например, в русском языке. Этот «недостаток» частично восполняется «наличием значительного числа специализированных в этом плане полуаффиксов» [18, с. 534]. Однако их номенклатура достаточно хорошо известна и на сегодняшний день более или менее константна [27].

Вместе с тем, основанные на таких формантах экспрессивные лексические единицы можно отнести к категории стандартизированных форм, поскольку они восходят к регулярным словообразовательным средствам, совмещающим номинативную функцию с оценочной. Для сравнения представим здесь серию слов с полупрефиксом *Bomben-*, которые выражают однотипное значение („sehr hoher Grad, ein sehr hohes Maß o.ä. von etwas“), и которые были взяты нами из словаря разговорной лексики Г. Кюппера. Ср.:

Bombenabschluss, *-appetit*, *-applaus*, *-arie*, *-aufgabe*, *-aufschlag*, *-auftrag* *-besetzung*, *-blatt*, *-durst*, *-dusel*, *-einfall*, *erbschaft*, *-erfolg*, *-fest*, *-figur*, *-flugzeug*, *-form*, *-gaudi*, *-gedächtnis*, *-gefühl*, *-gehalt*, *-geld*, *-geschäft* и др. [28, с. 123].

Нельзя не заметить, что этим словообразованиям уже по своей природе не достичь желаемого экспрессивного эффекта в виду их известности и регулярной воспроизводимости. Отсюда – стремление журналистов к использованию в печатных СМИ «всех» средств, способных создавать эффект экспрессии, и, в первую очередь, нерегулярных, восходящих к намеренным отступлениям от существующих словообразовательных правил. При этом такие окказионализмы требуют для своей интерпретации дополнительных

ментальных усилий, поскольку экспрессия по своей природе находится в обратной зависимости от понятности. «Необычность слова деавтоматизирует восприятие, заставляет читателя самому провести анализ его структуры» [5, с. 119]. Ср.:

Ton-Blüten, *VIP-Vampir*, *Geldhochzeit*, *Körperäquator*, *Balkangrill*, *Liebesbombardement*, *Wort-Müll*, *Apo-Opas* и др.

Экспрессивные СИ могут основываться и на эфонических средствах, таких как аллитерация, рифма и паронимазия, и которые способствуют дополнительному усилению их выразительных возможностей. Ср.:

Spießier-Spaß, *Verführungs-Führer*, *Läster-Liste*, *Multikulti-Mustermetropole*, *Maso-Männer*,

Volle-Pulle-Familienfilm, *Reklame-Dame* и др. Другую разновидность экспрессивных СИ с различными структурными и семантическими аномалиями образуют синсемантические лексемы, которые могут быть адекватно поняты лишь на основе специальных данных из контекста. Представляя собой дополнительный ресурс экспрессии, такие СИ также достаточно широко представлены в печатных СМИ. Ср.:

Regen-Rilke, *Fusel-Felsen*, *Droschken-Luther*, *Panda-Politik*, *Partisanen-Journalismus*, *Opel-Oper*, *Betonsekioren*, *Ideologie-Skelette*, *Juso-Fresser*.

Отметим, что в немецкой прессе для адекватной интерпретации соответствующих лексем читателю «предлагаются» разные «подсказки». Однако таким структурам, восходящим к нерегулярным словообразовательным средствам, «заказана дорога» в литературную разновидность языка ввиду их индивидуального характера происхождения. Ср.: „Die WBK, die für individuelle expressive Prägung charakteristisch sind, haben kaum Aussicht auf Lexikalisierung, jedenfalls in der Literatursprache“ [35, с. 58].

Особенно отчетливо чередование стандарта и экспрессии наблюдается в прессе на материале синонимичных единиц и прослеживается как на уровне отдельных фрагментов текста, так и целых текстов. Примеры (1 – 3) демонстрируют синонимические семантические отношения между узуальными и окказиональными лексемами в пределах двух высказываний, которые дополнительно обеспечивают также и семантическую связанность между последними.

(1) *Annette Schoeldgen, 35, Designerin aus Dormagen, hat sich mit Gartenzwerge eingelassen. Die Gummi-Gnome hangeln sich an Rocksäumen entlang oder grinsen von Hosenträgern und Lederjacks (Stern, Nr.39/1992:15).*

(2) *Eine englische Historikerin hat die Kleider von Tutenchamun neu entdeckt: Der Kind-König war ein Liebhaber edelster Stoffe (Focus, Nr.17/1994:157).*

(3) *Vor etwa einem Jahr trafen in seinem Büro zwei ehemalige Offiziere des Ministeiums für Staatssicherheit aufeinander...Bevor sie sich an ihr gemeinsames Projekt machten, stritten sie erst einmal, wer von ihnen im Mielke-Ministerium die Dreckarbeit gemacht hat (Der Spiegel, Nr.34/1996:40).*

Такое стилистическое варьирование можно наблюдать в немецкой прессе и на уровне целых текстов, которое реализуется в основном за счет привлечения окказиональных лексем. Например, в литера-

турной разновидности немецкого языка такая номинация как Gebrauchtwagen („nicht fabrikneues, sondern bereits gebrauchtes Auto; Wagen aus zweiter Hand“), не имеет других синонимичных форм. Текст, опубликованный под заголовком *Vorfahrt für Gebrauchte*, обнаруживает целый ряд окказиональных форм, выражающих это значение. При этом прямая номинация полностью отсутствует как в самом тексте, так и в его заглавии, где ее замещает субстантивированное окказиональное причастие *Gebrauchte*. Ср.:

Vorfahrt für Gebrauchte

Das Nobelhaus Mercedes bietet europaweit Secondhand-Laster zu günstigen Preisen. Der Augsburger Unternehmer erstand im Nutzfahrzeug-Gebrauchtwagen-Center von Mercedes in München einen Gebrauchtrummli aus erster Hand. Welch gute Geschäfte mit den Secondhand-LKWs möglich sind, entdeckt inzwischen auch die Konkurrenz: MAN-, Scania-und Iveco-Händler bieten aktuelle Gebraucht-LKWs an. So wie Mayer kaufen in Europa fast 30 000 Kunden jährlich ihre Secondhand-Brummis – ein Umsatz von etwa 700 Millionen Mark. Im Jahr 2000 wird das Gebrauchtfahrzeuggeschäft in Deutschland volumenmäßig bedeutender sein als der Handel mit Neuen. Und erst 20 Prozent dieser Gebrauchten laufen über die Absatzkanäle der Hersteller (Focus, Nr.40/1994:284-285).

Отсутствие среди конвенциональной лексики таких равнозначных лексем, принято связывать с рестрикциями, которые исходят «уже» не из языковой нормы, а от самой лексической системы [7; 29]. При этом одним из универсальных средств, препятствующих лексикографической фиксации новых словообразований, выступают так называемые лексические нормы словоупотребления, связанные с наличием в языке системных или так называемых конкурирующих номинаций с аналогичной семантикой. В немецком языке существуют такие конвенциональные лексемы как *loblich*, *bedrohlich*, *verwerflich*, которые препятствуют лексикализации окказионализмов *lobbar*, *bedrohbar*, *verwerfbar* и др. [30]. Сказанное относится и к окказионализмам *Pferdin*, *Schweinin*, которые ввиду наличия других лексем с аналогичным значением вряд ли когда-нибудь приобретут статус узальных слов [29].

Приведем также несколько аналогичных фактов из нашей картотеки примеров. В частности, узальное существительное *Schlager* („leicht eingängiges, meist anspruchsloses Lied, Musikstück, das für eine bestimmte, meist kürzere Zeit einen hohen Grad an Beliebtheit erreicht“), не может не препятствовать лексикализации СИ с аналогичной семантикой – *Kracher*. И конвенциональная лексема *Jungwähler*, делает излишним лексикализацию существительного *Nachwuchs-Wähler*. Сказанное относится и к окказиональной инновации *Japanese*, так как в немецком языке существует узальное существительное с этим значением – *Japaner*.

Другой распространенный вид «препятствий» образуют факты омонимии, сдерживающие лексикографическую фиксацию новых слов. Так, за узальными аббревиатурами *BM* и *MP* «закреплены» значения „Bundesminister“ и „Maschinenpistole“, которые ограничивают появление новых омонимов – „Bürgermeister“ и „Ministerpräsident“.

Отметим, что окказиональные обозначения для известных понятий образуют одну из достаточно многочисленных групп СИ в нашем фактическом материале. При этом часть из них содержит разного рода дополнительные коннотации, что повышает их коммуникативно-стилистическую ценность в тексте. Ср.:

КС: Fernbedienung („das Fernbedienen“)

СИ: Telekommander;

КС: Roboter („Automat mit beweglichen Gliedern, der bestimmte mechanische Tätigkeiten verrichtet“);

СИ: Maschinen-Artist.

Однако было бы неверным утверждать, что официальная лексикографическая практика полностью «игнорирует» лексическую креативность носителей языка. Как отмечается, некоторые окказиональные лексемы при определенных условиях могут со временем стать достоянием либо отдельного языкового коллектива, либо всего языкового сообщества [31].

Сказанное относится и к такой разновидности СИ, которые с точки зрения языковой нормы могут являться «неправильными» или «нестандартными».

Например, в работе немецкого лингвиста Г. Эггерса, которая была опубликована еще в 1973 году, упоминаются существительные *Ausbruchs-versuch*, *Großkundgebung*, *Entstehungsgeschichte*, *Zornausbruch*, и которые исследователь обозначил как „*Stilblüten*“ – «перлы стиля», и высказал сомнение по поводу их возможной фиксации в словарях [24, с. 82 – 85]. Отметим, что в настоящее время эти существительные представлены не только в так называемых «больших» лексикографических изданиях, но и в орфографическом словаре серии Дуден. Эти примеры подтверждают давно известный факт, что «все решает общепринятая практика, а не возможности системы» [10, с. 73].

Установлено также, что прежде чем попасть в лексикографические источники, новое слово должно пройти сначала несколько стадий социализации – принятие его в обществе и лексикализации – закрепление в языковой системе [7]. Поэтому лексикографы вынуждены часто занимать «выжидающую» позицию и ждать, «пока слово «отстоится» в языке, установятся нормы его употребления» [11, с. 59].

Хотя процесс превращения окказионализма в узальную лексическую единицу «не имеет стандартной продолжительности и варьируется в самых разных временных пределах» [4, с. 185], представим здесь два случая, проливающие определенный свет на соответствующие временные рамки.

Так, шутливое новообразование *Spagatprofessor* („Professor, dessen Universitäts-und Wohnort weit auseinander liegen“), по данным немецкого филолога Б. Карстенсена, впервые появилось в газете „*Frankfurter Allgemeine Zeitung*“ в 1983 г. [23, с. 4]. Сравнивая лексикографические издания, вышедшие после этого года, мы обнаружили это слово в словарях Дуден в 1991 г., т. е. восемь лет спустя.

Другой пример – метафорический композит *Ampelkoalition* („nach den Parteifarben Rot, Gelb, Grün – Koalition aus SPD, FDP und Grünen“), который по мнению этого же исследователя впервые появился в журнале „*Der Spiegel*“ в 1981 году, получил «официальное» признание через десять лет – в 1991 году.

И лишь социальные факторы способствуют более ускоренному признанию отдельных окказионализмов. В качестве показательного примера можно привести номинации *Kanzlerin* и *Bundeskanzlerin*, которые не были представлены ни в одном из немецких словарей до 2005 года издания. Лишь после вступления А. Меркель в должность федерального канцлера, эти слова стали востребованными и имеют в настоящее время статус неологизмов и зафиксированы также в новейших словарях [36].

Таким образом, общение исключительно узуальными лексическими средствами в прессе невозможно, поскольку необходимые для печатных СМИ многие смыслы не могут быть по объективным причинам вы-

ражены только с помощью конвенциональных лексем. Они без ущерба для коммуникации компенсируются окказиональными словообразованиями, которые в большинстве случаев либо по своей форме, либо по своему содержанию, либо по обоим показателям не соответствуют принципам инвентаризации словарных единиц и не фиксируются в различных лексикографических справочниках. Поэтому до тех пор, пока будет существовать официальная лексикография, в необходимости которой вряд ли следует сомневаться, окказиональные словообразования будут оставаться постоянными спутниками такой сферы речевого общения, какой являются печатные СМИ.

Литература

1. Выготский, Л. С. Мышление и речь: психологические исследования / Л. С. Выготский. – М.: Лабиринт, 1996.
2. Габинская, О. А. Причины современного русского словотворчества: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / О. А. Габинская. – Л., 1985.
3. Граудина, Л. К. Культура разговорной речи / Л. К. Граудина // Культура русской речи: учебник для вузов; под ред. проф. Л. К. Граудиной, проф. Е. Н. Ширяева. – М.: НОРМА, 2000.
4. Девкин, В. Д. Немецкая разговорная речь / В. Д. Девкин. – М., 1979.
5. Долинин, К. А. Стилистика французского языка / К. А. Долинин. – Л., 1987.
6. Заботкина, В. И. Новая лексика современного английского языка: учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. / В. И. Заботкина. – М.: Высшая школа, 1989.
7. Земская, Е. А. Современный русский язык. Словообразование: учеб. пособие / Е. А. Земская. – М.: Просвещение, 1973.
8. Земская, Е. А. Словообразование как деятельность / Е. А. Земская. – М.: Наука, 1992.
9. Костомаров, В. Г. Русский язык на газетной полосе / В. Г. Костомаров. – М.: Изд-во Московского гос. университета, 1971.
10. Котелова, Н. З. Проект словаря новых слов русского языка / Н. З. Котелова. – Л., 1982.
11. Лопатин, В. В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования / В. В. Лопатин. – М.: Наука, 1973.
12. Матвеева, Т. В. Функциональные стили. В аспекте текстовых категорий / Т. В. Матвеева. – Свердловск: Изд-во Уральского гос. университета. 1990.
13. Миськевич, Г. И. Новые слова, их принятие и нормативная оценка / Г. И. Миськевич, Л. К. Чельцова // Актуальные проблемы культуры речи. – М.: Наука, 1970.
14. Рей, А. Проблемы и антиномии лексикографии / А. Рей, С. Делесаль // Новое в зарубежной лингвистике. Проблемы и методы лексикографии. – 1983. – Вып. XIV.
15. Розен, Е. В. Новое в лексике немецкого языка: пособие для учителей / Е. В. Розен. – М.: Просвещение, 1976.
16. Савицкий, И. П. Реализация лексической креативности в современной прессе (на материале немецкого языка): монография / И. П. Савицкий. – Барнаул: АлтГПА, 2010.
17. Серебренников, Б. А. Номинация и проблемы выбора / Б. А. Серебренников // Языковая номинация. Общие вопросы. – М.: Наука, 1977.
18. Степанова, М. Д. Словообразование современного немецкого языка (краткий очерк) / М. Д. Степанова // Словарь словообразовательных элементов немецкого языка. – М.: Русский язык, 1979.
19. Улуханов, И. С. Словообразовательная семантика в русском языке и принципы ее описания / И. С. Улуханов. – М.: Наука, 1977.
20. Уфимцева, А. А. Типы словесных знаков / А. А. Уфимцева. – М.: Наука, 1974.
21. Щерба, Л. В. Языковая система и речевая деятельность / Л. В. Щерба. – Л.: Наука, 1974.
22. Burger, H. Sprache der Massenmedien / H. Burger. – Berlin; New York: de Gruyter, 1990.
23. Carstensen, B. Wörter des Jahres 1982 / B. Carstensen // Sprachdienst. – 1983.
24. Eggers, H. Deutsche Sprache im 20. Jahrhundert / H. Eggers. – R. Piper & Co: Verlag München, 1973.
25. Fleischer, W. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer, I. Barz. – Tübingen: Niemeyer, 1992.
26. Henne, H. Wort und Wortschatz / H. Henne // Duden. „Grammatik der deutschen Gegenwartssprache“/hrsg. u. bearb. von Günther Drosdowski in Zusammenarbeit mit Peter Eisenberg. – 5., völlig neu bearb. u. erw. Aufl. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverl, 1995.
27. Karbelaschwili, S. Lexikon zur Wortbildung der deutschen Sprache (Augmentation und Diminution) / S. Karbelaschwili // Fachverband Deutsch als Fremdsprache. – Regensburg, 1998.
28. Küpper, H. Pons-Wörterbuch der deutschen Umgangssprache / H. Küpper. – 1. Aufl.- Stuttgart: Klett, 1990.

29. Motsch, W. Der kreative Aspekt in der Wortbildung / W. Motsch // Wortbildung. Herausgegeben von Leonhard Lipka und Hartmut Günther. Wissenschaftliche Buchgesellschaft Darmstadt, 1981.
30. Naumann, B. Einführung in die Wortbildungslehre des Deutschen. – 2., neubearb. Aufl. / B. Naumann. – Tübingen: Niemeyer, 1986.
31. Ortner, H. Zur Theorie und Praxis der Kompositaforschung: mit e. ausführl. Bibliogr / H. Ortner, L. Ortner. – Tübingen: Narr, 1984.
32. Pürer, H. Einführung in die Publizistikwissenschaft: Systematik. Fragestellungen. Theorieansätze. Forschungstechniken / H. Pürer. – 5., überarb. Aufl. – Ölschläger, 1993.
33. Sanders, W. Gutes Deutsch-besseres Deutsch / W. Sanders // Praktische Stillehre der deutschen Gegenwartssprache. – 2., durchges. u. bibliograph. erg. Aufl. – Darmstadt: Wiss. Buchges., 1990.
34. Wellmann, H. Die Wortbildung / H. Wellmann // Duden. „Grammatik der deutschen Gegenwarts-sprache“/hrsg. u. bearb. von Günther Drosdowski in Zusammenarbeit mit Peter Eisenberg. – 5., völlig neu bearb. u. erw. Aufl. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverl, 1995.
35. Wortschatz der deutschen Sprache in der DDR: Fragen seines Aufbaus u. seiner Verwendungsweise / von e. Autorenkollektiv unter Leitung von Wolfgang Fleischer. – 1. Aufl. – Leipzig: Bibliographisches Institut, 1987.
36. Duden. Deutsches Universalwörterbuch. 6, überarbeitete und erweiterte Auflage. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag, 2007.

Информация об авторе:

Савицкий Иван Петрович – кандидат филологических наук, доцент, профессор кафедры германской филологии Алтайской государственной педагогической академии, 8 913 082 16 83, savitskij.ivan@yandex.ru.

Ivan P. Savitskiy – Candidate of Philology, Associate Professor, Professor at the Department of German Philology, Altai State Pedagogical Academy.