

УДК 81.161.1

**НОВООБРАЗОВАНИЯ-ГИБРИДЫ
КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В ТЕКСТАХ СМИ**

© 2016 г.

В.Е. Замальдинов

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Н. Новгород

zvlad-nn@yandex.ru

Поступила в редакцию 15.09.2015

Рассматриваются приемы языковой игры и прецедентные тексты как способы создания графических гибридов. На примере современных текстов СМИ описаны основные разновидности графического словообразования, охарактеризованы способы создания новообразований-гибридов.

Ключевые слова: языковая игра, новообразования-гибриды, окказиональное словообразование, СМИ, прецедентные феномены.

Важное место в современной культуре занимают язык СМИ и реклама. Их главная цель – воздействовать, убеждать, привлекать внимание, способствовать яркому выражению оценки социальных и политических явлений, человеческих отношений, свойств характера и признаков поведения человека, взаимоотношений личности и общества и многих других сторон жизни. Эту функцию выполняют лингвистические приемы языковой игры (ЯИ), подчеркивающие «парадокс между стандартной формой и/или значением знака (а также принятым алгоритмом его образования и использования) и новой ассоциативной «обработкой» того или иного вида языкового знания» [1, с. 30]. Чем они проще, лаконичней, экспрессивней, тем больше реципиентов сделают выбор в пользу рекламируемого товара.

ЯИ – популярный термин в отечественной лингвистике конца XX – начала XXI в., что проявляется в большом количестве исследований, посвященных функциональному, стилистическому и психолингвистическому аспектам данного явления. Одно из первых систематизированных описаний ЯИ представлено в работах Е.А. Земской. Значительный вклад в изучение данного явления внесли научные труды Л.П. Амири, Т.В. Булыгиной, И.Н. Горелова, Т.А. Гридиной, С.В. Ильясовой, Н.А. Николиной, В.З. Санникова, А.Д. Шмелева и др. Существование многочисленных классификаций, разновидностей ЯИ говорит о том, что данный феномен является неизменным компонентом русской языковой действительности.

Исследователи, давая определение ЯИ, выделяют в ней два существенных признака – прагматическую направленность и ненормированный характер: «творческое, нестандартное <...> использование любых языковых единиц

и/или категорий для создания остроумных высказываний, в том числе – комического характера» [2, с. 802]; «некоторая языковая неправильность, осознаваемая говорящим (пишущим) и намеренно допускаемая. При этом слушающий (читающий) также должен понимать, что это «нарочно так сказано», иначе он оценит соответствующее выражение просто как неправильность или неточность» [3, с. 23]; «многофакторный процесс множественной интерпретации знаковых единиц, выявляющий их ассоциативный потенциал в системе языка и сознании конкретных индивидов, способность говорящих к использованию нестандартного лингвистического кода при конструировании новых лингвистических объектов или при истолковании уже готовых языковых единиц» [4, с. 51].

ЯИ проявляется на всех уровнях языковой системы. Особый интерес представляет ее разновидность – словообразовательная игра, которая включает в себя создание окказиональных слов. Повышенная выразительность последних побеждает стандарт, помогает точно выразить мысль говорящего.

Понятие «окказионализм» впервые вводит Н.И. Фельдман. Данный термин широко используется в лингвистической литературе, однако общепризнанного определения нет. Для обозначения окказионализма используются такие понятия, как: творческий неологизм, писательские новообразования, слова-метеоры, эгологизм, слова-однодневки и др.

Так, под окказиональными словами (от лат. *occasio* – «случайность», «случайный») понимаются «речевые явления, создаваемые под влиянием контекста, ситуации речевого общения для осуществления какого-либо актуального коммуникативного задания, главным образом для выражения смысла, а также экспрессивного

оттенка, часто комического или иронического характера, необходимого в данном случае» [2, с. 384]; «Лингв. Слово, образованное по непродуктивной модели и употребленное применительно к данному контексту» [5, с. 708]. Напомним, что при одном подходе разграничиваются слова, нарушающие только лексическую норму (потенциальные), и слова, которые нарушают и словообразовательную норму (окказиональные). При другом подходе неузальные слова (окказионализмы в широком смысле слова) дифференцируются на собственно окказиональные и потенциальные. С учетом важности эстетического эффекта при словообразовательной игре, представляется логичным встать на позицию широкого понимания окказиональных слов.

Обратим внимание на один из многочисленных приемов создания ЯИ в текстах СМИ – обыгрывание новообразований-гибридов, «которые представляют собой синтез узуальных слов с возможным совмещением формально тождественных частей» [6, с. 76].

Графические окказионализмы признаются не всеми исследователями. Для их обозначения используют такие термины, как новообразования-гибриды (Л.В. Рацибурская), графико-орфографические окказионализмы (С.В. Ильцова), неологизмы-написания (Е.В. Маринова), графические дериваты (Т.В. Попова), гибридные слова (В.М. Костюков), графические окказионализмы (Б.В. Кривенко), слова-кентавры (Л.П. Крысин) и др.

В исследованиях, посвященных проблемам новообразований-гибридов, кроме отсутствия единой дефиниции названных инноваций, нет и их системной классификации, что обусловлено размытостью границ этого явления. Под графической окказиональностью мы будем понимать «окказионализмы, в которых для игры с орфографией используются приемы графической игры – обычно прием капитализации, т.е. графическое выделение сегмента» [7, с. 96].

Вслед за Т.В. Поповой рассмотрим в нашем материале следующие разновидности графогибридизации [8, с. 125]:

1. Неузальное слабо мотивированное или немотивированное чередование строчных и прописных букв.

Данный прием активно используется в заголовках и представлен рядом структурных разновидностей: **УЮТная индивидуальность**. Ирина Чернова, генеральный директор гостиницы «Уют»: «Что такое хорошая гостиница сегодня для современного человека?» (ШЕФ. Первые лица. 2013.01.02. № 1); **ОБЪЕКТИВный** взгляд. Разговоры о том, что в нашем регионе нужно создать своеобразную летопись

воронежской фотографии, велись давно (ШЕФ. Первые лица. 2012.10.12. № 12); **наПОРТАчили**. Свободный порт Владивосток – успех, утопия или распил бабла? (Наша версия. 2015.26.10. № 41); **короЛЕВская осанка**. Упражнения для мышц спины, груди и плеч (OFFICE MAGAZINE. 2013.01.11. № 11); «Маут муфаджиа», или «внезапная смерть» – так игловоцы прозвали российские «**СУшки**». К выполнению задач в Сирии привлекли настоящих асов (Московский комсомолец. 2015.07.10. № 26931); **МЕГАконфликт** в разгаре. С первого дня зимы решением суда торговый центр закрыт до следующего года за нарушения требований пожарной безопасности (АиФ-НН. 2006.06.12. № 49); **КОЛЛЕКТИВное** одиночество. Сегодня, когда село в Нижегородской области стремительно вымирает, люди часто остаются одни в своей родной деревне (АиФ-НН. 2006.09.08. № 32); **СОЛЬные** страдания. На прошлой неделе торговые организации получили от представителей Управления милиции по борьбе с правонарушениями в сфере потребительского рынка и исполнению административного законодательства МОБ при ГУВД Нижегородской области бумагу, в которой их просят снять с реализации соль с товарным знаком «Нижегородский соляной концерн» (АиФ-НН. 2006.19.07. № 29); **ПОТРЯСение** в Холодном. В редакцию «АиФ-НН» обратились жители дома № 8 в переулке Холодном (Нижний Новгород), в пяти метрах от которого ведется стройка (АиФ-НН. 2007.12.12. № 50); **ЯСТРЕБиные** истории. 12 октября отряду ОМОН при Волго-Вятском УВД на транспорте «Ястреб» исполняется 14 лет (АиФ-НН. 2007.09.10. № 41); **БАЛЬные** реверансы. Глядя на восхитительные танцы в старинных фильмах, многие из нас мечтали окунуться в атмосферу минувших эпох, где галантный кавалер кружится с прекрасной дамой (АиФ-НН. 2007.12.09. № 37); **НеОБМАНутый** дольщик. «Инвесторов» отделят от реально пострадавших. В Нижегородской области обманутыми дольщиками займутся вплотную (АиФ-НН. 2008.06.08. № 32); **Прокуратура о ГЛАВном**. Руководители районных администраций могут сложить полномочия (АиФ-НН. 2008.02.07. № 27); **Стильный ФОРМАлизм**. Перед началом нового учебного года всегда возникает вопрос: носить или не носить ученикам школьную форму (АиФ-НН. 2009.12.08. № 33). Таким образом, в графических гибридах выделяется прописными буквами та часть слова, которая совпадает с другим узуальным словом.

Поиск новых форм выразительности и образности в языке СМИ коснулся аббревиатур. Так, экспрессивная функция выражается с по-

премьеры: «Поминальная молитва» в «Красном факеле», «Дни Турбиных» в «Глобусе» и «Обломoff» в «Старом доме» (Комсомольская правда. 2011.30.03); *Любовь логопеда в мелодраме «Про любовь»* (Коммерсантъ. 2010.30.09. № 181).

4. Квотация (закавычивание части слова): Савченко **по-«евро»нейски**. В четверг в Донецком суде Ростовской области прошел очередной день слушаний по делу Надежды Савченко. На этот раз в суде выступили хозяева воронежской гостиницы «Евро», которые не смогли представить ни одного доказательства проживания у себя подозреваемой (Московский комсомолец. 2015.30.10. №26951).

5. Апострофизация: *Теплое дыхание «Z.I.M'Ы»*. Критики признают группу «Z.I.M.A» мистическим явлением (АиФ-НН. 2009.17.11. № 47).

Таким образом, использование в текстах СМИ окказиональных слов, образованных в результате ЯИ, всегда связано с достижением рекламной-экспрессивной функции.

Современная коммуникация часто оказывается «многослойной», то есть насыщенной элементами интертекстуальности. Одним из эффективных и ярких приемов ЯИ является использование в текстах СМИ вербальных прецедентных феноменов. Данный термин ввел Ю.Н. Караулов, понимая под этим явлением «всякое крупное явление данной национальной культуры, которое известно абсолютному большинству ее носителей и отсылки, апеллирование к которому относительно часто осуществляются в речи носителей, которые являются понятными, легко дешифруются адресатом речи. В число прецедентных текстов входят литературные произведения, произведения других искусств (музыки, скульптуры, архитектуры), а также заметные события текущей общественно-политической и культурной жизни» [9, с. 74]. В.В. Красных модифицирует данное определение и относит к прецедентным феноменам «хорошо известные всем представителям национально-лингво-культурного сообщества («имеющие сверхличностный характер»); актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане, обращение (апелляция) к которым постоянно возобновляется в речи представителей того или иного национально-лингво-культурного сообщества» [10, с. 170].

Одним из наиболее частотных вариантов использования прецедентного текста в СМИ является создание новообразований на базе устойчивых сочетаний (фразеологизмов) и крылатых выражений: *Нефть переливают из пустого в прогнозное*. Минэкономики неожиданно повы-

сило прогноз добычи нефти в России в 2016 году до 533 млн тонн, когда как меньше недели назад речь шла только о 528 млн тонн (Коммерсантъ. 2015.14.10. № 189) – ср. фразеологизм *переливать из пустого в порожнее*; *Пролетарии всех киберстран, объединяйтесь!* На глобальной конференции в Гааге даже Запад согласился, что с интернетом надо что-то решать (Коммерсантъ. 2015.18.04. № 69) ← *кибер + страна*, ср. коммунистический лозунг «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!»; *Все флаги в ГОСТы к нам*. Обсуждение ГОСТа в сфере наружной рекламы, фактически запрещающего подавляющее большинство действующих конструкций в Москве и Санкт-Петербурге, дошло до первого вице-преьера Игоря Шувалова (Коммерсантъ. 2015.17.03. № 45) ← *ГОСТ + гость*, ср. – из вступления к поэме А.С. Пушкина «Медный всадник» «Все флаги в гости будут к нам...».

Новообразования могут иметь гибридный характер, заменяя узуальное слово в составе устойчивого словосочетания: *Миньонные сборы*. Американская анимационная комедия «Миньоны» неожиданно установила рекорд по стартовым кассовым сборам в российском кинопрокате (Коммерсантъ. 2015.14.07. № 123) ← «Миньоны» + *миллионные*, ср. – миллионные сборы; *Зенитно-пакетный комплекс*. Генеральный директор госкорпорации «Ростех» Сергей Чемезов вчера официально подтвердил информацию «Ъ» о готовности России поставить Минобороны Ирана несколько дивизионов зенитно-ракетных комплексов «Антей-2500» (С-300ВМ) (Коммерсантъ. 2015.24.02. № 31) ← *пакет + (зенитно)-ракетный*, ср. – зенитно-ракетный комплекс; *Вырублево-Успенское шоссе*. Человек, который последний месяц не был в резиденции в Ново-Огарево (а такие люди есть) или хотя бы не ездил по Рублево-Успенскому шоссе в районе деревни Усово и вдруг проехал, будет ошарашен. Там, где стоял, без преувеличения, могучий лес из берез и сосен, – голая развороченная земля с сотнями свежих пней (Коммерсантъ. 2014.07.11. № 201) ← *вырубить + Рублево-(Успенское шоссе)*, ср. – Рублево-Успенское шоссе; *Русская Монтрёшка*. Вчера президент России Владимир Путин и министр иностранных дел Сергей Лавров в сочинской резиденции «Бочаров ручей» встретились с министром иностранных дел Сирии Валидом Муаллемом, чтобы обсудить проведение в Москве конференции <...>И чтобы получилось не так, как в швейцарском Монтрё (Коммерсантъ. 2014.27.11. № 215) ← *Монтрё + матрешка*, ср. – (русская) матрешка; *Тратный подвиг народа*. Кризисы граждане России пред-

почитают встречать роскошно (Коммерсантъ. 2014.26.12. № 236) ← *тратить* + *ратный* (*подвиг*), ср. *ратный* подвиг.

Умелое использование в языке СМИ прецедентных феноменов – мощное средство воздействия на адресата, которое создает эмоциональный фон, играет важную роль в эстетической и смысловой организации содержания, привлекает внимание.

Таким образом, проведенный анализ позволил выявить, что разного рода окказиональные новообразования, и в частности словообразовательные и графические гибриды, являются результатом исследования приемов ЯИ, и в частности обыгрывания прецедентных феноменов. Неологизмы-написания придают текстам СМИ эпатажно-игровое начало, экспрессивно-оценочную окраску, акцентируют внимание читателя на общественно-политических событиях, отражают перемены, происходящие в жизни российского общества.

Список литературы

1. Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М.: Флинта, 2009. 296 с.

2. Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. М.: Флинта: Наука, 2003. 840 с.

3. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки славянской культуры, 2002. 552 с.

4. Гридина Т.А. Произвольная мотивация как механизм языковой игры // Известия Уральского университета. 2000. № 17. С. 51–56.

5. Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 2000. 1536 с.

6. Рацибурская Л.В., Самыличева Н.А., Шумилова А.В. Проблемы современного медийного словотворчества. М.: Флинта: Наука, 2015. 136 с.

7. Ильясова С.В. Языковая игра: словообразовательная, графическая, орфографическая (на материале текстов современных российских СМИ) // Медиалингвистика. 2015. № 1 (6). С. 91–100.

8. Попова Т.В. Новые словообразовательные форманты современного русского языка (на материале графодериватов) // Славянские языки и культуры в современном мире: Междунар. науч. симп., 24–26 марта 2009 г. МГУ им. М. В. Ломоносова, филол. фак. / М. 2009. С. 124–125.

9. Караулов Ю.Н., Чулкина Н.Л. Русская языковая личность: интегративный аспект в условиях межкультурных коммуникаций. М.: РУДН, 2008. 139 с.

10. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: Гнозис, 2003. 375 с.

HYBRID NEOLOGISMS AS A MANIFESTATION OF THE LANGUAGE GAME IN MASS-MEDIA TEXTS

V.E. Zamaldinov

The article examines some techniques of the language game and precedent texts as ways of creating graphical hybrids. Based on the examples of modern media texts, we describe the main types of graphic derivation and methods used to create hybrid neologisms.

Keywords: language game, hybrid neologisms, occasional word-formation, mass media, precedent phenomena.

References

1. Il'yasova S.V., Amiri L.P. Yazykovaya igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy. M.: Flinta, 2009. 296 s.

2. Kul'tura russkoj rechi: ehnciklopedicheskij slovar'-spravochnik / Pod red. L.Yu. Ivanova, A.P. Skovorodnikova, E.N. Shiryayeva i dr. M.: Flinta: Nauka, 2003. 840 s.

3. Sannikov V.Z. Russkij yazyk v zerkale yazykovoj igry. M.: Yazyki slavyanskoj kul'tury, 2002. 552 s.

4. Gridina T.A. Proizvol'naya motivaciya kak mekhanizm yazykovoj igry // Izvestiya Ural'skogo universiteta. 2000. № 17. S. 51–56.

5. Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo yazyka / Sost. i gl. red. S.A. Kuznecov. SPb.: Norint, 2000. 1536 s.

6. Raciburskaya L.V., Samylicheva N.A., Shumilova

A.V. Problemy sovremennogo medijnogo slovotvorchestva. M.: Flinta: Nauka, 2015. 136 s.

7. Il'yasova S.V. Yazykovaya igra: slovoobrazovatel'naya, graficheskaya, orfograficheskaya (na materiale tekstov sovremennyh rossijskih SMI) // Medialingvistika. 2015. № 1 (6). S. 91–100.

8. Popova T.V. Novye slovoobrazovatel'nye formanty sovremennogo russkogo yazyka (na materiale grafoderivatov) // Slavyanskije yazyki i kul'tury v sovremennom mire: Mezhdunar. nauch. simp., 24–26 marta 2009 g. / MGU im. M. V. Lomonosova, filol. fak. / M. 2009. S. 124–125.

9. Karaulov Yu.N., Chulkina N.L. Russkaya yazykovaya lichnost': integrativnyj aspekt v usloviyah mezhkul'turnyh kommunikacij. M.: RUDN, 2008. 139 s.

10. Krasnyh V.V. «Svoj» sredi «chuzhij»: mif ili real'nost'? M.: Gnozis, 2003. 375 s.