

УДК 811.161.1`373.43

*Л.А. Годуйко, О.М. Подоровская*

## НЕОЛОГИЗМЫ НА СТРАНИЦАХ СОВРЕМЕННЫХ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

В статье дается комплексная, многоаспектная (семантика, тип языковой единицы, структура, происхождение, частеречная принадлежность, способ деривации, стилистическая принадлежность) характеристика новообразований современного русского языка на примере газет, издаваемых в Беларуси и России.

Такие существенные признаки лексической системы любого языка, как открытость и динамизм, всегда интересовали лингвистов. Но «лавинообразный» процесс неологизации русского языка на рубеже веков обусловил актуализацию исследований, связанных с анализом языковых новообразований.

Своеобразным перекрестком тех процессов, которые происходят в разных сферах русского языка, стал язык СМИ. Как отмечают авторы книги «Неология и неография современного русского языка», сегодня газета «значительно быстрее всех других жанров письменной речи отражает сдвиги, которые происходят во всех сферах жизни общества, и в большинстве случаев является первым письменным источником, фиксирующим рождение новых слов, значений и выражений, претендующих на вхождение в общеупотребительную лексику» [1, с. 24].

Материалом нашего исследования стали 775 языковых единиц с оттенком новизны, извлечённые методом сплошной выборки из газет «Советская Белоруссия» (СБ), «Комсомольская правда в Белоруссии» (КПвБ), «Московский комсомолец» (МК), «Вечерний Брест» (ВБ), «Брестская газета» (БГ), «Заря», «Брестский вестник» (БВ), «Полесская правда» (ПП) за 2006 и 2007 годы.

Неологизмы, функционирующие в современных печатных СМИ, чрезвычайно разнообразны, что позволяет классифицировать их по различным признакам.

Так, по характеру обозначаемой реалии единицы с оттенком новизны составляют пять типов (рисунок 1).

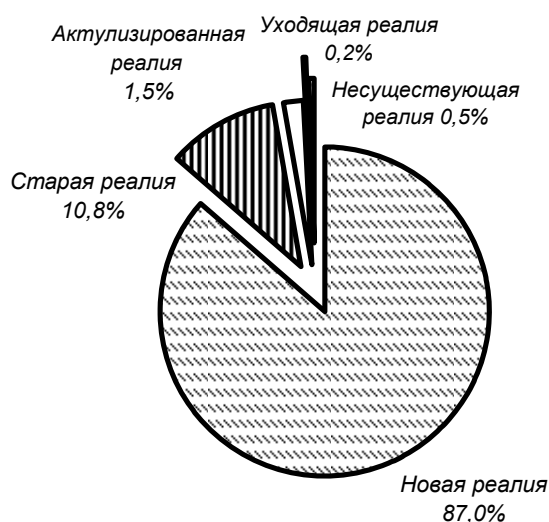


Рисунок 1 – Типы неологизмов по виду обозначаемой реалии

Наиболее многочисленны (и это вполне закономерно) новообразования, называющие новую реалию: *ЕС, трансжиры* ‘трансгенные жиры, которые представляют собой мутацию природных’, *LDE* ‘Long Delay Echo’ (долгая задержка радиозаха), *мобилизировать* ‘купить кому-либо мобильный телефон’, *timoшенковец*, *фильм-катастрофа*, *реалити-шоу*, *фейс-контроль*, *биомебель*, *панорамный лифт*, *термошов*, *брендінг*, *файер-шоу* ‘фестиваль, праздник, где основным номером программы является номер с огнём, фейерверком, танец с горящими предметами’ и т. д. – всего 674 единицы. Многочисленность данной группы свидетельствует: неологизмы создаются в первую очередь для обозначения новой реалии, того, для чего ещё нет названия.

Неологизмов, обозначающих старую реалию, меньше: *гражданский брак*, *гибэдэдэшник*, *теневи́к*, *наркотрафик* и др. – 84 примера. Многие слова данной группы являются жаргонными или сленговыми названиями старых реалий и имеют синонимы в литературном языке: *молодняк* – молодёжь, подростки, *бойфренд* – парень, друг, приятель.

Отдельными примерами представлены наименования актуализированных реалий, например: *работорговка*, *завербовать*, *пионерия*. Данные слова вернулись в активный словарь русского языка вместе с актуализацией того или иного явления. Так, в Беларуси возобновила деятельность пионерская организация (очень массовая во время существования СССР), и вместе с ней вернулась и целая словообразовательная парадигма: *пионер*, *пионерский* и др.

Нечасты в СМИ неологизмы, называющие несуществующую, гипотетически представляемую (*светоид*, *умный дом*, *криптонит* ‘мифический, придуманный камень, который способен убить Супермена, героя многочисленных комиксов и фильмов’) или уходящую (*реприватизация*) реалию.

Зафиксированные неологизмы составляют 21 тематическую группу (рисунок 2).

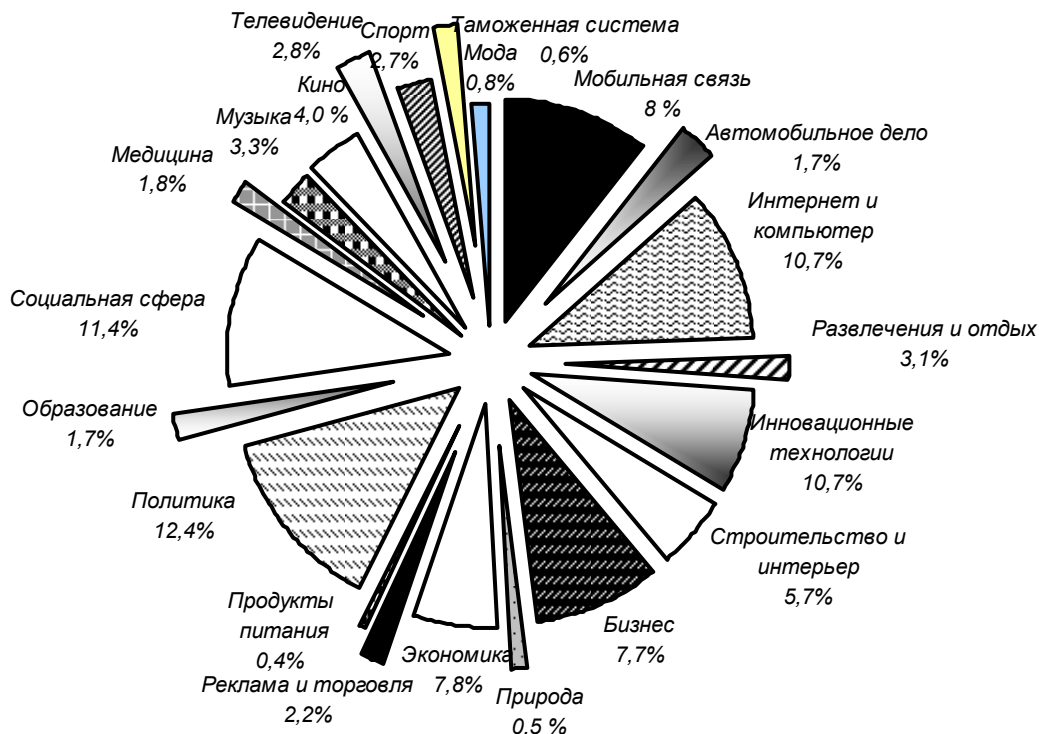


Рисунок 2 – Тематические группы неологизмов

Из них наиболее многочисленными являются: «Интернет и компьютер» (*Интернет-вести*, *сканер*, *сайт*, *оргтехника*, *ноутбук*, *активировать*, *электронный*

адрес, технология xDSL, ЖК-дисплей, качалка ‘специальная программа для скачивания программ’, прога ‘программа’, спам и др.), «Иновационные технологии» (*термошов, медиаэлемент, мегапиксельный, мультимодальный*), «Мобильная связь» (*SMS-диалог, эсмэситься, GPRS-трафик, MMS-инфо, EDGE, роуминг, сотовый оператор, USSD-команда* и т. д.), «Политика» (*экзит-пул, нацпроект, померанчевый, БРСМ*), «Социальная сфера» (*тинейджер, звёздность, шоу-бомонд, поколение next, бойфренд, раскрутить*, окказ. *отравитель* ‘продавец некачественных алкогольных напитков, которые приводят к серьёзным отравлениям’: «Объявлен бой *отравителям*» – ВБ. – 2006. – № 4. – С. 1), «Экономика» (*евро, центик* ‘уменьшительно-ласкательное название цента, денежной единицы многих стран’, *чёрный нал, финансовая пирамида, оффиор* ‘виртуальная зона, куда «помещают» деньги для свободного их использования’, *контрафактный, дефолт, грант* ‘форма дополнительного финансирования научных исследований в виде определённых дотаций’, *ипотека, стричь лавандос* и т. д.), «Бизнес и профессиональная деятельность» (*агрофирма, тайм-менеджмент, топ-менеджер, УП* ‘унитарное предприятие’, *ипэшиник, мерчендайзер, гастарбайтер, рекламный агент, корпоративная культура* и др.).

Количественный и качественный состав тематических групп неологизмов является вполне закономерным отражением происходящих в обществе, науке, экономике, искусстве и т.д. процессов.

По типу языковой единицы исследованные неологизмы делятся на неолексемы, неосемемы и неофраземы (рисунок 3).



Рисунок 3 – Неологизмы по типу языковой единицы

Значительную группу составляют неофраземы (к ним относим также пословицы, поговорки и т. п.): *птичий грипп, интерактивное телевидение, магнитная карточка, чёрный нал, информационное поле, хромая утка* ‘человек, связанный с политической жизнью страны или мира, который скоро может лишиться власти’, *одно окно, грин карта* и т. д. – 79 единиц.

Зафиксированные неофраземы – сочетания слов – представлены несколькими моделями, среди которых: имя прилагательное + имя существительное: *газовая принцесса, информационная война, рекламная игра, тарифный план, дисконтная карта, системный блок* и т. д. – наиболее продуктивная модель (51 пример); имя существительное + имя существительное: *алмаз знаний* ‘здание национальной библиотеки Республики Беларусь, построенной в виде алмаза’, *бой без правил, культ неприличности* и т. д. (5 единиц); глагол + имя существительное: *сменить масть, откатать пальцы, фильтровать базар* и т. д. (4 неофраземы).

Пословицы, поговорки и составные наименования с оттенком новизны в печатных СМИ часто строятся на обыгрывании соотношения фразеологической мотивирующей базы и окказионального словосочетания. В последнем один из компонентов похож фонетически и структурно на компонент узуального устойчивого сочетания слов: **Вася Сиятельство** ← Ваше Сиятельство + Вася (В. Якеменко, глава российского госкомитета по делам молодёжи).

Следует отметить, что во многих печатных СМИ заголовки набираются версаликом, потому такие замены сразу видны не всегда, например: **ВОЕННО-ПОЛЕВЫЕ МУЧЕНИЯ; БОЛЬШОМУ КУСКУ МРОТ РАДУЕТСЯ** ← большому куску рот радуется + МРОТ (минимальный размер оплаты труда). В случае же **ХОРОШИЙ ЧИНОВНИК – «МЭРТ»ВЫЙ ЧИНОВНИК** ← хороший индеец – мёртвый индеец + МЭРТ (Министерство экономического развития и торговли) мотивирующая аббревиатура выделена кавычками, а в заголовке **НЕТ ПРЕДЕЛА СВРШЕНСТВУ** ← нет предела совершенству + СВР (Служба внешней разведки), поданном черным цветом, мотивирующее слово СВР выделено серыми буквами, и потому его появление в устойчивом сочетании становится очевидным, заметным сразу. (Все примеры – названия статей в МК за 2007 год.)

Использование подобных неофразем в качестве заголовка привлекает внимание читателя – это своеобразная загадка, разгадка которой кроется в статье. Поскольку заголовков тесно связан с текстом, то на значение неофраземы накладывает отпечаток и широкий контекст, например: статья о работе инспекторов ГИБДД на трассе «Дон» (Московская область) называется **ПРАВИЛА ХОРОШЕГО «ДОНА»** ← правила хорошего тона + «Дон» (МК. – 2007. – № 223. – С. 7), аналогично: **РОССИЯНАМ ПРОДАДУТ МАШИНУ БРЕМЕНИ** ← машина времени + бремя (материал о машинах, покупаемых в кредит; МК. – 2007. – № 224. – С. 2); **ПОЧУВСТВУЙТЕ РОЗНИЦУ** ← почувствуйте разницу + розница (статья о повышении налоговой ставки на продажу товаров в розницу, что привело к повышению цен на продукты; МК. – 2007. – № 230. – С. 1); **НОТКИНА ГРАМОТА** ← нотная грамота + Ноткин (интервью с тележурналистом Борисом Ноткиным, где он рассказывает о некоторых премудростях журналистской профессии; МК. – 2007. – № 224. – С. 11).

Кстати, в некоторых случаях добавочное значение, которое несёт в себе модель мотивирующей фраземы, в процессе прочтения статьи разрушается. Так, название **ДОЛГИЕ ПУТЕПРОВОДЫ – ЛИШНИЕ СЛЁЗЫ** (ср. *долгие проводы – лишние слёзы*) настраивает на отрицательную оценку событий, о которых пойдет речь. Но в материале повествуется о ремонте мостовых в Москве в ускоренном режиме и в несколько этапов, чтобы не закрывать все полосы движения и не создавать неудобств водителям (МК. – 2007. – № 224. – С. 9). На наш взгляд, такой заголовок при всей своей броскости не совсем удачен.

В неофраземе **КУрьер КУльтуры** (название рубрики в газете «Московский комсомолец») графически актуализированные слоги совпадают со звукоподражанием «ку-ку», которое используется как элемент детской игры («Я здесь»), а в разговорной речи имеет негативную коннотацию и обозначает неадекватную реакцию, нестандартное поведение, мышление и т. д.

Следует отметить, что в некоторых случаях тип языковой единицы определяется неоднозначно. Например, по своей структуре пример **гражданский брак** – неофразема, т. к. является устойчивым сочетанием двух слов, как, например, **газовая война**. Однако этот неологизм (точнее, прилагательное **гражданский**) можно отнести и к неосемемам. Мы склоняемся именно к последней точке зрения, поскольку неофразема получила новую жизнь благодаря переосмыслению своего значения. При этом старое значение, появившееся приблизительно в 1920-е годы, утратило свою актуальность. Под гражданским

браком теперь понимают в первую очередь незарегистрированный брак. Зарегистрированный брак (не церковный, а именно брак перед государством и обществом) теперь не имеет своего названия и требует в речи особых пояснительных оборотов.

Неосемем отмечено 11: *серый* ‘полулегальный’, *висеть* ‘находиться на Интернет-странице’ («До сих пор на официальной Интернет-странице мэрии *висит* его поздравление...»). – КП. – 2006. – 11 января. – С. 4), *кинуть* ‘обмануть, совершить финансовые махинации’ и т. д. Основными путями развития новых значений, возникновения неосемем являются метафора (*тарелка* ‘спутниковая антенна, по форме напоминающая тарелку’, *кирпич* ‘мобильный телефон большого размера’, *Сеть* – 1) ‘Интернет’ и 2) ‘совокупность магазинов, предприятий, любых однотипных объектов, расположенных в разных местах’) и метонимия с ее разновидностью синекдохой (*лицо* ‘представитель, реклама той или иной фирмы, марки и т. д.’).

Большинство зафиксированных примеров по типу языковой единицы относится к неолексемам: *миллениал*, *фитнес-центр*, *тренд*, *наркотики*, *растопорить* и т. д. – 685 единиц.

Неолексеммы пополняют состав частей речи русского языка (рисунок 4).

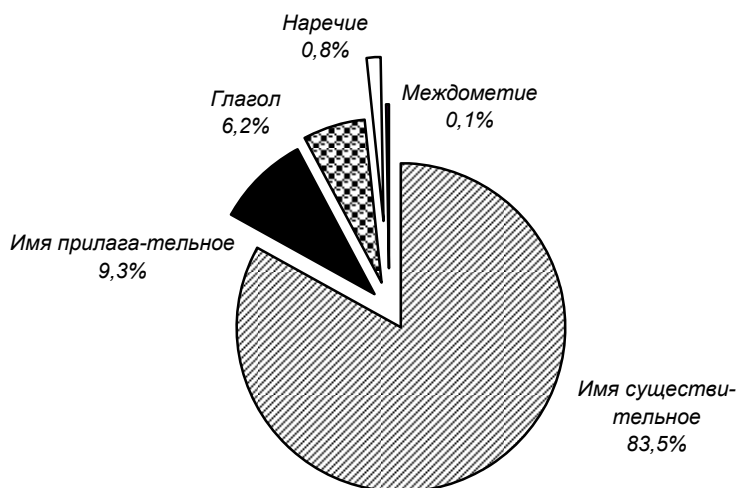


Рисунок 4 – Частеречная принадлежность неолексем

Наиболее значительная в количественном отношении группа (572 слова) – имена существительные: *блоггер*, *граффити*, *фрик-кабаре*, *клипмейкер*, *лимоновец* ‘сторонник Лимонова’, *видеовизитка* и т. д. Глаголов, в том числе причастных форм, зафиксировано 43: *промайданить*, *сканирующий*, *тусующийся* и др. Малочисленны наречия (*дистанционно*, *гламурно*) и междометия (*хай* ‘привет’).

Прилагательных – 64 единицы: *ди-джейский*, *пацанский*, *риэлтерский*, *евро*, *плей-офф*, *он-лайн* и т. д. Представляет интерес частеречная принадлежность последних неизменяемых слов. Например, в предложении «Вводят евротехосмотр, а дороги не успели подогнать под *евро*» (ВБ. – 2006. – № 4 (13 января). – С. 1) неологизм *евро* обозначает признак предмета, отвечает на вопрос *какие?*, выполняет функцию несогласованного определения и потому является именем прилагательным.

Чтобы объяснить значение слова *плей-офф*, необходимы специальные знания, касающиеся правил проведения игровых соревнований. Иногда вместо этого термина используют обороты «игры на выбывание», «соревнования на выбывание». Однако

**плей-офф** – более ёмкое, точное слово, вбирающее в себя целый свод правил: «...вылетели из первой восьмёрки, попадание в которую даёт преимущество своего поля в играх **плей-офф**» (КП. – 2006. – 10 января. – С. 22).

В случае «Подключиться к **он-лайн** трансляции можно с сайта администрации Нижнего» (КП. – 2006. – 11 января. – С. 3) слово **он-лайн** также называет признак предмета, отвечает на вопрос *какой?*, выполняет функцию несогласованного определения и относится к прилагательным. Но ср.: «Давай пообщаемся **он-лайн**» (авт.), где данный неологизм (пообщаемся *как?*), видимо, надо квалифицировать как наречие.

Отмеченные в печатных СМИ неолексемы по происхождению составляют две группы: заимствованные из других языковых систем и исконно русские (рисунок 5).

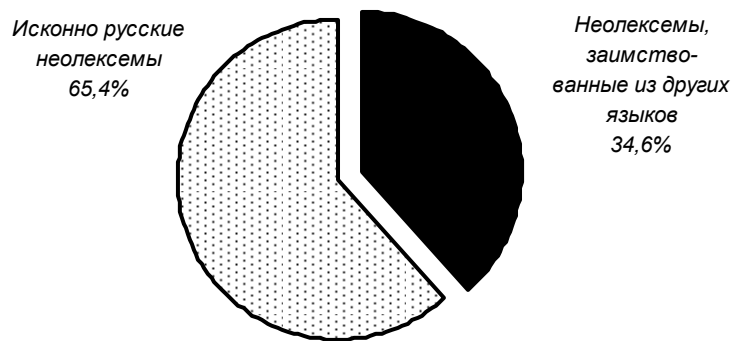


Рисунок 5 – Неолексемы с точки зрения происхождения

Первая группа включает 237 единиц, преимущественно англицизмов и американизмов, с оттенком новизны: **роуминг**, **прессейлер** от англ. press sailer ‘торговый представитель, который занимается только приёмом заказов и контролем расчётов’, **айс-крэши** ‘искусственный снег’, **спрей**, **сноуборд** от англ. snow board ‘специальная доска, на которой спортсмены осуществляют скоростной спуск по снегу с гор’, **пейнтбол** от англ. paint ‘краска’, ball ‘удар, пуля’ – ‘командная игра, в которой соперники стреляют друг в друга шариками с краской из специального оружия’ и др.

Причин заимствования из других языковых систем несколько: появляются новые реалии, понятия (**брэнд**); неологизмы обозначают явления, которые и ранее присутствовали в жизни общества, но не имели соответствующего обозначения, их существование замалчивалось (**киллер**); иностранное слово обозначает то, что прежде называлось описательно (**рейтинг** ‘положение фирмы, политического деятеля, передачи в списке себе подобных’); неолексема отражает изменение социальной роли предмета (**ЦБУ** ‘Центр банковских услуг’ – ранее сберкасса); заимствование обусловлено влиянием иностранной культуры, модой на иностранные слова.

Иноязычные слова осваиваются семантически, фонетически, графически, морфологически. Исследуемые неологизмы «русифицированы» в различной степени: от почти адаптировавшихся (**имидж**, **офис**) до явно «инородных» (**girls-band** ‘музыкальная группа, состоящая из девушек’ («...среди всех участников конкурса «Серебро» – единственный girls-band». – БГ. – 2007. – № 19. – С. 9), **e-mail**). На страницах периодических изданий можно встретить несколько вариантов написания одного и того же заимствования: **VIP**, **вип**; **on-line**, **on line**, **он-лайн**, **он лайн**; **week-end**, **week end**, **уикенд**, **уикэнд**, **уик-энд**, что свидетельствует о затемнённости для среднестатистического носителя

русского языка внутренней формы неологизма, о том, что он не достиг такого уровня популярности (значимости) в русском языке, который предполагает кодификацию.

Исконно русские неолексемы (их 448) представлены как заимствованиями из других подсистем русского языка, так и словами, являющимися результатом словообразования.

Неолексемы, заимствованные из других подсистем русского языка, в печатных СМИ достаточно многочисленны (в нашем исследовании – 68 единиц). Как отмечает И.А. Соболева, «...установка на заимствования из периферийных сфер системы языка, из его пассивного фонда доминирует в современном газетном дискурсе» [2, с. 161]. Источниками для «внутренних» заимствований выступают различные сферы употребления лексики: слова из лексики лиц, объединённых по профессии, по принадлежности к определённой социальной группе (молодёжный, воровской и другие жаргоны).

К терминологической и профессиональной лексике относятся такие неолексемы, как *неопрен* ‘специальный материал, не пропускающий влагу и воздух, но сохраняющий тепло, из которого изготавливают обувь, носки и т. д.’, *тёрн* ‘в игре в покер: четвёртая карта на флопе’, *ривер* ‘пятая карта на флопе’, *бэкдор* ‘ситуация на флопе, когда для выигрышной комбинации требуется, чтобы и на тёрне, и на ривере пришли две нужные карты’ и др.

Из жаргонной лексики заимствованы неолексемы *штырить*, *надыбать*, *догнаться*, *втюхать*, *застолбить* ‘оставить за собой, заявить о своём праве на что-либо’ и др. Неосвоенность, инородность некоторых заимствований данной группы отражается в их написании (чаще всего в кавычках), например: «*Сначала я думала, что это «отмазка», чтобы уроки не учить»* (КПвБ. – 2006. – 11 января. – С. 16); «*На 1 миллион рублей (без малого) «кинул» белорусскую армию российский предприниматель»* (КПвБ. – 2006. – 3 октября. – С. 9); «*К загодя разрекламированной «фишке» вечера... зритель оказался подготовленным»* (КПвБ. – 2006. – 3 октября. – С. 11); «*Молодых леди «заносит» на корпоративных вечеринках»* (КПвБ. – 2006. – 6 октября. – С. 6).

Самую большую группу исконно русских неолексем составляют дериваты – их 380. В исследованных печатных СМИ они образуются как узуальными – аффиксными, безаффиксными, смешанными, так и нетиповыми способами.

Из аффиксальных дериватов (их 149) зафиксированы префиксальные, суффиксальные и префиксально-постфиксальные.

Префиксацией образованы имена существительные (*супермонополия*, *немосквич*), прилагательные (*нелигитимный*, *антикоррупционный*) и глаголы (*пролоббировать*, *растонировать*)

Из суффиксальных дериватов отмечены имена существительные (*медвежист* ‘сторонник Медведева’, *фабрикант* ‘участник известного телевизионного проекта «Фабрика звёзд»’, *поттериана* ‘цикл фильмов о Гарри Потере’), прилагательные (*ипотечный*, *пальчатый* ‘тот, у кого пальцы веером, крутой, новый русский’ от палец), глаголы (*фриковать*, *продюсировать*) и наречия (*виртуально*, *гламурненько*).

Префиксально-суффиксальным способом образованы наречие *вживую*, глагол *промайданить*, прилагательные *безлимитный*, *антицеллюлитный* и др.

Безаффиксные способы – ими образованы 205 неолексем – представлены аббревиацией, усечением, субстантивацией и сложением (к операционным способам традиционно относят словосложение и основословосложение).

Многочисленной группой являются аббревиатуры (57 неолексем). Они распадаются на 5 типов:

– буквенный (*ЦСБТ* ‘Центр системных бизнес-технологий’, *МБТЮ* ‘Международный трибунал по бывшей Югославии’). Особое место занимают аббревиатуры, мотивирующей базой для которых выступают имена собственные: *ВВП* ‘Владимир Вла-

димирович Путин'; данное слово омонимично узуальному деривату **ВВП** 'валовой внутренний продукт'. Такая языковая игра – также характерная черта современных СМИ, ср.: **заказник** 'концерт, исполняемый по заказу для закрытой группы лиц' (от заказной) и **заказник** 'заповедник'; **датский** в названии рубрики «Датский уголок», посвящённой памятным датам, и **датский** 'имеющий отношение к Дании');

– звуковой (**вин**, **VIP**);

– звуко-буквенный (**ГИБДД**);

– слоگو-словный (**оргтехника**, **агророгородок**, **биогаз**, **космотурист**, **агрэокутуризм**, **афрокосички**)

– слоговой (**единорос** ← «Единая Россия», **другорос**, **справедрос**. Разновидностью последнего типа являются так называемые телескопические аббревиатуры: **библиобус** ← библио[тека + авто]бус).

Усечением в нашем исследовании образованы 4 неолексемы: **наци** 'нацист, нацисты', **док** 'доктор, врач', **чел** 'человек', **фэст** 'festival'. Такой способ деривации распространён в разговорной речи, особенно в молодежном и школьном жаргоне [3, с. 186], например: «...этот клёвый **чел** мне сегодня весь **кайф** обломал, **зашугал** совсем...» (БВ. – 2007. – № 12. – С. 4). Слова, образованные усечением, в незначительном количестве проникают на страницы периодических изданий (в зависимости от тематики статьи и политики газеты) и являются стилистическими эквивалентами нейтральных слов.

Отмечены 3 единицы, образованные субстантивацией: **базовая**, **комплектующие** (оба слова носят терминологический характер) и **оранжевый**: «За лисий хвост – одну **базовую**» (БГ. – 2007. – № 20. – С. 4); «**Реализуем компьютеры, комплектующие, расходные материалы**» (ВБ. – 2006. – № 102. – С. 9); «**И вот Юлия Тимошенко делает ход конём и заявляет, что начинается формирование коалиции с «оранжевыми»**» (МК. – 2007. – №227. – С. 5).

Безаффиксные разновидности композитов достаточно многочисленны, например: **УФ-фильтр**, **ПЭТ-тара**, **реалити-шоу**, **свиношоу** 'шоу, в котором участвуют свиньи, проводимое по правилам бегов на ипподроме', **стеклопакет**, **светочувствительный**, **самопиар**, **дома-попугаи** 'цветные дома в микрорайоне «Восток» г. Бреста, очень яркие, сочетающие на фасаде много различных цветов', **талассотерапия** и др. – всего зафиксировано 90 таких единиц.

Следует отметить, что некоторые композиты входят в состав больших по объёму словообразовательных парадигм. Например, в парадигме с вершиной **Интернет** зафиксировано 16 неолексем: **Интернет-аукцион**, **Интернет-проект**, **Интернет-сообщество**, **Интернет-газета**, **Интернет-клуб**, **Интернет-кафе**, **Интернет-страничка**, **Интернет-форум**, **Интернет-вести**, **Интернет-магазин**, **Интернет-соединение**, **Интернет-провайдер**, **Интернет-провайдинг**, **Интернет-блог**, **Интернет-телефония**, **Интернет-сайт**; с вершиной **бизнес** – 12: **бизнесмен**, **бизнес-комплекс**, **бизнес-центр**, **бизнес-технология**, **бизнес-встреча**, **бизнес-план**, **бизнес-пресс**, **бизнес-леди**, **шоу-бизнес**, **бизнес-программа**, **бизнес-комплекс**, **кинобизнес**; парадигма с вершиной **фрик** '1) чудачество, шутка, 2) человек, эпатирующий прохожих своим необычным видом, чудака, шутник' – 4 неолексемы: **фрик-культура**, **фрик-представление**, **фрик-кабаре**, **фрик-королева**.

Нередко возглавляють парадигмы иноязычные аббревиатуры типа **USSD**, которые не освоены русским языком даже графически (кстати, спорным является вопрос об отнесении их в русском языке к аббревиатурам: они заимствованы уже в виде готовых номинаций, и для большинства русскоговорящих внутренняя форма подобных слов затемнена). Так, в нашем исследовании зафиксировано 9 композитов, мотивированных



словом *VIP*: *VIP-гость*, *VIP-номер*, *VIP-трибуна*, *VIP-персона*, *VIP-зона*, *VIP-пациент*, *VIP-выход*, *VIP-обслуживание*, *VIP-база* (данных).

По мнению исследователей, в частности Е.А. Земской, слова типа *телесериал*, *телечат*, *теленроект*, *кинотусовка*, *кинокарьеря*, *видеопират* и т. д. представляют собой промежуточное явление между словосложением и словосочетаниями, поскольку первые, иноязычные компоненты таких дериватов тяготеют к разряду аналитических прилагательных [3, с. 313].

Из смешанных способов отмечено сложение в сочетании с суффиксацией и универбация.

Сложносуффиксальным способом образованы 3 неолексемы: *высокобюджетный*, *жидкокристаллический*, *высокотехнологичный*.

Универбацией, т. е. «сворачиванием словосочетания», созданы 8 единиц: *мобильник* ← мобильный (телефон) + -ник-, аналогично *сольник* ‘сольный концерт’; *кредитка* ← кредитная (карта) + -к-, аналогично *дистанционка* ‘дистанционное обучение’ и др. Универбация распространена в разговорной и профессиональной речи, образованные с помощью этого способа слова представляют собой краткое неофициальное наименование понятия, например, *обменник* ‘обменный пункт’.

В активизации таких способов словообразования, как аббревиация, сложение, универбация и усечение, проявляется тенденция, получившая название «языковой экономии» (О. Есперсен) или «закона экономии языковых усилий» (А. Мартине). Действие данной закономерности проявляется в отборе говорящими наиболее рациональных для целей общения языковых средств и отвечает культурному стремлению современного общества к увеличению информативности текста за счёт его сокращения, а также определённым прагматическим устремлениям – экономии площади печатной продукции и времени устных сообщений. Это находит своё выражение в замене сочетаний слов, носящих, как правило, характер устойчивой номинации, однословными наименованиями, как более экономичными по своей форме.

Нетиповые, неузуальные способы составляют менее 5% всех случаев образования неолексем (17 единиц).

Так, при образовании неологизмов в СМИ наблюдается активизация такого нетипового способа, как контаминация (в нашем исследовании 6 единиц), например: *спор-площадка* ← *спортплощадка* + *спор* (рубрика в СБ, в которой представлены противоположные взгляды на спорные вопросы). Контаминация (ею, как правило, образуются сложные дериваты) состоит в том, что конец основы одного слова накладывается на омонимичное начало другого: *перекупи-поле* ← *перекати-поле* + *перекупи*, *бигморда* ← *бигборд* + *морда*. Интересен последний пример, в котором негативная оценка заменяющего компонента выражает отношение к назойливым рекламным щитам.

К контаминации относят также случаи, когда полное совмещение одного из мотивирующих слов с частью другого выделяется графически: *SOSEДИ* ← *SOS* + *соседи* (рубрика с таким названием в МК повествует о политических скандалах в странах СНГ).

Отмечены случаи (5 единиц) заменительной деривации, при которой неологизм создается по образцу отдельного слова типовой структуры или произвольно членимого слова, например: *перлюстрировать* ← перл[ы + ил]люстрировать, *ЦСКАзка* ← Ц[СКА + ска]зка, *размышлизмы* ← размышл[ения + афор]измы, *вудмобиль* ← вуд (англ. wood – дерево) + [авто]мобиль (о модели автомобиля, сделанной из дерева украинским умельцем).

Значение не всех неологизмов ясно при первом упоминании, оно раскрывается в процессе прочтения материала, иногда автор дает пояснение в самом тексте: «... по-

смотреть «*Пауловидение*» – пародию на «*Евровидение*», подготовленную Р. Паул-сом...» (КПвБ. – 2006. – № 18. – С. 25); *Пауловидение* ← Паул[с + Евр]овидение.

К фонетическим неологизмам (4 единицы) относят слова типа *супер-пупер-спецэффекты*. Приставка *супер-* в разговорной речи употребляется иногда как самостоятельная лексическая единица, языковая игра добавляет к ней рифмованный элемент. Эта часть присоединяется к сложному слову *спецэффекты*, и, хотя образованный дериват перегружен структурно, его значение ясно читателю даже вне контекста.

Значение неологизмов *тумц-тумц-тумц* и *чики-ники* описать сложно, хотя в контексте его понимание не вызывает затруднений: «*Душевная такая группа, абсолютно не коммерческая, без попсового тумц-тумц-тумц*» (КПвБ. – 2007. – № 168. – С. 21); «*Короче, Пит понял, что пропустит чики-ники с русской красавицей он не может*» (КПвБ. – 2007. – № 168. – С. 8).

Характерна для периодики идеографическая деривация (2 единицы), когда в процессе словообразования участвует графический знак, средство из иной знаковой системы. Так, неологизм *со100яния* ← состояния + 100 (сто) отличается от мотивирующего слова частью, которая является цифрой. В идеографизации названия всепогодного комплекса зимних видов спорта *Снеж.Ком* ← Снеж[ный] Ком[плекс] участвует точка – по аналогии с названиями Интернет-сайтов ( ... .com). Кроме того, в русском языке данный дериват совпадает с творительным падежом существительного *снежок*.

Неологизмы, образованные нетиповыми способами, «реализуют индивидуальную творческую компетенцию говорящего» [4, с. 180] и ориентированы не столько на правила, общие для всех носителей языка, сколько на способности индивидуума использовать возможности, заложенные в системе языка. Неузальные дериваты отмечены установкой на языковую игру, часто отличаются экспрессивностью, оценочностью и привносят раскрепощённость, новизну и выразительность.

Таким образом, неологизмы в современных печатных средствах массовой информации обнаруживают те же черты, которые характерны для русского языка в целом на современном этапе развития: рост личностного начала, активное заимствование из других языковых систем, перемещение периферийной лексики в центр сферы употребления, повышение интенсивности деривационных процессов, расцвет неузального словообразования.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Попова, Т.В. Неология и неография современного русского языка : учеб. пособие / Т.В. Попова, Л.В. Рацбургская, Д.В. Гугунава. – Москва : Флинта : Наука, 2005. – 168 с.
2. Соболева, И.А. Слова жаргонного происхождения в современном публицистическом тексте (когнитивно-языковой подход) // Язык и социум : материалы III Международ. науч. конф., Минск, 4–5 дек. 1998. – Минск : Изд-во БГУ, 2000. – С. 160–162.
3. Современный русский язык : учебник для филол. спец. ун-тов / В.А. Белошапкова [и др.] ; под ред. В.А. Белошапковой. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Высш. шк., 1989. – 800 с.
4. Новые слова и словари новых слов / отв. ред. Н.З. Котёлова. – Ленинград : Наука, 1978. – 183 с.

*Goduiko L.A., Podorovskaya O.M. Neologisms on the Pages of Modern Russian Mass Media*

A complex, multi-aspect (semantics, the type of a language unit, structure, origin, parts of speech belonging, the way of derivation, stylistic belonging) description of neologisms of the Russian language on the examples of the newspapers published in Belarus and Russia is given in the article.

*Матэрыял паступіў у рэдкалегію 18.09.2009*