

**РОЛЬ СМИ В КРЕАТИВИЗАЦИИ ЛЕКСИКОНА
СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА**
**ROLE OF THE MEDIA IN CREATIVIZATION
OF MODERN RUSSIAN LANGUAGE LEXICON**

Елена Маркова

Кафедра русистики УКМ в г. Трнава - Кафедра РКИ и культуры речи МГОУ

В статье рассматриваются некоторые лексико-словообразовательные особенности современного медиа-дискурса, играющие роль в креативизации лексикона современного русского языка. К ним относятся использование жаргонной лексики, языковая игра, универбация слов и словосочетаний, деривационные форманты, имеющие ярко выраженный эмоционально-оценочный компонент. Рассмотренные явления имеют значение и в лингводидактическом аспекте, при работе с текстом в иноязычной аудитории.

This article discusses some of the lexical features of word-formation of the modern media discourse, playing the role of kreativization in the lexicon of modern Russian language. These include the use slang words, language game, univerbation words and phrases, derivative formants, having an emotional and evaluative component. Considered phenomena are significant in the lingvodidactic aspect, when you work with text in a foreign language audience.

Ключевые слова: язык масс-медиа, креативная лингвистика, словообразовательные средства

Key words: the language of mass media, creative Linguistics, elements of the derivation

Революционное развитие масс-медиа на рубеже XX-XXI вв. привели не только к формированию медиaprостранства и специфической медийной среды, где протекает особая глобально-виртуальная жизнь общества и отдельного человека, но и ряду изменений в познании, мировосприятии и даже строе мышления человека. В эпоху активного развития средств массовой информации пристальное внимание лингвистов вызвал медиатекст. На сегодняшнем этапе изучение особенностей медиатекста – одно из наиболее развивающихся и востребованных направлений в филологии. С позиции медиалингвистики текст рассматривается не только как лингвистическое явление, но и как явление культурологическое.

Средства массовой информации играют большую роль в перемещении языковых единиц из узкоспециальных (в том числе жаргонных, просторечных, профессиональных) сфер общения в общелитературный язык. Все, что используется сегодня в бытовой речи, допускается в письменные тексты: на страницы газет, художественных произведений. Постоянное присутствие жаргонизмов в газете как бы стабилизирует их,

снижает их жаргонный характер. Язык прессы и звучащих средств СМИ все менее смыкается с книжно-письменным типом литературного языка, и это не может не сопровождаться раскачиванием и расшатыванием литературной нормы, взрывом окказионального словообразования, размывающего общепринятые представления о правилах употребления и функционирования различных грамматических категорий. В этих условиях происходит демократизация речи, которая связана с обновлением литературного языка за счёт внутренних языковых ресурсов, за счёт заимствований из нелитературных сфер общенационального языка, что ведёт к стиранию стилистических границ.

Нарушения языковых и речевых норм связаны часто не с незнанием её, а с осознанным нарушением или сознательным словотворчеством, «словомейкерством» там, где нормативно узаконена лагуна. Повышенная эмоциональная атмосфера в обществе ведёт к усилению эмоционально-экспрессивного характера звучащей речи, что позволяет говорить не только о демократизации современного русского языка, но и его креативизации, связанном с возрастанием роли прагматических, коннотативно окрашенных элементов. В связи с тенденцией к оценочности и демократизации языка в СМИ проявляется субъективно-объективный характер изложения, динамизм, образность, ярко выраженная экспрессивная окраска. Отмеченная А. Вежицкой в качестве специфической для русской языковой картины мира такая черта, как установка на эмоциональное и нравственно или оценочно окрашенное отношение к миру и к людям (Вежицкая, 1996, 34), на современном этапе развития языка находит все большее и большее подтверждение.

Благодаря тенденции к демократизации литературного языка происходит и процесс «разгерметизации жаргонов». Жаргонная лексика криминальных кругов появляется в языке политиков, журналистов, присутствует в современных масс-медиа, в газетных заголовках, рекламах и объявлениях, в литературных произведениях, звучит по радио, телевидению. Слово начинает бытовать одновременно в жаргонном и общезыковом значении, претерпевая трансформации в семантике (семантически «уплотняясь»), меняя свою стилевую принадлежность и получая экспрессивно-оценочную составляющую.

Активно мигрируют из жаргонов в разговорную часть литературного языка универбаты (разного рода сокращения слов, стяжения словосочетаний в одно слово), при этом получающие ярко выраженный эмоциональный компонент, транслирующие определённое отношение говорящих к объекту речи, как, например, ставшее чрезвычайно популярным слово «*распил* (бюджета)» (АиФ, 22-28.06.2016) (от глагола *распиливать* во вторичном значении 'делить'). В русле универбации отмечается образование прилагательных и наречий из словосочетаний

(типа *прайм-время* передача от *prime-time* 'лучшее время', *двусимочный* (от *две сим-карты*: «двухсимочные» телефоны выглядят модно, красиво» (АиФ, 16-22.02.2011); *допробочное время* ('время, когда на дорогах *не было пробок*') (В «допробочные» времена можно было доехать за 25-30 минут, сейчас время поездки надо умножать в лучшем случае на два (КП, 15.02.2014) и др.

В настоящее время наблюдается активный рост числа семантически компактных отымённых глаголов, образованных на базе словосочетаний. Стяжение глагольно-именного сочетания, сопряжённое с экспрессивизацией и аксиологизацией его значения, в целом находится в русле современной тенденции к универбации. К подобным семантически ёмким глагольным дериватам в русском языке относятся, например, *романти́ть* (от *иметь роман*) в значении 'иметь любовные отношения, встречаться с кем-л.', *пингвини́ть* 'ловить рыбу зимой' (от *сидеть как пингвин*, где *пингвин* имеет специальное значение 'любитель зимней рыбалки' в речи рыболовов-любителей), *курушевели́ть* от *проводить время в Куршевеле* – престижном месте отдыха богатых людей, особенно из России, *крышева́ть* 'защищать, покровительствовать' от *создавать крышу* 'защищать', *пиари́ть* – от *создавать пиар*, *гу́глити́* от названия поисковой системы *Гугл (Google)* и т. п.

В последнее время не только целые лексемы демонстрируют тенденцию развития прагматического компонента семантики, но и словообразовательные форманты: префиксы, суффиксы, целые словообразовательные модели – активизировались в этом плане. Бурные процессы в области словообразования объясняются, главным образом, внеязыковыми причинами: «рост эмоциональной напряжённости в жизни общества активизирует процессы образования эмоционально-экспрессивных типов словообразовательных моделей» (Валгина, 2001, 131). Язык и его возможности отражают общеотрицательные эмоции, господствующие в обществе и скептицизм в отношении к тому, что происходит в экономике, политике, общественной жизни, жизни чиновников, политиков, бизнесменов, поп- и телезвёзд, для передачи которых активизируется огромный пласт новых обозначений. Исследователи русского языка отмечают приоритетность экспрессивных форм при выборе лексической единицы для номинации, а в случае отсутствия таковой – подключение словообразовательных возможностей языка, создание максимально нагруженного экспрессивной оценкой обозначения. Особенно активным в словотворчестве является суффикс *-инг*, что дало основание исследователям назвать это явление «инговым бумом», «инговым цунами»: «Инговое цунами» заимствований, вызванное англо-американизацией современных российских СМИ и русско-английским билингвизмом, развивающимся в молодёжной среде

русофонов, привело к полному усвоению суффикса английского герундия *-ing* и превращению его в терминологический элемент с процессуальным значением, который регулярно присоединяется к основам русских существительных, что ведёт к появлению многочисленных иронических и каламбурных неологизмов – *nomina actionis*» (Коряковцева, 2013, 14). Активны в языке СМИ, рекламе и социальных сетях «инговые» заимствования *коучинг* ‘консультация с персональным наставником по вопросам бизнеса и психологии’, *моббинг* ‘притеснения, разборки’, *рекрутинг* ‘наем рабочей силы’, *толлинг* ‘форма сотрудничества компаний’, *тимбилдинг* ‘сплочение коллектива, команды’, *зиппинг*, зафиксировавшее современную «болезнь» телезрителей – ‘быстрое переключение телевизора с одной программы на другую, чтобы не смотреть рекламу’ (от англ. *zapping* ‘вкрапление’), *каршеринг* ‘совместное использование автомобилей; поминутная аренда автомобиля’, *фаббинг* ‘привычка отвлекаться на мобильные устройства вместо того, чтобы поддерживать разговор с собеседником’ (Словарь перемен, 2014, 21) и др. Примечательно, что в языке масс-медиа данный англоязычный суффикс стал участвовать в образовании номинантов от русских корней, придавая им ярко выраженный экспрессивный характер. В словотворчестве российских журналистов можно встретить такие окказионализмы, как *автобусинг*, *автомобилинг*, *блюдолизинг*, *болванинг*, *ведьминг*, *дурачинг*, *зацепинг*, *магазининг*, *дачинг* ‘пикник у забора дачи высокопоставленного лица’ (Словарь перемен, 2014, 53), *матросинг*, *бросинг* (трансформа устойчивого выражения *поматросить* и *бросить* – о несерьезности ухаживания мужчин), *бухалинг*, *похмелинг* («Керлинг – это не наше. Жаль, в Ванкувере не было медалей по *бухалингу* и *похмелингу*») (КП, 11.03.2010).

Активно образуются на русской почве глаголы от существительных с суффиксом *-инг*, что является свидетельством их дальнейшего освоения русским языком: *шопинговать* ‘совершать *шопинг*’, *прессинговать* ‘осуществлять *прессинг*, *демпинговать* ‘резко снижать цены’, *рейтинговать* ‘выводить *рейтинг*’, *кастинговать* ‘проводить *кастинг*’, *пирсинговать* ‘подвергаться *пирсингу* (‘прокалыванию’), *тюнинговать* (от *тюнинг*) ‘видоизменять, украшать внешний вид машины, а также (перен.) внешность человека’ и т. д.

Много композитов образуется с новым префиксоидом с семантикой превосходной степени качества *чудо-*, что чрезвычайно актуально для настоящего времени, характеризующегося расцветом рекламы с её настойчивостью расхвалить и навязать «все самое лучшее»: *чудо-порошок* (из рекламы стирального порошка), *чудо-белье*; *чудо-чай* и т. п. К префиксоидам, помогающим создать экспрессивно-оценочные компактноминации в духе времени, относится и префиксоид *нано*: *нанодороги*;

наноконплекс; нанороботы, нанобельё и др. Элемент *нано-* стал типичным рефлексом – лексемой, вызывающей рефлексивные размышления по поводу её значения и употребления, например, в таких контекстах: «Все только и говорят, про *нано-что-то-там...*». «Но шумиха вокруг нанотехнологий обогатила эту приставку и новым смысловым оттенком: *нано* – значит новейший, продвинутый, передовой, высокотехнологичный. Значение это особо греет душу рекламщикам: ... тут и *iPod nano*, и сигареты *Kent nano*, и *наноЯндекс*, и какие-то *нанооптимизаторы*, и *наноноски*, и *нанокремы*, и даже *нанотрусы* с биофотонами» (Русский язык начала XXI в., 2014, 164).

Из наиболее продуктивных эмоционально-оценочных префиксов можно назвать приставки со значением высокой степени качества, признака, среди которых лидирует по частотности *супер-*, активно используемая в настоящее время в рекламе и имеющая практически безграничную сочетаемость: *супербабушка; супердиетический; суперсовременный; суперкрутой суперпамять; суперпомидоры* и т. п.. Среди других префиксов размерно-оценочной семантики, возрастание словообразовательной активности которых учёные связывают с процессом «глобализации», продуктивность демонстрируют также *гипер-*, *мега-*, *ультра-*: *гипернакрутка, гиперответственность, гиперлюди, гиперсексуальность, гиперинтересно* и т. п.; *мегафабрика, мегаферма, мегамагазин, мегаолигарх, мегапопулярность, мегановость, мегафорум, мегарттия, мегарейтинговый, мегасенсация, мегасделка* и др.; *ультрамодный, ультрасовременный* и под. «Новообразования с данными префиксами отражают усиление социальной оценочности в период ремаркации социальных ценностей в России» (Русский язык начала XXI в., 2014, 158-159).

В рамках глагольного словообразования можно отметить активную тенденцию к перфективации, причём большинство приставок, образующих перфективные глаголы, являются акциональными, меняющими значение глагола в соответствии с тем или иным способом глагольного действия. Чаще всего в современном глагольном словотворчестве наблюдается совмещение различных аспектуальных значений, осложнённое дополнительными оценочными значениями осуждения, несогласия, иронии, насмешки, сочувствия и др. В русле тенденции к усилению перфективности появляются многочисленные окказионализмы с двойными и даже тройными формантами: двумя или тремя префиксами, префиксом и постфиксом *-ся*. По аналогии со знаменитым *понаехали*, отражающем ситуацию активной миграции населения в московский регион (один из последних примеров: «*понаехавшие* краснодипломники», АиФ, 22-28.06.2016), был образован глагол *понаоставались* (Говорят, в Москве осталось всего 10% коренных

москвичей. – *Поаоставались* тут! (КП, 17.04.2009). Широко распространёнными в современной публицистической речи являются глаголы с префиксам *до-* и постфиксом *-ся* со значением отрицательной результативности, сопровождаемым оценкой осуждения: *доработаться, дописать, дозаниматься, дочитать, доотмечаться, допомогаться* и т.п. «Так разговаривали поздние коммунисты и *доразговаривались*» (АиФ, 22-28.06. 2016). Со значением интенсивности и полноты действия, имеющего отрицательный результат, можно отметить новые префиксальные глаголы *зациклиться, обкуриться* (откуда *обкуренные*), *огламурить* (откуда причастие *огламуренные*), *задружиться* и т. п.

Активны и перфективные окказионализмы со значением изменения действия: *очеховить* (т. е. изменить в духе Чехова) («У меня огромное желание Горького *очеховить*», то есть воплотить ту психологическую тонкость драматургии, которую обычно при постановке его пьес опускают» (КП, 23.11.2010); *ускромнить* («...теннисисток, которые стали радовать взгляд красивыми нарядами вместо скучно-спортивного унисекса, теперь пытаются всячески *ускромнить*» (МК, 28.01-04.02. 2009).

Глагольные новообразования, как и другие неологические явления, зачастую связаны с какими-л. злободневными, насущными, широко обсуждаемыми явлениями, событиями, которые у всех «на языке» и которые становятся основой и для словотворчества. В связи с недовольством системой ЕГЭ в оценке знаний школьников появилось много глагольных окказионализмов, в которых обыгрывается это слово в разного рода отрицательных, разоблачительных контекстах: *ЕГЭ-кнуться* («Совсем *ЕГЭкнулись*. На прошлой неделе сотрудники российских вузов оказались поражены заявлением, что подготовительные курсы в вузах не нужны. Школьной подготовки к сдаче ЕГЭ и к поступлению вполне достаточно» (МК, 15-22.09. 2010), *обЕГЭрнуть* (языковая игра с *объегорить* ‘обмануть, обвести вокруг пальца’) (Как *обЕГЭрнуть* государство. 10 видов мошенничества с результатами Единого госэкзамена (МК, 13-20.05.2009). После громких скандалов о присвоении больших сумм денег чиновниками, причастными к строительству олимпийских объектов в Сочи, в СМИ появился глагол *солимпиадить* (созданный по модели бытовавшего в разговорной речи советского времени глагола *скоммуниздить* ‘украсть’) в значении ‘совершить хищение бюджетных средств’ (Словарь перемен, 2014, 25).

Активно образуются от глаголов, а также прилагательных абстрактные существительные с формантом *-(из)ация*, основанные по модели прецедентных текстов советского периода – ‘*электрификация всей страны*’, ‘*всеобщая мобилизация*’, обозначающие злободневные явления в нашей общественной жизни и отличающиеся яркой оценочностью:

долларизация; пинкодизация; менеджеризация; путинизация и депутатизация; тандемизация; вертикализация (власти) и пр. Интересный пример представляет собой окказионализм *десовестизация* (букв. 'утрата совести') (АиФ, 22-28.2016), демонстрирующий не только продуктивность рассматриваемой модели, но языковую игру, также чрезвычайно частотную в языке СМИ, т. к. созвучно известному деривату *десоветизация*.

Приведённые примеры демонстрируют ярко выраженную эмоционально-оценочную составляющую. «Благодаря возможностям глагольной модификации нюансы и оттенки в характере протекания действия могут быть представлены под эмоциональным углом зрения, а, следовательно, языковая концептуализация характера протекания действия в русском языке обладает ярко выраженным экспрессивно-прагматическим характером, что создаёт благоприятные условия для различных форм воплощения лингвокреативного мышления» (Ремчукова, 2010, 204).

В результате масс-медийного словотворчества возможна семантическая эволюция, «семантический дрейф» лексем, чаще всего в направлении от конкретного к абстрактному, максимально размытому, как произошло, например, со словом *майдан*. Известное в украинском языке как номинация площади, это слово на наших глазах превратилось в символ недовольства властью, протеста, противостояния, в результате чего стали возможны многочисленные новообразования с данным корнем: *антимайдан*, *евромайдан*, *майданить* 'митинговать, выступать против власти, быть в оппозиционном лагере', *майдануться* 'сойти с ума на почве митинговых настроений', *майданутые*, словосочетания *второй майдан*, *повторить майдан*, *выйти на майдан*, *призывать к майдану*, *вспомнить майдан* и т. п.

В заключение нужно признать, что можно только констатировать те или иные тенденции в развитии языка, характерные для сегодняшнего временного среза и запечатлённые в масс-медийном дискурсе, но ещё рано судить о значимости происходящих языковых перемен и о том, какие неологические явления, в изобилии появляющиеся в СМИ, превратятся в языковые факты, ведь «язык не склад, а сито: мелкое, преходящее, незначительное просеивается, а остаётся только то, что заслуживает хранения» (Верещагин, Костомаров, 1990, 45). Вместе с тем окказиональные факты представляют интерес не только с точки зрения фиксации определённых общественных явлений и выражения отношения к ним социума, но и в лингводидактическом аспекте, т. к. создаются в соответствии с продуктивными деривационными моделями и со всей очевидностью демонстрируют механизмы словообразования, семантический и креативный потенциал тех или иных слово-

образовательных формантов. В связи с этим рассмотренные явления могут стать предметом анализа и комментирования в иностранной аудитории, помогут приобщиться к русской языковой стихии, проследить её тенденции, увидеть возможности русского словарного моделирования и ощутить особенности русского креативного мышления.

Литература

ВАЛГИНА, Н. С. 2001. Активные процессы в современном русском языке. М.: Логос. ISBN 5-94010-092-9.

ВЕЖБИЦКАЯ, А. 1996. Язык. Культура. Познание / Пер. с англ.; отв. ред. и сост. М. А. Кронгауз. М.: Русские словари. ISBN 5-89216-002-5.

ВЕРЕЩАГИН, Е. М. – КОСТОМАРОВ, В. Г. 1990. Язык и культура. М.: «Русский язык». ISBN 5-200-01076-4.

МАРКОВА Е. – ГРИГОРЯНОВА Т. 2016. Динамические аспекты лексики современных славянских языков. Врпо: TRIBUN EU.

РУССКИЙ язык начала XXI века: лексика, словообразование, грамматика, текст. Коллективная монография. Н. Новгород, 2014, С. 8-65.

РЕМЧУКОВА, Е. Н. 2010. Креативный потенциал русской грамматики. М.: URSS. ISBN 978-5-397-01614-8.

СЛОВА, с которыми мы встречались: Словарь общего жаргона. 1999. / Под ред. Р. И. Родиной, О. П. Ермаковой, Е. А. Зелиной. М.: Азбуковник. ISBN 5-89285-013-7.

СЛОВАРЬ перемен – 2014. 2015. М.: Три квадрата. ISBN 978-5-94607-20014-5.

ТОЛКОВЫЙ словарь современного русского языка конца XX века. Языковые изменения / Под ред. Г.Н. Складневской. М.: Астрель, 2005.

Информационные источники и их сокращения

Аргументы и факты (АиФ)

Комсомольская правда (КП)

Московский комсомолец (МК)

Публикуется в рамках проекта «*Медии. Език. Общество: проблеми и перспективи*» Университет "Проф. д-р Асен Златаров" в г. Бургас (Болгария), (Договор № НИХ - 379 / 2016 г. от 27.05.2016 г.