

ЛЕКСИЧЕСКИЕ НОВООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ГАЗЕТЕ

В статье рассматриваются новые слова, активно употребляющиеся в настоящее время в периодической печати. Особенно частотны на страницах современной прессы составные слова, называющие лицо или предмет. Данные лексические номинации отличаются новизной, сложностью семантики и нестандартной структурой. Также уделяется внимание заголовку, основной функцией которого является воздействие на читателя.

Ключевые слова: средства массовой информации, язык газеты, новые слова, составные наименования, заголовок, контекст.

LEXICAL NEOLOGISMS IN THE MODERN PRESS

This article discusses the new words that are currently widely used in the periodical press. Especially frequent on the pages of modern press are compound words, naming a person or an object. These lexical nominations differ in novelty, complexity of semantics and unconventional structure. Special attention is also paid to the headline, the main function of which is to influence on the reader.

Key words: media, newspaper language, new words, compound names, headline, context.

Язык современных масс-медиа характеризуется новизной, неординарностью, креативностью. Ленты печатных изданий пестрят интересными, привлекающими внимание читателя названиями. Традиционно в современной лингвистике при описании лексических инноваций употребляются несколько близких по содержанию терминов: неологизмы, инновации, новообразования. Они различаются внутренней формой, что, на наш взгляд, и предопределяет их судьбу. Мы используем понятия «новообразование» и «инновация» как синонимичные.

Анализ составных наименований, отмеченных в текстах газетной публицистики за 2010 – 2014 гг., позволил выявить определенные тенденции. На страницах газет наблюдается изобилие составных наименований. Такие слова обычно создаются способом чистого сложения, в результате которого возникает сложное слово особого типа, включающее в свое значение семантику двух объединившихся слов и характеризующееся необычной формой. Отмечается значительный рост составных слов-заголовков: *нож-карта, жизнь-икра, цены-«декабристы», маршрут-анархия, муж-киприот* и др. «На первом плане обозначения в СМИ – массовые, общественные явления, хотя немало внимания уделено и человеку как единице социума» [2, с. 60]. Например:

Врачи-соседи (заголовок). *Когда начинается сезон простуд, нет доктора популярнее, чем врач общей практики. А что делать, если ни одно из городских амбулаторных учреждений не подходит по расположению? Идти в коммерческую клинику? Да, но за прием там можно... не платить. Дело в том, что в жилых домах начали открываться мини-поликлиники шаговой доступности (по городской программе «Доктор рядом») (АиФ, 2014, № 42).*

Особенности структуры подобного рода слов находят отражение в их значении: «объединяя в одно наименование два самостоятельно употребляющихся в языке слова, составные слова выражают не сумму значений двух слов – они несут новую смысловую нагрузку, которая выявляется в условиях определенного контекста с учетом фоновых знаний и опыта языковой личности» [4, с. 133]. Например:

Новостройки-зажигалки (заголовок). *Почему современные дома сгорают как свечки. Охваченная огнем 25-этажная башня-«свечка», толпа вокруг, вертолеты... Высотный дом в Красноярске, сданный всего четыре года назад, пылал от верхних до нижних этажей. Пламя стремительно пожирало фасад, сделанный по идее из негорючих материалов. По идее. Но он выгорел без остатка* (КП, 2014, октябрь).

Наблюдения над языковыми фактами показали, что ресурс творческих возможностей СМИ неисчерпаем. Следующий пример рассказывает об этом же сюжете, но автор использует уже новое составное слово, избегая тавтологии:

Дома-факелы (заголовок). *Ответственность за пожар в многоэтажном новом доме в Красноярске не хочет брать никто* (АиФ, 2014, № 39).

Материалы доказывают тот факт, что краткий, емкий и интересный заголовок – эффективный инструмент современного журналиста. «Требование выразительности обусловлено тем, что язык, речь – это не просто средство передачи информации, но и орудие психологического воздействия. Именно в этом направлении идет поиск новых средств» [7, с. 63].

Прочное место в заголовках массовых изданий заняли новые составные слова, обозначающие лицо по какому-либо признаку. Языковые факты подтверждают замену описательных словосочетаний однословными наименованиями как более экономными по своей форме: *мама-школьница* = девочка, ставшая мамой в школьном возрасте; *директор-клоун* = клоун, который работает директором в цирке; *сыновья-изгнанники* = сыновья известных людей, сбежавшие из России. Приведем контекст:

Инспекторы-хранители (заголовок). *Проникнись любовью к сотрудникам ДПС... Российские водители привыкли ругать инспекторов дорожно-патрульной службы, забывая о том, что, если бы не работники полосатого жезла, автомобильное движение в наших городах намертво встало бы. К тому же, вспоминая о своем общении с дорожными милиционерами, автолюбители с поразительной легкостью забывают, что в подавляющем большинстве случаев их остановили за нарушения правил, чем, возможно, предотвратили серьезное ДТП* (АиФ, 2008, № 27). В данном случае новообразование обозначает работника полиции, сохраняющего порядок на дорогах.

Нами отмечены случаи употребления составных слов-заголовков, компоненты которых вступают в антонимические отношения: *взлет-посадка*, *тяжеловесы-легковесы* и т.п. К примеру, новообразование «целитель-разрушитель» обозначает человека, обладающего сверхспособностями, которые несут разрушительную силу:

Целитель-разрушитель (заголовок). *Есть, конечно, такие люди с уникальными парапсихологическими возможностями, однако большая часть тех, с кем я встречался, обладали ими только на словах и были, наверное, способны внушить кому-то веру в свои сверхспособности, а когда доходило до дела, оказывались несостоятельными* (АиФ, 2014, № 41).

Иллюстрацией сказанного может служить наименование **миллионер-бомж**, вынесенное в качестве газетного заголовка. Это составное слово встретилось в следующем контексте:

Лотерейный билетик, купленный на последние деньги, для бездомного и безработного из Венгрии стал шансом всей его жизни. 54-летний Ласло Андрашек сорвал джекпот в 2,1 млн. евро. Первое, что сделал венгр, – купил себе и своим детям по квартире, потом задумался о покупке машины (Груд, 2014, № 23) [3, с. 27]. Употребление составного заголовка в данном случае заменяет

описание «человек без определенного места жительства, внезапно превратившийся в богача благодаря удаче».

Исследования доказывают, что современная печатная продукция изобилует номинациями типа *вирус-аферист, учитель-альтруист, саксофонист-флейтист, вор-альпинист, «дед»-садист, дельфины-артисты* и т.п. «Новообразования подобного рода демонстрируют характерную черту развития современного русского языка как усиление личностного начала» [7, с. 37]. Приведем пример из газетного текста:

Друзья-оптимисты (о людях, которые любят жизнь). *Будем оптимистами и, заручившись поддержкой надежных друзей-оптимистов, с радостью, любопытством и самыми светлыми надеждами отправимся в увлекательное путешествие по новой весне!* (КП, 01.03.2013).

Исследователи признают, что много новых слов появилось и в сфере спортивной лексики. Из языка профессионалов они входят в сферу массового распространения: *спортсменка-синхронистка, спортсмен-инвалид, саночник-скоростник, волейболист-олимпиец*. Во многом это происходит благодаря масштабным спортивным событиям, – например, Олимпиаде в Сочи.

Среди новообразований, представленных в газетном материале, находятся интересные номинации. Их необычность заключается в том, что одна из частей составного наименования (как правило, базовый компонент) – название представителя животного мира (амфибия, кукушка, журавль и т.п.). Например: *акулы-меценаты* (о крупных предпринимателях, занимающихся меценатством), *чиновники-бобры* (о высокопоставленных лицах, отбирающих у народа заработанные им деньги).

В следующем примере номинация «мальчик-жираф» употребляется вместо развернутой конструкции для обозначения мальчика, внешне похожего на жирафа:

15-летний житель Китая Фу Венгуй с рождения страдает тяжелой формой сколиоза. У юноши на три шейных позвонка больше, чем у других людей. Редчайшая аномалия мешает молодому человеку ходить и причиняет ему сильную боль. К счастью, его мучения скоро закончатся. В Китае прооперируют «мальчика-жирафа» (АиФ, 2014, сентябрь).

Анализ языкового материала показывает, что составные слова-заголовки, называющие нелицо, также используются для экономии речевых усилий:

Голосование-праздник. *У большинства избирателей два примера того, как проходят голосования: 90-е годы и развитой социализм, – говорит Калачёв. – Колесо истории сделало круг, во многих регионах власти постарались вновь превратить выборы в праздник – с торговлей продуктами по сниженным ценам, музыкой и т.д.* (АиФ, 2014, № 38).

Сердце-паровоз (о мальчике с врожденным пороком сердца). *Когда прикладываю ухо к его [мальчика] груди и слышу, как паровозом ухаёт сердце, понимаю: беда. Без лечения, нам сказали, Макар доживет максимум до 5 лет* (АиФ, 2014, № 31).

Река-судьба – о реке Волге, которая повторяет путь русской истории (КП, сентябрь 2014).

Пряник-рекордсмен. *Сегодня в эко-парке Севастополя «Лукоморье» испекли один из самых больших пряников. Его вес – 1 тонна. Более трех дней выпекания и подготовки лакомства, день на то, чтобы его собрать, и медовый пряник готов к самому главному испытанию – детской оценке. На приготовление сладкого гиганта ушло: 1 тонна 20 килограммов муки, 650 яиц, 60 килограммов сливочного и подсолнечного масла, 100 килограммов меда, 50 килограммов повидла, мармелада – 30 кг, сахара – 200 кг, специй – 5 кг* (КП, июль 2014).

Анализ научной литературы, посвященной различным аспектам исследования заголовков, показал, что ведущей их функцией является рекламная. Большинство исследователей считает, что главная задача заголовка – стремление поразить воображение читателя. «Поскольку язык газетных заголовков отличается от обычного языка прежде всего стремлением броско и кратко сообщить читателю основное содержание публикуемого материала, то один из способов привлечь внимание

читателя – это поразить его неожиданностью слова или мысли, противоречием между содержанием заголовка и обычными представлениями» [1, с. 59]. Составные наименования в силу необычности их структуры и значения также могут быть использованы в данной функции. Например:

Зонт-рюкзак (заголовок). *Зонт, который не нужно держать руками. Ноу-хау для фотографов и не только. Бывает, что зонт над головой просто нечем держать. Такая ситуация хорошо знакома фотографам, которые часто вынуждены вести съёмку в дождливую погоду. Виктор Иванов предлагает простое дизайнерское решение, позволяющее обходиться без зонта. Для этого он оснастил рюкзак тентом: как только с неба закапало, тент можно раскрыть и зафиксировать на лямках рюкзака, не снимая его с плеч. При складывании тент убирается назад и лежит на рюкзаке. При желании его можно вообще открепить и поместить внутрь сумки* (АиФ, 2012, № 34).

Устрицы-коррупционеры (заголовок). *Америка нам опять помогла... Мы сами заговорили, что нужно продукты производить, одежду шить, что-то выращивать. Белорусские устрицы пошли. Через полгода мы не успокоимся, будем продолжать что-то делать, и постепенно у нас появятся свои устрицы. Когда-то, кстати, и в Одессе их разводили. Но устрицы не выдержали коррупции. Не смогли размножиться* (АиФ, 2014, № 42).

В подобных мини-контекстах содержится определенный «замысел автора, сотворенный им самодостаточный возможный мир» [5].

Собранный языковой материал позволил заключить, что основная функция заголовка – привлечение внимания при помощи броского оформления. Основной текст, развивающий тему, заявленную в заголовке, выполняет также информативную функцию, поскольку он содержит детальную информацию об объекте. «При изучении современного языка примеры из текста – это полезная отправная точка и ценный иллюстративный материал» [6, с. 33].

ВИП-должники (заголовок). *Приставам приходится «выбивать» долги у слуг народа. Среди важных персон, которые умудрились погрязнуть в долгах, есть и депутаты, и сенаторы, и даже министры с губернаторами. Самый злостный, по данным Федеральной службы судебных приставов (ФССП), чиновник-должник трудится как раз в Госдуме. Речь об эсере Олеге Михееве, на котором висит аж 5,4 млрд. руб.!* (АиФ, 2014, № 45).

Новое составное образование, один из компонентом которого является аббревиатурой, указывает на свойство человека (VIP – с англ. very important person).

Нестандартными являются и слова-заголовки, оформленные графически. Например, в кавычках или с восклицательным знаком. Как показывают языковые контексты, подобные наименования дают негативную характеристику описываемому явлению:

«Управдом»-мошенник. *Двойные платежи, завышение цен: как управляющие компании обманывают людей. Тарифы на коммунальные услуги растут как на дрожжах. За последние 2 года они выросли более чем на 25%. Вдобавок управляющие компании бессовестно наживаются на россиянах, обманывая двойными платёжками, взимая плату за несуществующие услуги и т.д.* (АиФ, 2014, № 41).

Стоп-спам! (заголовок). *Теперь любая компания будет обязана прекратить терроризировать вас спамом. О том, как остановить поток sms, рассказывает Дмитрий Янин. 21 октября вступили в силу поправки к закону «О связи», [запрещающие массовые рассылки sms-сообщений](#) без согласия абонента* (АиФ, 2014, № 44).

Отличительным признаком данных номинаций, включающих элементы игры со словом, является их необычность. «Причем необычность, или неправильность, осознаваемая пишущим и

намеренно допускаемая. Только она вызовет не досаду и недоумение, а желание поддержать игру и попытаться вскрыть глубинное намерение автора, эту игру предложившего» [6, с. 23]:

Обмен-обман (заголовок). *Мошенники не щадят ни пожилых жителей столичного региона, ни семьи, приехавшие с Украины. Каждый день у столичных пенсионеров выманивают или отбирают их накопления на чёрный день. Совсем недавно полиция задержала в Восточном округе очередную воровку на доверии – 28-летнюю гражданку из Узбекистана. На счету «медсестры из поликлиники», продававшей непонятные капсулы под видом чудо-лекарства, как минимум 4 жертвы. Все пострадавшие – москвички старше 80 лет* (АиФ, 2014, № 40).

В материалах газетной публицистики нами отмечены контексты употребления с наименованиями, компоненты которых рифмуются друг с другом. Журналисты, авторы медиатекстов, используют подобные составные наименования как особые образные средства:

Огурец-самец (заголовок). *У моих огурцов который год проблемы с завязыванием. Говорят, в таком случае очень помогает искусственное опыление* (АиФ, 2013, № 28).

Интересным, на наш взгляд, представляется тот факт, что вне языкового контекста правильно толковать значение составной единицы не представляется возможным. Только в контексте употребления можно верно определить те смысловые связи и отношения, которые устанавливаются автором в процессе создания нового слова.

Пол-фабрикат (заголовок). *26-летняя Линдси Волкер претендует на статус новой звезды в американском женском баскетболе. Основанием для претензий является даже не феноменальный рост 213 см, а тот факт, что совсем недавно Линдси была еще... баскетболистом Грегом Волкером* (АиФ, 2012, № 15). Так, новообразование «пол-фабрикат» содержит информацию о спортсменах, которые скрыли свой гендерный признак.

Как показывают результаты исследования, газетные источники оперативно реагируют на каждое событие. В употребление входят названия новых явлений, реалий, предметов, появляющихся в действительности. По словам прессы, законодательство России пополнилось термином «**страна-агрессор**»: *Депутаты предлагают внести в российское законодательство понятие «страна-агрессор», определение планируется применять в отношении государств, вводящих санкции в отношении РФ, компаниям же, зарегистрированным в таких странах, и их дочерним структурам будет запрещено работать в России, пишет во вторник газета «Известия»* (КП, 30.07.2014).

Новообразования чрезвычайно интересны не только с точки зрения потенциальных возможностей языковой системы. Анализ такого языкового явления как составные наименования, которые отличаются исключительной семантической емкостью, позволяет выявить самые необходимые языковые потребности человека как «источника» новых слов [8, с. 79].

Неотъемлемой частью газетного стиля является заголовок. Это своеобразный «сигнал», побуждающий читателя к поиску интересующего его материала. Одна из значимых тенденций в прессе – простота, лаконичность и понятность заголовочной части. Удачным, на наш взгляд, является ее оформление в виде составных слов, обозначающих человека или предмет по какому-либо признаку: *кот-папа, капсула-абсурд, история-стандарт, помощь-подвох*.

Наблюдающийся рост новых составных слов, как разряда лексических новообразований, повлиял на их функциональную нагрузку. В языке они выполняют функцию компрессии или сжатия, т.е. служат для создания более кратких, чем мотивирующее сочетание слов, номинаций. Лингвисты указывают, что новые составные наименования должны быть благозвучными и не дублировать известные слова, иначе в них не будет необходимости.

1. Гавришина, Н.Н. Газетный заголовок как объект лингвистического исследования // Лингвистические основы обучения иностранному языку специальности. Сб. статей. – М.: МГУ, 1988. – С. 56-64.

2. Дрога, М.А. Составные наименования как продукт индивидуального словотворчества // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». – 2013. – № 5. – С. 60-67.
3. Дрога, М.А., Плотникова, Л.И. Словарь составных наименований русского языка (по материалам прессы 2000-2014 гг.). – Белгород: ИД «Белгород»; НИУ «БелГУ», 2014. – 52 с.
4. Дрога, М.А., Плотникова, Л.И. Составные наименования в текстах современной периодической печати: особенности функционирования // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. – 2011. – № 23. – С. 132-135.
5. Ильясова, С.В. Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ. – Ростов-н/Д: Ростовский гос. ун-т, 2002. – 359 с.
6. Санников, В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 544 с.
7. Сенько Е.В. Неологизация в современном русском языке: межуровневый аспект: Монография. – СПб.: Наука, 2007. – 354 с.
8. Тогоева, С.И. Новое слово: подходы и проблемы // Психолингвистические проблемы функционирования слова в лексиконе человека. – Тверь, 1999. – С. 75-101.