

ЧИСТОЕ СЛОЖЕНИЕ КАК ОСНОВНОЙ СПОСОБ ОБРАЗОВАНИЯ НОВЫХ СЛОВ В СТАТЬЯХ О МОДЕ

Суть Моды совпадает с ее тиранической властью,
но в конечном счете это просто особое
страстное переживание времени.

Ролан Барт

Среди огромного числа периодических изданий печатного рынка лидирующую позицию по популярности, несомненно, занимают гляцевые журналы, которые ориентированы на определенную читательскую аудиторию. Их можно сравнить с некими историческими печатными хрониками, фиксирующими динамику развития моды. Ролан Барт, французский исследователь моды, отмечает: «Распространение Моды через журналы (то есть в значительной мере через текст) приняло массовые масштабы — во Франции половина всех женщин регулярно читают издания, хотя бы частично посвященные Моде, то есть описание модной одежды является социальным фактом и составляет неоспоримый элемент массовой культуры» [1, с.42–43].

Одними из самых авторитетных и популярных изданий во всем мире на сегодняшний день являются Vogue, Elle, Harper's Bazaar, которые ориентированы на непрерывно следящих за модой и достаточно хорошо разбирающихся в ней читательниц. Редакторы и журналисты этих изданий — завсегдатаи первых рядов на всех показах Недели Высокой моды: именно они первыми похвалят или раскритикуют дизайнера в своих статьях, именно они укажут читателю «под каким углом» смотреть на новые коллекции. И хотя основная задача журнала — «лишь сообщать о том, что есть» [1, с.306], авторитетные издания могут позволить себе сообщать свою оценку, давать прогнозы развития моды, ведь именно на их мнение будут ориентироваться, подбирая свой гардероб, модницы, не имеющие возможности лично посещать показы известных дизайнеров.

Читая и исследуя в лингвистическом аспекте гляцевые журналы (Vogue, Elle, Harper's Bazaar, Cosmopolitan, Glamour, MINI), наблюдаем не только непрерывное изменение самих модных тенденций, но и так называемого «модного» языка.

Современные средства массовой информации можно рассматривать как «своеобразный полигон для формирования новых языковых процессов, новых тенденций в современном русском языке, которые вызваны различными экстралингвистическими факторами» [2, с.112].

Наши наблюдения показывают, что большинство новых слов, отражающих новомодные артефакты, образуются безафиксным способом, в частности путем чистого сложения.

Чистое сложение — это способ образования сложных слов путем объединения разных по семантике двух мотивирующих слов в одну целостную лексическую единицу: *кресло-кровать, плащ-палатка, юбка-карандаш, платье-свитер* и т.п.

В статьях о моде на страницах гляцевой прессы мы выделили два вида чистого сложения: ассоциативное и сложение, которое предполагает сочетание функций или признаков нескольких вещей в одной.

Возникновение новых слов путем чистого сложения обусловлено, на наш взгляд, целым рядом причин: во-первых, в журнальных или газетных текстах неологизмы создаются для наименования нового понятия, явления, новой вещи, которые впоследствии не редко входят не только в повседневное употребление, но и в словарный запас языка. Во-вторых, создатели новых слов на страницах печатных СМИ ориентируются на присущие медийному языку экспрессивность, выразительность, образность. В-третьих, одной из не менее важных причин создания новых слов

путем чистого сложения в журнальных статьях «является экономия текстового пространства» [2, с.113].

Следует отметить, что, в основном, примеры чистого сложения встречаются в рубриках «Модные тенденции», «Модный обзор», «Vogue выбор», «Must have» и т.п. Это связано с тем, что читателю при прочтении статьи необходимо максимально точно представить себе описываемые вещи, украшения, аксессуары, особенно, если статья не сопровождается фотоматериалом. Но даже если описываемый в статье предмет актуализирован в фотообразе, все равно необходимо учитывать, что «своей важной ролью одежда-описание подтверждает, что у языка есть специфические функции, которых не в состоянии выполнить образ, при всем его богатейшем развитии в современном обществе» [1, с.47].

Приведем примеры ассоциативного сложения, выявленные нами на страницах исследуемых глянцевого журналов: *браслеты-манжеты, брюки-дудочки, воротник-стойка, джинсы-варенки, джинсы-сигареты, брюки-бананы, очки-капли, пальто-колокол, пальто-коробочка, платье-бутон, платье-баллон, платье-футляр, юбка-карандаш, юбка-колокол, юбка-кокон, юбка-трапеция, юбка-тюльпан, пуговицы-блюда, куртка-трансформер, рукава-баллоны, рукава-колокола, рукава-фонарики, сапоги-казаки, сумка-апельсин, сумка-конверт, сумка-авоська, сумка-портфель, сумка-яйцо, сумка-мешок, торба-бочонок, туфли-клетки, туфли-лодочки, туфли-тигры и т.п.*

В журнале Harper's Bazaar (декабрь 2009) находим следующие примеры употребления ассоциативного сложения в наименованиях новомодной одежды и аксессуаров:

*Безусловно, графичные **туфли-клетки** из тонких полосок кожи в весенней коллекции Yves Saint Laurent нам понравились больше всего (с.56).*

***Сумки-портфели** из немного потертой кожи с короткими ручками или лямками — вещь не только практичная, но и модная (с.56).*

*С **сумочкой-яйцом** на деловой обед не пойдешь, а вот на новогоднюю вечеринку — то, что нужно (с.115).*

Активно употребляются «модные» неологизмы, созданные способом ассоциативного сложения, и в других глянцевого изданиях:

***Брюки-бананы:** носи их с водолазкой, укороченным жакетом, например, из кожи. (Cosmopolitan, октябрь 2009, с. 342).*

***Платье-футляр** можно носить днем с тонким кардиганом (Cosmopolitan, октябрь 2009, с. 342).*

***Юбка-трапеция,** длинный двубортный тренч, водолазка и широкополая шляпа — это не мамин каталог Quelle, а наряды на каждый день из коллекции осень-зима 2010–2011. (Vogue, октябрь 2010, с.100).*

*Только на Net-a-Porter в октябре появятся чехол для ноутбука Alexander McQueen, кожаная **куртка-трансформер** Burberry и ботинки на шнуровке в стиле гранж Marc Jacobs. (Vogue, октябрь 2010, с.122).*

***Пальто-коробочка, платье-бутон** и костюм на два размера больше — новые правила осеннего гардероба (MINI, октябрь 2007, с. 104).*

*Узкие **брюки-дудочки,** едва успев издать финальные звуки своей лебединой песни, вдруг восстали (MINI, ноябрь 2007, с. 101).*

***Юбка-тюльпан** (отличительная черта — деликатно уложенные складки на талии) в сезоне осень-зима 2010 видоизменилась, прибавив в объеме (Elle, сентябрь 2009, с. 62).*

***Юбка-карандаш** непременно найдется у каждой преданной читательницы Elle (Elle, сентябрь 2009, с. 63).*

*Блуза с **рукавами** — **баллонами,** яркие аксессуары и джинсы превращают простое платье в дискотечный наряд (Glamour, октябрь 2006, с.189).*

Хит сезона — короткое пальто-колокол с меховыми рукавами и воротником (Glamour, сентябрь 2007, с. 208).

Сумка-апельсин и туфли-тигры на фоне черных колготок и пальто (Glamour, сентябрь 2007, с. 202).

Следует отметить, что использование ассоциативного сложения является необходимым при написании статей-обзоров моды: среднестатистический читатель (в отличие от читателя, владеющего модной терминологией, на которого ориентируются такие авторитетные издания, как Vogue и Harper's Bazaar) не всегда понимает значения сложных специальных терминов моды, поэтому журналист стремится передать их более простыми, но максимально понятными и экспрессивными словами-эквивалентами.

Чистое сложение, предполагающее сочетание функций или признаков нескольких вещей в одной, выражено в следующих новых терминах моды: *платье-свитер, платье-рубашка, платье-туника, платье-гофре, сумка-клатч, сапоги-чулки, брюки-лосины, куртка-косуха, косуха-безрукавка, шарф-портупея, ремень-цепочка, колье-цепь, пояс-трусы, юбка-бандаж, топ-бюстье, перчатки-митенки* и др.

Они активно функционируют в журнальных статьях о современной моде:

Легинсы носите с балетками и платьями-свитерами (Glamour, октябрь 2006, с. 218).

Топ плюс брюки-лосины — очень сексуальный силуэт (Cosmopolitan, январь 2007, с. 182).

Будьте заметной в платье-гофре (Harper's Bazaar, февраль 2008, с. 200).

Юбку-бандаж можно носить по-разному: с «плечистым» жакетом и топом-бюстье, с курткой-косухой, наконец, со свободной хлопковой футболкой (Elle, сентябрь 2009, с. 63).

Главные плюсы этого платья-рубашки — комфортный крой и актуальный цвет (Cosmopolitan, октябрь 2009, с. 350).

Вечером платье-рубашка хорошо само по себе, а днем надевайте его с вязаным жилетом (Vogue, октябрь 2010, с. 128).

Перчатки-митенки не сдают позиций (Cosmopolitan, октябрь 2009, с. 342).

В последнее пятилетие наблюдается значительное увеличение примеров чистого сложения на страницах глянцевого прессы. Проведенный нами количественный анализ показал, что использование приема чистого сложения в «новомодных журналах» за последние пять лет возросло на 68 %. При этом следует отметить, что превалирует способ ассоциативного сложения (около 70 % от общего числа всех терминов образованы путем чистого сложения).

Чистое сложение является одним из самых активных словообразовательных процессов, нашедших отражение в современных глянцевых журналах. Несомненно, неожиданное и авангардное развитие моды будет приносить в язык модных журналов столь же неожиданные по своей сочетаемости термины, образованные способом ассоциативного сложения или сложения, предполагающего сочетание признаков и функций нескольких вещей в одной. И *сумка-яйцо* из предпоследней коллекции Alexander McQueen уже не будет так удивлять, как, скажем, *клатч-гипертрансформер*.

В конце XX — начале XXI в. на современном рынке печатной прессы произошла массовая популяризация модных глянцевых журналов. Развитие языка данного сегмента печатных СМИ идет огромными темпами и потому нуждается в детальном исследовании. Ведь язык прессы — это язык нашего повседневного мировосприятия.

Литература

1. Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / Ролан Барт. — М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. — 512 с.
2. Турута И. И. Сложные новообразования в русскоязычных масс-медийных текстах / И. И. Турута // Семантика и прагматика языковых единиц в синхронии и диахронии: сборник научных трудов. — ТНУ: Симферополь, 2010. — С. 112–115.

Источники:

3. Cosmopolitan, январь 2007, октябрь 2009;
4. Elle, сентябрь 2009;
5. Glamour, октябрь 2006, сентябрь 2007;
6. Harper's Bazaar, февраль 2008, декабрь 2009;
7. MINI, октябрь 2007, ноябрь 2007;
8. Vogue, октябрь 2010.

Александра Савченко

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ НЕОЛОГИЗМОВ В РУССКОМ ПЕРЕВОДЕ РОМАНА А. САПКОВСКОГО «ПОСЛЕДНЕЕ ЖЕЛАНИЕ»

Анджей Сапковский — известный польский писатель и публицист. Его произведения известны далеко за пределами Польши благодаря непривычному сочетанию фантастического обрамления и необычайной натуралистичности описанного гипотетического мира. Одно из самых известных произведений писателя — цикл «Ведьмак» — переводилось на немецкий, чешский, испанский, французский, английский и другие языки. В России оно неоднократно переиздавалось.

Для рассмотрения был выбран первый роман цикла — «Последнее желание» — в переводе Е. П. Вайсброта. Предметом анализа являются особенности перевода индивидуально-авторских неологизмов писателя.

Напомним, что понятие «неологизм» изменчиво во времени и относительно. Оно привязано к эпохе и трудноопределимо с точки зрения временных рамок, поскольку критерии отнесения того или иного слова именно к категории неологизма несколько субъективны. Лингвистический энциклопедический словарь под ред. В. Н. Ярцевой определяет неологизм как «слово, значение слова или словосочетание, недавно появившиеся в языке» [5, с. 331].

Со словообразовательной точки зрения принято выделять лексические и семантические неологизмы; с точки зрения функции и происхождения неологизмы делят на языковые неологизмы и окказионализмы, среди которых можно выделить авторские неологизмы и неавторские неологизмы (метеоризмы) [3, с. 12].

Авторские неологизмы — это «речевые новообразования, впервые встреченные на страницах письменного текста — художественного или научного — и не отмеченные в словарях национального языка, современного данному автору, живущие только в тексте и поэтому обладающие признаком необычности, новизны, но могущие превратиться в факты языка при благоприятных условиях» [3, с. 22; 9].

Большинство неологизмов образуется по существующим словообразовательным моделям, то есть теми же способами словообразования, что и другие функционирующие в языке слова. Хотя имеются и специфические приёмы образования новых слов, такие как междусловное наложение, контаминация, слияние, образование слов по конкретному образцу, построение слов с вымышленными корнями, изменение начального согласного, высвобождение аффиксов и других частей слова, использование их в качестве базовых основ, каламбурные и паронимические «игры» со словом и повтор-отзвучие [2].

Существует несколько типов лексических трансформаций, используемых в переводе, — это переводческое транскрибирование и транслитерация, калькирование и лексико-семантические замены (конкретизация, генерализация и модуляция) [4, с. 188]. Настоящее исследование ставит