

УДК 811.112.2

Сарміна Г. Л.

ІННОВАЦІЙНІ МОВНІ ЯВИЩА В НІМЕЦЬКОМОВНИХ ШАНТАЖНИХ ЛИСТАХ

Стаття присвячена дослідженню оказіоналізмів та неологізмів як інноваційних лексичних одиниць у німецькомовних шантажних листах. Окреслені основні характеристики, роль та функції новотворів, виокремлено принципи їх розмежування.

Ключові слова: *оказіоналізм, неологізм, шантажний лист, аналіз тексту, деліктна комунікація, судова лінгвістика.*

Сарміна А. Л. Инновационные языковые явления в немецкоязычных шантажных письмах. – Статья.

Статья посвящена исследованию окказионализмов и неологизмов как инновационных лексических единиц в немецкоязычных шантажных письмах. Очерчены основные характеристики, роль и функции новообразований, выделены принципы их разграничения.

Ключевые слова: *окказионализм, неологизм, шантажное письмо, анализ текста, деликтная коммуникация, судебная лингвистика.*

Sarmina G. L. Innovative language phenomena in German blackmail letters. – Article.

The article is devoted to the investigation of occasionalisms and neologisms as innovation lexical units in the German blackmail letters. The main characteristics, role and functions of new formations have been defined; the principles of their differentiation were distinguished.

Key words: *neologism, blackmail letter, text analysis, criminal communication, forensic linguistics.*

Сучасний етап розвитку мовознавчої думки характеризується антропологічною спрямованістю, що передбачає актуалізацію наукових розвідок, пов'язаних з питаннями взаємодії мови і мислення. Динаміка лексичного складу мови, який є відкритою системою, що знаходиться у постійному процесі змін, ґрунтується на досвіді мовців, які володіють достатньою компетенцією реагувати на позамовну дійсність та водночас на змінні комунікативні потреби креативно та новаторські, послуговуючись не тільки узуальною лексикою. Для реалізації комунікативних потреб та намірів мовців виникають нові лексичні утворення, неабиякий вплив на котрі здійснюють екстралінгвальні чинники, зокрема, мовні феномени, соціокультурні явища та невинний розвиток мовної спільноти. Опис численних реалій сьогодення супроводжується модифікаціями стандартних засобів висловлювання, поруч із традиційними, виникають новотвори лексичного рівня, що характеризуються своєрідністю форм та семантики їх вираження. Цей факт і визначає актуальність даного дослідження.

Об'єктом дослідження є неологізми та оказіоналізми, як індивідуально-авторські новотвори, в німецькомовних шантажних листах, предметом – прагмалінгвістичні характеристики нових одиниць лексичного рівня. Матеріалом слугують автентичні німецькомовні шантажні листи.

Загальна проблема полягає у відсутності комплексного дослідження одиниць лексичного рівня та їх характеристик в німецькомовних шантажних листах, що передбачає розв'язання таких завдань:

– уточнити поняття «оказіоналізм» і «неологізм»;

– визначити роль таких лексичних новотворів у шантажних листах;

– розглянути та проаналізувати оказіоналізми та неологізми;

– окреслити перспективи подальших досліджень.

Серед новотворів лексичного рівня виокремлюють неологізми та оказіоналізми, як мовні явища, що виникають під впливом контексту, комунікативної ситуації на основі наявної структури мови. Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких розглядається окреслена проблема, свідчить про те, що попри чисельні наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених О. І. Александрової, Х. Ельсен, О. А. Земської, Ж. В. Колоїз, О. С. Кубрякової, А. Е. Левицького, А. Г. Ликова, В. В. Лопатіна, О. М. Турчак, Е. І. Ханпіри, Г. Харрас, Д. Херберг, Т. Шіппан тощо, присвячених дослідженню неоодиноць, розмежування понять «оказіоналізм» та «неологізм» і досі залишається предметом наукових дискусій. Серед позначень лексичних новотворів В. В. Лопатін виокремлює «індивідуальні слова», «індивідуально-авторські неологізми», «одноразові неологізми», «слова-експромти», «слова-метеори», «індивідуально-стилістичні неологізми», «літературні неологізми», «неологізми поета», «егологізм» тощо [4, 64-65].

Відсутність єдиної загальноприйнятої дефініції ускладнює відокремлення лексичних новотворів. Всупереч наявності спільних ознак усіх новотворів лексичного рівня, їх не можна розглядати як однорідні явища. Оказіоналізми є індивідуальними, одноразовими утвореннями, які виникають в рамках певної комунікативної ситуації, відтак не вживаються. «...Мовні утворення, які ми ідентифікуємо як слова, хоча вони не є складником лексики німецької мови, а виступають у певному тексті лише раз, є оказіональними» [11, 95].

Попри те, що основною функцією слова є номінативна, для оказіоналізму, як лексичного явища, номінативна функція є вторинною, а основ-

ною – функція розкриття додаткових ознак певного явища та реалізація суб'єктивного ставлення мовця до певних фактів або обставин дійсності, а також суб'єктивна оцінка подій, діянь. Уживання оказіональних номінацій увиразнює мовлення, що виявляє їхню роль у посиленні експресивності висловлювання. Таких новотворів уживають, як правило, з певною інтенцією, наприклад, з метою афектації або досягнення експресивного ефекту, і, як наслідок, оказіоналізми виникають та функціонують відповідно до комунікативної потреби мовця оновити засоби увиразнення.

Найбільш детально характеристики оказіоналізмів описані О. Г. Ликовим, серед яких він виокремлює: належність до мовлення, функціональна одноразовість, невідтворюваність, експресивність, синхронно-діахронна дифузність, індивідуальна належність [5, 35].

Питомою рисою оказіоналізмів є ненормативність, тобто, відхилення від мовних норм у процесі творення цих одиниць. Заплановані відхилення від нейтральності відбуваються з інтенцією справити ефективний емоційний вплив на реципієнта, отже, оказіоналізми є засобом реалізації індивідуальних намірів мовця.

Оказіональні утворення характеризуються стійкою залежністю від контексту: такі неодиниці формуються виключно під певний контекст та інтерпретуються в межах цього контексту. Вони не призначені для масової комунікації та не розраховані на широке поширення в узусі, а мають передавати індивідуальну інформацію. Проте правильна інтерпретація оказіоналізмів поза контекстом можлива завдяки високій продуктивності деяких моделей словотвору німецької мови, а також є наслідком активності певних лексем.

«Вони завжди експресивні, створюються конкретним автором, породжуються цілями висловлювання і контекстом, з яким пов'язані і поза яким не відтворюються. Основна їх функція не номінативна, як у звичайних неологізмів, а характеристична. Ці слова іноді стають загальноживаними, тобто входять в лексичну систему мови, проте така метаморфоза відбувається рідко і, головне, вони на неї не претендують, тому що це не просто слова, а особливі слова, спеціально призначені для експресивних та художніх цілей» [1, 123].

З погляду шантажного процесу оказіоналізми є інтенційними компонентами комунікації, оскільки виконують характеристичну функцію, а також підносять експресивність та впливають на зміст тексту. Завдяки оказіоналізмам укладач шантажного листа прагне підвищити емоційну напругу,

збудити негативні або позитивні почуття, адже маючи на меті успішний результат шантажного процесу, він застосовує усі можливі методи комунікативного впливу.

Отже, оказіоналізм є експресивним авторським новотвором індивідуального характеру, який не кодифікується словниками, а постає шляхом застосування стандартних і нестандартних способів словотвору.

Шантажні листи репрезентують чималу кількість оказіональних утворень, що пояснюється високим ступенем експресивності тексту і прагненням укладача такого листа мати успішне завершення шантажного процесу, уживши усіх можливих методів комунікативного впливу. Ми пропонуємо умовний поділ оказіоналізмів, що їх репрезентовано у шантажних листах, на такі групи:

1) оказіоналізми, які позначають суб'єктивне ставлення мовця до фактів, явищ та обставин дійсності. Їх ілюструють такі приклади:

- *Du fährst von der SName Straße (Ecke SName) rechts hoch in den Grüneburgpark Richtung Schwulenwäldchen/ SName;*

- *Für die medien ist das „der aasgeierhimmel,, auf erden;*

- *Und schaut zu – dass euer immer mal wieder auftretender egoscheiss euch das hirn nicht vernebelt;*

- *ich habe mir von einem Geldhai nach und nach 50 000 Euro leihen müssen und jetzt muss ich zurückzahlen.¹*

Позитивне або негативне ставлення автора оказіоналізму до предмета мовлення віддзеркалюють евфемістичні або пейоративні конструкції. Наведені приклади яскраво ілюструють негативну позицію адресанта шантажного листа, що знаходить своє відбиття в уживанні лексичних одиниць зниженого стилю.

2) оказіоналізми, які виконують номінативну функцію, тобто позначають новий предмет або явище. Застосування таких новотворів зумовлено не тільки прагненням дати назву тому, що її не має, а й тенденцією до економії мовних засобів, тобто уникнення задовгих описів невідомих предметів та явищ. Це можна проілюструвати такими прикладами:

- *Sollte nach dem Pyro-Scherz das Spiel nicht beginnen und ablaufen;*

- *Meidet den Giftmarkt;*

- *Es gibt jetzt keine Pyrotechnik und unscharfe Koffergeschichten meh.;*

- *Kein Mercedes Vito Tansporter mit Elektronik und allem Polizeischnickschnack.²*

Завдяки яскравій оригінальності оказіональні новотвори є характерною ознакою індивідуально-

¹ Пунктуацію та орфографію прикладів шантажних листів збережено

² Джерел ілюстративного матеріалу не зазначено; їх подано у формі, наданої автору з боку Федерального відомства кримінальної поліції Німеччини (без зазначення джерел)

го стилю, що відіграє неабияку роль у виявленні особи укладача шантажного листа.

З часом okazіоналізми можуть набувати статусу неологізмів, якщо семантика okazіонального утворення стає суспільно актуальною, а передумовою є вихід за межі індивідуального вжитку. «Одноразові утворення – okazіональні одиниці не зараховуються до неологізмів, це відбувається, якщо вони долучаються до загальномовного вжитку» [11, 244]. Набуття okazіоналізмом статусу неологізму відбувається шляхом узалізації, сприйняття, лексикалізації, а також інтеграції до лексичного складу мови [10, 36]. Ці процеси активізуються через уживання okazіонального новотвору іншими представниками мовної спільноти, тож за певних умов okazіоналізми можуть бути поступово сприйнятими, лексикалізованими та інтегрованими до узусу. «Усі мовні інновації є, силою потреби, індивідуальними, проте інновації, які були сприйняті та поширилися, достеменно відповідають інтеріндивідуальним комунікативним потребам» [8, 127]. Обов'язковою умовою набуття статусу неологізму є лексикографічна кодифікація неодиниці.

На відміну від okazіоналізму, основною функцією неологізму є номінативна, адже новотвори такого типу функціонують у багатьох сферах мови й задовольняють суспільні, а не індивідуальні комунікативні потреби. Неологізми потрібні для позначення нового предмета, явища або процесу (які раніше були невідомі), і з часом фіксуються у словниках. Неологізми поділяються на тимчасові та постійні. Тимчасові неологізми – це «модні» лексичні одиниці, що долучаються до тимчасового вжитку окремими соціальними групами мовної спільноти, а згодом їх заступають нові «модні» слова. Постійні неологізми формуються у зв'язку з потребами мовної спільноти, поступово входять до узального вжитку, з часом утрачають характеристику «нові» і долучаються до постійного словникового складу мови. Окрім того, статусу неологізму може набути така лексична одиниця, що дістала нове значення на певному етапі розвитку мови. Д. Герберг наголошує, що основною ознакою неологізму є «прилучення до загального вжитку, а отже, узалізація та збереження... у функції компонента словникового складу» [9, 227]. У цьому і полягає основ-

на відмінність неологізму від okazіоналізму як одиниці, що не набула статусу лексеми. Неологізми – це нові слова або словосполучення, які постали в певний період розвитку суспільства і мають периферійне місце у лексичній системі мови, а okazіоналізми перебувають на межі лексичної системи мови і мови певних соціо- та ідіолектів [2, 16-21].

Неологізми, які репрезентовано в шантажних листах, за своїм тематичним спрямуванням характеризуються приналежністю до багатьох галузей суспільного життя, вони не обмежуються тематикою шантажного процесу. Неологізми в шантажних листах використовують на позначення технічних, медичних, інформаційно-технологічних явищ, суспільних та економічних явищ, професійної або соціальної належності, злочинної (терористичної) діяльності, що ілюструють такі приклади: *Handy, GPS, Selbstmordattentäter, Spam, Boulevardmedium, Schwarzgeldaffäre, Explosionsserie, Anschlagziel, Kindernachlässigung, Spammail, Terrorgruppe, Kofferbomber, Abzocke, Doppelanschlag, Geiseltragödie, Geheimdienstaffäre, Prekariat, Milzbranderreger, Milzbrandspore, Navigationsgerät, Aussageerpressung, Entgeltversicherung, Gesundheitsprämie, Spendenübergabe, Gutverdiener, Produkterpressung, DNA-Datei, Topterrorist, Kontaktdaten, Geheimzahl*.

Okazіональні новотвори та неологізми різняться насамперед функцією (мають функціональні відмінності). Проте жвава динаміка лексичного складу мови ускладнює точне розмежування неологізмів та okazіоналізмів. Відсутність чіткого визначення, точного відокремлення цих понять, а також динамічні відношення між ними зумовлюють наявність перехідних полів. На нашу думку, диференційованими ознаками варто вважати узалізацію, лексикалізацію та інтеграцію, як постійні характеристики, які, окрім ознаки «новий», супроводжують неологізм.

Шантажні листи характеризуються значною кількістю інноваційних одиниць лексичного рівня, як явищ мовленнєвої діяльності в рамках злочинного дискурсу. Вивчення лексичних особливостей шантажних листів є вагомим елементом комплексного дослідження листів такого типу, проте необхідними є подальші розробки, що і зумовлює перспективи досліджень.

Література

1. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов. – М. : Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
2. Левицкий А.Е. Актуальные проблемы развития неологии (на материале английской мови) / А.Е. Левицкий // Вісник Житомирського держ. ун-ту. ім. І. Франка. – 2005. – № 23. – С. 16-21.
3. Левицкий А. Э. Функциональная переориентация номинативных единиц современного английского языка: [монографія] / А. Э. Левицкий – Житомир: Редакционно-издательский отдел ЖГПУ, 2001. – 168 с.
4. Лопатин В. В. Рождение слова: Неологизмы и okazіональные образования / В. В. Лопатин. – М. : Наука, 1973. – 150 с.

5. Лыков А. Г. Современная русская лексикология (русское окказиональное слово): учебное пособие для филологических факультетов ун-тов / А. Г. Лыков. – М. : Высшая школа, 1976. – 120 с.
6. Фельдман Н. И. Окказиональные слова и лексикография / Н. И. Фельдман // Вопросы языкознания. – 1987. – № 4. – С. 64-73.
7. Ханпира Э. И. Окказиональные элементы в современной речи / Э. И. Ханпира // Стилистические исследования: Сб. статей; Моск. гос. ун-т. – М., 1972. – С. 245-317.
8. Elsen H. Neologismen: Formen und Funktionen neuer Wörter in verschiedenen Varietäten des Deutschen / H.Elsen – Tübingen: Narr Verlag, 2011. – 202 p.
9. Herberg D., Kinne M. Neuer Wortschatz. Neologismen der 90er Jahren in Dueschen / D. Herberg, M. Kinne – Berlin; New York: de Gruyter, 2004. – 370 p.
10. Jesencek V. Okkasionalismen. Ein Beitrag zur Lexikologie des Deutschen / V.Jesencek. – Maribor: Slavisticno drustvo, 1998. – 198 p.
11. Schippan T. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache / T. Schippan. – Tübingen: Niemeyer, 2002. – 306 p.
12. Quasthoff U. Deutsches Neologismenwörterbuch: Neue Wörter und Wortbedeutungen in der Gegenwartssprache / U. Quasthoff. – Berlin: de Gruyter, 2007. – 690 p.