

УДК 811.161.1

**ВНУТРЕННЯЯ ФОРМА НОВЫХ СЛОВ
И СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ**

© 2011 г.

А.С. Фокина

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

vestnik@unn.ru

Поступила в редакцию 28.12.2010

Анализируется образование новых слов в их отношении к современным социальным явлениям России. Слова, взятые в качестве примеров, классифицированы в зависимости от того, какую сторону общественной жизни они характеризуют.

Ключевые слова: внутренняя форма слова, социальное явление.

Внутренняя форма слова – это мотивирующее значение, отражающее тот признак, по которому мы назвали предмет в целом. Термин «внутренняя форма слова» показывает, что мотивировка слова воспринимается как связь значения слова с его внешней формой – морфемной структурой и звучанием. Этот термин используется в лингвистике для того, чтобы показать, что новое, мотивируемое значение, развиваясь на основе уже известного, мотивирующего, оказывается как бы «вложенным» в него. Внутренняя форма не всегда легко обнаруживается – иногда она требует обращения к этимологии (в этих случаях внутренняя форма называется этимологом).

Однако в синхронии внутренняя форма вновь образованного слова чаще всего понятна носителям языка и объясняет значение нового слова. В современном мире словообразование становится значимым способом номинирования новых или популярных социальных явлений и процессов. Слова своей внутренней формой отражают актуальные социальные реалии. Мотивировочный признак, используемый для создания нового слова, называет те или иные важные для носителей языка сферы общественной жизни: названия политических партий, их лидеров, названия существенных реалий профессиональной деятельности. Для обозначения новых понятий особенно активно словообразование используется в средствах массовой информации, в профессиональном общении и жаргонах (как социальных, так и профессиональных). Какие же процессы в жизни общества наиболее часто требуют появления новых словообразовательных номинаций?

1. Рост технизации и компьютеризации всех сфер общественной жизни. С этим связано про-

исхождение множества слов, производных от компьютерных терминов или жаргонизмов: *гигабайтный* или *гигабайтовый* (от *гигабайт* – единица измерения информации) ‘измеряемый гигабайтами, занимающий гигабайты памяти компьютера’ [1]; *поюзанный* (от англ. use – пользоваться, использовать) ‘1. Бывший в употреблении; 2. Испорченный’ [2]; *IT-шник* ‘специалист в сфере информационных технологий’; *IT-шный* ‘связанный со сферой информационных технологий’ (от англ. IT – информационные технологии) [1]; *пошарить* (от англ. to share – делить) ‘поделиться информацией’. В приведенных примерах обращает на себя внимание обилие заимствованных корней, чаще всего из английского языка, как выраженных, так и не выраженных графически. В данной группе слов это связано с тем, что большая часть компьютерной лексики изначально заимствована из английского языка.

2. Рост интереса к политической сфере порождает такие наименования, как *натомания* ‘повышенный интерес к возможности вступления в НАТО, положительная оценка действий НАТО’ [1]; *ЛДПРовец* ‘тот, кто состоит в партии ЛДПР’ [1]; *ЛДПРовский* ‘исходящий от партии ЛДПР или поддерживающий ее интересы’ [1]; *предкризисный* ‘свидетельствующий о наступлении экономического кризиса, предшествующий ему’ [1]; *перестроечник*, *перестройщик* ‘приверженец, сторонник перестройки’ [1]. Во всех приведенных примерах в качестве мотивирующих выступают слова, обозначающие те или иные политические реалии: *НАТО* – североатлантический блок, *ЛДПР* – Либерально-демократическая партия России, *кризис* – тяжелое переходное состояние экономики, *перестройка* – общее название совокуп-

ности политических и экономических перемен, происходивших в СССР в 1986—1991 годах. Особое значение приобрела в последние несколько лет партия «Единая Россия», чему мы также находим подтверждение среди многочисленных производных от названия партии, в том числе слов, образованных чаще всего сложно-суффиксальным способом: *единоросс*, *единоросский* и пр. Чаще всего такие номинации встречаются в СМИ.

3. Повышение интереса к роли отдельной личности в жизни общества. Об этом свидетельствует большое количество таких слов, как *перестроечник*, *ЛДПРовец*, *ВАЗовец* ‘тот, кто работает на ВАЗе’ [1]; *Жириновец* ‘сторонник политической программы В. В. Жириновского’; *Зюгановец* ‘сторонник политической программы Г.А. Зюганова’ и пр. Все эти примеры показывают двусторонний интерес к отдельной личности: с одной стороны, принципиально важным становится участие индивида как такового в социальной жизни (в связи с этим и появляются номинации для обозначения политической позиции или социального статуса отдельной личности, образуемые чаще всего при помощи суффикса *-ец*), с другой – все чаще на первый план в социальных событиях выдвигается не группа лиц, не партия, а сильная личность, лидер (это обуславливает появление в качестве внутренней формы новых слов фамилий политических деятелей, таких как Зюганов, Жириновский, Путин и т.д.).

4. Возрастающее значение рекламы. В первую очередь это явление обнаруживается в развернутом словообразовательном гнезде с вершиной *пиар* ‘связи с общественностью’: *пиарить* ‘заниматься пиаром’; *пиаровец*, *пиарщик* ‘тот, кто занимается пиаром’; *пиаровский* ‘имеющий отношение к пиару, используемый в пиаре’ [1]. Помимо этого, расширяется и состав словообразовательного гнезда с вершиной *реклама*: *рекламодатель*, *рекламщик*, *рекламщица*, *рекламировать*. С этим же явлением связано и постоянное увеличение производных от слова *спам* ‘массовая рассылка коммерческой, политической и иной рекламы (информации) или иного вида сообщений лицам, не выразившим желания их получать’: *спамить* ‘рассылать спам’; *спамер*, *спамщик* ‘тот, кто рассылает спам’; *спамовый* ‘имеющий отношение к спаму’. Мотивировочным признаком всех слов этой группы являются различные названия рекламы: *реклама*, *пиар*, *спам*. Мы видим, что все приведенные выше дериваты построены по активным словообразовательным моделям, имеют морфологические парадигмы в языке, многие из них уже закреплены в современных словарях,

что свидетельствует о высокой активности употребления слов этой группы в речи.

5. Экономические проблемы страны. К этой группе можно отнести упоминавшееся выше слово *предкризисный*. Кроме того, о значимости этих социальных проблем свидетельствует наличие в языке таких слов, как *накрутить* ‘необоснованно поднять цену’ и производное от него *накрутка* [1]; *пиратство* ‘правонарушение, суть которого составляет использование произведений науки, литературы и искусства, охраняемых авторским правом, без разрешения авторов или правообладателей или с нарушением условий договора о использовании таких произведений’ [1], *пиратский* и пр. В словах данной группы в качестве производящего нередко используется слово с другим значением, которое переосмысливается уже только в производном (*крутить*, *пират*).

6. Интерес к патологическим, нездоровым явлениям и состояниям. Это подтверждается наличием в языке таких слов, как *натомания* (одним из компонентов внутренней формы этого слова является слово *мания* в значении ‘сильное пристрастие к чему-либо, крайняя степень увлечённости’), тот же компонент встречаем в слове *сексомания* ‘сильное пристрастие отдельных СМИ к публикации откровенных материалов на сексуальную тему’ [3]. Примечательно также то, что в жаргонах актуализируются специальные номинации для определенных видов зависимостей и тех, кто от них страдает: *морфинист* ‘наркоман, употребляющий морфин’ [2], *героиновый*, *гашишист* и т.д.

7. Вульгаризация. С точки зрения словообразовательных процессов можно выделить два вида этого явления.

Во-первых, вульгаризация речи, проявляющаяся в стремлении жаргонов заменить литературные названия более грубыми, имеющими более яркую эмоциональную окраску (чаще всего негативную), иногда сблизить звучание жаргонного слова с каким-либо нецензурным. Так, иностранный, заграничный становится *забугорным* [1], сильный морской ветер – *мордотрепом* [2], вступление к курсовой работе или диплому – *въездняком* [2]. Негативное восприятие работы в полную силу, с максимальным напряжением проявляется в глаголе *мордочиться* [2]. О повышенном интересе к обценной лексике свидетельствует наличие слов *выёживаться* и *выйогиваться* ‘вести себя вызывающе; стремиться обратить на себя внимание; оригинальничать’ [2], эти слова можно считать эвфемизмами фонетически схожего с ними нецензурного слова, что особенно ярко видно при

сравнении их с синонимом *выкальваться*, существующим параллельно, а также просторечиями: *выкаблучиваться*, *выпендриваться*, которые подобного фонетического сходства не имеют. Во всех приведенных примерах видно, что слово, формально являющееся мотивирующим, со значением своего производного никак не связано. Показательно также и то, что в качестве производных слов в этой группе нередко используются слова, изначально относящиеся не к литературному языку, а к просторечию (например, внутренняя форма *морда* в словах *мордяться*, *мордотрен*). Это изначально является препятствием для проникновения слова в литературный язык; такие слова используются только в сленге и жаргонах.

Во-вторых, вулгаризация общества, которая обуславливает появление таких слов, как *чернуха* 'намеренно натуралистическое изображение негативных сторон (общественной) жизни в произведениях литературы и искусства' [4], *сексомания*. Эти слова содержат негативную оценку называемых ими понятий, что определено уже их внутренней формой: *чернить*, *манья*. Суффикс *-ух* (*чернуха*) усугубляет оценочность, заложенную в производящей основе.

Важным представляется тот факт, что все эти неологизмы, как и многие другие новые слова, обозначают реалии из сферы СМИ, но используются уже для их характеристики со стороны общественности, в то время как слова прочих групп чаще всего используются самими СМИ с целью характеристики общества. Оценка языковых явлений с этой точки зрения приводит к мысли о необходимости выделения еще одного социального явления.

8. Растущее влияние средств массовой информации на общественную жизнь. Это прояв-

ляется также и в том, что слова, изначально относившиеся к профессиональной лексике работников СМИ, получают сейчас распространение во всех слоях общества: *рекламодатель*, *толстушка* 'газета объемом 32 страницы и более', *рифмач* 'любитель рифмовать газетные заголовки' [2], *пиратство*, все производные от слова *пир*.

Проанализировав все вышеприведенные группы слов, можно сделать вывод, что практически ни одно из актуальных социальных явлений не проходит незамеченным для языка. Новые понятия и реалии, входящие в жизнь общества, вызывают к жизни и новые слова, призванные их обозначить. Нетрудно заметить, что большинство новых слов, появившихся путем словообразования, содержат яркий оценочный компонент, обычно негативный. Это свидетельствует о том, что люди, как правило, воспринимают происходящие перемены как ухудшение условий жизни (исключением в этом отношении являются слова, относящиеся к компьютерной и технической лексике).

Список литературы

1. Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия: более 7000 слов и устойчивых сочетаний/ ИЛИ РАН; под ред. Г. Н. Складневской. М.: АСТ, 2005.
2. Никитина Т.Г. Молодежный сленг: толковый словарь: ок. 20000 слов и фразеологизмов / Т.Г. Никитина. 2-е изд., испр и доп. М.: АСТ, 2009. 1102 с. ISBN 978-5-17-058711-7.
3. Кессарийский Э.П. Журналистский словарь / Э.П. Кессарийский. Нижний Новгород: «ДЕКОМ», 2002. 320 с.
4. Панов Н.И. Современный словарь по общественным наукам/ Н. И. Панов, О. Г. Данильян. М.: ЭКСМО, 2000. 528 с. ISBN 978-5-699-12503-6.

INNER FORM OF NEW WORDS AND MODERN RUSSIAN REALITY

A.S. Fokina

Derivation of new words is analyzed in relation to modern social phenomena in Russia. All the words taken as examples are divided into groups according to social realities they characterize.

Keywords: inner form, social phenomenon.