

**О.А. Черныш**

*Житомирский государственный университет им. И. Франка  
аспирант кафедры английской филологии имени Д. Квеселевича*

**Авторские окказионализмы как маркеры индивидуально-  
авторского стиля вербально-семантического уровня языковой  
личности журналиста**

*Аннотация: Статья посвящена анализу особенностей проявления индивидуально-авторского стиля автора-журналиста в аспекте употребления авторских окказионализмов. Данные лингвистические единицы рассматриваются как маркеры индивидуального стиля медийной языковой личности на вербально-семантическом уровне языковой личности журналиста. Приведены примеры использования авторских окказионализмов в современном журнальном дискурсе.*

*Ключевые слова: языковая личность, языковое сознание, журнальный дискурс, индивидуальный стиль, авторский окказионализм.*

В процессе создания журналистских текстов происходит кодирование и декодирование информации при взаимодействии трех уровней коммуникативного пространства языковой личности (далее ЯЛ) – вербально-семантического, лингвокогнитивный (тезаурусного) и мотивационного (прагматического) [2, с. 164]. На *вербально-семантическом уровне* отражается степень владения бытовым, повседневным языком. Вербальная сеть и стереотипные сочетания воспринимаются ЯЛ как безусловная данность и являются коллективным началом, на базе которого формируются первые ростки индивидуального творчества автора-журналиста. Этот уровень унификации ЯЛ создает условия формирования и функционирования ЯЛ и представлен отдельными словами, словосочетаниями, стандартными формульными фразами, а также включает базис грамматических знаний личности.

*Тезаурусный (лингвокогнитивный) уровень* отражает спектр обобщенных понятий, концептов, которыми обладает личность.

Данный уровень представляет актуальную для личности картину мира и воспроизводит личностные предпочтения и индивидуальный выбор, предусматривает тезаурус и культуру. Когнитивный уровень составляет совокупность знаний индивида об окружающей действительности, аксиологические ориентиры человека, реализует мышления личности и отражает актуальную для личности картину мира. Вот почему считается, что ЯЛ начинается именно с лингвокогнитивного уровня, и именно в рамках данного уровня она способна проявить свою индивидуальность.

Процесс индивидуализации продолжается и завершается на высшем *мотивационном (прагматическом) уровне*, который представлен коммуникативно-деятельностными потребностями ЯЛ. На данном уровне воплощается прагматикон личности, то есть отражаются ее мотивы, цели и интенции. Это сфера морально-этических интенций, мотивов и потребностей, сфера желаний, интересов и стремлений [3, с. 138], анализ которых обеспечивает закономерный и обусловленный переход от оценок речевой деятельности личности к осмыслению реальной деятельности в мире.

В своей работе мы исследуем особенности проявления индивидуального стиля автора-журналиста на материале популярного журнального дискурса, исходя из предложенной структуры ЯЛ. Целью данного исследования является анализ особенностей проявления авторского стиля на вербально-семантическом уровне в аспекте употребления авторских окказионализмов, которые одновременно являются и следствием творческого употребления языка, и отражают аксиологические и культурные ориентиры говорящего. В подтверждение этой рабочей гипотезы мы приведем примеры из анализируемого нами материала, а именно писем редакторов влиятельных популярных британских и американских женских журналов таких, как *Elle*, *Vogue*, *Vanity Fair*, *Cosmopolitan*, *Marie Claire* и другие.

В СМИ важен не столько образ автора, сколько сама его личность – взгляды, интенции, желания, общественная позиция, моральные нормы, этические установки и т.п. Поэтому журналисту безгранично

важно уметь донести данные компоненты своего языкового сознания читателю. Первостепенным заданием журналиста есть выработка умения заинтересовать читательскую аудиторию по средством слова, что в свою очередь, требует развития индивидуального стиля, а вместе с ним и наличие индивидуальных маркеров, которые бы смогли служить критерием отличия индивидуального стиля одного автора от другого. Мы осмелимся предположить, что данными маркерами как раз и выступают *авторские окказионализмы*, индивидуально-авторские неологизмы, созданные согласно существующим в языке словообразовательным моделям и использующийся исключительно в условиях данного контекста, как лексическое средство художественной выразительности или языковой игры [4, с.157]. Авторские окказионализмы являются высокохудожественным, эстетически ценным текстообразующим средством, которое отличается исключительной семантической емкостью и характеризуется индивидуальным вкусом, обусловленным специфическим контекстом употребления [1, с. 284]. Таким образом, для лаконичной, точной передачи ситуации, факта действительности журналист прибегает к употреблению окказионализмов с одной единственной целью – *“to hit the bull’s eye”* в описании событий и получения позитивных отзывов от читателей.

Приведем примеры из писем редактора модного женского журнала *Elle*, Роберты (Робби) Майерс. Практически каждая ежемесячная страница глянца поражает читателя своей словесной креативностью. Так, в ее письмах мы знакомимся со знаменитым и глубоко уважаемым *“über-stylist Rachel Zoe”* (June, 2011), которая даёт изумительные советы относительно *“body-con fashion”* в любой *“body-con season”*, в чём ей помогает несомненно талантливая *“James Dean, starring über-model/cool girl Agyness Deyn at the Chateau Marmont”* (July, 2011); а также читаем интервью с *“ur-insider, designer Dries Van Noten, whose name and elegant, discreet clothes attained cult-like status from the moment he launched his line 25 years ago”* (September, 2011).

Менее импульсивно-экспрессивная Александра Шульман, главный редактор популярного женского журнала *Vogue*, также радует

читателей вербальной индивидуальностью в построение образов своих персонажей: “... *It is a season of extremes, from the intricate, ladylike clothes in Mario Testino’s “Lady Luxe” – which sees the 5ft 11 in form of Karlie Kloss posing amid baroque’n’roll splendor – to the surreal vision of Mario Sorrenti ...*” (March, 2012), неся оттенок непринужденного изящества.

Таким образом, будучи яркими индивидуальностями с непреодолимым желанием нести слово в массы, журналисты всячески пытаются сделать свой стиль необычным, ярким, запоминающимся, в связи с чем в своей творческой лаборатории прибегают к употреблению индивидуально-авторских новообразований, которые способствует раскрытию специфики темы повествования и делают сообщение образным, экспрессивным, а следовательно читаемым. В дальнейшем считаем необходимым исследовать возможные проявления индивидуально-авторского стиля журналиста на трех базовых уровнях ЯЛ.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – 2-е изд., стер. – М: УРСС: Едиториал УРСС, 2004. – 571 с.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
3. Московская Н. Л. Формирование профессиональной компетенции лингвиста-преподавателя в интегрально-коммуникативном образовательном пространстве / Н. Л. Московская. – Ставрополь: Изд-во СГУ 2003. – 375 с.
4. Розенталь Д. Э. Словарь-справочник лингвистических терминов / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. – Пособие для учителей. Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Просвещение, 1976. – 543 с.