

ЯЗЫК СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

УДК 811

ЯЗЫК СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Плотникова Л. И.

*Белгородский государственный университет
E-mail: Plotnikova@bsu.edu.ru*

Статья посвящена инновационным тенденциям, отмечаемым в языке СМИ в настоящее время. Среди наиболее значимых выделено увеличение числа различного рода композитов. Это в первую очередь разнословные сложения, отражающие все сферы современной жизни. К инновационным тенденциям отнесены также активизация аббревиации, универбизации и рост окказионального словотворчества.

Ключевые слова: инновационные тенденции, словотворчество, компрессия, разнословное сложение, аббревиация, универбизация, окказионализмы.

Постановка проблемы. Известно, что язык средств массовой информации нацелен в первую очередь на то, чтобы привлечь внимание как можно большей слушающей и читающей аудитории к той или иной проблеме. Для этого автор использует самые разнообразные средства, наиболее ярким и образным среди которых является необычное, «диговинное», отсутствующее в языковой традиции, созданное им самим слово. Фиксация и изучение таких слов представляется задачей *актуальной*, так как вновь созданные слова не только социально детерминированы и отражают определенные реалии современной эпохи, но позволяют также выявить определённые тенденции языкового развития на том или ином этапе. *Цель* настоящей работы – на конкретном языковом материале продемонстрировать наиболее значимые инновационные тенденции, которые проявляются в языке СМИ в настоящее время.

Анализ языкового материала, извлеченного из средств массовой информации, показал, что одной из наиболее значительных тенденций, проявляющихся в русском языке в последнее время, продолжает оставаться тенденция «к экономии речевых усилий». Её проявлением можно считать значительное увеличение количества композитов различных типов. Среди лексических инноваций-конденсатов в первую очередь обращает на себя внимание резко увеличившееся число разнословных сложений, или биноминов. Исследователи по-разному пределяют существо и статус данных образований. Язык современных газет свидетельствует о значительной активизации биноминов в последнее десятилетие, ср.: *бизнес-план, покупка-продажа, фирма-спонсор, выставка-дегустация, магазины-конкуренты* и др. В подобного рода словах отражается стремление языка к удобным и компактным формам выражения, например: *Даешь студента-застройщика!* (заголовок, Житье-бытье); *Кроме того, в наше мармеладное время журналистское (или как бы журналистское)*

интервью стало расхожей формой пиара, за которую интервьюируемые (или другие заинтересованные лица) просто-напросто платят деньги, официально или неофициально. Это конечно протестировало жанр, сведя его к набору **вопросов-подлиз** (РГ); *Есть газеты-бабочки, а есть «Комсомолка* (КП); **Человек-невредимка** (заголовок): *Новый премьер - человек, состоящий из сплошных достоинств с частицей «не». Не имеет политических амбиций, не собирается использовать свою должность для избирательной компании, не принадлежит ни к одному клану...* (МК). Последний пример интересен тем, что второй компонент составного наименования представляет контаминированное образование: *вредить* + *невредимка*. **Гений-самоучка** *разрабатывал свое творение 25 лет, а собрал всего за неделю* (заголовок, КП в Белгороде); **Мошенница - психологиня** *ловко перебрасывает в свою сумку их икру и красную рыбу* (АиФ); **Воровка-медоноска** (заголовок): *Пенсионеры Белгорода становятся жертвами напористой похитительницы, действующей под видом продавца меда* (Смена); **Люди-мотоциклы** (заголовок): *Байкеры сродни кентаврам - «железный конь» еще не прирос к телу, но к душе прикипел навсегда* (Смена) и др. Особенности структуры подобного рода слов находят отражение в их значении: объединяя в одно наименование два самостоятельно употребляющихся в языке слова, биномины выражают не автоматическое объединение значений двух слов – они несут новую смысловую нагрузку, которая выявляется в условиях определённого контекста с учётом фоновых знаний и опыта языковой личности.

Язык СМИ предоставляет исследователю многочисленные примеры разнословных сложений, которые отражают практически все сферы жизни. В количественном отношении довольно солидно представлена группа биноминов, включающих заимствованные элементы: *арт-тусовка, арт-шоу, байк-шоу, маркетинг-клуб, парадиз-коктейль, рейв-клуб, шоппинг-тур* и др. Отдельные заимствованные элементы интенсивно используются в составе разных биноминов: *блиц – блиц-викторина, блиц-воyaj, блиц-опрос, блиц-рецензия; факс – факс-аппарат, факс-бумага, факс-машина, факс-модем.*

Активное создание подобного рода слов связано с тем, что с помощью компрессии развёрнутые наименования сокращаются до более компактных форм. Данное положение непосредственно относится и к аббревиации. Среди отмеченных аббревиатур преобладают названия учреждений, организаций различных типов: общественных, государственных, партийных, например: *НПФ* – негосударственные пенсионные фонды; *ГНИ* – городская налоговая инспекция, *МКЦ* – Молодёжный культурный центр и др. Процесс аббревиации — это особый процесс, в основе которого лежит действие механизма компрессии, сворачивающего многословное наименование в особую сокращённую форму. При этом осуществляется не только смысловое компрессирование, но и *переключение на иной способ обработки информации*. Таким образом, на основе механизма компрессии создается специфическая когнитивная структура, а в репрезентирующем ее знаке содержится указание на способ представления содержания мышления [1, с.4].

К числу активных компрессивных способов создания лексических инноваций по-прежнему относится универбизация, при которой происходит сокращение словосочетания в одно слово с сохранением его смыслового объёма: *фондовая биржа – фондовка;*

наружное наблюдение – *наружка*; шенгенская виза – *шенгенка*; дисконтная карта – *дисконтка*; криминальная газета – *криминалка*; муниципальный транспорт – *муниципалка*, виртуальная реальность – *виртуалка* и др. Собранный языковой материал подтверждает высокую активность отмеченной словообразовательной модели.

Активность функционирования универбов подтверждается увеличением числа новообразований с другими суффиксами: *медляк* – медленный танец, медленная музыка; *важняк* – важное дело; *верняк* – верное дело; *сходняк* – сходная цена; *тусняк* – неформальное общение; *передовуха* – передовая статья, *депрессуха* – депрессивное состояние и др.

Резко усилившаяся личностная тенденция, отмечаемая исследователями современного этапа развития СМИ, сказалась на значительном увеличении окказиональных, одноразовых, «диких» слов. Среди них обращает на себя внимание группа контаминированных образований как одно из ярких проявлений компрессии. Подобного рода слова наиболее ярко демонстрируют индивидуально-творческий подход к словопроизводству, в их создании наиболее выразительно раскрываются творческие возможности человека. Они рассчитаны, как правило, на эффект неожиданности, оригинальность, неповторимость, связаны с изобретательностью и нестандартностью. Контаминированные образования отличаются одноразовостью, их значение определяется с опорой на содержательно-концептуальную информацию целого текста: *КстатиСтика* (рубрика в МК) – *кстати* + *статистика*; *Кисс* «*Вселенная*» (о конкурсе красоты среди кошек) (заголовок, КП, 2006) – *мисс* + *кис*; *Призрак Россистана* (заголовок)... *Вчера в ряде СМИ появилось странное сообщение. В Кремле якобы обсуждают возможность объединения России в союзное государство не с Белоруссией, а с Казахстаном* (МК) – *Россия* + *Казахстан*; *Настоящий бендизм* (заголовок)... *В течение двух дней под сводами суперсовременной арены спортивного комплекса «Крылатское» будут что есть мочи лупить по оранжевому мячу игроки в бенди* (МК) – *бандитизм* + *бенди*; *Бытие определяет сознание?* (заголовок, КП) – *бытие* + *битьё* и др.

В ряде гибридных новообразований происходит полное совмещение одного из исходных слов с частью другого, что на письме выделяется графически. Подобное явление получило название графического словообразования [2]: *СОЧИнение* на тему лета (АиФ); *Плохи* наши дела (заголовок): *Многие москвичи искренне считают, что Лужков хочет стать депутатом* (МК); *СТИХИю в народ! В Москву пришел фестиваль поэтов* (МК) и др.

Подобного рода слова имеют необычное графическое оформление, позволяющее читателю правильно определить границы тех слов, которые совмещаются автором в пределах одного окказионального образования: *Думские ХОББИты* (заголовок статьи о хобби членов Госдумы, МК); Свадебная *КАРРида* (заголовок)... *В общем, свадьба дочери украинского экс-премьера Евгении Тимошенко и британского рок-музыканта Шона Кара удалась на славу* (МК); *ПРОМАШКА* вышла. *Шараповой помогла травма соперницы*» (заголовок)... (МК); *У Чухрая поМАМУТнение!* (заголовок); ... *Спутником бывшей супруги актера и ресторатора Антона Табакова стал известный бизнесмен Александр Мамут* (МК); *Финиш с КОРВАЛОлом* (заголовок): *ЦСК с Корвальо и без него - все-таки разные команды* (МК).

Довольно часто в языке СМИ образуются аббревиатуры от имен собственных – известных имен, названий популярных передач, кинофильмов, например: «Человек-паук» хочет в «НД» (кинофильм «Ночной дозор») (заголовок, ЮТ); - Кому этот приз достанется? - вопрошает за кадром тревожный мужчина. - Тому, кто лично МНЕ понравится, - кокетливо отвечает АБП (Алла Борисовна Пугачева) (КП); Невероятно, но факт: Вася Печень покинул территорию ББ (реалити-шоу «Большой Брат» на ТНТ); Жанр же, в котором работает БГ, совсем другой. Он называется просто - гребенщиков (РГ) и др.

Зафиксирован ряд интересных примеров – отаббревиатурных образований: ЦУ-Масшество (АиФ); БАБло оказалось фуфлом (заголовок): ...Березовский не переводил деньги на Украину (МК); Роспром раскатывает ГУПы (заголовок, КП) и др.

Выводы и перспективы. Таким образом, одним из универсальных свойств языковой способности человека является компрессия, лежащая в основе таких способов словообразования, как разнословное сложение, аббревиация, универбизация и контаминация. Созданные указанными способами лексические инновации, как правило, социально обусловлены и отражают определённые тенденции в сфере русского словообразования.

Список литературы

1. Мустафинова Э.Р. Аббревиация в русском языке: когнитивный аспект. Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. Барнаул, 2001.
2. Изотов В.П. Параметры описания системы способов русского словообразования. – Орел, 1998.

Плотнікова Л. І. Мова засобів масової інформації: інноваційні тенденції / Л. І. Плотнікова // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2010. – Т. 23 (62), № 3. – С. 174-177.

Стаття присвячена інноваційним тенденціям, які відзначаються в мові ЗМІ в даний час. Серед найбільш значущих виділено збільшення числа різного роду композитів. Це в першу чергу разнословные складання, що відображають усі сфери сучасного життя. До інноваційним тенденціям віднесені також активізація аббревіації, універбізації і зростання оказіонального словотворчості.

Ключові слова: інноваційні тенденції, словотворчість, компресія, разнословное складання, аббревіація, універбізація, окказіоналізми.

Plotnikova L. I. Language of mass medias : innovative tendencies / L. I. Plotnikova // Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2010. – Vol. 23 (62), No 3. – P. 174-177.

The article is devoted to the innovations marked in the language of mass-media at present. One of the most significant is the increasing number of various types of composites. At first it concerns the composition of different words reflecting all the spheres of modern life. The activation of abbreviation, univerbalization and the grows of occasional word creation also refer to the innovations.

Key words: innovations, word creation, compression, composition of different words, abbreviation, univerbalization, occasionalisms.

Поступила в редакцію 01.09.2010 г.