

УДК 811.161.1'373.611

Шварцова Т.В.*Московский государственный университет печати им. Ивана Федорова***СЛОВООБРАЗОВАНИЕ КАК ИСТОЧНИК ПОВЫШЕНИЯ КРЕАТИВНОСТИ
ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА**

Аннотация Статья посвящена анализу индивидуально-авторских словообразовательных инноваций и выполняемых ими функций, к которым относятся экспликация эмоциональной и рациональной оценки, повышение экспрессивности и степени воздействия на читателя. Окказионализмы систематизируются на основе общности их деривационного значения, в связи с чем рассматриваются понятия словообразовательной категории, синтаксической деривации, аффиксальной полисемии и омонимии. Выявляются наиболее востребованные словообразовательные значения, свидетельствующие об актуальности выражения оценки, наименований лиц и отвлечённых понятий.

Ключевые слова: лингвокреативность, окказионализм, инновация, словообразовательная категория, деривационное значение, оценочность.

T. Shkvartsova*Moscow State University of Printing Arts***WORD FORMATION AS A SOURCE OF INCREASING CREATIVITY
IN THE JOURNALISTIC TEXT**

Abstract. The article is devoted to the analysis of individual author's word-formation innovations and their functions, which include the explication of emotional and rational assessment, increase of expressiveness and extent of impact on a reader. Nonce-words are systematized on the basis of a community of their derivational meaning, in connection with this considered are concepts of word-formation category, a syntactic derivation, affixal polysemy and a homonymy. The most popular word-formation meanings that testify to relevance of expression of an assessment, names of persons and abstract concepts come to light.

Keywords: lingvcreativity, nonce-word, innovation, word-formation category, derivational meaning, assessment.

Лингвокреативность публицистического текста – это отражение поиска журналистами новых средств выразительности и стремления к усилению воздействия на читателя, проявление авторской индивидуальности, эмоций и оценки объекта речи. Характеризуя активные процессы в современном русском языке, Н.С. Валгина отмечает потребность авторов в ярком, эффектном и эффективном слове, их настроенность на изобретательство, на поиск неожиданного, что при индивидуально-творческом подходе к словообразованию проявляется в создании окказиональных слов, творящихся ради определённого контекста при особом коммуникативном задании. Такое словотворчество помогает разрушить

стереотипы, выразить эмоциональную оценку происходящего [1, с. 151-153].

Креативное словообразование – всегда осознанное отклонение от нормы. Оно мотивируется желанием выделиться нечто важное, основную идею, и тем самым сделать её запоминающейся. Реализуя чаще всего коммуникативные намерения иронии и негативного отношения к объекту речи, авторы создают окказионализмы различной частеречной принадлежности, нередко заключая их в кавычки, сигнализирующие о новизне, нестандартности слова и важности выражаемого им смысла: *Какая забота «новодрамцу» до того, что репертуары театров наполнены вивисекцией классики или переводным смешиловом* (ЛГ, № 47, 2013); *Вдобавок к тому, что школа холодна и бессердечна, она стала ещё бессмысленна и безмысленна* (ЛГ, № 40, 2014); *В Нижнем Новгороде из 20 мест водного отдыха «купательно» разрешили всего 4. Неужели дешевле лечить нас целый год после «здоровьеподрывных» заплывов, чем отремонтировать канализацию?* (АиФ, № 36, 2013); *Разучившись создавать качественный продукт, телевизионщики хватаются за любую идею, способную мало-мальски «рейтингнуть»* (ЛГ, № 39, 2014); *Эта Галина определена «главредствовать» в некоем литературном журнале-клоне, издаваемом на Дону* (ЛГ, № 40, 2014).

Креативное словообразование может успешно использоваться и в заголовках – необычные на фоне узуальных слов, окказионализмы не только привлекают и развлекают читателя, но и, что важнее, отражают тему и основную идею статьи: *Геленджикнуться или разананпиться?* – заголовок статьи

об отдыхе в Геленджике и Анапе (АиФ, № 24, 2011); *Бормотаж дирижабля* – заголовок рецензии на книгу «Дирижабли», стихи из которой рецензент сравнивает с невнятным бормотанием (ЛГ, № 42, 2014); *Умопомрачение под ленинопадом* – заголовок статьи о сбрасывании памятников Ленину в Украине (ЛГ, № 40, 2014). Следует помнить, однако, что употребление таких новообразований в заголовках может привести и к коммуникативной неудаче, поскольку вне контекста они могут оказаться непонятыми или неверно интерпретированными, что в результате не привлечёт, а оттолкнёт читателя от текста.

Систематизация словообразовательных инноваций возможна на различных основаниях – по способу, модели или типу словообразования, их частеречной принадлежности [например: 3, с. 126-167; 4]. На наш взгляд, наиболее интересен анализ окказионализмов на основе общности их деривационного значения. Рассмотрение производных с этой точки зрения поможет выяснить, какие словообразовательные значения актуальны и наиболее востребованы в словотворческой деятельности журналистов.

Объединение слов на основе общности их деривационного значения возможно в рамках комплексных семантических единиц словообразования – словообразовательных категорий. Данная категория понимается нами как множество производных слов различных словообразовательных структур, объединённых общностью деривационного значения, независимо от способа их образования и части речи производящих. Одна категория может также объединять производные

разных частей речи, если они обладают общей словообразовательной семантикой.

Носителем деривационного значения является словообразовательный формант (аффикс), обладающий как формой, так и собственной, не зависимой от внутрисловного контекста семантикой. Сообщая своё значение производному слову, деривационный аффикс позволяет отнести его, во-первых, к именам с денотативным или сигнификативным типом значения; во-вторых, к одному из двух разрядов денотативной лексики – именам лиц или неодушевлённых предметов; в-третьих, к именам, обладающим или не обладающим субъективно-оценочными значениями.

Признание семантической самостоятельности словообразовательного аффикса требует разграничения аффиксальной полисемии и омонимии. Для этого применяется семантический критерий: о полисемичности аффикса свидетельствуют актуализации его значений в пределах единого семантического инварианта, а не связанные между собой значения аффикса ведут к распаду единой деривационной морфемы на ряд омонимичных.

Таким образом, на основании общего деривационного значения можно выделить словообразовательные категории со значениями лица; неодушевлённого предмета; отвлечённости; субъективной оценки; отношения к предмету или явлению; однократности действия и пр.

Наиболее востребованной в словотворческой деятельности журналистов оказывается категория **отвлечённости**. Основная часть инноваций с этим значением образуется при уча-

стии продуктивных суффиксов *-ни(j)-*, *-аци(j)-*, *-ость*, *-и(j)-*: *жюрение*, *обезнаучивание*, *полевение*, *распогонивание*, *майданизация*, *руинизация*, *домысловость*, *мажористость*, *бесхребетье*. Производные данной категории являются результатом синтаксической деривации, при которой значение деривата сводимо к содержанию производящего слова и отвлечённому значению форманта. В отличие от лексических дериватов, обладающих неаддитивным, идиоматичным значением и обычно воспроизводимых в речи как готовые лексические единицы, синтаксические дериваты могут порождаться в самом акте коммуникации, особенно если их образуют при помощи продуктивных словообразовательных аффиксов. Поэтому производные данной категории легко творятся авторами при особом коммуникативном задании.

Абстрактные имена существительные с суффиксами *-ни(j)-* и *-аци(j)-* традиционно образовывались от узуальных глаголов. Современные авторы, стремясь к яркому и оригинальному способу выражения, чаще изобретают мотивирующее (**распогонить*, **полеветь*) и в соответствии с выбранной синтаксической конструкцией переводят глагол в субстантив. Происходит обогащение глагольной семантики категориальным значением существительного, и при этом взаимодействие лексического значения мотиватора с определённым формантом может привести к появлению у производного новых коннотаций – например, у девербативов *бормотаж*, *охмурёж*, *смешилово* очевидно приращение отрицательной оценочности.

Образование инноваций с суффиксом *-аци(j)-* производится сейчас не от

глаголов, как ранее, а прямо от существительных: *балаганизация, барбилизация, болванизация, докторизация, майданизация, олигархизация, руинизация*. Активность использования производных и порождения инноваций данного типа свидетельствует о высокой востребованности значения «проникновение и распространение какого-либо явления», причём явления нежелательного, вызывающего отрицательные эмоции. Мотиваторы этих новообразований относятся чаще всего к пейоративам, а значит, независимы от контекста, который лишь усиливает отрицательно-оценочное значение производного слова: *Запад сумел воспользоваться нашей гипербюрократизацией высшей школы и олигархизацией её управленческого корпуса* (ЛГ, № 48, 2014). В других случаях отрицательная оценочность менее выражена и актуализируется только в контексте: *С таких вот тетрадок и начинается тотальная «барбилизация» нашего общества* (КП, 23.08.2009); *Официозный репортаж о введённом в строй промышленном гиганте перебивают картинкой заводских руин, оставшейся от руинизации заводов в годы перестройки* (ЛГ, № 17, 2014).

Мотивирующие окказионализмов с суффиксом *-ость* со значением отвлечённого признака – относительные безоценочные прилагательные, однако при взаимодействии лексических, словообразовательных и синтаксических средств, в контексте, производные эксплицируют отрицательную оценочность и эмоциональный накал автора: *Тайфунность разрушений на теле и в сердце национальной духовности и нравственности поражает* (ЛР, № 42, 2014); *«Желчегонность» автора, за-*

бывающего о призвании художника, морали и просто о нормах приличия, отвратительна (ЛГ, № 40, 2014); *К чему эти надрывы и начётничество: вот здесь «европейскость», а здесь – «азиатскость»?* (ЛГ, № 38, 2014).

Словообразовательная категория *лица* в силу внеязыковых и внутриязыковых причин активно пополнялась в конце прошлого и начале нынешнего века: «Герой современного словообразования – человек. Значительную часть новообразований составляют имена лиц нарицательные» [2, с. 103]. Сохраняя свою актуальность, данная категория, судя по отмеченным инновациям, оказывается менее востребованной в печатных СМИ. Точные и выразительные, ситуативные имена лиц характеризуют лицо по производимому им или над ним действию и образуются по узуальным моделям с помощью суффиксов *-ец, -ант, -ент, -тель*: *Начальники тюрем превращают сидельцев в своих рабов* (ЛГ, № 47, 2013); *Среди лишенцев* [учёных степеней. – Т. III.] *не было ни одного депутата или видного чиновника* (АиФ, № 36, 2013); *Мы поделились на две партии: «уезжанты» и «здесьсиденты»* (Афиша, № 10, 2012); *И теперь мы их называем расшатывателями устоев?* (КП, 12.10.2013).

Иногда новизну сложного слова обеспечивает присоединение нового компонента к узуальному, в результате происходит словообразование по аналогии: *грантопожиратель, чемоданоронятель, частушкописец*.

К категории лица относятся и производные со значением собирательности, мотивированные и собственными, и нарицательными существительными: *Буш троицу любит. И*

будет в США **требующие**: Буш-отец, Буш-сын и Буш-клон (АиФ, № 35, 2013).

Высокая степень востребованности способов выражения оценки в медийном тексте закономерна – формируемая разноуровневыми языковыми средствами, оценочность является одним из основных стилеобразующих факторов публицистики. Множество инноваций словообразовательной категории **субъективной оценки** образовано с помощью суффикса *-щин*, выражающего резко отрицательную оценку. Сейчас такие имена чаще образуются не от прилагательных, как ранее, а от существительных с отрицательно-оценочной семантикой или приобретающих её в данном контексте: *Во власти ещё со времён печально знаменитой «семибанкирищины» по-прежнему сильно банковское лобби* (АиФ, № 36, 2013); *Михалков воспевает, дескать, белогвардейщину и так карикатурно показывает наше родное* (ЛГ, № 30, 2013); *Во время занятий студентам было просто стыдно за ту русофобищину, которую им не стесняясь внушали* (ЛГ, № 47, 2014). В то же время этот суффикс способен взаимодействовать и с мотиваторами с явно положительным оценочным значением – это качество суффиксов словообразовательной модификации присоединяться к основам с противоположным оценочным знаком отмечает Т.В. Маркелова [5, с. 113]. Примеры: *Директор музея истории русской литературы признался в своей нелюбви к «юбилейщине»* (ЛГ, № 42, 2014); *Откровенное обличение пороков и прочая актуальщина не заслоняют собой тотальный разлад мироустройства* (Афиша, № 2, 2013).

Инновации с оценочным суффиксом *-ух-* в контексте выражают иро-

нию, пренебрежение, неодобрение и всегда стилистически снижены: *Из-за требований мусульман конкурс лишился своей главной заманухи* (КП, 03.10.2013); *Шла восторгуха исключительно по поводу литературы либеральной* (ЛГ, № 39, 2014).

Стремление авторов к повышению выразительности влечёт за собой создание множества образований с *мега-* и *супер-*: *мегапопулярный, мегазвёздный, мегамогущественный, мегаэффективный, супергол, суперпрофи, супертренер, суперяхта*. Диапазон мотивирующих данного типа настолько широк, что сложно провести границу между узуальными и окказиональными словами. Появление таких образований в текстах СМИ становится таким же регулярным, как и употребление превосходной степени прилагательных с позитивной и негативной эмоционально-оценочной семантикой: *любимейший, старомоднейший, уродливейший*.

Авторские инновации-глаголы имеют отсубстантивное происхождение, что свидетельствует о востребованности глагольной семантики, соединённой с семантикой существительного. Так, по аналогии с уже зафиксированными в Толковом словаре русского языка начала XXI века [6] *пиарить(ся)*, *мониторить* и уже широкоупотребительным *кошмарить* образованы *жюриить, троллить, самообороняться*: *Г. Хазанов уже «жюриил» в аналогичном проекте на Первом* (КП, 23.08.2014); *Вы троллите Госдуму, а значит, тоже пиаритесь* (КП, 20.12.2014); *Позволить обывателям самооборону? Так они завтра придут и от нас «самооборонятся»* (ЛГ, № 43, 2014). Иногда образование глагола от имени собственного сопровождается

графическим выделением: *Кто решил проСОЧИться?* – посетить Олимпиаду в Сочи (АиФ, № 4, 2014).

Образуются глагольные инновации с помощью различных суффиксов – так, *-и-*, *-ова-*, *-изирова-* сообщают производным значение действия, относящегося к тому, что названо производящим словом; префикс *раз-* в сочетании с постфиксом *-ся* выражает деривационное значение интенсивного действия (*разанапиться*, *размайданиться*), суффикс *-ну-* передаёт однократность действия (*рейтингнуть*, *геленджикнуться*).

Современный публицистический текст, рассчитанный на массового адресата, призван, прежде всего, воздействовать на читателя путём информирования и убеждения. Лингвокреативность, в том числе лексико-словообразовательная, повышает выразительность и воздействующую силу текста, украшает его, привлекает новизной и необычностью средств выражения. Инновации, созданные по узуальным моделям и наполненные новым лексическим содержанием, выполняют экспрессивно-оценочную функцию, подчёркивают индивидуальность автора, позволяют ему острее и ярче проявить эмоциональное и ценностное отношение к объекту речи. Наиболее востребованными при создании окказиональных слов можно считать деривационное

значение субъективной оценки, а также значения отвлечённости и лица, что свидетельствует об актуальности наименований действий, процессов, состояний, признаков, качеств, лиц.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. М.: Логос, 2001. 304 с.
2. Земская Е.А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). М.: Наука, 1996. С. 90-142.
3. Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М.: Флинта, 2009. 296 с.
4. Леденёва В.В. О лексике современных коммуникативных сфер: семантический портрет слова телевидение // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2012. № 6. С. 12-16.
5. Маркелова Т.В. Прагматика и семантика средств выражения оценки в русском языке: монография. М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2013. 300 с.
6. Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / Под ред. Г.Н. Складчиковой. М.: Эксмо, 2008. 1136 с.

ИСТОЧНИКИ:

1. Аргументы и факты (газета) – АиФ
2. Афиша (журнал)
3. Комсомольская правда (газета) – КП
4. Литературная газета – ЛГ
5. Литературная Россия (газета) – ЛР