

## IX. ЯЗЫК И СТИЛЬ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

### КРЕАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СЛОВООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАТЕКСТАХ

**Казак Мария Юрьевна**  
**Национальный исследовательский университет «БелГУ» – Россия**

*В статье рассматриваются творческие ресурсы русского словообразования, которые используются (или могут быть использованы) в практике создания современных медиатекстов.*

*Ключевые слова: морфема, словообразовательная и морфемная структура слова, словообразовательная модель, креативный.*

Креативность словообразования – это область творческих ресурсов производных знаков, которые таятся в бинарности вторичных слов, в их способности члениться на элементарные единицы или объединяться в большие группировки с опорой и на корень (словообразовательное гнездо), и на формант (словообразовательный тип), и на способ образования (узуальный / окказиональный), и на словообразовательное значение (словообразовательная категория). На современном срезе выразительные возможности словообразовательного уровня есть один из инструментов социальной оценки и языковой игры в речевой деятельности журналистов, пиарщиков и рекламистов. Если в текстах великого первооткрывателя новых слов Велимира Хлебникова читатели спотыкались на словах «чингисханить» и «моцартить», то в современных медиатекстах высокопродуктивная модель «имя собственное → глагол» является востребованной: журналисты легко образуют глаголы от имен и фамилий известных людей, ср.: *бушевать, отбушеваться, поБУШевать, ГОРячиться* (примеры относятся ко времени президентских выборов в США в 2000 г.); *Обобамились* (Изв., 04.08.08); *гайдарить, чубайсить, газманить, загазманить; Богдан Ступка забрежневел* (публикация об актере, исполнившем роль Л. Брежнева; Семь дней, 2005, № 34); *Перекудрили. Из закона о монетизации льгот исчезла поправка его автора – министра финансов Алексея Кудрина* (Жизнь, 18.08.04). «Lenta.ru» предложила своим читателям несколько десятков подобных новообразований: *петросянить, абрамовничать, волочковить, жириновничать, зюганить, ксюшиться, навальничать, ющить, явлиниться, эрнстить* и др. Эти слова-однодневки легко появляются в языке и также легко и быстро уходят из него, однако их образование и актуализация в массовой коммуникации свидетельствует о многом: о вовлеченности в словопроизводство ключевых слов эпохи (к которым относятся имена известных людей), о ценностном отношении коммуникантов к лицам, фактам и событиям общественной жизни, об

активности словообразовательных процессов и, конечно же, о лингвокреативном потенциале русского словообразования.

Коммуникативный аспект морфем и морфемной структуры русского слова в теоретическом плане недостаточно исследован, но в то же время в текстовой практике современных журналистов задействован очень активно. Можно выделить две основные области креативного использования морфем. Первая сфера включает в себя ресурсы, заложенные в системе и норме языка. Так, в реестре русских морфем выделяются особые типы эмоционально-экспрессивных приставок и суффиксов, использование которых позволяет выразить социальную оценку реальных событий и явлений. Например: *По мысли премьера, «нельзя превращаться в «обещалкиных»...* (АиФ, 2006, № 6); *Россия буквально устала от «остаканивания» всей страны* (АиФ, 2006, № 9); *Чем опасны игры в льготные «давалки»* (АиФ, 2007, № 45); *Выходят на арену звезды* (КП, 06.03.07); *Гиперобман и супернадувательство* (КП, 15.05.05); *Ведущий лучшего ток-шоу Михаил Швыдкой признался, что рассчитывает «культурно революционерить» еще лет пять* (КП, 04.02.03); *В России всегда любили менять шило на мыло, но мы всех перешилили и перешилили* (АиФ, 1998, № 18); *Знаменитости проводили время «гламурненько»* (КП, 17.06.04).

Вторая область творческого подхода к морфемам – это разнообразные приемы осмысления значимых и квазизначимых частей слова в тексте, ср.: *Кап-кап ремонт* (публикация о новой системе сборов, предназначенных на капремонт в многоэтажных домах. РГ Неделя, 21.07.12); *Избавление от всяких уклонов и уклонистов* (ЛГ, 2012, № 12-13); *Униженные и уязвленные. Посильнее обидеться – или побыстрее помириться?* (РГ Неделя. 05.07.2012); *недооцененный «как бы писатель» – список переоцененных писателей* (ЛГ, 2012, № 12 – 13); *ПОРНОнет, или как разделить Интернет на хороший и плохой, не ущемляя своей свободы* (АиФ, 2008, № 3).

Приемы творческого освоения структуры русского слова активно заимствуются журналистами из художественной речи и разговорной речи. Особенно ярко выразительные качества морфем предстают при совместном использовании серии слов с однокоренными, однотипными или контрастирующими морфемами. Так, в тексты включаются целые каскады родственных слов: *Сеть – сетевой писатель, сетевые публикации, сетевой текст, сетератор* (автор, писатель в Сети), *сеттинг*: *Я написал две книги об этом: «Метро 2033» и «Метро 2034». Остальное делают другие авторы по мотивам и по сеттингу моих романов...* (ЛГ, 2012, № 12 – 13); *И судей судят. В судейском сообществе есть орган, в руках которого находится судьба всех служителей правосудия* (РГ Неделя. 26.07.12). В тексте сталкиваются слова с синонимичными, антонимичными, омонимичными морфемами или квазиморфемами, например, *про проклятое ПРО ...* (Изв., 02.04.12), *Юг Украины все чаще фигурирует в криминальной хронике в связи с терроризмом и экстремизмом* (Незав. газ., 30.03.12); *Супергерои и суперзлодеи* (Изв., 02.04.12); *Русские нерусские* (внутренний заголовок. О кержаках, живущих в Казахстане. Русский репортер, 2012, № 8); *Новая*

*сборка общества; реформаторы 90-х демонтировали не только советский народ, но и общество, а собрать ничего не смогли... (ЛГ, 2012, № 12 – 13); О пользе бесполезного (ЛГ. 2012. № 12 – 13); Партминимум и партмаксимум (заголовок). КПСС была не частью целого в соседстве с другими частями, всеохватывающим и всерегулирующим явлением... (ЛГ, 2012, № 12 – 13).*

Необходимо отметить, что источником творческого переосмысления слова может явиться любой сегмент слова – как корневая и аффиксальная морфема, так и квазиморфема, ср.: *сер-реализм* по аналогии с *сюрреализм, соцреализм; продолжить диалог по ПРО; от ПРО до Сирии* (РГ Неделя, 21.07,12), *про проклятое ПРО* (Изв. 2012. 2 апреля); *ИнтерНЕТ – ИнтерДА* (название рубрики в «Литературной газете»); *ДЕЗ-информация* (заголовок материала о конкурсах на рынке ЖКХ, которых принимают участие привычные *ДЕЗы* и частные управляющие. АиФ, 17.01.07).

Типовые взаимоотношения однокоренных слов и их место в предложении отражают этап выбора или создания слова в предложении, т.е. коммуникативный аспект словообразования. Повторы однокоренных слов помогают связывать разные отрезки текста в единое целое и обеспечивают продвижение мысли: *мы приехали – наш приезд...; кризис элит – элитный кризис ...; Народ расколот, между осколками – конфликты интересов...; ... партия углубляет раскол общества, ибо дает стоящей за ней группе язык и самосознание* (Незав. газ., 28.03.12). Конструирование новых единиц зависит от многих факторов, но если в тексте речь идет, например, о партиях в современной России, то заранее можно прогнозировать, что в разных фрагментах публикации появятся производные единицы от слова «партия»: *создать партию, партийная жизнь, партиец, «партийность вообще и многопартийность в частности – феномен, совершенно чуждый России, нашей жизни и истории»* (ЛГ, 2012, № 12 – 13). Наиболее востребованные лексические единицы входят в язык и речи целыми словообразовательными гнездами. Ср.: *медиа – медиатека, массмедиа, медиабизнес, медиакорпорация, медиамир, медиаобразование, медиахолдинг; блог – блогер, блогерша, блогиня, блогерский, блогерство, блогинг* и др.

Нагнетание однокоренных, одноструктурных или близких по семантике слов выполняет, конечно же, не только текстообразующую функцию, но и функцию экспрессивную. Так, в публикации «Галкин – дружит, Зверев – прислуживает» все топонимы образуются по продуктивным словообразовательным типам от узнаваемых современниками имен собственных:

*Главный герой мультфильма – медвежонок Гламурчик. Поскольку он медведь, то периодически впадает в спячку и во сне путешествует по несуществующим городам и селам автономной республики «Пугачевщина». Она сама по себе огромная – со множеством станций: «Агузарово», «Челобаново», «Малые Пресняки», «Средние Орбакайты», «Царское село: Алло Борисово», «Большие Киркоровы» с двумя станциями «Киркоры Пугачевские» и «Киркоры Стоцкие» и двумя разъездами: «Распутинский» и «Агурбашевский». На станции «Земфирия» ... и т.д. (КП, 08.02.06).*

Итак, словообразование не только означает реальный мир (*номинативная функция*), но обеспечивает построение текста (*текстообразующая функция*) и отражение в результатах словотворчества субъективных оценок говорящих и пишущих (*экспрессивно-прагматическая функция*). Нельзя не отметить и ценностную сторону словообразования: в языке вербализуются те предметы и явления, их качества, состояния и действия, которые имеют культурную и коммуникативную значимость для человека. Именно поэтому через активные участки словообразования можно воссоздавать картину жизни, портретировать наиболее важные области современной жизни. По меткому определению Т.И. Вендиной, «в словообразовательно маркированных единицах языка прочитывается богатейшая информация о системе ценностей русского народа, раскрываются особенности его мировидения, мирочувствования и мировосприятия» [Вендина 1998: 222].

Словообразовательные процессы в языке СМИ концентрированно отражают общие тенденции развития современного русского литературного языка, проходящие под знаком демократизации или либерализации языка (М.В. Панов, Ю.Н. Караулов, В.Г. Костомаров, Г.Н. Складарская, Е.А. Земская, О.П. Ермакова и др.). Наиболее значимыми для динамики словообразовательных процессов и их творческого освоения являются, с нашей точки зрения, три основные ориентации языка СМИ на *разговорность, книжность* и *экспрессию*. Если первые две тенденции, по сути противонаправленные, приводят, по словам В.Г. Костомарова, к характерному для современной стилистики смешению или совмещению полярных языковых начал – «сугубой книжности и разговорности, граничащей с жаргонно-просторечной вседозволенностью» [Костомаров 2005], то тенденция к экспрессии теснейшим образом взаимодействует со всеми фактами словообразования – каноническими и окказиональными. Нацеленность на экспрессию активизирует не нейтральные словообразовательные модели, усиливает использование периферийных деривационных средств, нацеливает на языковую игру («словообразовательную игру», в терминологии С.В. Ильясовой, или «каламбурное словообразование», по Е.А. Земской).

Книжное начало в словообразовании связано, во-первых, с активизацией заимствованных приставок и суффиксов и стремительным вхождением и усвоением новых корневых морфем, во-вторых, с использованием словообразовательных моделей книжной сферы. Продуктивными на современном срезе являются суффиксы *-ист, -изм, -атор, -ант, -изирова(ть)* (например, *лоббист, лоббизм, монетаризм, подписант, номинант, номинатор, компьютеризировать* и др.), префиксы *анти-, квази-, псевдо-, пост-, супер-, де-* (*антироссийский, квазипереворот, псевдокоалиция, постперестроечный, супердорогой, деполитизация* и др.). При этом заимствованные аффиксы соединяются как с русскими, так и с иностранными корневыми морфемами. Особенно наглядно этот процесс предстает на страницах периодической печати, например,

институционалист, перформансист, нашисты (члены организации «Наши»), олигархизм, звездизм, корпоратизм, снайперизм, супермама и т.п.: Попытки объяснить «технологию предсказаний» мало что проясняют – какие-то «футурологизмы», «смыслы» и значения», которые «придумыватели» <т.е. футурологи> отправляют в будущее (Незав. газ., 28.03.12); Основатель уникального «Поэтограда» и литературного течения «небывализм» Николай Глазков родился в небольшом приволжском городке (ЛГ, 2012, № 12 – 13); Английская пресса взахлеб печатает снимки необъятных поместий всем известных русских **супербогачей** (ЛГ, 2012, № 12 – 13).

На рубеже XX-XXI вв. приобрели статус полноценных аффиксов отдельные сегменты слов, такие как *-инг*, *-мания*, *мега-*, *супер-*, *квази-*, *пост-* и др. Можно привести примеры окказиональных образований, содержащих в структуре эти аффиксы: *покуптинг*, *товарринг*, *поддаринг*, *джиптинг* (по аналогии с заимствованным словом *шопинг*); *киномания*, *пепсимания*, *шоколадомания*; *мегапопулярный*, *суперспецназ*, *квазибанк*, *постгламурный* и др. Ср.: **БИГ товарринг** (реклама супермаркета «Зебра»); **Синемания круглый год** (реклама абонеента в кинотеатр); *А теперь представьте, что роль супермамы исполняет певица, чье имя стало символом поп-культуры* (ЛГ, 2012, № 12 – 13); *А в последнее время стало мегапопулярным обрастать с помощью Интернета связями* (КП, 08.10.07); *Дело доходит до квазирелигиозного «вождизма» и создания альтернативных «священных писаний»* (Незав. газ., 20.06.06).

Продуктивными в настоящее время являются многие иноязычные корневые морфемы, образующие серии родственных слов. Приведем примеры слов, имеющих отношение к средствам массовой коммуникации: **блиц-** (*блицинтервью*, *блицопрос*), **веб-** (*веб-дизайн*, *веб-редактор*, *веб-узел*), **видео-** (*видеобизнес*, *видеоконференция*, *видео-конференц-связь*), **интернет-** (*интернет-журналистика*, *интернет-кафе*, *интернет-реклама*), **масс-** (*масскультура*, *массмедиа*, *массмедийный*), **медиа-** (*медиабизнес*, *медиатекст*, *медиарынок*), **пиар-** (*пиар-агентство*, *пиар-кампания*, *пиар-технологии*), **пресс-** (*пресс-информация*, *пресс-секретарь*, *пресс-центр*), **шоу-** (*шоу-бизнес*, *шоуумен*, *шоу-программа*) и др.

Тенденция к разговорности активизирует словообразовательные модели, работающие в маргинальных сферах языка, например, имен существительных с суффиксами *-ух(а)*, *-ак*, *-ач*, *-ан*, *-еж*: *развлекуха*, *стенуха*, *невезуха*, *отходняк*, *неуставняк*, *звездач*, *бандюган*, *выпендрезж*. Особенно высока доля оценочных новообразований в кругу наименований лиц (*харизматик*, *виагрик*, *лохотронщик*, *обездольщик*, *звездун*, *выпивоха*, *глупарь*, *парняга*). Выразительная емкость аффиксов субъективной оценки и стилистической модификации активно используется в медиатекстах, например, *вождик*, *демократушка*, *парламентшишка*, *депутатишка*, *звездюлька* (о юной знаменитости), *кошмарик*, *пресска*, *небыличка*, *штучечка*, *сбереженщица*, *Олимпиадушка* (о спортивной олимпиаде малых стран), *взрослые игры в «войнушку»*, *хулиганка* (статья в Уголовном Кодексе за

хулиганство), *экспресска* («Экспресс-газета»), *кафешка*. Ср.: *При Сталине был культ, при Хрущеве – просвет. Потом настало время культиков, а при Горбачеве и Ельцине были просветы. А что у нас сейчас на дворе?* (АиФ, 2008, №12); *Побывайте на местном кладбище – и вам все станет ясно...Памятничце боевику, которого спалили вместе с домом...* (КП, 25.03.03); *...Будем биться, чтобы хоть им участки продавали по льготным ценам, откуда же у нас такие деньжищи?..* (КП, 2007, № 159); *Ситуацию пытается спасти Александр Градский (который, как попутно выясняется, не любит «журналюг»)* (КП, 10.04.09).

Область экспрессивных морфем оказывается четко поделенной между существительными, с одной стороны, прилагательными и глаголами, с другой стороны. Существительные имеют разнообразный репертуар экспрессивных суффиксов, в кругу которых многочисленны и разнообразны существительные со значением лица: *-ак, -арь, -аг(а), -аль, -ень, -ун, -с(а), -Ø* и др.: *хунтарь* (о членах ГКЧП, возглавивших путч в августе 1993), *вольняга* (вольнорабочий в местах лишения свободы), *хлипак* (хлипкий, хилый человек), *нелегал, виртуал* и др. Например, *Работа следователя, да еще по важным делам, публичности не предполагает изначально. «Важняку» не рекомендуется даже называть точную дату своего рождения, домашний телефон, близких родственников* (АиФ, 04.04.07); *В разбуженной демократией стране жизнь вышла из-под контроля верхов, и неудачливые хунтари решили пресечь все процессы разом* (Незав. газ, 17.07.07); *«Звонарей» трудно поймать!.. Милиция давно сражается с мобильно-телефонными жуликами...* (КП, 09.11.06). Слова с экспрессивно-эмоциональными аффиксами, в большинстве своем, принадлежат сфере разговорной и разговорно-сниженной речи.

К негативно оценочным относится востребованный в публицистике суффикс *-щин(а)*: *беспредельщина, дедовщина, демократчина, компанейщина, литературищина, митинговщина, обыденщина, преобразованиещина, брежневщина, гайдаровщина, лужковщина, сталинщина* и др. С помощью слов, включающих в свою структуру эту морфему, можно выразить отрицательную оценку общественных явлений, политических, идейных течений и т.п. Ср.: *Аномальщина. Круги на полях* (АиФ, 2003, № 47); *Наши на Силикоцине* (КП, 12.02.03); *Бесшумахерищина* (Итоги, 26.03.07); *Кинофестиваль подарит нам настоящее кино, а не ту серийщину, которую я не могу досмотреть до конца* (ОРТ, 20.06.03).

В области глаголов экспрессивно-стилистическими свойствами обладают отдельные суффиксы (*-ну-, -ану-, -и-, -нича-*), например, *крутить* и *крутнуть, крутануть, ксерить, сексотить, челночить, пиарить, эфирить, инти мничать* и др. Основная нагрузка для выражения различных экспрессивных и интенсивных созначений выполняется богатой системой префиксов: *исстрадаться – страдаться, выпачкать – испачкать – запачкать – перепачкать – упачкать; позарастить, подзабросить, поотрывать, попридержаться, повыбрасывать*. В языке СМИ задействованы все ресурсы экспрессивных глагольных аффиксов: *нафужериться,*

*нафуришеться, отвездить, замэрить* и т. п.; *Как сроссиянить* миллион долларов? (Огонек, 1997, № 46); *умеющий твиттерить* (Изв., 02.04.12); *постить в блогах* (Изв., 02.04.12); *зафрендить Белый дом* (КП, 2010, № 91); *просуммировать* затраты на все заявленные меры... (Незав. газ., 30.03.12); *Перезагрузились. Россию объявили главным врагом Америки* (Незав. газ., 28.03.12); *обнулить* результаты (РГ, 2012, № 10). Используется «модная» модель деловой речи с приставкой *от-*: *отъехать* (ненадолго уехать), *отзвониться, отксерить*.

Окказиональное словообразование, столь характерное для художественной речи, в наше время сместилось в сферу массмедиа. Рубеж XX – XXI вв. называют веком окказионализмов, словотворчества, игры со словом. В языке СМИ на первый план выходит лингвокреативная, экспрессивная и оценочная функции, ср.: *бывшевики, волчеризация, прихватизация; мафиократия, мэриози, наспартачить, нью-воршики, спёрбанк* и др. Например, *Суперновость все катилась и катилась, приобретая мамонтастические* <мамонт + фантастический> *масштабы* (Изв., 02.04.12); ... *милейший автор ... скреативила* некий опус (ЛГ, 2012, № 12 – 13); *Гипнотически-брутальная ганстерская фантазия о расправе над неверным любовником...* (Изв., 02.04.12); *Очень «душеподъемный», очень по-сорововски «полезный» для оккупированных территорий тезис* (ЛГ, 28.12.05).

Окказиональные слова конструируются как по типовым словообразовательным моделям, так и с нарушением законов деривации. И даже образованные по продуктивным моделям, новообразования воспринимаются как необычные, номинативная функция этих слова «явно подавляется экспрессивной» (С.В. Ильясова). Например: *В этом году «егезишники» завалили приемную комиссию заявлениями* (КП, 01.08.03); *Недавно, выступая в Красноярске, президент предостерег от разного рода «улучшизмов»* (АиФ, 2007, № 47); *«легализаторы» подошли к организации акции со знанием дела* (Версия, 2007, № 19), *Памяти «Великого коммуникатора»* (Изв., 05.03.05), *один из «монетизаторов» страны; «главный ералашист»* (о Б. Грачевском), *«грабовщики»* (последователи Григория Грабового).

В кругу окказионализмов, созданных с нарушением законов словообразования, лидируют слова, образованные способом контаминации, суть которого заключается в совмещении конца основы одного слова с началом другого слова или вставки одного слова внутрь другого. Например: *отсидент* (о политических заключенных) = *отсидеть* + *диссидент*; *доктор велосипедагогических наук* = *велосипед* + *педагогические*; *народная целлюлительница* = *целительница* + *целлюлит*; примеры, приводимые И.С. Улухановым: *видиот, дерьмократы, искамазиться, мемуаразм, шлангокоон* (*шланг* + *Лаокоон*).

Язык СМИ использует опробованные приемы выразительности из художественной литературы и разговорной речи, и вместе с тем создает новые технологии в оформлении печатного текста. Это касается так

называемого **графического**, или **идеографического**, **словообразования**, типология которого предложена в учебном пособии Т.В. Поповой, Л.В. Рацибурской, Д.В. Гугунава «Неология и неография современного русского языка» (М., 2005). Графические окказионализмы отражают совмещение в производном слове разных знаковых систем, символов, идеограмм, например, название телерубрики «*Давайте встреЧ@Тья!*», подразумевающее общение через Интернет (в «чате»); название диспута о творчестве писателя «*Добро должно быть с Мурак@ми!*»; *Strogoff* – логотип писателя И. Строгова; *1,5цкиЙ* – идеографическое представление фамилии Полторацкий и др.

В завершение отметим, что креативное освоение деривационного потенциала русского слова должно последовательно вводиться в языковые и творческие дисциплины на факультете журналистики, а сама идея языковых средств как «участников» формирования текстовых смыслов должна стать ведущей при обучении журналистским и рекламным текстам.

#### *Литература*

1. Вендина Т.И. Русская языковая картина мира сквозь призму словообразования (макрокосм). – М., 1998.
2. Земская Е.А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995). – М., 2000.
3. Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. – М., 2009.
4. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М., 2005.
5. Попова Т.В., Рацибурская Л.В., Гугунава Д.В. Неология и неография современного русского языка: учеб. пособие. – М., 2005.

## **ЛЕКСИЧЕСКОЕ ВАРЬИРОВАНИЕ КОМПОНЕНТОВ РЕКЛАМНОГО СЛОГАНА (на материале языка современных СМИ)**

**Черкасова Любовь Николаевна**  
**Ростовский государственный университет путей сообщения – Россия**

*В статье рассматриваются современные тенденции представления рекламных слоганов, их лингвистические особенности, а также анализируется необходимость и целесообразность их использования.*

Ключевые слова: *рекламный слоган, лексическое варьирование, язык СМИ.*