

## СОВРЕМЕННОЕ СЛОВООБРАЗОВАНИЕ В МАССМЕДИА: ОСНОВНЫЕ ПРОЦЕССЫ В СУФФИКСАЛЬНЫХ ИМЕНАХ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ

**М. Ю. Казак**  
**Н. А. Бекетова**

*Белгородский  
государственный  
национальный  
исследовательский  
университет*

*e-mail:  
kazak@bsu.edu.ru*

В статье представлены результаты исследования, касающиеся функционирования суффиксальных имен существительных в современных медиатекстах. Осуществлено ранжирование нейтральных и стилистически маркированных словообразовательных моделей, рассмотрены коммуникативно-прагматические свойства производных слов.

Ключевые слова: язык СМИ, словообразовательная модель, стилистически маркированные словообразовательные средства, креативный потенциал словообразования.

Факты словообразования в языке массовых коммуникаций представляют собой богатейшую область для многоаспектных исследований как для установления общих закономерностей развития современного словообразования, так и в отношении функционирования конкретных словообразовательных типов, гнезд, категорий. В фокусе нашей статьи – суффиксальные имена существительные в печатных СМИ за последние десять лет. Выбор предмета исследования не случаен, поскольку львиная доля новообразований приходится на имена существительные и на суффиксальное словообразование [4; 5; 7; 11]. Цель публикации – осуществить семантическую и прагматическую характеристику актуализованных в газете словообразовательных моделей и соотнести их с основными тенденциями языка СМИ.

Наиболее полно функциональные новшества на всех языковых уровнях освещены в коллективной монографии «Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995)». Автор раздела о словообразовательных процессах Е. А. Земская отмечает, что в современном словопроизводстве обнаруживаются те же черты, которые характерны для постперестроечного языка в целом: усиление личностного и экспрессивного начал, высокая концентрация оценочных и характеризующих значений, активное использование периферийных языковых средств, нацеленность на языковую игру [4, с. 90]. Осуществляются эти процессы под знаком демократизации или либерализации языка (М. В. Панов, Ю. Н. Караулов, В. Г. Костомаров, О. А. Лаптева, Г. Н. Скляревская).

Экстралингвистические факторы, стимулирующие словообразовательные процессы, тесно переплетаются с внутриязыковыми факторами: законами аналогии, экономии речевых средств, тенденцией к экспрессии. Так, результатом действия закона речевой экономии является большое количество в языке СМИ универбатов и усеченных слов: например, *безотходка* ('безотходная технология'), *незавершенка* ('незавершенное строительство'), *персоналка* ('персональное дело'), *вирт* ('виртуальный мир'), *реал* ('реальный мир'), *нелегал*, *экстремал* и др. Тенденция к экспрессивности активизирует процессы образования эмоционально-экспрессивных типов слов, несущих в себе оценочное значение. Закон аналогии, особенно заметный в словообразовательных процессах, позволяет конструировать слова по «образу и подобию» любых существующих в языке лексем; ср., например, частотность образования глаголов 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*; *Богдан Ступка забрежневел* (публикация об актере, исполнившем роль Л. Брежнева; *Семь дней*, № 34, 2005); *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*,



навалничать, ющиться, явлиниться, эрнстить и др. По аналогии с названием детского питания сделаны разговорно-сниженные слова в рубрике «Анекдоты в номер»: – *Мама! Я ел «Растишку» и вырос. Теперь купи мне куришку и бухишку* (КП, 23.10.09).

Знаком постперестроечной эпохи является лавинообразный характер словообразования: новые слова входят в речевое употребление «стремительно, одномоментно», словообразовательными гнездами [12, с. 8]. Например: рынок – псевдорынок, квазирынок, недорынок, рыночник, антирыночник, рыночный, рыночно, квазирыночный, ультрарыночный; медиа – медиатека, массмедиа, медиабизнес, медиакорпорация, медиамир, медиаобразование, медиахолдинг и мн. др.

Активность новообразований имеет, как минимум, три следствия. Во-первых, предопределенность новых лексем служить базой для образования слов других классов свидетельствует о продуктивной работе деривационного механизма и системности словообразования в целом. Появление в языке нового слова – морфологическим или семантическим способом или путем заимствования – «почти **неизбежно влечет за собой появление словообразовательного гнезда**, сформированного регулярными и по сути обязательными моделями для данного класса» [8, с. 47]. Так, существительные вызывают появление прилагательных и существительных, глаголы – глаголов и существительных, прилагательные – существительных и наречий. Веер дериватов, реализующих потенциал той или иной части речи, естественно, может быть на порядок шире. Например: **Сеть** → сетевой, сетератор (‘автор в Сети’), сеттинг; **блог** → блогер → блогерша, блогиня; блогинг; **креативный** → креативщик → креативищица; креатив, креативность, креативищина, креативить → скреативить; креативно → креативненько; клиент-креативщик; **звезда** (популярная личность) → звездочка, звездулька, звездища, звездач, звездины, звездный → звездность; звезданутость, незвездный, звездить, озвездеть, звездиться → азвездиться; псевдозвезда, мегазвезда.

Во-вторых, нельзя не отметить 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, мироощущения и мировосприятия» [2, с. 222].

В-третьих, аксиологический подход к словообразованию и активность процессов словообразования пересекается с понятием «ключевых слов», которые обозначают реалии, находящиеся «в фокусе социального внимания» [4, с. 92]. Основными признаками ключевых слов признается их высокая частотность, семантическая емкость и словообразовательная активность [11, с. 78], в силу чего они становятся «символами, маркерами эпохи. Именно по ним можно будет судить о специфике конкретного отрезка времени» [9, с. 271].

Набор, качественный и количественный состав ключевых слов в медиатекстах сложно объяснить без учета типа и формата издания, интересов редакции, которые регулируют объем и ракурс освещения материалов, предлагаемых аудитории. В любом издании информация организуется вокруг тематических категорий, или тематических доминант, количество которых варьируется в сторону увеличения или в сторону уменьшения. В массовых изданиях (а именно они являются объектом наблюдения) постоянно воспроизводятся такие темы, как политика, экономика, бизнес, культура, новости международной и региональной жизни, спорт, развлечение. И в силу этого на первый план выходят имена первых лиц государства, политиков, общественных деятелей, представителей бизнеса и культуры, спортсменов и т. д., которые используются как базовые основы для рождения новых групп однокоренных слов. Например, *Абрамович* → *абрамовец, абрамовищина, абрамовничать*; *Зюганов* → *зюгановец, зюгановщина, зюганизация, зюганить*; *Жириновский* → *жириновец, жириновщина, жириновничать*; *Лимонов* → *лимоновцы, лимоновский* и мн. др.

Словообразовательное гнездо от имен собственных обычно наполняется дериватами, образованными по продуктивным словообразовательным моделям, однако нередки слова, относящиеся к непродуктивным или окказиональным типам. Вместе с тем контекст,



в котором используются отономастические дериваты (независимо от их системных и нормативных характеристик), часто оказывается субъективно окрашенным. Так, существительные с суффиксом *-ец* (*путиновцы, медведевцы, лимоновцы, немцовцы, михалковцы, пугачевцы, гнатюковцы, леонтьевцы*), имеющие значение «сторонник, последователь, приверженец того, кто назван мотивирующим словом» и относящиеся к стилистически нейтральному словообразовательному типу, в идеологических текстах переосмысливаются. Ср.: *Да и не годятся «оранжевые «немцовцы» на роль плакальчиков за Россию* (АиФ, № 1 – 2, 2005) – в этом фрагменте прямое значение производного слова «немцовец» («сторонник Немцова») на фоне прилагательного «оранжевый» (знак политических пристрастий) и словосочетания «плакальщики за Россию» приобретает неодобрительные коннотации, характеризуя тех, кто выступает отнюдь не в интересах России. Заголовок другой публикации: *Бедные и «прохоровцы» за одним столом* – сразу наделяет наименование лица негативным звучанием, поскольку «прохоровцы» оказываются в оппозиции к «бедным» (читай: *бедные и богатые*) (КП, 22.08.11). Еще более неожиданными, экспрессивно маркированными оказываются дериваты, образованные по неузואльным моделям, ср.: *Украина: смена Виктора. «Бандюкович» пэрэмог «Тимошенницу»* (заголовок). *Массовое разочарование кандидатами народные юмористы выразили в прозвищах: «Бандюкович» (намек на прошлые судимости кандидата) и «Тимошенница» (последнее особенно эффектно звучит на умови – «Тимошенница»)* (АиФ, № 6, 2010); *«Обамавиль»*: *Ахмадинежад с ядерным оружием и пустые карусели* (заголовок). *Такой предвыборный «креатив» сняла команда республиканца Рика Санторума* (КП, 29.03.12). После чемпионата по футболу «Евро-2012» английский язык обогатился глаголом *«кержакнуть»* (от фамилии футболиста Кержаков) в значении «пробить мимо ворот из выгодной позиции» (РГ Неделя, 05.07.12). 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.

Наиболее значимыми для динамики словообразовательных процессов и их творческого освоения журналистами являются, с нашей точки зрения, три основные ориентации языка СМИ на *разговорность, книжность и экспрессию*. Если первые две тенденции приводят, по словам В. Г. Костомарова, к характерному для современной стилистики смещению или совмещению полярных языковых начал – «сугубой книжности и разговорности, граничащей с жаргонно-просторечной вседозволенностью» [10, с. 180], то тенденция к экспрессии теснейшим образом взаимодействует со всеми фактами словообразования – каноническими и окказиональными. Нацеленность на экспрессию активизирует маркированные 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).

Попытка разделить словообразовательные средства на нейтральные и экспрессивно-стилистические ресурсы сразу сталкивается с целым рядом трудностей, поскольку функционально-стилистические границы между словообразовательными типами и формантами оказываются еще более диффузными и прозрачными, нежели между стилистическими разрядами лексики. Многие высокопродуктивные словообразовательные типы, несмотря на генетическую привязку к книжности (например, отвлеченные имена качества и действия), пополняют группы разговорной лексики, отражая таким образом точки взаимопроникновения массовой и личной коммуникации, происходящей «под знаком разговорного стиля» [3, с. 68]. Тем не менее, на первом этапе можно дифференцировать форманты и словообразовательные типы на две основные группы: стилистические средства книжной речи и разговорной речи.

Ориентация языка СМИ на книжность активизирует словообразовательные модели, пополняющие разряды абстрактных существительных, имен действия и качества:

**-изация:** *политизация, корпоратизация, гуманизация, монетизация, коммерциализация, банкротизация; Число преступлений в Мурманской области возросло на*

2,5 процента. Особенно увеличился уровень **наркотизации** населения (КП, 25.02.11); ...теперь начнется **«сочинизация»** всей страны» и пойдет строительство спортивных объектов по всей России (КП, 06.07.07); Нас пугают **«украинизацией»** политики (АиФ, № 10, 2010);

**-изм:** легализм, коммуитаризм, монетаризм, пофигизм (разг. публ. Безучастие, равнодушие к людям и ко всему, что происходит), «небывализм» (литературное течение); Попытки объяснить «технологии предсказаний» мало что проясняют – какие-то **«футурологизмы»**, «смыслы» и «значения», которые «придумыватели» <футурологи> отправляют в будущее (Незав. газ., 28.03.12); Брюзга недели: Обыкновенный **сексизм** (КП, 10.04.07); Недавно, выступая в Красноярске, президент предостерег от разного рода **«улучшизмов»** (АиФ, № 47, 2007); Позор отсталому болотному **кучкизму!** <от «кучка»> (Незав. газ., 30.03.12);

**-ств(о):** фаворитство, премьерство, президентство, подвижничество, торгашество; ... сотрудничают как «кошка с собакой», борясь за **фаворитство** у Путина (АиФ, №35, 2004); Нургалиев: после реформы **взяточничество** в полиции исчезло (заголовки). Министр склонен считать, что в рядах сотрудников остались только лучшие из лучших (КП, 25.08.11);

**-ость:** русскость, белорусскость, газетность, офисность, киберреальность, клановость; **СЧИТАЕМ ЗАРПЛАТУ В КАРТОШКАХ** (заголовок) ... мы решили считать среднюю зарплату... в килограммах картошки. Несмотря на **колхозность** параметра, он самый точный ... (КП, 25.07.12); Это просто громкий крик психопата, умирающего от **недолюбленности** и отсутствия в детстве маминой ласки (Изв., 02.04.12); Не вижу ничего порочного в **мультимедийности** современной литературы, в ее **кросс-платформенности** (ЛГ. 2012. № 12 – 13); **Премьерство В. Путина** – позитивный знак для фондового рынка (заголовок. КП, 12.12.07);

**-ни(е):** божжевание, огламуривание (жилища), «очеловечивание» промзон, упаивание жертвы, цветообнажение, музыкотрясение, «срок дожития»; Россия буквально устала от **«остаканивания»** всей страны (АиФ, № 19, 2006); с дальнейшим **перереформатированием**, как сказали бы сейчас... (ЛГ, № 12 – 13, 2012); Вообще со звёздными ведущими на российском ТВ – откровенный перебор. ... Понятно, что **«озвезднение»** телеведущих – ещё и определённая мода: каналы соревнуются, кто заманит знаменитостей покруче, но... Но, тиражируя себя на ТВ, хорошие актёры просто убивают свой талант, разменивая его на телегонорары. Раньше в «ящике» гасли договаривающиеся звёзды, теперь – восходящие... (АиФ, 12.11.08).

Активность этих словообразовательных типов, отмеченная исследователями в XX веке, продолжает сохраняться в начале XXI века, о чем свидетельствует огромное количество новообразований – узуальных и окказиональных – в массмедийных текстах. Одной из ведущих тенденций для данных типов слов признается расширение производящей базы за счет собственных имен и ключевых слов [1; 5; 6; 7; 10; 11]. Ср.: Китай → **китаизация**, Львов → **львовизация**, Сочи → **сочинизация**, Бандера → **бандеризация**, Шакира → **шакиризация**, олигарх → **олигархизация**, доллар → **долларизация**, Дима Билан → **димабиланизм** и др.

**Ориентация на разговорность** – наиболее влиятельная тенденция массовой коммуникации – проявляется в современном словообразовании многолико: во-первых, через СМИ активно вводятся в общее употребление словообразовательные модели разговорной, жаргонной, профессиональной речи, во-вторых, увеличивается доля экспрессивных словообразовательных моделей, в абсолютном большинстве своем относящихся к разговорной и разговорно-сниженной сфере. Отметим наиболее частотные словообразовательные модели и форманты.

В пространстве языка газеты используются «сильнодействующие модели» разговорной речи: различного типа **конденсаты**, **универбаты**, образованные посредством суффиксов **-к(а)**, **-ик**, **-ник** и др.: **гуманитарка** (гуманитарная помощь), **социалка** (социальная помощь), **наложка** (налоговая инспекция), **нобелевка** (нобелевская премия), **визитка** (визитная карточка), **кредитка** (кредитная карточка), **оборонка** (оборонная промышленность), **напряженка** (напряженное состояние), **прощалка** (завершающая часть передачи В. Познера), **упрощенка** (упрощенная система получения кредитов для малого и среднего

бизнеса), *обменник* (пункт обмена валюты), *жутик* (жуткий фильм, фильм ужасов), *ужастик* (ужасный фильм, фильм ужасов), *мобильник* (мобильный телефон), *дутик* (дугая куртка на пуху), *внедорожник* (вид автомобиля), названия машин по модели: *шестерка*, *девятка*; *сольник* (сольный альбом), *кассетник* (кассетный магнитофон).

В медиатекстах частотны отглагольные существительные с суффиксами **-к(а)**, **-ниј(е)**, **-О-**: *наработки*, *подвижки*, *растаможка*, *пробуксовка*, *раскрутка*, *разбалансировка*, *разбирательство*, *разморозка*, *жвачка*; *распродажа*, *отмывание*, *разгон*, *разгул*, *разогрев*, *развал*, *расклад*; специфически разговорные сокращения: *бомж*, *нал*, *безнал*, *гэбист*, *эфэсбэшник*, *эсэмеска*, *официоз*, *неликвид* (не пользующийся спросом, плохо раскупаемый товар), *телик*, *интим*, *компромат*, *би-би-эска* (Британская корпорация радио и телевидения Би-би-си = BBS); слова-«губки», имеющие неопределенное значение, конкретизируемое ситуацией и контекстом: *дурилка*, *дешевка*, *страшилка*, *зеленка*, *однодневка* (фирма, существующая для перевода денег), *мигалки*, *компьютерные стрелялки* и др.

Присутствие в тексте подобных образований позволяет перевести высказывания из нейтральной или высокой сферы общения в сниженную, неофициальную, фамильярно-интимную или привнести интонации устно-разговорной речи в письменную форму коммуникации, ср.: *К концу советской власти никто не хотел быть кержаком. Это обы-валка была такая: кержак или, если совсем хотели обидеть, чашечник* (Русский репортер, № 8, 2012); *Захватившие парламент исламисты сразу стали лоббировать всякие страшилки наподобие полного запрета алкоголя, причем даже в курортных зонах и на территориях отелей* (РГ Неделя, 05.07.12); ... *наша задача дать понять этим молодым ребятам, что кино это не просто стрелялка, страшилка и так далее, но это ещё и определенная сила, формируемая и вытолкнутая обществом на вершину...* (КП, 25.07.12). Столкновение разностилевых элементов на небольшом текстовом отрезке позволяет автору дать оценку взаимоотношениям власти и народа, обрисовать ситуацию в ироническом или комическом ключе и под. Например: *Депутатов Госдумы лишили мигалок, зато выделили им особые номера, которые отличают буквы Е...РЕ. В народе их уже расшифровывают как «Единая Россия едет* (АиФ, № 6, 2007); *Теперь петербургского пациента «дурки», сбежавшего в ночь на 21 августа, будут искать в столице* (КП, 28.05.10); *В России больше всего воруют «японок»* (т.е. японские автомобили) (КП, 29.07.09); *Обнаженка для народа* (о характере передачи на канале «Домашний». КП, 29.05.09); *«Космический потеряшка» может отбросить Россию на 2 года назад* (заголовки). *ЧП, случившееся в четверг со спутником связи «Экспресс-АМ4», может аукнуться серьезными финансовыми потерями и отбросить развитие российской отрасли связи на несколько лет назад* (КП, 20.08.11).

Ядро эмоционально-экспрессивных значений составляют словообразовательные типы с суффиксами *субъективной оценки* и суффиксами *стилистической модификации*, с помощью которых можно выразить разнообразные оттенки чувств, эмоций, оценок в широчайшем диапазоне и/или придать словам фамильярно-сниженный характер. Выразительная емкость аффиксов субъективной оценки и стилистической модификации активно используется в медиатекстах, например, *вождик*, *демократушка*, *парламентушка*, *депутатушка*, *звездюлька* (о юной знаменитости), *кошмарик*, *пресска*, *небыличка*, *штучечка*, *сбереженьица*, *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, №12, 2008); *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, № 159, 2007); *Ситуацию пытается спасти Александр Градский (который, как попутно выясняется, не любит «журналюг»)* (КП, 10.04.09).

К негативнооценочным относится востребованный в языке СМИ суффикс **-цин(а)**: *беспредельщина*, *дедовщина*, *демократчина*, *компанейщина*, *литературищина*, *митинговщина*, *обыденщина*, *преобразованищина* и др. С помощью слов, включающих в свою структуру эту морфему, можно выразить отрицательную оценку общественных явлений, политических, идейных течений и т.п. В настоящее время эта словообразовательная



модель очень активно реализуется от имен собственных: *Лужков* → *лужковщина*, *Жириновский* → *жириновщина*, *Анпилов* → *анпиловщина*, *Зюганов* → *зюгановщина*, *Березовский* → *березовщина*, *Собчак* → *собчаковщина*, *Гайдар* → *гайдаровщина*. Например: *Премьер призвал единороссов не обращать внимания на ярлыки, бороться с коррупцией и опасаться «компанейщины»* (КП, 06.12.11), *О Хармсе, чье столетие выпадает на 30 декабря, как ни скажи с пафосом и официальной, – все непременно выходит дрянью и гадость. Да и неправда* (ЛГ, 28.12.05); *Жаль, что молодежь охватила собчаковщина* (АиФ, №34, 2004); *Есть идеология – зюгановщина...* (КП, 02.03.04); *... навязшая у всех в зубах «жириновщина»...* (из выступления Г.Зюганова. КП, 09.04.09); *Лужкова нет, а лужковщина еще осталась* (КП, 21.10.2010); *Гофманщина по Чичикову* (заголовок. МК, 22.09.05).

Экспрессивно маркированными являются слова с суффиксами *-ух(а)*, *-л(о)*, *-ак*, *-яж*: *групповуха*, *неvezуха* (разг. 'Постоянные неудачи; невезение'), *бормотуха* (разг. 'Дешевое красное вино'), *прессуха*, *неуставнуха*, *развлекуха*, *степуха*, *бабло* (жарг.), *пивняк*. Например: *Юрий Шевчук: «Стоит ли борьба за бабло войны между народами?»* (заголовок. КП, 24.07.08); *знаменитый лондонский пивняк* (КП, 20.01.04); *В советские времена такая «групповуха» <коллективный рапорт контрактников об увольнении> могла закончиться образцово-показательным трибуналом* (КП, 05.10.02); *Поднятый шум – чья-то «заказуха»* (АиФ, № 48, 2004); *крепчает холуяж в России ....* (КП, 24.02.04).

Существительные имеют разнообразный репертуар экспрессивных суффиксов, в кругу которых многочисленны и разнообразны существительные со значением лица: *-ак(а)*, *-ак*, *-ач*, *-аг(а)*, *-аль*, *-ень*, *-ун*, *-с(а)*, *-Ø* и др.: *коммуняка* (разг. презр. 'Сторонник коммунистической идеологии'), *хунтарь* (о членах ГКЧП, возглавивших путч в августе 1993), *вольняга* (вольнонаемный рабочий в местах лишения свободы), *хлипак* (хлипкий, хилый человек), *звездач*, *хохмач*, *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 разбухенной 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); *Выходят на арену звездачи* (об участниках шоу «Цирк со звездами». КП, 06.03.07); *Хохмач и весельчак Иван Ургант в последнее время не частый гость в Интернете* (КП, 04.07.10). Значительное число в кругу личных существительных составляют *универбаты*: *киношник*, *гуманитарник*, *налоговик*, *бюджетник*, *мыльник* (создатель мыльной оперы), *силовик* (руководитель силового министерства), *боевики* (террористы), *теневик* (представитель теневой экономики), *оборонщик* (работник оборонной промышленности); *альтернативщик* и *альтернативник* (разг. 'Военнослужащий, проходящий альтернативную службу взамен обязательной военной'), *левак* (разг. неодобр. 'Водитель, использующий личный или служебный автотранспорт для дополнительного заработка'). Активно представлены в газетных текстах усеченные слова: *неформал*, *нелегал*, *виртуал* и др.

Разговорные и экспрессивные словообразовательные модели приобретают в журналистских текстах социальную ориентированность и выступают в качестве социально-оценочных номинаций. Отметим, что включение в речевые произведения производных слов разных стилистических регистров организует стилевую гетерогенность медиатекста, в то время как контрастное соположение языковых единиц позволяет автору построить эмоциональные, образные, метафорические высказывания и реализовать необходимое коммуникативное задание (сообщить, доказать, аргументировать, осмеять, дискредитировать и т. п.).

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 незуальных образований, ср.: *бывшевики*, *волчеризация*, *прихватизация*, *мафиократия*, *мэриози*, *наспартачить*, *нюворшишки*, *спёрбанк* и др. Например: *Суперновость все катилась и катилась, приобретая*



**мамонтастические** <мамонт + фантастический> **масштабы** (Изв., 02.04.12); ... **милейший автор ... скреативила** некий **опус** (ЛГ, № 12 – 13, 2012); **Гипнотически-брутальная ганстерская фантазия о расправе над неверным любовником...** (Изв., 02.04.12); **Очень «душеподъемный»**, очень по-соросовски «полезный» для оккупированных территорий **тезис** (ЛГ, 28.12.05).

Окказиональные единицы 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 «егэишники» 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, № 19, 2007), *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*; **саловики** = *сало+силовики* (*Пока «саловики» бастуют против предвыборного сдерживания низких цен на «украинский наркотик»...* АиФ, №43, 2004); **Питерня** = *Питер+пятерня* (*Рука Санкт-Петербурга дотянулась до Хабаровска*. НГ, №8, 2005); **Муницытленок** = *Муниципал+цытленок* (РГ, 14.09.07); **шнобелевка** = *Шнобель+Нобелевка* (*В издательстве АСТ вышла книга Марка Абрахамса «Шнобелевские премии» – летопись самого смешного приза в истории науки... Стручков получил премию в 1992 году. На следующий год «шнобелевка», наоборот, досталась коллективу из 976 авторов из США, Новой Зеландии, Польши, Израиля, Люксембурга*. КП, 04.10.07). Ср. примеры, приведенные И.С. Улухановым: **видиот, дерьмократы, искамазиться, мемуаразм, шлангокоон** (*шланг + Лаокоон*).

Картина представления современного словообразования будет неполной, если не обратиться к коммуникативно-прагматическому предназначению процессов и результатов словообразования, которые не только означивают реальный мир (*номинативная функция*), но обеспечивают отражение в результатах словотворчества субъективных оценок говорящих и пишущих (*экспрессивно-прагматическая функция*) и участвуют в создании текста (*текстообразующая функция*). Подход к словообразованию с позиции говорящего и слушающего выдвигает на первый план задачи, связанные с объяснением того, каким образом производные слова участвуют в построении текстовых смыслов. 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, № 12 – 13, 2012).

Коммуникативный аспект морфем и словообразовательной структуры русского слова в теоретическом плане недостаточно исследован, но в то же время в речевой практике современных журналистов задействован очень активно. Дело в том, что производные слова, в отличие от непроизводных лексем, представляют собой и результат деривации, и образец, по аналогии с которым возможно создание, «придумывание» подобных лексем, следовательно, во вторичных словах заложен тот творческий потенциал, который позво-



ляет обслужить любые номинативные задачи и включиться в воплощение текстового замысла.

Можно выделить две основные области креативного использования морфем. Первая сфера включает в себя ресурсы, заложенные в системе и норме языка (например, стилистически маркированные словообразовательные модели). 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, № 12-13, 2012); *Униженные и уязвленные. Посильнее обидеться – или побыстрее помириться?* (РГ Неделя, 05.07.12); *недооцененный «как бы писатель» – список переоцененных писателей* (ЛГ, № 12 – 13, 2012); *ПОРНОнет, или как разделить Интернет на хороший и плохой, не ущемляя своей свободы* (АиФ, № 3, 2008).

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, которые можно рассматривать как риторический прием нанизывания однокоренных лексем. Например: *ПЕТЕРБУРГ СОДРОГНУЛСЯ ОТ РАСКОЛА* (заголовок. Аргументы недели, 17.01.08) – в *Летнем саду раскололась на две части огромная порфиновая ваза, подарок шведского короля Николаю I – осколок – отколовшийся кусок*. Выразительность приема строится на многозначности слова, вынесенного в заголовок, семантизация которого осуществляется уже в тексте, на фоне то сближающихся, то расходящихся в семантике «родственников». Ср. также: «*ОТКОС*» *ПОЗВЕЗДНОМУ* (заголовок. АиФ, № 6, 2007) – «*откосить*» от армии – социальный статус «*косящего*»; *смех* (выявим, так сказать, социальные корни такого явления, как телевизионный смех) – профессия человека, *смеющего публику* – *смех* любой ценой – *несмеющийся Тарковский* (ЛГ, № 2 – 3, 2006).

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, № 8, 2012); *Новая сборка общества; реформаторы 90-х демонтировали не только советский народ, но и общество, а собрать ничего не смогли...* (ЛГ, № 12 – 13, 2012); *О пользе бесполезного; Партминимум и партмаксимум. КПСС была не частью целого в соседстве с другими частями, всеохватывающим и всерегулирующим явлением...* (ЛГ, № 12 – 13, 2012). 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).

Итак, в нашей публикации мы стремились охарактеризовать деривационные процессы, связанные с созданием суффиксальных имен существительных, и рассмотреть востребованные в массмедийном языке словообразовательные модели и форманты на шкале «нейтральное – стилистически маркированное». Существенным в проведенном исследовании представляются характеристики коммуникативных свойств производного слова и его творческого потенциала.

#### Список литературы

1. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке: Учебное пособие для студентов вузов / Н. С. Валгина. – М., 2003. – 304 с.
2. Вендина Т. И. Русская языковая картина мира сквозь призму словообразования (макрокосм) / Т. И. Вендина. – М., 1998. – 240 с.





3. Винокур Т. Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц / Т. Г. Винокур. – М., 2007. – 238 с.
4. Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства / Е. А. Земская // Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995). – М., 2000. – С. 90 – 141.
5. Земская Е. А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь / Е. А. Земская. – М., 2004. – 688 с.
6. Ильясова С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – М., 2009. – 296 с.
7. Касьянова Л. Ю. Когнитивно-дискурсивные механизмы неологизации: монография / Л. Ю. Касьянова. – Астрахань, 2009. – 320 с.
8. Казак М. Ю. Интегративная теория словообразовательного гнезда: грамматическое моделирование; квантитативные аспекты; потенциал; прогнозирование / М. Ю. Казак. – Дисс. ... д-ра филол. наук. – Белгород, 2004. – 477 с.
9. Клупшина Н. И. Стилистика публицистического текста / Н. И. Клупшина. – М., 2008. – 244 с.
10. Костомаров В. Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики / В. Г. Костомаров. – М., 2005. – 287 с.
11. Попова Т. В. Неология и неография современного русского языка: учеб. пособие / Т. В. Попова, Л. В. Рацибурская, Д. В. Гуцунава. – М., 2005. – 168 с.
12. Складаревская Г. Н. Введение / Г. Н. Складаревская. // Толковый словарь русского языка конца XX в. Языковые изменения. Под ред. Г.Н. Складаревской. – СПб., 1998.

## CONTEMPORARY WORD FORMATION IN MASS MEDIA: GENERAL PROCESSES IN SUFFIXAL NOUNS

**M. Y. Kazak**  
**N. A. Beketova**

*Belgorod National  
Research University*

*e-mail:  
kazak@bsu.edu.ru*

The article deals with the suffixal nouns functioning in contemporary media texts. The authors ranks neutral and stylistically marked word formation models and observes communicational-pragmatic features of derivative words.

Keywords: language of mass media, stylistically marked word formation means, creative potential of word formation.