

СЕМАНТИЧНА И ФРАЗЕОЛОГИЧНА ДЕРИВАЦИЯ В РАЗГОВОРНАТА РЕЧ

Иванка Гугуланова
Софийски университет „Св. Климент Охридски“
Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“

SEMANTIC AND PHRASEOLOGICAL DERIVATION IN THE SPOKEN LANGUAGE

Ivanka Gugulanova
Saint Kliment Ohridski University of Sofia
Paisii Hilendarski University of Plovdiv

The changes in the vocabulary and the imagery of spoken language manifest themselves in the borrowing of the so-called semantic internationalisms; meanings of lexemes which are the result of semantic derivation are quite often expressive: there is a growing number of pejoratively marked derivatives, as well as ones that satisfy the tendencies towards brevity and economy. Phrases are turned into stable units by means of transformation in their semantic components and widening of their contextual usage. The new stable units (phrazemes) are structurally diverse and enrich specific fields, connecting concepts which are different, identical or similar. They are characterized by a strong subjective evaluation and achieve a powerful perlocution effect relying on the figurativeness and vividness of the linguistic sign.

Key words: Semantic internationalisms, Semantic derivation, Productive word-formation types, Expressive and negation evaluation semantics, Turning phrase into stable units, A tendency towards figurativeness and vividness, New signs of mass culture

В съпоставителните изследвания на съвременните славянски езици централно място заемат семантичната проблематика и иновациите в лексиката и фразеологията, които се отличават с необикновена динамика, отразяваща периода на коренни, бързи и сходни обществено-политически и културни промени в славянските страни. Съпоставката между българския и полския език следва теоретичния семан-

тичен модел, който бе разработен през 80-те години и се прилага и допълва в поредните тонове на конфронтативната граматика, излизаща от 1988 г. до днес (Българско-полски граматични студии 2004: 193). Подборът на семантичните категории в използвания език посредник е подчинен на граматичен критерий. Това са граматичните структури, които са основните и определящи изразни средства във формалния инвентар на семантичните категории. Като форма на типологически изследвания тази граматика проследява отдалечаването на българския език от славянския тип и формирането на т.нар. балкански тип на граматична структура. Съпоставките в областта на словообразуването, лексиката и фразеологията, провеждани с когнитивни методи, подчертават славистичния аспект, извеждайки сходства и различия между близкородствени езици. В тях универсални семантични тенденции като заемането на нови думи и семантичната и фразеологичната деривация, при които се извършва изместване на смисъла и промяна на съчетаемостта на лексемите, се разглеждат като избор на концептуализатора в изразяването на понятия и концепти от езиковата картина на света.

Обновяването на лексиката чрез заемки от английския език е най-често отбелязваната тенденция в двата езика, които в това отношение не правят изключение от останалите езици. Особеното при англицизмите е, че се заемат с посредничеството на младежкия език, който е изключително експанзивен и непрекъснато разширява своята сфера на употреба. Старите заемки от западноевропейските езици са прониквали първо в литературния език и са се разпространявали в речта на образованата част от обществото. Днешният процес на заемане е стихийен и безкритичен, иновациите не разполагат с време, защото младежкият език бързо остарява, свободното творчество в него се поощрява, а отношението към нормите е повече от либерално. Засилените процеси на заемане и на либерализиране на нормите се дължат на промените в комуникацията: езикът обслужва новата информационна епоха и новите сфери на общуването. Някои сравняват съвременната комуникация с оргия, но даже и да не приемем подобно преувеличение, то в нея се заличават важни граници, например между официалност и интимност, дава се възможност за изразяването на критични, негативни и агресивни позиции. В резултат на това езикът, използван в обществената комуникация, медиите и интернет, все повече се диференцира. И това не са функционалните варианти и стилове със свои норми и особености, които езиковедите са описали, подредили и оценили. Епицентърът на лексикалните промени е в социал-

ната мрежа, в която през последните години се създават речници, наброяващи милиони статии, редактирани от потребителите. Тези речници са несравнимо по-богати и активират всички начини на номинация, не само заемането. Промените илюстрират както зараждането на нови тенденции, така и на техните противотенденции.

Расте нуждата от обогатяването на експресивната и оценъчната семантика, като експресивността е едностранчива, изразяват се предимно негативни чувства и отрицателни оценки. Заслужено се говори за брутализация на езика, за езикова некомпетентност и за култура на таблоидите. От друга страна, езикът на икономистите и финансистите силно влияе върху разговорната реч, което води до увеличаване на терминологичната лексика в речника и до терминологизиране на езика, а това в крайна сметка означава стремеж към изразяване на прецизност в значението. В по-следващ етап думите и изразите от областта на икономиката, финансите или спорта се пренасят в нови контексти и развиват преносни значения в разговорния език. Новите метафори се градят предимно върху термини от бизнеса и банковото дело. Променя се семантичната съчетаемост на изрази като *кредит на доверие*, *инфлация на ценностите*, *пакет от мерки*, *инвестиции в здравето*, *покачване на акциите на някого*, *отива на борсата* и др. Когато се появяват нови значения в западноевропейските заемки и те се регистрират поне в два други езика, се обособяват т. нар. семантични интернационализми (Марковски 2004). Някои от семантичните интернационализми в българския и полския език са еднакви, други се различават, срв. в бълг. *артикулира* (своите искания), *философия* (на закона), *промоция* (на книга), *профил* (във фейсбук) и в пол. *wyartykułować*, *filozofia*, *promocja*, *profil*, но само в пол. *sponsoring*, *molestowanie*, *galeria* – с ново значение на търговски обект, на бълг. *мол*, и *galerianka* – ‘клиентка, посетителка в мола’. Получаването на ново значение на лексикалната единица в резултат на семантична деривация е процес, характерен за разговорната реч. Неосемантизмите не са само заемки, но и словообразователни формации и фразеологизирани съчетания. Новото значение на производната дума не се предава от словообразователната парафраза, то се разбира и се уточнява от контекста. Ярки примери на семантична деривация се наблюдават при англицизмите на *-инг*, които много често се заемат като немотивирани названия на дейности, но имат възможност да се впишат в деривацията на родните отглаголни съществителни, като по този начин утвърждават новия чужд формант в *кастинг*, *лизинг*, *мониторинг* и т.н. Предпочитането на отглаголни съществителни за назоваване на

действието вместо глаголи нарушава и мотивацията на родните деривати с формант *-не* от типа на *банкиране, актьорстване*, тъй като първо се появява отглаголното съществително, а след това се появява или не се появява и глаголен дериват, срв. *банкира*, но **актьорства*. В полския език немотивираните отглаголни съществителни са много повече, срв. *kelnerowanie, senatorowanie, wójtowanie, portierowanie* (Забавя 2004). Немотивирани са и страдателни причастия като *zawiatraczony, przereklamowany, przewrażliwiony* и наречия като *internetowo, mailowo*, ексцерпирани от езика на медиите: *Odkryli, że cud natury też ma być zawiatraczony. Wróż odbiera telefony od Polaka, zagubionego internetowo. On zostawił wiadomość mailowo.*

Причините за промените в деривацията не са само външни, продуктивността на форманта и на типовете деривати се регулира и от вътрешноезиковите закони. Важна е не само мотивацията, но и изборът на формант, чрез който се избира граматичната категория на деривата. В случая с отглаголните съществителни, които са транспозиционни (и парадигматични) деривати, се извършва стесняване и прецизиране на значението в сравнение с това на съответния глагол. Използваните форманти *-не / -nie* не предизвикват морфонологични редувания, които са характерни за по-слабо продуктивните словообразователни типове. Удобни се оказват тези форманти, които не поддържат историческата формална връзка с основата чрез фонетични редувания. В глаголното словообразуване например няма иновации от глаголи с тематичните гласни *-и-, -е-*, а ако трябва да образуваме десубстантивно прилагателно, се предпочита формантът *-ов*, а не *-ен*, пред който се извършват редувания на задноезичните съгласни.

Тенденцията към краткост, която е определяща в съвременния език, намира пряк израз в увеличаването на сложните думи, особено на тези с отрязана първа основа и без интерфикси. Най-предпочитани са основите *евро-* и *еко-*, в които няма нужда и от интерфикс. Сложните думи от типа *кредитбанк, екокожа, еврооблигации* не са нов модел, (срв. старите заемки *профсъюз, политбюро* и т.н.), но имат друг произход и се отличават с голяма продуктивност. Икономични образувания са и т.нар. универби, които запазват своята продуктивност, особено в полския, макар че нямат прозрачна семантична мотивираност срв. *dyscyplinarka, hokejówki, pośredniak, podrzutek, wywiadówka* и др. Обратно, дериватите от предложни изрази са икономични, особено парадигматичните, и прецизни, защото не приемат модификации в значението от типа на експресивните и оценъчните семи.

Словообразователните модели, които в момента са по-продуктивни, определят динамиката на системата (Вашикова 2007). В този смисъл промените не са само характеристика на историческото развитие, а и на съвременната деривация. Те се изразяват в избора на формант, чрез който дериватът поема значенията на съответната част на речта – на съществително, прилагателно или глагол. Разбира се, на първо място е изборът на мотивиращия признак, който избор прави говорещият съгласно със своите интенции. Говорещият, който трябва да назове нова ситуация (фрагмент от действителността), се спира на определен признак и от него тръгва концептуализацията, а след това и профилирането на обозначаваната ситуация заедно с участниците в нея. Характерна за съвременните концепти, с които говорещият създава нови съчетания от признаци или свързва сходни и идентични концепти, е ярката картинност. По принцип фрагментът от действителността се възприема като картина, в която на преден план е фигурата, а зад нея е фонът. Информационната епоха и електронните медии издигат в култ картината, а в езика се увеличава количеството на знаците икони. Говорещият търси оригинален мотивиращ признак за деривата, като използва знанията си за света, внася своите оценки и експресия, и значението на деривата не всякога е прозрачно мотивирано от основата. В асоциативните деривати семантичната връзка с основата се разкрива чрез когнитивна метафора, срв. бълг. *глухар*, *зъбер*, *кокошкар*, *стъргало* и пол. *gluszc*, *lipiec*, *jamnik*. Те се образуват по продуктивни модели, но затъмнената мотивация позволява да се активират допълнителни значения във вид на оценка и експресивно отношение. Най-често изразяваната експресия в новите деривати е негативна. Потвърждава го корпусът от словообразователни иновации, в който обидните названия са количествено и качествено много добре представени (Каминска-Шмай 2005). Интересното е, че модификационните типове с експресивна маркираност не се отказват от фонетичните алтернации и редуванията са техен допълнителен словообразователен признак. Действието на противоположни тенденции като ограничаването и разширяването на фонетични редувания на съгласни осигурява равновесието на словообразователната система. Икономични образувания са сложните думи, абривиатурите, асоциативните деривати и т.нар. универби. Семантично прецизни са дериватите, образувани от предложни изрази, и поради това се използват като термини в много области.

Моделите, които в момента са най-продуктивни, реализират тенденциите към краткост, картинност и експресивност на значение-

то. Картиността и експресията, лансирани от всички медии и от рекламата, намират най-силна изява в създаването на нови постоянни и фразеологизирани съчетания. Процесът на фразеологична деривация е богато представен в семантичните полета на бизнеса, политиката, екологията, борбата с престъпността, в които се явяват нови постоянни съчетания. В тези съчетания се подменят или разместват компоненти и се разширяват контекстите, в които се употребяват, срв. *бълг. птичи грип; свински грип; озонова дупка; постна пица; повече от телевизия; клинична пътека; да, ама не; парите вървят след ученика; нещо става хит; нулева толерантност; заварено дете; концерт по желание; инвестирам в някого* и пол. *twarde narkotyki; miękkie narkotyki; wojna na górze; wojna polsko-polska; koniec, kropka; nie ma zmiłuj; żarty się skończyły; mówisz i masz; tu zaczynają się schody; zero tolerancji...* Новите фразеологични единици, фраземите, са разнообразни в структурно отношение – от фразеологични оператори, които изпълняват вътрешнотекстова функция, до именни групи и цели изречения. Тяхната фразеологизация е процес, който се описва в разговорния полски език: фраземите функционират като готови комплекси, компонентите им не могат да се променят, отличават се с образност и глобалност на значението, но са контекстно обусловени – изискват описание на ситуацията, в която са употребени (Хлебда 2001). Съчетанията са по-атрактивни по значение от лексемите, могат да поемат повече конотации и семи, като се свързват противоположни или изключващи се в семантично отношение единици, срв. *купуване на гласове; връщане на бонуси; нулева толерантност* и др.

Най-късият път за превръщането на съчетанието в нов знак на понятие е обновяването на значението: израз, който е утвърден в общественото съзнание, се употребява в нов контекст, напр. *агент с картонче*. Като обидна дума от миналото *агент* си запазва конотациите, които се активират в новия контекст и се поражда нова верига от конотации в целия израз. Новият знак се ражда в пряката комуникация като готов комплекс, който се преповтаря и се конвенционализира. Съчетанието вече носи информация, различна от тази, която носят компонентите. Краткостта е условие за лесното му репродуциране и разпространение, а оригиналността и езиковата игра осигуряват силен перлокутивен ефект върху слушащия. Говорещият се стреми не само да разкрие намеренията си, но и да ги скрие или даже да ги фалшифицира. Ярката образност трябва да раздвижи въображението, например картината на *празния хладилник*, който в полския вариант е отворен и се вижда само една ябълка. Подобни знакове на масовата култура, на-

ричани мемове, са близки до действителността, но силно опростяват информацията, свеждайки я до картинка, която трябва да привлича вниманието. Мемове приличат на рекламата, често произхождат от рекламни клипове, срв. *мъжете знаят защо; две в едно; повече от телевизия, истината е в пакета* и т.н. Тъй като на рекламите не се вярва, и в мемове остава част от дистанцираното отношение на говорещия, колкото и изтънчено да е изкривяването на действителността, срв. полския хит *udoskonalenie wolności mediów*.

Картинките мемове са силно зависими от външния свят, появяват се, обсебват общественото пространство, но и бързо отмират, срв. *царските имоти*. Още по-силна е зависимостта им от реалиите в съответния език и култура. Полският мем *solidarne państwo* пренася положителните конотации от профсъюза „Солидарност“ и в значението на държавата. Българският мем *депутатските кюфтета* придобива ново, глобално значение за нещо хубаво, евтино, но несправедливо консумирано. Двата мема могат да се появят и да функционират само в съответната културна общност. Някои от мемове имат кратък живот, бързо излизат от употреба, напр. *куфарна търговия* и *handel walizkowy*.

Фразеологичната деривация отговаря на нуждите на експресивната и негативната оценъчна семантика, но появата на новите фразеологизирани съчетания не означава само бруталност на езика. В много области като кулинарията, козметиката, хранителните добавки се появяват многословни фразеологизирани названия, които са прецизни и естетични, защото целят да създават култ към здравето, младостта и красотата. В семантичното поле на козметичните продукти, което е изключително богато, се използват всички техники за номинация. В двата съвременни езика на границата между словообразуването и фразеологията протичат разнообразни динамични процеси на обновяване на речника. В новите деривати се извършва пренос на значения, разширява се експресивният и оценъчният компонент на значението, а в постоянните фразеологизиращи се съчетания се променят и се разширяват контекстите на употреба.

ЛИТЕРАТУРА

Българско-полски граматични студии 2004: *Българско-полски граматични студии*, т. 7. Справочник по академичната българско-полска съпоставителна граматика, София: Академично издателство „Проф. Марин Дринов“, 2004.

- Вашикова 2007:** Waszykowa, K. Dynamika zjawisk słowotwórczych w tekście. // *Z polskich studiów slawistycznych*. Warszawa, 2007, 227 – 236.
- Забава 2004:** Zabawa, M. Nowe zapożyczenia semantyczne w polszczyźnie. // *Poradnik Językowy*, 2004, 9, 59 – 68.
- Каминска-Шмай 2005:** Kamińska-Szmai, I. Wyrazy obraźliwe w intertekstualnej przestrzeni. // *Poradnik Językowy*, 2005, 4, 9 – 16.
- Марковски 2004:** Markowski, A. O pojęciu i typach internacjonalizmów semantycznych. // *Poradnik Językowy*, 2004, 2, 39 – 50.
- Хлебда 2001:** Chlebda, W. Frazematyka. // *Współczesny język polski*. Lublin, UMCS, 2001, 335 – 342.