

**SŁOWOTWÓRSTWO A NOWE
STYLE FUNKCJONALNE
JĘZYKÓW SŁOWIAŃSKICH**

**WORD-FORMATION AND THE
NEW FUNCTIONAL STYLES
OF SLAVIC LANGUAGES**



**SŁOWOTWÓRSTWO A NOWE
STYLE FUNKCJONALNE JE-
ZYKÓW SŁOWIAŃSKICH**

**WORD-FORMATION AND THE
NEW FUNCTIONAL STYLES OF
SLAVIC LANGUAGES**

International Slavistic Committee
Commission on word-formation

Papers in thematic session

XV International Congress of Slavists
Belorus, Minsk, 20. – 27.08.2013

Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach
Siedlce 2013

Recenzent: prof. dr hab. Ludwig Selimski, UŚ w Katowicach

Komitet Wydawniczy:

Andrzej Bałandynowicz, Andrzej Barczak, Tadeusz Boruta, Janusz Chruściel, Beata Gałek, Leszek Kania, Jarosław Stanisław Kardas, Rafał Kozak, Krzysztof Lewandowski, Violetta Machnicka (przewodnicząca) Robert Piętek, Janina Skrzyczyńska, Stanisław Socha, Andrzej Walendziak, Paweł Żarkowski.

Redakcja naukowa: dr hab. Elena Koriakowcewa, prof. UPH w Siedlcach, sekretarz naukowy Komisji Słotwórstwa przy Międzynarodowym Komitecie Sławistów, organizator bloku tematycznego.

Żaden fragment tej publikacji nie może być reprodukowany, umieszczany w systemach przechowywania informacji lub przekazywany w jakiególkolwiek formie – elektronicznej, mechanicznej, fotokopii czy innych reprodukcji – bez zgody posiadacza praw autorskich.

© Copyright by Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach,
Siedlce 2013

ISBN 978-83-7051-710-6

Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach
08-110 Siedlce, ul. Bema 1, tel. 25 643 15 20
e-mail: wydawnictwo@uph.edu.pl
www.wydawnictwo.uph.edu.pl

Łamanie: mgr Tomasz Chodowiec (Pracownia Wydawnicza WH UPH w Siedlcach)

Wyd. I Format B-5
Ark. wyd. 8,6. Ark. druk. 9,0.

Druk: EXPOL, Włocławek

**REFERATY NA XV MIĘDZYNARODOWY
KONGRES SLAWISTÓW
(BIAŁORUŚ, MIŃSK, 20.-27.08.2013)**

Elena I. Koriakowcewa

(Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach, POLSKA –
ROSJA) – Словообразовательные ресурсы новых
функциональных стилей славянских языков.....9

Galina P. Nieszczymenko

(Instytut Słowianoznawstwa Rosyjskiej Akademii Nauk, Moskwa,
ROSJA) – Компьютерная коммуникация в зеркале современной
публичной речевой культуры и актуальных деривационных
закономерностей (в сопоставительном аспекте) 39

Ingeborg Ohnheiser

(Uniwersytet w Innsbrucku, AUSTRIA) – Стирание стилевых
границ в словообразовании и словоупотреблении.....67

Elena G. Łukaszaniec

(Miński Lingwistyczny Uniwersytet Państwowy, BIAŁORUŚ) –
К проблеме словообразовательной маркировки стилей интернет-
коммуникации: мотивированная лексика в онлайн-словарях.....83

Irena Stramljič Breznik

(Maribor University, SLOVENIA) – Okazionalno
besedotvorje v slovenskih oglasih.....99

Elena W. Petruchina

(Moskiewski Uniwersytet Państwowy im. M.W.Łomonosowa,
ROSJA) – Особенности словообразования в
церковно-религиозном дискурсе русского языка:
стилистические функции церковнославянизмов..... 110

Lidia Arizankowska

(Uniwersytet „Święci Cyryl i Metody”, Skopje, MACEDONIA) –
Развој на функционалните стилови од зборообразувачки
аспект во современиот македонски јазик под медиумско
влијание.....135

**PAPERS TO BE PRESENTED AT THE XV INTERNATIONAL
CONGRESS OF SLAVISTS
BELARUS, MINSK, 20-27.08.2013**

<i>Derivational resources of new functional styles of Slavic Languages</i> by Elena Koryakovtseva (Siedlce University of Natural Sciences and Humanities, POLAND – RUSSIA)	9
<i>Computer communication in the mirror of modern public speech culture and topical derivational patterns (in comparative aspect)</i> by Galina P. Neshchimenko (Institute of Slavistics of the Russian Academy of Sciences, RUSSIA)	39
<i>On destruction of the stylistic borders in Word Formation and Word Usage</i> by Ingeborg Ohnheiser (Universitaet Innsbruck, AUSTRIA)	67
<i>To the problem of the derivational marking of internet communication styles: motivated vocabulary in online dictionaries</i> by Elena G. Lukashanets (Minsk Linguistic University, BELARUS)	84
<i>Nonce Formations in Slovene Advertisements</i> by Irena Stramljič Breznik (Maribor University, SLOVENIA)	99
<i>Features of word formation in the Russian church-religious discourse: stylistic functions of words and morphemes Church Slavonic language origin</i> by Elena V. Petrukhina (Moscow State University, RUSSIA)	110
<i>Development of functional styles in macedonian language from the perspective of Word Formation under the media's influence</i> by Lidia Arizankovska (University "St. Cyril and Methodius" in Skopje, MACEDONIA)	135

PREFACE

The XV International Congress of Slavists will be held in Minsk during the second half of August 2013. The topics for panels ('thematic blocks') had been decided and were listed on the webpage of the International Committee of Slavists (<http://xvcongress.iml.basnet.by>).

Elena I. Koryakovtseva, professor of Siedlce University of Natural Sciences and Humanities (Poland), is the organizer of thematic block "Word-formation and the new functional styles of Slavic languages". This thematic session is very specialized event to be held during the Congress of Slavists as a set of presentations that are consisting of the works of particular project of Commission on Word-Formation of International Slavistic Committee.

Elena I. Koryakovtseva concentrates in her article primarily on few new functional styles and on productive processes of word formation in modern Slavic languages such as compounding and affixation, leaving aside minor word formation processes such as blending, clipping, and back formation.

The linguistic status of certain genres of computer language communication, also the study of the ontological and functional nature of the language of computer communication in the context of overall trends in the language situation are the focus of attention of professor **Galina P. Neshchimenko** (Institute of Slavic Studies of the Russian Academy of Sciences, Russia)

The paper of professor **Ingeborg Ohnheiser** (Universitaet Innsbruck, Austria) deals with the continuation of pragmatic and stylistic tendencies, in particular the blurring of stylistic boundaries, with special regard to the Russian "Words of the year" (2007-2011).

Elena G. Lukashanets, professor of Minsk Linguistic University (Minsk, Belarus), tries to determine the specifics of motivated words of different styles of Russian youth speech in Internet communication. The online dictionaries of slang on the websites slovonovo.ru and teenslang.su. are primary source material of her article.

The article of **Irena Stramljič Breznik**, professor of Maribor University (Slovenia), focuses on nonce formations from printed, TV and internet advertisements in the Slovene media in the period from 2009 to 2012. The advertisements have been selected randomly from different areas of advertising.

Elena V. Petrukhina, professor of Moscow State University (Russia), analyzes high style of the Russian language that currently is present in the church-religious discourse. The paper presents analysis of repeat single-root words and word formation links in the text, amplifying the influence of the sermons upon the audience.

The goal of **Lidia Arizankovska**, professor of University „St. Cyril and Methodius“ in Skopje (Macedonia) is to present the current situation in contemporary Macedonian language from the perspective of word formation, through the separate functional styles developing under the influence of the media, particularly having in mind, the language of journalism and the language of advertising.

The goal of thematic session „Word-formation and the new functional styles of Slavic languages“ is to provide a focused discussion on innovative topic of the complex interactions between word formation and stylistics, attempting to highlight areas in which further research needs to be done.

Е. И. Коряковцева

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ НОВЫХ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ СТИЛЕЙ СЛАВЯНСКИХ ЯЗЫКОВ

Со второй половины XX века в ходе глобализации трансформируются образ жизни, модели поведения, мировоззрение и культура славян (Miczka 2006). Глобализация современной культуры славянских народов, которая по сути своей является «американизацией» (Иноземцев 2004), осуществляется с помощью глобального английского языка. Славянские языки засоряются «космополитическим сленгом», в них растет словообразовательная активность и продуктивность калек и гибридных дериватов. «Амероглобализация» способствует снижению стилистического разнообразия славянских языков, стиранию границ между функциональными стилями (см.: Нещименко 2006).

На фоне стирания стилистических границ отмечается общая тенденция современных славянских языков к понижению нейтрального стиля (т.н. нормы) в связи с активизацией арготического, разговорного и просторечного регистров (см.: Ohnheiser 2003). Единственной функционально-стилистической сферой, не охваченной стихией снижения и вульгаризации, остается научный стиль (см.: Химик 2004; Казак 2012). Укреплению позиций устной речи, повышению ее статуса способствует развитие современных информационных технологий, обусловившее появление и развитие компьютерного социолекта (см.: Барт 2010; Русакова 2007; Písková 2007).

Под воздействием социокультурных факторов, в связи с глобальным снижением и стилистическим упрощением славянских языков, изменяются критерии определения функциональных стилей, а следовательно, изменяется стилистическая стратификация современных славянских языков. Нередко считают, что новое стилистическое деление славянских языков должно учитывать демографический фактор, происхождение, вероисповедание, профессиональную и социальную принадлежность носителей языка (см.: Нещименко 2006). Выделяют такие новые функциональные стили, имеющие свои словообразовательные, лексические, грамматические и синтаксические особенности, как язык СМИ, язык рекламы, компьютерный социолект и религиозный дискурс.

В данной статье будет рассмотрена специфика словообразовательных средств, в эпоху амероглобализации пополнивших ресурсы бурно развивающихся языка СМИ и языка рекламы, также охарак-

теризована – в общих чертах – словообразовательная специфика компьютерного социолекта.¹

1.0. Новые словообразовательные ресурсы языка СМИ

«Язык СМИ – это новая формирующаяся разновидность языка, которая оказывает на систему общенациональных языков наибольшее влияние и при этом является тем лакмусом, который первый обнаруживает тенденции, намечающиеся в развитии данной системы» (Кудрявцева, Дядечко, Черненко, Филатенко 2004). По силе влияния на общество, на формирование языковых вкусов, языкового поведения, литературных норм язык СМИ не сравним ни с языком художественной литературы, ни с любым другим стилем. Он претендует на роль **общего, усредненного языка**, пожалуй, у всех славянских народов (см.: Нецименко 2010).

Анализ словообразовательных новаций, обнаруженных в медиальных текстах, проливает свет на то, каким именно образом в языковом сознании славян в ходе номинации осмысливаются новые явления современной общественной жизни, поскольку именно деривационные процессы отражают способы осмысления знаний и опыта с помощью актуальных для данной эпохи корневых и аффиксальных морфем, используемых для объективизации новых концептов и связей.

Наиболее заметную роль в неологии современных славянских СМИ играют имена существительные, причем эта роль определяется не только количественными, но и качественными показателями: в деривации существительных участвуют разнообразные способы и приемы словотворчества, которые отражают как традиции, так и новации (ср.: Ильясова 2002). В словопроизводстве существительных используются интернациональные и экспрессивные аффиксы, а также иностилевые словообразовательные форманты, что обусловлено такими тенденциями языкового развития, как интернационализация, экспрессивизация, интеграция.

1.1. Интернационализация и новые словообразовательные форманты медийных неологизмов

Анализ состава современного международного фонда интернационализмов показывает, что англо-американская «лингвистическая гегемония» обусловила смену источника интернациональной лексики: произошло смещение акцентов с греческого и латинского языков в сторону

¹ В качестве источников исследования нами были использованы национальные словарные корпуса славянских языков, базы рекламных слоганов и словарных данных, а также словарные материалы, содержащиеся в статьях и монографиях, в авторефератах кандидатских и докторских диссертаций, посвященных анализу языка СМИ и рекламы, компьютерному социалекту (см. библиографию).

«общемирового» языка (Görlach 1998; Рыцарева 2002). Если в 60-ые годы XX века имело место постепенное вхождение интернациональных элементов греко-латинского происхождения в научный и публицистический стиль, то начиная с 90-ых годов интернационализация стала чрезвычайно активной, даже агрессивной, что проявляется в резком увеличении числа англицизмов-интернационализмов, проникающих во все языковые подсистемы (Bosák 2003, Waszakowa 2005). Активным проводником англицизмов-интернационализмов являются массмедиа славянских стран, через тексты которых значительное количество англицизмов регулярно проникает в язык повседневного общения.

Массовый наплыв англицизмов-интернационализмов влияет на словообразовательную структуру принимающих славянских языков, провоцируя разного рода преобразования. Однако заимствование англицизмов в славянские языки, характеризующиеся «чрезвычайной близостью именно в их словообразовательных системах» (Мельничук 1986:46), нередко имеет одинаковые последствия и способствует возникновению сходных словообразовательных инноваций в текстах славянских СМИ. Во всех современных славянских языках исследователи отмечают такие общие последствия интернационализации, как: 1) использование интернационализмов в качестве производящих основ; 2) активизация интернациональных аффиксов; 3) приобретение заимствованными элементами статуса префиксов/префиксоидов или суффиксов/суффиксоидов; 4) возникновение новых словообразовательных моделей (Ohnheiser 2003:47). Эти же процессы описываются в работах, где исследуются интернационализмы-англицизмы в отдельных славянских языках (см., напр.: Аврамова 2003; Рыцарева 2002; Семенова 2007; Bozděchová 1997; Lotko 2003; *Przejawy...*2009; Waszakowa 2005).

1.1.1. В текстах СМИ всех славянских стран наблюдается рост деривационной активности интернациональных аффиксов, заимствованных ещё до эпохи „америкоглобализации“. Высокой продуктивностью отличаются греко-латинские суффиксы *-изация/-изация/-изация/-изация/-izacja/-izace/-izacia*, *изм/-изъм/-изам/-izm/-ismus*, *-истм/-ista/-ysta*, известные славянским языкам с XVI-XVIII вв.

К началу XXI века комбинаторные возможности суффиксальных формантов *-изация/-изация/-изация/-изация/-izacja/-izace/-izacia* значительно расширились, возрос их стилистический потенциал: отыменные *nomina actionis* с этими формантами стали регулярно образовываться не только в научно-техническом стиле, но и в разговорно-литературном, газетно-публицистическом стилях (Аврамова 2003; Коряковцева 2008). Наиболее активные и продуктивные словообразовательные типы с формантами *-изация/-изация/-изация/-изация/-izacja/-izace/-izacia* объединяют имена процессов со следующими категориальными значениями: а) «превратить»

в того, кто назван мотивирующим словом» (болг. *циганизация*; польск. *debilizacja*, *gburyzacja* 'хамизация'; русск. *дебилизация*, *кретинизация*, *хамизация*; чешск. *blbizace* 'кретинизация'); б) «подвергнуть действию того, что названо мотивирующим словом» (болг. *идеологизация*, польск. *ideologizacja*, русск. *алкоголизация*, чешск. *ideologizace*); в) «довести до состояния, названного мотивирующим словом» (болг. *параноизация*, польск. *paranoizacja*, русск. *параноизация*, *шизофренизация*, чешск. *paranoizace*); г) „наделять свойством, названным мотивирующим прилагательным” (болг. *визуализация*, польск. *infantylizacja*, русск. *инфантилизация*, *экстремизация*, чешск. *infantilizace*); д) «действовать по способу (методу) лица, названного мотивирующим существительным»: болг. *живковизация* (от *Живков*), *костовизация* (от *Костов*); польск. *lepperyzacja* (от *Lepper*), *kaczoryzacja* (от *Kaczory* 'прозвище братьев Леха и Ярослава Качиньских, президента и шефа партии'); русск. *ельцинизация* (от *Ельцин*); словенск. *jelinčičizacija* (от *Jelinčič*); чешск. *zemanizace* (от *Zeman*).

1.1.2. Развитие демократических институтов в постсоциалистических странах сопровождается идеологическим и политическим плюрализмом, на который славянские языки реагируют ростом продуктивности словообразовательных типов с интернациональными формантами *-изм/-изъм /-изам/-izm/-ismus*. Появляются ряды новых дериватов – названий идейных и политических доктрин –, которые мотивируются именами собственными – фамилиями идейных или политических лидеров, напр.: болг. *желевизъм* (от *Желев*), *костовизъм* (от *Костов*); польск. *kaczyzm* (от *Kaczyński*), *lepperyzm* (от *Lepper*); русск. *ельцинизм* (от *Ельцин*), *путинизм* (от *Путин*); чешск. *haiderizmus* (от *Haider*), *klausizmus* (от *Klaus*).

1.1.3. С помощью интернациональных суффиксов *-ист/-ista/-ysta* активно образуются отсубстантивные *nomina agentis* (болг. *сърфист*, *психотеропист*, *програμισ*; польск. *sloganista*; русск. *программист*, *рекламист*; чешск. *sloganista*) и *nomina pertinentia* (болг. *костовист*, *миланист*, *мозерист*, *муунист*; русск. *ельцинист*, *мунист*; чешск. *lepenista*). Большая часть *nomina pertinentia* образуется от личных имен или фамилий лидеров политических партий, напр.: болг. *костовист* 'сторонник политики Ив. Костова'; польск. *kaczynista* 'сторонник политики братьев Качиньских, президента и шефа партии'; русск. *ельцинист*; чешск. *lepenista* 'сторонник политики Лепена', *moonista* 'приверженец философии Мууна'.

1.1.4. Активизации интернациональных морфем греко-латинского происхождения в словообразовательных системах современных славянских языков способствует в немалой степени рост их продуктивности в «глобальном» английском языке (ср.: Рыцарева 2002). Греко-латинские аффиксы продолжают проникать через СМИ в славянские языки, но уже при посредничестве английского языка, в котором они нередко приобре-

тают новые значения. Так, например, в последние годы словообразовательной активности аффиксов *ex-*, *mega-*, *super-*, греко-латинских по происхождению, способствовала «амероглобализация», поскольку именно в глобальном английском языке они приобрели те значения, которые передают в языках-реципиентах англицизмы (см.: Коряковцева 2009: 184). Ср. значение латинского префикса *ex-* 'из' и новое значение этого элемента, ставшего радикасоидом *ex-* (=бывший) в английском языке и в славянских языках, его заимствовавших: ср.: болг. *екс-депутат*, *екс-Югославия*; польск. *ekspremier*, *eksksiądz*; рус. *экс-премьер*, *экс-муж*; чешск. *exambasador*, *exmilenec*, *exředitel*.

В текстах современных славянских СМИ словообразовательную активность проявляют «неолатинские» морфемы *ex-*, *mega-*, *super-*. Эти морфемы функционируют не только в составе слов английского происхождения, но и присоединяются к исконным, славянским основам, ср., напр.: рус. *экс-премьер*, *мегашоу*, *суперснэйпер*, болг. *ексдепутат*, польск. *ekspremier*, *megahit*, *supermarket*, чешск. *exambasador*, *megamarket*, *superfirma*, также рус. *экс-муж*, *суперженицина*, болг. *екс-Югославия* (пример Ц. Аврамовой), польск. *eksksiądz*, *supermatka*, чешск. *exmilenec*, *exředitel*, *megadávka*, *megaměsto*, *superčlověk*, *superobchodník*).

1.1.5. В результате экспансии английского языка, которой способствуют глобальная коммуникация и прежде всего средства массовой информации, создающие и поддерживающие англо-американскую лингвокультурную моду, в словообразовательных системах ряда славянских языков, благодаря словотворчеству СМИ, а также реципиентов их текстов, достаточно активно формируются модели с формантами *-инг*/*-инг*/*-инк*.

1.1.5.1. В современном русском языке функционирует более 300 интернационализмов – *nomina abstracta* с финалью *-инг*², речевая активность которых резко возросла под влиянием медиатекстов, насыщенных множеством заимствованных терминов, ср.: *бодибилдинг*, *боулинг*, *бренддинг*, *брифинг*, *(винд)сёрфинг*, *дайвинг*, *драйвинг*, *заппинг*, *инжиниринг*, *картинг*, *кастинг*, *кикбоксинг*, *клиринг*, *консалтинг*, *лизинг*, *лифтинг*, *маркетинг*, *мониторинг*, *паркинг*, *пирсинг*, *пилинг*, *рейтинг*, *рес(т)линг*, *роуминг*, *скайтинг*, *скриннинг*, *туринг*, *тьюнинг*, *хеппенинг*, *холдинг*, *хостинг*, *форфейтинг*, *франчайзинг*, *шоппинг* и др.

Вопреки мнению Т.В. Максимовой и Е.В.Петрухиной, в современном русском языке элемент *-инг* не является «псевдо- и квазисуффиксом» (см.: Махимова 2002: 213; Петрухина 2010:426) – он утратил «морфемную уникальность», поскольку, вычленившись из структуры заимствованных слов (ср.: *трен-инг*, *маркет-инг*), развил свойство повторяемости и стал активно использоваться в словопроизводстве *nomina actio-*

² См.: Современный словарь иностранных слов, Москва, 2005.

nis от исконных именных основ. Принимая во внимание критерии выделения аффиксов – дистрибутивный (позиция в слове) и функциональный (способность выполнять семантическую и грамматическую функции) –, следует признать суффиксом структурный элемент *-инг*, активно вовлекаемый в словопроизводство на русской языковой почве, что свидетельствует о его полной морфемизации (см.: Сологуб 2002; Григорьев 2005).

Новый суффикс *-инг* активно используется в словотворчестве российских журналистов. В медиатекстах появляются десятки гибридных имен действия типа *вининг* ‘распитие вина’, *водопадинг* ‘преодоление водопадов’, *водкинг* ‘распитие водки’, *глинтвейнинг* ‘приготовление глинтвейна’, *гулянинг* ‘прогулка’, *каякинг* ‘перемещение на каяках’, *позоринг* ‘опозорививание’, *приколинг* ‘рассказывание приколов, т.е. шуток’, *путинг* ‘рекламная кампания Путина’, *пьянинг* ‘пьянка’, *троллинг* (< тролль) ‘оскорбление участников интернет-форумов т.н. троллями – злобными насмешниками’, *шокинг* ‘шокирование’, *щекотинг* ‘щекотание’. Ср. также: *бабинг*, *базаринг*, *лёжинг*, *магазининг*, *мотоциклинг*, *параноинг*, *пивинг*, *травкинг*, *шашлыкинг*, *шизофренинг/шизинг* и др. «Инговое цунами» заимствований, вызванное англо-американоманией современных российских СМИ и русско-английским билингвизмом, развивающимся в молодежной среде русофилов, привело к полному усвоению суффикса английского герундия *-ing* и превращению его в термиозаимствительный элемент с процессуальным значением, который регулярно присоединяется к основам русских существительных, что ведет к появлению многочисленных иронических и каламбурных неологизмов – *nomina actionis*, ср.: *автобусинг*, *автомобилинг*, *барабанинг*, *блюдолизинг*, *болванинг*, *ведьминг*, *дурачинг*, *зацепинг*, *лизоблюдинг*, *маршруткинг*, *мужикинг*, *подлизинг*, *подхалиминг*, *пляжинг*, *сексинг*, *троллейбусинг*, *шакалинг*, *шлюхинг*, *электричинг* и др. (см.: Коряковцева 2012).

Тот факт, что имена процессов, образованные с помощью этого нового суффикса, появляются в ходе языковой игры, широко распространенной в современной русской речевой действительности, не дисквалифицирует *-инг* как деривационный формант, поскольку «игровые окказионализмы» представляют собой речевую реализацию нереализованных языком возможностей, заложенных в самой его системе» (Лыков 1976:53).

1.1.5.2. Если в русском языке произошло полное усвоение английского суффикса *-ing*, а затем начался рост его словообразовательной активности в текстах СМИ, то в таких типологически и генеалогически близких славянских языках, как болгарский, польский и словенский, процесс морфемизация «инговых форм» остановился на стадии словообразовательной соотносительности.

В болгарском, словенском, польском и чешском языках элемент *-инг/-ing/-ink* не отличается продуктивностью, хотя в медиальных текстах

появляются термины-англицизмы: в болгарском языке – как слова, транскрибированные кириллическим шрифтом (*бодибилдинг, лифтинг, шейпинг*); в польском, словенском и чешском языках – в основном как трансплантаты (*drafting, lifting, peeling, rafting*).

В чешском языке процесс морфемизации идет более активно, чем в болгарском, польском и словенском: наряду с трансплантатами типа *re-styling, homeshopping, holding, paragliding, peasekeeping, peeling, rafting, rating* и др., в письменной речи употребляются также транскрибированные слова на *-ink*: *marketink, mítink, šejpink, šopink*. Как и формант *-инг* в русском языке, изофонный чешский структурный элемент *-ink* может выступать в качестве аффикса, однако с его помощью образуются лишь единичные отвлеченные имена со значением действия (реже – состояния) от исконно чешских основ, причем как от глагольных (*ležet – lež-ink*, ср. рус. *лэжинг*), так и от именных, в семантике которых нет процессуального компонента (*pivo – piv-ink*, ср. рус. *пивинг*). В отличие от русского языка в чешском структурный элемент *-ing/-ink* находится лишь на стадии появления редких окказиональных дериватов.

1.1.6. СМИ, диктующие социокультурные и языковые моды, влияют на общественную престижность как отдельных лексем, так и целых словообразовательных типов, являясь основными «поставщиками» неологизмов, неозаимствований, интернационализмов и гибридных неодезиватов, новых словообразовательных формантов и моделей.

С глобальной унификацией, осуществляемой через СМИ с помощью английского языка, связано появление и международное распространение таких «псевдоаффиксальных» морфем, как *-gate,-(o)holic,-mania,-fobia* – генетически корневых слов, которые приобрели статус суффиксоидов, вступая в комбинации с корневыми морфемами принимающих, в том числе и славянских, языков.

1.1.6.1. Элемент *-gate*, рост продуктивности которого обусловлен журналистским словотворчеством, входит в состав названий скандалов в 16 европейских языках (см.: Görlach 1998). Авторы «The American Heritage® Dictionary of the English Language» характеризуют *-gate* как суффикс, обозначающий ‘скандал, вызванный противоправной деятельностью государственных чиновников’ (ср.: «suffix: ‘A scandal involving alleged illegal acts and often a cover-up, especially by government officials’»). В «Dictionary of Contemporary English» (Gadsby 1997:584-585) отмечается, что с 80-х гг. XX века структурный элемент *-gate* в соединении с *nomina propria* (прежде всего – с антропонимами), а также с *nomina loci* используется для наименования событий, связанных с аморальным поведением политика или общественного деятеля (‘used with the name of a place or a person to give a name to an event involving dishonest behaviour by a politician or other public official’).

В славянских языках структурные аналоги английских существительных *Contragate*, *Iranagate* и *Dianagate*, образованные по моделям «*nomen propria* → название скандала с формантом *-gate/-gejt/-geïm*», «*nomen loci* → название скандала с формантом *gate/-gejt/-geïm*», «*nomen obiecti* → название скандала с формантом *gate/-gejt/-geïm*», появились только в начале XXI века, когда скандальная информация заняла особое место в текстах славянских постсоциалистических СМИ. Словопроизводство гибридов-компрессатов с помощью изофонов этого структурного элемента со значением 'скандал' (*-geïm*, *-gejt*) является эффективным манипулятивным приемом, который ныне используют представители постсоциалистических масс-медиа всех славянских стран, распространяя негативную информацию, мгновенно вызывающую эмоциональный отклик у потребителей их продукции (см.: Коряковцева 2009а).

Степень продуктивности и активности структурного элемента *-gate/-gejt/-geïm* в славянских языках неодинакова, что объясняется интра- и экстралингвистическими факторами.

1.1.6.1.1. В текстах русскоязычных СМИ элемент *-gate* употребляется в транскрибированной форме, причем неологизмы с финалью *-geïm* являются в основном названиями политических скандалов, связанных: а) с известными персонами (*Бушгейт*, *Дианегейт*, *Камиллагейт*, *Моникагейт*, *Шеригейт* 'скандал вокруг жены премьер-министра Великобритании, Шери Блэр', также *Ельцингейт*, *Зюгановгейт*, *Медведевгейт*, *Немцовгейт*, *Путингейт*, *Янаевгейт*); б) с объектами скандала (*ваучергейт*, *порногейт* 'скандал, вызванный распространением порнографии'); в) с местом (страной, городом, резиденцией правительства): *Ватикангейт*, *Ирангейт*, *Казахгейт*, *Каспийгейт*, *Кремльгейт*, *Москвагейт*, *Пермьгейт*, *ЮАРгейт*). См.: ИноСМИ.Ru | Путин и Буш: „Дело Разведгейта“, www.gr-sila.ru/document_id89.html; «Польский сексгейт» // www.vremya.ru/2006/225/5/166727.html; „Уотергейт vs Немцовгейт“ // stringer.ru/publication.mhtml; „Камиллагейт“, как потом окрестили эту сенсационную историю, обернулась для и без того нелюбимого народом Чарльза всеобщим порицанием“ („Коммерсантъ“, №148/П (3479), 14.08.2006).

В последние два года в медиатекстах появилось более 20 существительных на *-гейт*: *Абрамовичгейт*, *Азербейт*, *Алтайгейт*, *Американгейт*, *армянгейт*, *Афгангейт*, *Баширгейт*, *белорусгейт*, *видеогейт*, *газгейт*, *Газпромгейт*, *Гиффенгейт*, *грузингейт*, *Израильгейт*, *Иракгейт*, *Кавказгейт*, *Киргизгейт*, *климатгейт* 'скандал вокруг Климатической доктрины', *Клинтонгейт*, *Киевгейт*, *кудрингейт*, *Лужковгейт*, *Морозгейт*, *Обамагейт*, *ООНгейт*, *Осетингейт*, *недофилгейт*, *пензионергейт*, *Пентагонгейт*, *Румынгейт*, *Саркозигейт*, *Сеулгейт*, *Сибнефтьгейт*, *Таджикгейт*, *телефонгейт/телефонгейт*, *Туркменгейт*, *угольгейт*, *украингейт*, *Уралгейт*, *Хилларигейт*, *чеченгейт*, *ипионгейт*, *Юкосгейт*, *Юлькагейт*, *Эстонгейт* и др.

1.1.6.1.2. Высока продуктивность элемента *-гейт* в украинском языке, где в текстах СМИ регулярно появляются как производные типа *Обамагейт*, *телефонгейт*, изофонные русским именам процессов, так и неологизмы типа *кучмагейт*, *парламентгейт*, *тимошенкогейт*, *ющенкогейт*, ср.: «Тимошенкогейт» знову виявився в центрі уваги українських газет минулого тижня» // www.zakarpattia.ru/node/938; «Ющенкогейт. Конфлікт між Президентом і прем'єр-міністром України може вилитися у великий міжнародний скандал» // novynar.com.ua/all/2008/october/d6/print

Активное словопроизводство с помощью интернационального структурного элемента *-гейт* в русском и украинском языках объясняется как его полной фонетико-орфографической адаптацией, так и удобством использования при образовании наименований-компрессатов: в семантической структуре производных слов *-гейт* передает родовое понятие 'скандал', тогда как производящая основа выступает в качестве атрибутивно-видовой характеристики: 'скандал' – финансовый (*кризисгейт*), политический (*Путингейт*, *ющенкогейт*), энергетический (*нефтегейт*), сексуальный (*сексгейт*, *порногейт*).

Дериваты с суффиксоидом *-гейт* являются семантически нерегулярными, что порождает множественность мотивации (например, мотивация названием страны и мотивация названием жителя). Ср.: *Казахгейт* – 'скандал, разразившийся в Казахстане' и 'скандал, в который вовлечены казахи' (аналогично – *Башкиргеит*, *белорусгейт*, *Туркменгейт* и др.; непоследовательное употребление прописной буквы в письменных текстах также способствует двойственности восприятия слов на *-гейт*). «Размытость» лексических значений названий скандалов с финалью *-гейт* делает их весьма удобным средством создания ложных аллюзий в ходе манипуляции общественным мнением, оперативно осуществляемой СМИ.

1.1.6.1.3. В таких южнославянских языках, как болгарский, македонский и сербский, элемент *-gate* используется в транскрибированной форме *-гейт* /-gejt/, однако он продуктивен только в болгарском языке, где отмечены неодериваты – названия политических афер, связанных: а) с известными персонами (*Шеригейт* 'скандал вокруг Шери Блэр, жены премьер-министра Великобритании'); б) с объектами скандала (*брьмбаргейт*, *досиегейт*, *Козлодуйгейт*, *телефонгейт* (см.: Аврамова 2009: 85).

1.1.6.1.4. В западнославянских языках – польском, словацком и чешском – при материальном заимствовании английских названий политических скандалов (*Afganistangate*, *Irangate*, *moneygate*, *Reangate*, *Wallisgate*, *Watergate*) сохраняется оригинальное *-gate*. С помощью суффиксоида *-gate* созданы не столь многочисленные, как в русском языке, окказионализмы типа польск. *Afganistangate*, *cytrynagate*, *FOZZ-gate*, *Kaczorgate*, *kasynogate*, *Kulczykgate*, *Leppergate*, *marlborogate*, *Michnikgate*, *Orlengate*, *ropagate*, *Rywingate*, *sznapsgate*, *trabantgate*, *telegate*, *Tuskogate*,

Wawelgate; словац. *plazmagate*; хорватск. *agrogate*, *Fadiljgate*, *saborgate*; чешск. *jelcingate*, *Judrgate*, *kučmagate*, *Monikagate*, *ropagate*, *sexgate/sexygate*, *srbogate*, *zombigate* (см., например: Muhvić-Dimanovski 2005; Waszakowa 2005).

1.1.6.1.5. В русском, как и в других славянских языках, использующих кириллический алфавит, существительные с элементом *-geim/-gejm* относятся к мужскому роду (как слово *скандал*), в то время как в славянских языках с латиницей производные на *-gate/-gejt* не склоняются и сочетаются с определениями, употребляемыми в форме женского рода, – по аналогии со словом *aferra* (ср. польск. „*Leppergate była zgodna z prawem?*” // www.forum.gazeta.pl; чешск. «*Česká „judrgate” patří nepochybně k událostem, které přispěly ke zlepšení politické kultury v zemi*» // www.neologismy.cz).

Обсуждая морфемный статус элемента *-geim/-gate* в болгарском, польском и чешском языках, дериватологи-слависты предлагают считать этот элемент либо корневым членом гибридного композита (см.: Przybylska 2002; Jadačka 2001: 93-94), либо суффиксоидом (см.: Аврамова 2009; Kreja 1993; Martincová, Savický 1987; Waszakowa 2005).

Элемент *-geim/-gate*, заимствованный славянскими языками с помощью СМИ, этимологически, действительно, является корневым, однако в 80-гг. XX века ещё в английском языке-источнике он утратил корневую семантику. Следовательно, есть все основания считать этот элемент суффиксоидом в славянских языках-реципиентах.

1.6.2. Интернациональный структурный компонент *-oholic* вычленился из структуры существительного *workoholic*, появившегося, по данным «Merriam–Webster Dictionary», в американском варианте английского языка в 1968 году (см.: Wyrwas 2006). «The American Heritage® Dictionary of the English Language» характеризует компонент *-oholic* как суффикс со значением «лицо, испытывающее патологическую зависимость от чего-либо» («one that is addicted or compulsively in need of»). С помощью структурного компонента *-oholic* в этом значении уже в славянских языках к началу 90-х гг. XX века были созданы существительные, обозначающие лиц, испытывающих патологическую привязанность к чему- или кому-либо: болг. *работохолик*, *сексохолик*; польск. *mlekoholik*, *naukoholik*, *pracoholik*, *seksoholik*, *śtodyczochnik*, *sklepochnik*, *zakupocholik*; русск. *трудоголик*; словацк. *sexoholik*; словенск. *čokoholik*, *fotoholik*, *šopingoholik*, *stripoholik* (примеры И. Страмлич-Брезник); хорватск. *ženoholik* (пример Б. Штебих Голуб); чеш. *čokoládoholik/čokoholik*, *jablkoholik*, *jídloholik*, *nákupoholik*, *netholik*, *sexoholik*, *stresholik*, *surfholik*, *vorkoholik/workoholik*.

К 10-ым годам XXI века в ряде славянских языков словообразовательная база модели с суффиксоидом *-oholic/-оголик* расширилась за счет «ключевых онимов эпохи». С этого времени в текстах польских и российских СМИ с помощью структурного компонента *-oholic/-оголик* начали образовываться пейоративные *nomina pertinentia* с категориаль-

ным значением «лицо, испытывающее патологическую зависимость от политических деятелей и партий»: *kaczoroholik* (← *Kaczor* = *Kaczyński*, 'о стороннике Ярослава Качиньского, председателя партии *Право и справедливость*'), *PISoholik* (← *PIS* = *Prawo i Sprawiedliwość*, 'о стороннике партии *Право и справедливость*'), *tuskoholik* (← *Tusk*, 'о стороннике Дональда Туска, премьер-министра Польши'); ср.: русск. *путиноголик* – пейоративное наименование сторонников президента РФ В. В. Путина (см.: Коряковцева 2012).

1.1.6.3. От «ключевых онимов эпохи» с помощью суффиксоидов *-мания/-mania/-mánie* и *-фобия/-fobia/-fobie/* представители болгарских, польских, российских и чешских СМИ спорадически образуют асистемные экспрессивные окказионализмы – пейоративные *nomina abstracta*, указывающие на умственную и психическую неполноценность чрезмерно активных сторонников или противников государственных и политических деятелей, ср.: болг. *бойкомания*, *обамомания*, *обамофобия*; польск. *kaczkomania*, *kaczkofobia* (от *Kaczka* – прозвища Я.Качиньского), *lepperomania*, *lepperofobia*, *tuskomania*, *tuskofobia*, *wałęsofobia*; русск. *ельциномания*, *ельцинофобия*, *зюганомания*, *зюганофобия*, *обамомания*, *путиноманья*, *путинофобия*, *сталиномания*, *сталинофобия*; чешск. *dianománie* (от *Diana* – имени принцессы Великобритании), *gorbujmánie* (от *Gorby* – прозвища М. С. Горбачева, президента СССР), *havlománie* (от *Havel* – фамилии Вацлава Гавела, президента Чешской республики), *hitlerománie* (от *Hitler*), *jelcinománie* (от *Jelcin*), *klausofobie* (от *Klaus* – фамилии президента Чешской республики), *murdochofobie* (от *Murdoch* – фамилии австралийского миллиардера, государственного деятеля), *putinománie* (от *Putin*), *zemanofobie* (от фамилии *Zeman* – фамилии чешского государственного и политического деятеля). Ср.:

«О причинах совершенно пизофренической *ельциномании* времён перестройки стоило бы поговорить отдельно» // apn.ru Публикации» [article16977.htm](http://apn.ru/article16977.htm); «Как можно сочетать *путиноманию* и *зюганоманию*? Вопрос. Видимо, все-таки между „Идущими вместе“ и КСМ куда гораздо больше общего, чем это принято думать» // pravda.ru Политика» Кремль» [46825-putinomania-0](http://pravda.ru/46825-putinomania-0); „*Znowu ta moja rusofobia, tuskofobia*“ // wiadomosci.onet.pl; «*Lepperomania – przykra i odrażająca choroba polskiego społeczeństwa*» // forum.gazeta.pl; «*Załgana lepperofobia Rybińskiego*» // forum.gazeta.pl; «POLITIKA: *Klausofobie aneb Samovolný prezidentský systém*» // lidovky.cz/; «*Murdochofobie zachvátila Evropu. Čím víc se miliardář Rupert Murdoch snaží proniknout na starý kontinent, tím větší vlnu nevole jeho osobnost zbuzuje*» (*Lidové noviny*, 1999).

1.1.7. В дискурсе славянских СМИ неожиданной новизной отличается использование аффиксоидных терминоэлементов греческого происхождения

для создания медийных отонимических окказионализмов, обладающих повышенной социальной экспрессивностью, граничащей с инвективой.

1.1.7.1. Набирает продуктивность структурный компонент *-завр* (из греч. σαῦρος ‘ящер’), выделившийся на русской почве из состава сложных слов — названий ископаемых рептилий, ср. *анкилозавр*, *апатозавр*, *брахиозавр*, *бронтозавр*, *динозавр*, *лесотозавр*, *тираннозавр*, *целурозавр* и др. С помощью структурного компонента *-завр*, употребляемого в измененном, метафорическом значении ‘отсталый, примитивно мыслящий человек’, журналисты и посетители интернет-форумов общероссийских газет образовали следующие пейоративные названия сторонников политических деятелей и политических партий: *ельцинозавр* (← *Ельцин*, первый президент РФ), *зюганозавр* (← *Зюганов*, председатель Коммунистической партии Российской Федерации), *жиринозавр* (← *Жириновский*, председатель Либерально-демократической партии России), *ЛДПРозавр* (← *ЛДПР=Либерально-демократическая партия России*), *правделозавр* (← партия «*Правое дело*»), *путинозавр* (← *Путин*, президент РФ в 2000-2008 гг., выбранный вновь на пост Президента РФ в марте 2012 г.), *яблокозавр* (← *Яблоко*, Российская объединённая демократическая партия).

С недавнего времени структурный компонент *-завр* стал активно использоваться русскоязычными реципиентами текстов российских СМИ при создании инвектив, обозначающих недостатки умственного развития и внешности человека, его асоциальное поведение, отрицательные черты характера, ср.: *быдлозавр* ‘примитивный человек, не имеющий моральных принципов’, *глупозавр* ‘глупый человек’, *дерьмозавр* ‘подлый, гнусный человек’, *дурозавр* ‘очень глупый человек’, *жирнозавр* ‘очень толстый человек’, *колхозавр* ‘умственно ограниченный человек из района, деревни, села’, *лохозавр* ‘глупый, наивно-доверчивый человек’, *очкозавр* ‘трус, человек, который не может оказать сопротивления преступникам, лёгкая добыча, объект планируемого преступления’, *психозавр* ‘психически ненормальный человек’, *толстозавр* ‘толстый человек’, *тупозавр* ‘тупой, примитивный человек’, *хамозавр* ‘примитивный хам’, *шизозавр* ‘психически ненормальный, деградировавший человек’, *шлюхозавр* ‘развратный мужчина’.

В польских медиатекстах изофонный структурный компонент *-заур* в метафорическом значении ‘отсталый, примитивно мыслящий человек’ был использован для создания единичных пейоративных *potimna* на *pertinentia*, обозначающих сторонников общественного деятеля, названного мотивирующим словом: *kaczkozaur* (← *Kaczka* ← *Kaczyński* – Качиньски, председатель партии «Право и справедливость»), *lepperozaur* (← *Lepper* – Леппер, председатель партии «Самооборона»), *rydzykozaur* (← *Rydzik* – Рьдзик, ксёндз, директор радиостанции «Мария»), *tuskozaur* (← *Tusk* – Туск, премьер-министр Польши). Ср.: „*Tuskozaur prowadzi nas*

do Parku Jurajskiego” // www.polskaprasa2.pl/352605; «Ten sejmowy kaczkozaur jest taki rozdrażniony» // wiadomosci.onet.pl

1.1.7.2. В текстах российских и польских СМИ с помощью формантов *-oid*, *-oid*, которые представляет собой адаптированную основу греческого слова εἶδος (*eidos*) [‘idɔs] ‘вид, образ’, достаточно часто образуются пейоративные названия сторонников государственных и политических деятелей: *ельциноид* (← *Ельцин*), *жириноид* (← *Жириновский*), *зюганоид* (← *Зюганов*), *медведоид* (← *Медведев*, президент РФ в 2008-2012 гг.), *путиноид* (← *Путин*), *чубайсоид* (← *Чубайс*); *balceroid* (← *Balcerowicz*), *giertychoid* (*Giertych*, председатель партии «Лига польских семей»), *kaczoroid* (← *Kaczor = Kaczyński*), *lepperoid* (← *Lepper*), *tuskoid* (← *Tusk*), *urbanoid* (← *Urban*). Ср. также чешск. *zemanoid* ‘о стороннике Милоша Земана, социал-демократа, премьер-министра Чехии’; хорватск. *Haideroid* (← *Haider*) ‘о стороннике Йорга Хайдера, австрийского правого политического деятеля’, *tuđmanoid* ‘о стороннике Франьо Туђмана, президента Хорватии’ (см.: Štebih Golub 2012: 426).

В соответствии с критериями установления статуса аффиксоида³ структурные элементы *-oid*, *-oid* следует признать суффиксоидами, так как: 1) структурные элементы *-oid*, *-oid* со значением «умственно недоразвитый сторонник лица, названного производящей основой» повторяются в достаточно большом количестве слов различного происхождения; 2) их метафорическое значение в составе экспрессивных *nomina pertinentia* отличается как от значения исходной греческой корневой морфемы εἶδος (‘вид, образ’), так и от значения «подобие», передаваемого изофонными суффиксами.

Созданию отонимических *nomina pertinentia* с суффиксоидами *-oid*, *-oid* – семантически нерегулярных пейоративных окказионализмов, обладающих метафорической мотивацией, сопутствует т.н. «формально-семантическая конденсация». Весьма показательны контексты, в которых происходит дополнительная пейоративизация значений *nomina pertinentia* на *-oid*, *-oid*: «Коммуняки и жириноиды в Думе...» // gazeta.spb.ru/653064-0/; «На «Эхе Москвы» Сванидзе, *путиноид* тупорылый, заявил недавно, что все, что делается в стране, все это по желанию народа» // teenslang.su/id/9211; «A że *kaczoroid* wcześniej krytykował poznańskich za to? Drobiazg» // republika.pl; «Pisowiec jest jeszcze człowiekiem. *Tuskoid* już nie» // damasiewicz.salon24.pl/

1.1.7.3. Стремясь создать негативный языковой образ экономической политики, проводимой первыми лицами государства, в поисках метких и хлётских оценок, российские и польские словотворцы-журналисты со-

³ О критериях установления статуса аффиксоида см. подробнее: (Рязанов 2000); (Мешков 1981); (Ефремова 2011).

здают экспрессивные окказиональные компрессивы с помощью интернациональных суффиксоидов *-ономик-/-ономик-* непосредственно от антропонимов. Так, вхождение России в рынок было названо *гайдарономикой*, по фамилии «отца реформ», Егора Гайдара, министра финансов Российской Федерации в 1992 г. Образцом для этого окказионализма стал англо-американский контаминант *reaganomics* (*Reagan + economics*), калькированный как *рейганомика*. В результате переосмысления структуры абстрактных существительных *рейганомика*, *гайдарономика* выделился структурный компонент *-ономика*, который стал обозначать экономическую политику лица, названного мотивирующим антропонимом. На русской языковой почве с помощью структурного компонента *-ономика* образованы экспрессивные *nomina abstracta* *грефonomика* (← *Греф*, министр экономического развития и торговли Российской Федерации в 2000-2007 гг.), *ельциномика* (← *Ельцин*), *кудриномика* (← *Кудрин*, министр финансов РФ в 2000-2011 гг.), *путиномика* (← *Путин*), *чубайсономика* (← *Чубайс*, политический и хозяйственный деятель, генеральный директор государственной корпорации «Российская корпорация нанотехнологий»). Ср.: «Клинтономика сменяет рейганомику, путиномика – ельциномику. Путиномика является недолговечным гибридом политических императивов и экономической рациональности» // [echo.msk.ru/inopress / 435377-echo.html](http://echo.msk.ru/inopress/435377-echo.html); «Кудриномика» + жадность и тупость – как главные составляющие рецепта развала страны... Кудрин ушел, а «кудриномика» осталась » // [www.moskprf.ru /](http://www.moskprf.ru/); «...гайдаризация и чубайсономика вогнали страну в глубокую яму!» // [argumenti.ru/ Политика n310/ 128410](http://argumenti.ru/Политика/n310/128410).

Определение экономической ситуации в стране, основанное на проекции личности президента, премьер-министра, лидеров ведущих политических партий, легло в основу польских медиальных отонимических окказионализмов с изофонным структурным компонентом *-ономика: kaczkonomika* (← *Kaczka* ← *Kaczyński*), *lepperonomika* (← *Lepper*), *tuskonomika* (← *Tusk*). Ср.: «Co by przyniosła kaczkonomika centralnie sterowana?» // soplinski.blog.onet.pl/Swojski-kryzys-lepszy,2; *Lepperonomika* // [Wia-domości - Newsweek.pl](http://Wia-domości-Newsweek.pl); «Reaganomika – thatcheryzm – tuskonomika» // www.wprost.pl/ar/78008/

1.1.8. Появление в славянских языках заимствованных суффиксоидов *-geim*, *-gate*, а также переосмысление значения суффиксоидальных терминоэлементов греческого происхождения, изменение их прагматико-стилистических свойств стимулировало словообразовательные процессы, которые привели к возникновению новых классов слов, объединённых по формально-структурным, семантическим признакам, по экспрессивно-эмоциональной окраске. Появились: 1) отонимические пейоративные названия тенденций в экономике, сгенерированных ходом

общественно-политических реформ, возглавляемых политическими или хозяйственными деятелями (*гайдарономика, грефанономика, ельциномика...; kaszaronomika, tuskonomika...*); 2) отонимические пейоративные названия сторонников политических деятелей (с формантами *-завр/-zaur, -оголик/-oholik, -оид/-oid*); 3) экспрессивные названия общественнозначимых скандалов.

Отонимические экспрессивные окказионализмы, созданные с помощью суффиксоидов, появившихся на базе корневых морфем, обладают свойством „сгущения” смыслов и стилистической полифункциональностью, поскольку они выражают не только аффективно-экспрессивную, но и социально-экспрессивную оценку, вызывающую представление о „среде” или обстановке, обстоятельствах, где они употребляются наиболее естественно и часто. Их образование и актуализация в массовой коммуникации свидетельствует о вовлеченности в словопроизводство ключевых слов эпохи (к которым относятся имена известных людей), об отношении коммуникантов к лицам, фактам и событиям общественной жизни.

Появление отонимических экспрессивных окказионализмов в медийных текстах обусловлено разрушением стилистических барьеров, усилением тенденций антропоцентризма, повышенной степенью эмоционально-волевого состояния социума, его терпимостью к вульгарному и бранному словоупотреблению, а также стратегией близости к адресату, характерной для большинства постсоциалистических СМИ.

1.2. Маргинальные словообразовательные модели в языке СМИ

1.2.1. Для современного языка средств массовой информации характерно форсирование авторского начала, замещение информативной функции воздействующей. В этой связи журналисты-словотворцы, привлекая широкий арсенал средств оценки и экспрессии, вводят в публицистические тексты маргинальные слова (жаргонизмы, сленгизмы, профессионализмы), созданные по маргинальным словообразовательным моделям с суффиксами стилистической модификации. Ср.: русск. *-ух(a)/-ох(a)* (*игруха* ‘компьютерная игра’, *ослабуха* ‘ослабление’, *презентуха* ‘презентация’, *горбачуха* ‘водка Горбачев’, *степуха* ‘стипендия’, *видуха* ‘внешний вид’, *кликуха* ‘кличка’, *понсуха* ‘поп-музыка’, *депрессуха* ‘депрессия’, *небезуха*, *порнуха* ‘порнография’, *развлекуха*, *выпивоха*, *стоха* ‘сто рублей’ и др.); *-ар(a)/-ур(a)* (*душара* ‘душман’, *лошара* ‘лох’, *цепура* ‘золотая цепь’ и др.); также с суффиксами *-ак, -ач, -ан, -ёж*: *думак, отходняк, неуставняк, звездач, бандюган, выпендрёж*. Ср. с польскими пейоративными аугментативами с суффиксом *-och(a)*: *karciocha, patięciocha*, а также с производными, появившимися в результате морфонологической деривации типа *bryka, czacha, kotóra, komp, nostalgik, psychiatryk, real* и т.п.

В словообразовательных процессах, разворачивающихся в текстах российских СМИ, довольно часто участвуют жаргонно-просторечные основы, от которых образуются еще более стилистически сниженные новообразования: *фанерщик, бандерщик* (*бандер* 'содержатель притона'), *барыжник* ('тот, кто барыжит, то есть занимается незаконной скупкой и перепродажей чего-либо'), *лохотронщик* («Гадалки, *лохотронщики*, ясно-видящие, цыгане... Мошенники бывают разные, но цель у всех одна – забрать ваши деньги» // Аргументы и факты, 2007, №33).

1.2.2. В словообразовании славянских СМИ растет активность такого способа, как сложение без помощи соединительной гласной. Спорадическое образование сложных слов без соединительной гласной наблюдалось в славянских языках уже в первой половине XX в. В 60-90-х гг. эта группа пополнялась транслитерированными композитами, характерными для немецкого языка, ср., например: рус. *блок-пост* (нем. *Blockposten*), *дизель-мотор* (нем. *Diesel-motor*) и др. (см.: Мельникова 1962: 52–54). Ныне в славянских языках наблюдается образование и функционирование особого класса сложных слов, которые структурно соответствуют словообразовательной модели немецких композитов, но в то же время отличаются особым характером производящих основ, спецификой словообразовательного значения, а также особенностями функционирования. К этому классу слов относятся композиты типа болг. *бизнес-виза, допинг-скандал, секс-туризм, фолкпевец*; макед. *сексбизнес*; польск. *artsesja; biznesklasa*; рус. *арт-сессия*; чешск. *artdirector, artkino* и др.

Для их обозначения предлагаются термины **составное существительное, биномин (binomen), изафет** (см. Борисенко 2007; Бялэк 2004; Янович 2006). Это особый тип субстантивных композитов, находящийся в стадии формирования. Им присущи: а) цельнооформленность слов; б) общность словообразовательного значения синтагматического типа, которое заключается в выражении неконкретизированных атрибутивно-объектных отношений в рамках сложного понятия об объекте или ситуации; в) общность способа словообразования, который состоит в грамматически неоформленном «сцеплении» двух существительных, преимущественно иноязычных по происхождению.

В промежуточной зоне между подобными композитами и суффиксальными дериватами находятся производные существительные, образованные с помощью морфем *-fobia/-fobie/-фобия, -gate/-gejt/-geйт, -holik/-голик/-холик*, чей переходный характер проявляется в присоединении непосредственно к производящей основе, которая может выступать в усеченном виде, а также в присоединении к словоформе, включающей в себя окончание, ср.: напр., болг. *брѣмбаргейт, досиегейт, телефонгейт, Козлодуйгейт*; русск. *Азергейт, газгейт, Кавказгейт*; польск. *Leppergate*; хорватск. *Fadiljgate, saborgate*; чешск. *jelcingate, Judrgate, stresholik 'osoba*,

kteřá neumí žít bez stresu', *surfholik* '= *netoholik*'; русск. *Москвагейт*, *Обамагейт*, польск. *cytrynagate*, украинск. *Обамагейт*; чешск. *goragate*. Ср. с достаточно многочисленными производными на *-geйт/-gate/-gejt*, *-holik/-голик/-холик*, которые были образованы с помощью интерфикса *-o-*: болг. *работохолик*, русск. *сексогейт*, *телефоногейт*, *путиноголик*; польск. *mlekoholik*, *naukoholik*, *pracoholik*; словацк. *sexoholik*; словенск. *čokoholik*, *fotoholik*, *šopingoholik*, *stripoholik*; украинск. *телефоногейт*; хорватск. *ženoholik*; чеш. *jídløholik*, *nákupøholik*).

2. Словообразовательные ресурсы языка рекламы

В эпоху глобализма по заказу производителей товаров и услуг посредством языка рекламы, с помощью средств массовой информации активно формируется особая виртуальная реальность, связи с чем рекламная коммуникация, с ее лингвомаркетологической направленностью, стала отдельным видом информационного обмена, породив особый функциональный стиль, в котором используются суггестивные методы воздействия, задающие «консументский» тип поведения (см.: Кара-Мурза 2000: 24–27; Соболева 2010). Преодолевая жесткую конкуренцию за внимание консументов, манипулируя их «клиповым» мышлением, копирайтеры добиваются максимальной концентрации экспрессивизмов в вербальной части рекламных текстов. Анализ лексического состава более 3000 рекламных слоганов, содержащихся в специальных российских и польских интернет-базах⁴, показал, что при создании экспрессивных неодериватов их творцы-рекламисты избирают один из пяти приемов.

2.1. Используются, хотя и редко, непродуктивные словообразовательные типы. Лексемы, созданные по непродуктивным моделям, как правило, малопонятны и потому должны быть вписаны в поясняющий внешний контекст, как, например, рекламный окказионализм *Хрустец* – название сухариков, производимых компанией «Уником». Неодериват *Хрустец*, образованный по непродуктивному отглагольному типу с суффиксом *-ец-*, имеет синкретичное значение, поэтому может быть воспринят и как название деятеля ('тот, кто хрустит', ср.: *жнец*, *творец*), и как название объекта-инструмента действия ('то, чем хрустят', ср. *резец*). Многозначность окказионализма *хрустец*, обусловленная многозначностью суффикса *-ец*, поддерживается рекламным слоганом *Сухарики Хрустец. Рекорд вкуса*.

2.2. При создании экспрессивизмов игнорируются ограничения, которые накладывает языковая система на тот или иной словообразовательный тип. Чаще всего это нарушение лексико-грамматической со-

⁴ См. библиографию к статье.

четаемости. Так, например, образование наречия *пятизвездно* (*Не просто чисто, а пятизвездно чисто. Ariel 5 звезд*) сопровождалось нарушением лексико-грамматической сочетаемости суффикса *-о-*. Наречие степени качества создано на базе относительного прилагательного *пятизвездный*, которое может употребляться в метафорическом значении, базирующемся на импликационных признаках мотивирующего словосочетания *пять звезд* (*пять звезд* – символ наивысшего качества).

Не только в русском, но и, например, в польском языке рекламные окказионализмы образуются от производящих основ иных лексико-грамматических свойств, чем требуется по условиям словообразовательного типа. Ср.: *Honernie dobre i tanie okna i drzwi* (*Honernie* ← *Honer* – название фирмы, пример графо-фонетической аллюзии к разговорно-просторечному наречию степени качества *cholernie* ‘очень’ ← *cholerny* – переносн. ‘такой, который раздражает’).

2.3. Экспрессивный дериват создается не в соответствии со словообразовательным типом, а на основании структурной аналогии, по образцу узуального слова, которое находится в том же рекламном тексте. Так, окказионализм *хрустно*, появившийся в рекламе нового сорта печеня (*Алле! О, «Причуда». Вкусно и хрустно*), образован от существительного *хруст* по аналогии с наречием *вкусно* путем одновременного присоединения суффиксов *-н-* и *-о-*, которые вычленяются в словообразце. При создании качественного наречия на базе абстрактного существительного *хруст* игнорируются грамматические и формальные ограничения.

По аналогии с узуальными словами были созданы также польские рекламные экспрессивные неодериваты, ср.: узуальное *ludożercy* ‘каннибалы’ и окказионализмы *lodożercy* (= *пожиратели мороженого*), *przygodożercy* (= *пожиратели приключений*), появившиеся в рекламных слоганах (*Los sprzyja lodożercom; Knorr, Nudle, przygodożercy*); *Actimel dla pogodoodpornych* (*pogodoodporny* = *погодостойчивый*); *Nissan. Twój miastoodporny samochód* (*miastoodporny* = *устойчивый к условиям жизни в городе*) – по аналогии с узуальным прилагательным *wodoodporny* ‘водостойчивый’.

2.4. С помощью продуктивных в узусе аффиксов по окказиональным моделям (типам) от нетипичных основ образуются неодериваты с уникальным словообразовательным значением. Такие окказионализмы, как правило, образуются от производящих основ иных лексико-грамматических свойств, чем требуется по условиям словообразовательного типа. Ср.: польск. *Twix* → (*twixnąć*) → *twixnijmy* (*Twixnijmy to razem!* (= *съедемка Twix*); русск. *Сникерс* → (*сникерснуть*) → *сникерсни*, т.е. ‘съешь Сникерс’ (*Не тормози. Сникерсни!*); *фрукт* → (*фруктануть*) → *фруктанем*, т.е. ‘выпьем напиток из фруктов’ (*Соки и нектары «Яблочкин». Фруктанем на всю катушку*). Экспрессивные окказиональные отыменные глаголы *сникерсни*,

twixnijtu, образованные с помощью продуктивных суффиксов *-ну2-*, *-ану-*, *-паџ*, несмотря на их уникальное словообразовательное значение 'интенсивно, экспрессивно потребить то, что названо мотивирующим существительным', легко декодируются потребителями.

2.5. Российскими номинаторами используются уникальные форманты, неизвестные словообразовательной системе языка. Уникальные аффиксы создаются различными путями, в частности, они могут возникать на базе корневых иноязычных слов в ходе языковой игры. Так, например, рекламистами-русофонами в процессе т.н «авторского нейминга» сознательно продуцируются уникальные суффиксоиды, по звучанию напоминающие иноязычные морфемы и потому обладающие специфической экспрессией «заграничности», ср.: *-аль*, *-он*, *-угали(я)*, *-эль*, ср.: *мистраль* и *Моменталь* (сухие экспресс-обеда, слоган: *Перерыв на Моменталь. Прервись на момент*); *Чипсоны* 'воздушные чипсы', ср. *бульон*, *медальон*, *шансон*; *Спортугалия* (сеть магазинов, продающих спортивные товары), *Тортугалия* (ЗАО «Челны-Хлеб», производящее торты и пирожные; слоган: *Тортугалия. Страна Вечной Вкусноты*), ср.: *Португалия*; *Шармэль* (пастила и зефир в шоколаде, слоган: *Шармэль. Маленькая женская радость*), ср.: *Шанель* [шанэл].

2.6. Эффективным средством лексико-семантического обогащения рекламных текстов является словопроизводство с помощью аффиксоидов (префиксоидов и суффиксоидов). Если с помощью уникальных аффиксоидов создаются, как правило, единичные уникальные окказионализмы, малопонятные вне контекста, то с помощью узуальных аффиксоидов образуются многочисленные неодериваты – системные окказионализмы, значение которых вполне предсказуемо.

В современном болгарском, русском, польском и чешском рекламном словотворчестве высокой продуктивностью и активностью отличается префиксоид *супер-*, *super-*, ср.: «*Супервермишелька*» для *растущего организма*; «*Суперкачество по суперцене!*» (стиральный порошок «Сорти»); «*Сверхзащита. Супераромат*» (дезодорант «Меннен»); «*Суперупаковка – веселая тусовка!*», *супертираж* (новогодний розыгрыш «Русского лото»), *суперприз*; болг. *суперклиника*; польск. *superbułki*, *supercena*, *superprodukty*; чешск. *superdárék*, *super-dovolená*.

Используя продуктивные суффиксоиды *-ландия*, *-land/-landia*, лингвокреативные рекламисты создают окказиональные хремотонимы, аналогичные наименованиям стран, географическим названиям: польск. *Sportlandia*; рус. *Вкусландия*, *Спортландия*, *Шоколандия*.

2.7. Экспрессивные неодериваты образуются также способом сложения по продуктивным в узусе моделям "существительное + *-о-* + глагол», «существительное + *-о-* + прилагательное», ср.: русск. *ореходуй*, *орехомет*, *пивомет*, *орехопровод*, *пивопрвод* (по аналогии к *пулемет* и *водопровод*);

польск. *miastoodporny* 'устойчивый к условиям жизни в городе' (*Nissan. Twój miastoodporny samochód*), *pogodoodporny* 'погодоустойчивый'.

2.8. При образовании экспрессивизмов российскими рекламистами весьма активно применяется такой смешанный способ, как «усечение + сращение». С его помощью создаются композиты на базе словосочетаний, причем чаще усечается основа первого из входящих в него слов, ср.: *аромагия* ← *аромат* + *магия* (*Аромагия сближает*), *Грацион* ← *грация* + *рацион* (*Грацион. Грация + здоровый рацион*); *Евроокно* ← *европейское окно* («*Евроокно*» – это качество и стиль), *Иммунорм* ← *иммунитет* + *норма* (*С Иммунормом здоровье в норме*); *Медэстетик* ← *медик* + *эстетик* (*Медэстетик. Поможем обрести красоту и здоровье!*); *МосПицца* ← *Московская пицца* (*Моспицца не для всех – попробуй лучше!*); *Томаччо* ← *томатный мачо* (*Томаччо. Мачо среди кетчупов*) и др.

Способ «усечение + сращение» весьма продуктивен в польских, чешских, словенских рекламных текстах, ср.: польск. *eurobank*, *euroremont*, чешск. *eurookna*, *europřán*, словенск. *ekokoncept*.

Сопоставляя **системные** и **асистемные (уникальные)** рекламные экспрессивные неодериваты, легко заметить, что системные неодериваты обладают значительно меньшей, чем уникальные экспрессивные неодериваты, силой воздействия на реципиентов рекламных текстов. Экспрессивные уникальные неодериваты целенаправленно вводят в текст, чтобы интенсивно воздействовать на информационное, интеллектуальное и эмоциональное состояние потребителя рекламы, провоцируя его на приобретение рекламируемого товара.

3. Словообразовательные ресурсы компьютерного социолекта

Компьютерный социолект, являющийся социально детерминированной языковой подсистемой, типичен для большинства современных национальных языков, носители которых активно вовлекаются в сферу информационных технологий (ИТ). Исследовательский интерес к компьютерному социолекту обусловлен не только экстралингвистическими факторами (его новизной, изменчивостью и активностью распространения), но и собственно лингвистическими причинами. Компьютерщики (очевидно, в силу ярко выраженного креативного характера их деятельности) отличаются необычайной изобретательностью и оригинальностью в процессе словотворчества. Осваивая англоязычную компьютерную терминологию и сленг американских хакеров, они создают множество неодериватов игрового характера, ср.: польск. *mailować* (< *to mail*); русск. *ансвернуть* (< *to answer*) 'отвечать', *сендить* (< *to send*), 'отправлять', *хелпнуть* (< *to help*) 'помощник'; чешск. *chatař*, *linuxář*, *surfař* и др. (см.: Русакова 2007; Барт 2010; Grzenia 2006; Grybasiowa 2008; Písková 2012).

Компьютерные неогериваты обычно классифицируют по функциональному принципу. Так, в русском, польском и чешском компьютерных социолектах номинативное словообразование активно осуществляется несколькими способами: а) суффиксальным на исконной базе (польск. *skladak* 'ноутбук', рус. *качалка*, чешск. *pisidlo*) или в процессе адаптации иноязычных элементов (польск. *procesk* 'процессор', *surfować*, рус. *файловый*, чешск. *bubblejetka* 'tiskárna typu bubble jet'); б) префиксальным (польск. *podprogram*, *podstrona*; рус. *подпрограмма*, *решивать*; чешск. *mezikód*, *podprogram*, *podstránka*); в) префиксально-суффиксальным в результате грамматического освоения иноязычных основ (польск. *wylogować* ← *wy-* + *log* + *-ować*, *zresetować* ← *z-* + *reset* + *-ować*; рус. *деглукер* ← *de-* + *глюк* + *-ер-*; чешск. *nabootovat* ← *na-* + *-boot* + *ovat*); г) сложением (*mprójka* ← МРЗ; рус. *технодюза* ← *технология* + *дюза*; чешск. *doménodárce* ← *dárce domény*, *světosisť* ← *světová síť*).

В русском компьютерном социолекте сложение происходит, как правило, на базе опорного компонента, содержащего глагольную основу: исконную (*ословод*) или заимствованную (*вирмейкер*), – причем наиболее активно используются исконные глагольные основы: *флупповод*, *лисовод*, *игродел*, *ветродуи*, *виндовоз*, *глюкогон*, *дисковерт*, *клоподав*, *клопомор*, *дунострел*, *турбочист*, *долбоклюи*, *пластосуи* и др. (см.: Барт 2010).

Некоторые компьютеризмы образованы смешанными морфологическими способами, например, сложением в сочетании с суффиксацией, ср.: русск. *эникейщик* (← *эни* + *кей* + *-щик-*); чешск. *operačnėsystémový, třímegáć* 1) 'datový soubor o velikosti 3 MB', 2) 'digitální fotoaparát se třemi megabajty paměti').

В результате конструктивного словообразования образуются синтаксические дериваты, в основном – *nomina actionis*, ср.: *дефрагментировать* → *дефрагмент[ацуй]а*; польск. *bootować* → *bootowanie*, *logować* → *logowanie*; чешск. *bootovat* → *bootování*, *bufferovat* → *bufferování*, *chatovat* → *chatování*.

Компрессивное словообразование в компьютерном социолекте осуществляется обычно следующими способами (Русакова 2007, Grzenia 2006; Grybasiowa 2008, Písková 2007, Písková 2012):

а) суффиксальная универбация, при которой образование неогеривата с помощью суффиксального форманта происходит на базе атрибутивно-субстантивного словосочетания, в котором опускается субстантивный компонент. Ср.: польск. *demówka* – 'wersja demonstracyjna jakiegoś programu lub gry', *igłówka* ← *drukarka igłowa*, *instalka* ← *program instalacyjny*, *laserówka* ← *drukarka laserowa*, *platformówka* ← *gra platformowa* 'игра, персонажи которой перемещаются по платформам', *zręcznościówka* ← *gra zręcznościowa* 'игра, развивающая ловкость' („Komputer-świat: gry”, 2005, № 7); рус. *выделенка* ← *выделенная линия*, *полезняшка* 'компьютерная игра, полезная для развития детей', *бродилка* 'компьютерная игра, где игрок вынужден бродить в лабиринтах', *искалка* 'компьютерная игра, где игро-

ку приходится что-то искать', *ломалка* 'программа, взламывающая анти-вирусную защиту', *обучалка* 'обучающая игра', *развивалка* 'развивающая игра', *рисовалка* 'рисующая программа, графический редактор'; чешск. *laserovka* ← *laserová tiskárna*, *onlinovka* ← *online hra*; *zvukovka* ← *zvuková karta*, *texták* ← *textový editor*;

б) аббревиация (русск. *мылсерв* ← *мыльный* + *сервер*);

в) усечения по аббревиатурному типу (польск. *komp* ← *komputer*, *prog* ← *program komputerowy*; русск. *комп* ← *компьютер*, *прога* ← *программа*; польск., чешск. *net* ← *internet*).

Словообразовательные компрессаты имеют преимущество перед описательными выражениями благодаря своей точности, краткости, емкости, содержательности, а также ярко выраженной экспрессивности.

В процессе экспрессивного словообразования в компьютерном социолекте создаются жаргонизмы, выражающие эмоциональное отношение, ср.: польск. *sidik* (← 'kompakt-dysk CD, płyta kompaktowa'); *diwidik* (← 'płyta DVD'), *glaskadełko* 'touchpad ноутбука' (← *glaskać*), *windoza* (← 'system Windows'); русск. *мышатина* (← *мышь* + *-атин-*), *сказяк* ← *скази* (SCSI-адаптер + *-як-*); чешск. *formátek*, *inteláček*, *manuálek*, *modemík*, *prográtek*.

В русском компьютерном социолекте рождаются слова, содержащие оттенок непринужденности, фамильярности, грубоватости, в некоторых случаях – намек на обценные лексические единицы: *писишка*, *писюха*, *тиффак*, *псдец* и др. (Барт 2010).

В польском, русском и чешском компьютерном социолекте активно образуются глаголы с суффиксальными морфемами, типичными для просторечия: *-и-ть/-ит*, *-а-/я-ть/-аć/-at*, *-овать/-оваć/-ovat*, *-нуть/-nąć/-nout*, например: польск. *druknać*, *googlać*, *googlować*, *mailować*; русск. *аржить*, *банить*, *зунить*, *лхачить*, *рарить*, *тарить*, *флудить*, *хэтэмезлить*; чешск. *brousit/bruslit/browsit* ← *browse* ('загружать сайты с помощью браузера'), *internetit* ← *Internet*, *krysit* ← *krysa* ('действовать с помощью компьютерной мыши'), *chatovat* ← *chat* ('общаться с помощью чатов'), *downloadovat* ← *download* ('загружать сайты'), *kliknout*, *kreknout* и др. (Písková 2007: 83).

Растет активность морфонологического словообразования. В последнее время продуктивность суффиксальной универбации снижается вследствие растущей активности безаффиксной универбации: русск. *реал*, *виртуал* и др.; польск. *real*, *wirtual*; чешск. *bezdrát*, *virtuál*. Используются различные модели усечения производящих основ: 1) апокопа (русск. *админ*, *комп*; польск. *admin*, *komp*); 2) аферезис (русск. *нет*, польск. *net*, чешск. *net*); 3) контрактура (русск. *инет*, чешск. *inet*). Модели усечений обычно характеризуются экспрессивностью.

В польском, русском и чешском компьютерных социолектах растет число композитов, образованных путем сложения без помощи соединительной гласной, ср.: польск. *cyberprzestępczość*; русск. *интернетбанк*, *интернетновинка*, *кибернет*, *кибермаркет*, *киберпространство*, *нетбанк*;

чешск. *inetkontakt, inetnovinka, inetrádio kyberprostor, kyberdívka, netbanka*, также *stresholik* (ср.: *chatoholik, internetoholik, počítačoholik*).

Компьютерное словообразование, с одной стороны, осуществляется в рамках языковой системы и отражает процессы, происходящие в общенародном языке, с другой – обнаруживает черты, не свойственные стандартному языку. В качестве производящих основ нередко используются те классы слов, которые в кодифицированной терминологии пассивны или проявляют слабую активность, например, онимы (рус. *думер* < *Doom*, чешск. *delphista* < *DELPHI*), маскулинные *nomina actoris* (рус. *хакерша* < *хакер*, чешск. *chatoholička* < *chatoholik*), аббревиатуры (рус. *айтишник* < *IT*, чешск. *ajťák* < *IT, CD-ROMek, CD-ROMka*) и др.

4. Заключение

Словообразовательные неологизмы, появившиеся в языке СМИ и рекламы, а также в компьютерном социолекте, благодаря высокой степени актуальности новых понятий, номинируемых с их помощью, оказываются способными влиять на функционирование и продуктивность в славянских языках отдельных словообразовательных типов.

При словообразовательном освоении англицизмов-интернационализмов в славянских языках всех 3 групп (западной, восточной, южной) происходят следующие процессы:

1) «развертывание» деривационных рядов имен существительных в основном в направлении суффиксального образования относительных прилагательных в значении «относящийся к кому- или чему-либо, обозначенному производящей основой» (с суффиксами *-ов-* (*-ев-*)/*ов-*/*ов-*; *-ск-/sk-*: польск. *trendowy, kulerski* (англ. *cool*); русск. *прайсовый, брэндовый*; словенск. *borderski, brejkerski, blogovski, googlov*;

2) оживление именного образования глаголов с помощью общеславянских суффиксов *-ать/-овать, -а́, -ова́, -ат, -оват, -ати, -овати*: болг. *принтира*; польск. *bootować, czatować, lobbować, trendować się*; русск. *бутовать*; словенск. *brejkati, guglati, konektati*; чешск. *bootovat, lobbovat, trendovat*;

3) активизация суффиксально-префиксального способа образования глаголов: польск. *domailować, zapijarować*; русск. *захолдить* ‘оставить файлы для адресата’ (от англ. *hold* ‘удерживать’), *перебутоваться* ‘перезагрузиться’ (от англ. *boot* ‘загрузка’); словенск. *poguglati, zreklamirati; zadensati* (Ohnheiser 2003; Stramljič 2009; Waszakowa 2009);

4) активное суффиксальное образование существительных от англоязычных аббревиатур, при котором у производных слов могут возникать каламбурные оттенки, напр.: польск. *cedek* ‘компакт-диск’ (от англ. *CD*), *esemesik, esemesek* ‘СМС’ (от англ. *SMS*), *piarowiec* ‘пиарщик’ (от англ. *PR*); русск. *рама* (от англ. *RAM – Random Access Memory* ‘оперативная па-

мать'; *ромка* (от англ. ROM – *Read Only Memory* 'постоянное запоминающее устройство'); *сидишка, сидюшник* (от англ. CD [si: di:] *compact disk* 'компакт-диск'), *пиарщик* (от англ. PR); чешск. *ceděčko* 'компакт-диск';

5) рост продуктивности аналитического словосложения: болг. *бизнесвиза, допингскандал, секс-туризм, фолкпевец*; макед. *сексбизнес*; польск. *biznes-informacje, fanklub, specyprawnienia, seksnowość*; русск. *фан-клуб, даун-клуб* 'место, где много неинтересных и скучных людей'; украинск. *секс-бізнес*; сербск. *фанклуб*; чешск. *fanklubačka, sexaféra, seksbyznys*.

Аналитические композиты, широко употребляемые в текстах СМИ и рекламы, проникают как в разговорную речь, так и в другие функциональные стили. Новый словообразовательный тип композитов, комплексно выражающих понятия атрибутивности и ситуативности, обладает достаточно высокой степенью продуктивности, поскольку соответствует актуальным коммуникативным запросам говорящих, удовлетворяя потребность в компрессатах, называющих те сложные понятия, для выражения которых требуются описательные конструкции предикативного типа. В активности этого нового словообразовательного типа, который обеспечивает широкие возможности создания формально-семантических компрессатов – сложных именованных –, проявляется общая тенденция к экономии языковых средств.

Расширение группы композитов, образованных без помощи соединительных гласных, свидетельствует также о тенденции развития славянских языков в направлении к аналитизму. Рост продуктивности аналитических композитов в славянских языках, обусловленный влиянием неointернационализмов–англицизмов, позволяет усматривать признаки усиления еще одной выраженной тенденции – к агглютинации (ср., например: Демидов 2004).

Литература

- Аврамова Ц. (2003), *Словообразовательни тенденции при съществителните имена в българския и чешкия език в края на XX век*. София.
- Аврамова Ц. (2009), *Прояви на интернационализация в словообразуването на българския книжовен език на границата между две хилядолетия*. [In:] Koriakowcewa E. (red.), *Przejawy internacjonalizacji w językach słowiańskich*, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce.
- Барт М.В. (2010), *Словообразовательные модели современного русского компьютерного жаргона*. Автореферат дис. ... канд. филол. наук, Курск.
- Борисенко В. В. (2007), *Перестройка в современном русском языке*. [In:] *Русский язык: исторические судьбы и современность*: Труды и материалы

- III Междунар. конгр. исследователей русского языка (Москва, 20–23 марта 2007 г.), Москва.
- Брызгунова Е. А. (2004), *Развитие морфологического и синтаксического аналитизма в русском языке*. [In:] *Русский язык: исторические судьбы и современность*: Тр. и материалы II Междунар. конгр. исследователей русского языка (Москва, 18–21 марта 2004 г.), Москва.
- Бялэк Э. (2004), *Как говорят в российских СМИ. Норма и узус*. [In:] *Русский язык: исторические судьбы и современность*: Труды и материалы II Междунар. конгр. исследователей русского языка (Москва, 18–21 марта 2004 г.). Москва.
- Григорьев В.П. (2005), *Светлое будущее «инговых форм» в поэтическом языке*. Доклад на международной научной конференции «Художественный текст как динамическая система» (19 – 22 мая, Москва, 2005). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ifi.rsuh.ru/print.html?id=54839>
- Демидов Д. Г. (2004), *Тенденции к агглютинации в русском языке*. [In:] *Русский язык: исторические судьбы и современность*: Труды и материалы II Междунар. конгр. исследователей русского языка (Москва, 18–21 марта 2004 г.), Москва.
- Долинский В. А. (2004 г.), *Власть языка и язык власти*. [In:] *Русский язык: исторические судьбы и современность*: Труды и материалы II Междунар. конгр. исследователей русского языка (Москва, 18–21 марта 2004 г.), Москва.
- Ефремова Е.М. (2011), *Полуаффиксы в составе многокомпонентных слов—композитивов в современном английском языке*. [In:] „Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика”, № 5, Москва.
- Ильясова С.В. (2002), *Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ*. Автореферат дис. ... д-ра филол. наук, Ростов–на-Дону.
- Иноземцев В. Л. (2004), *Вестернизация как глобализация и „глобализация” как американизация*. [In:] «Вопросы философии», №4, Москва.
- Казак М.Ю. (2012), *Креативный потенциал словообразования в современных медиатекстах*. [In:] *Журналистика постсоветских республик: 20 лет спустя*. Сб. трудов Междунар. науч.-практ. конф. Белгород, 24-27 сентября 2012 г./ под ред. проф. А.П. Короченского и проф. М.Ю. Казак, Белгород:КОНСТАНТА.
- Кара-Мурза Е.С. (2000), *Рекламный стиль и функционально-стилистическая дифференциация современного русского языка*. [In:] *Журналистика в 1999 году*. Тезисы научно-практической конференции, ч. 5, Москва.

- Коряковцева Е. (2008), *Иновации на периферии семантико-словообразовательной категории*. [In:] Карпіловська Є.А. (ред.), *Динаміка та стабільність лексичних і словотвірних систем слов'янських мов*. Доповіді: Тематичний блок на XIV Міжнародний з'їзд славистів, 10.09-16.09. 2008, Охрид, Республіка Македонія. Український комітет славистів etc. Київ.
- Коряковцева Е. (2009), *Интернациональное vs. национальное в словообразовательной системе: к постановке вопроса*. [In:] Koriakowcewa E. (red.), *Przejawy internacjonalizacji w językach słowiańskich*, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce.
- Коряковцева Е. (2009а), *Об одном языковом маркере медиального скандала*. [In:] М.Л.Ковшова, Г.В.Токарев (ред.), *Живодействующая связь языка и культуры: Дискурс. Текст. Культура*, Москва-Тула.
- Коряковцева Е. (2012), *Об экспрессивном потенциале словообразовательных средств*. [In:] Рајна Драгићевић (red.), *Творба речи и њени ресурси у словенским језицима*, Филолошки факултет Универзитета у Београду, Београд.
- Кудрявцева Л. А., Дядечко Л. П., Черненко А. А., Филатенко И. А. (2004), *Формирование и развитие языка массовой коммуникации в современном информационном обществе*. [In:] *Русский язык: исторические судьбы и современность: Труды и материалы II Междунар. конгр. исследователей русского языка (Москва, 18–21 марта 2004 г.)*, Москва.
- Лыков А.Г. (1976), *Современная русская лексикология. Русское окказиональное слово*, Москва.
- Мельникова А.И. (1962), *Об одной новой контаминированной модели сложения слов*. [In:] „Ученые записки МГПИ им. В.И. Ленина”, вып. 184, Москва.
- Мельничук А.С. (ред.) (1986), *Историческая типология славянских языков: фонетика, словообразование, лексика и фразеология*, Киев.
- Мешков О. Д. (1981), *О речевых композитах в современном английском языке*. [In:] «Иностранные языки в школе», № 2, Москва.
- Нещименко Г.П. (2006), *К рассмотрению динамики языковой ситуации через призму процессов интеграции и дифференциации*. [In:] Нещименко Г.П. (ред.), *Глобализация-этнизация. Этнокультурные и этноязыковые процессы*. Кн. I. Москва.
- Нещименко Г.П. (2010), *Сопоставительное изучение славянских языков и его значимость для прогнозирования развития языковой системы*. [In:] Koriakowcewa E. (red.), *Aktualne problemy komparatystyki słowiańskiej: teoria i metodologia badań lingwistycznych*, Wydawnictwo UPH w Siedlcach, Siedlce.

- Русакова Е.Б. (2007), *Русский компьютерный социолект: формирование и функционирование*. Автореферат дис... канд. филол. наук, Калининград.
- Рыцарева А.Э. (2002), *Прагмалингвистический аспект интернациональной лексики (на материале английского языка)*. Автореферат дис.... канд. филол. наук, Волгоград.
- Рязанов В.Ю. (2000), *Особенности синхронных связей словосложения и аффиксации в современном английском языке: Полуаффиксация как один из путей их взаимодействия*. Автореферат дис. ... канд. филол. наук, Москва.
- Семенова М. Ю. (2007), *Принципы изучения лексики англоязычного происхождения в современном русском языке (к проблеме составления словаря англицизмов)*. Автореферат дис. ...канд. филол. наук, Ростов-на-Дону.
- Соболева Е.Г. (2010), *Содержательные категории рекламного текста как основа для сопоставительных исследований (на материале русской рекламы)*. [In:] Koriakowcewa E. (red.), *Aktualne problemy komparatystyki słowiańskiej: teoria i metodologia badań lingwistycznych*, Siedlce.
- Сологуб О. П. (2002), *Усвоение иноязычных структурных элементов в русском языке*. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics2/sologub-02.html>
- Химик В. В. (2004), *Большой словарь русской разговорной речи*. (Предисловие), Санкт-Петербург.
- Янович Е.И. (2006), *Словообразовательные новации современной русской речи в свете исторических тенденций развития русского языка (на материале текстов СМИ)*. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.elib.bsu.by/bitstream/123456789/5583/1/pdf
- Bosák J. (2003), *Procesy internacionalizácie dnes*. [In:] «Jazykovedný časopis», t. 54, №. 1 – 2, Bratislava.
- Bozděchová I. (1997), *Vliv angličtiny na češtinu*. [In:] Daneš F. (red.), *Český jazyk na přelomu tisíciletí*, Praha.
- Jadacka H. (2001), *System słowotwórczy polszczyzny (1945-2000)*, PWN, Warszawa.
- Görlach M. (1998), *The Usage Dictionary of Anglicisms in Selected European languages: a report on progress, problems and prospects*. [In:] «Barcelona: links and letters», № 5.
- Grybasiowa A. (2008), *Dylematy współczesnej kompetencji komunikacyjnej Polaków*. [In:] „LingVaria”, rok III, nr 1 (5), Kraków.
- Grzenia J. (2006), *Komunikacja językowa w Internecie*, PWN, Warszawa.

- Kreja B. (1993), O formancie *-gate* 'afera, skandal'. [In:] „Język Polski”, t. LXXIII.
- Lotko E. (2003), *Co a jak ovlivňují inovační procesy ve slovní zásobě (na materiálu češtiny, slovenštiny a polštiny)*. [In:] Rudnik-Karwatowa Z. (red.), *Procesy innowacyjne w językach słowiańskich*, t. 114, SOW, Warszawa.
- Martincová O., Savický N. (1987), *Hybridní slova a některé obecné otázky neologie*. [In:] «Slovo a slovesnost», nr 48, Praha.
- Miczka T. (2006), *Dynamika tożsamości narodowych we współczesnym świecie*. [In:] *Folia philologica macedono-polonica*, t.6, Скопје.
- Muhvić-Dimanovski V. (2005), *Neologizmi: Problemi teorije i primjene*. Zagreb: FF Press.
- Ohnheiser I. (red.) (2003), *Słowotwórstwo/Nominacja*, Innsbruck, Univ. Innsbruck, Opole, Uniwersytet Opolski.
- Oczkowski M. (1999), *Język użytkowników sieci komputerowej Internet*. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kana.silesia.top.pl/oczy/irc.html>
- Písková R. (2007), *Utváření lexikálních jednotek v komunikační oblasti informačních technologií*, Brno, ÚČJ MU.
- Písková R. (2012), *Derivace substantiv v současné češtině se zaměřením na komunikační oblast informačních technologií*. [In:] Koriakowcewa E., Gardzińska J. (red.), *Aktualne problemy językoznawstwa słowiańskiego*, Wydaw. UPH w Siedlcach, Siedlce.
- Przejawy...* (2009) – Koriakowcewa E. (red.), *Przejawy internacjonalizacji w językach słowiańskich*, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce.
- Przybylska R. (2002), *O najnowszym słownictwie polskim*. [In:] «Polonistyka», nr 9.
- Stramljič Breznik I. (2009), *Hibridizacija novejših slovenskih tvorjenk*. [In:] Koriakowcewa E. (red.), *Przejawy internacjonalizacji w językach słowiańskich*, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce.
- Štebih Golub B. (2012), *Okazionalizmi u hrvatskome publicističkom stilu*. [In:] Драгићевић Рајна (red.), *Творба речи и њени ресурси у словенским језицима*, Филолошки факултет Универзитета у Београду, Београд.
- Waszakowa K. (2005), *Przejawy internacjonalizacji w słowotwórstwie współczesnej polszczyzny*, Warszawa.
- Waszakowa K. (2009), *Internacjonalizacja polskiej leksyki – stan obecny, prognozy na najbliższą przyszłość*. [In:] Koriakowcewa E. (red.), *Przejawy internacjonalizacji w językach słowiańskich*, Wydaw. Akademii Podlaskiej, Siedlce.

Wyrwas K. (2006), *Rywingate i pracoholik – derywaty sufiksalne czy złożenia?* – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.poradniajezykowa.us.edu.pl/artykuly/KW_rywingate.pdf

Словари

Merriam–Webster Dictionary – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.m-w.com

The American Heritage® Dictionary of the English Language. Fourth Edition. Houghton Mifflin Company 2000 – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.bartleby.com

URL интернет-баз:

<http://www.textart.ru/baza/slogan/list.html>

http://www.content-stroy.ru/base_slogan.html

<http://www.sloganbase.ru/>

Databáze heslářů slovníků Ústavu pro jazyk český Akademie věd České republiky. – <http://lexiko.ujc.cas.cz/heslare/search.php>.

Elena Koryakovtseva

Derivational resources of new functional styles of Slavic Languages

The author concentrates in this paper primarily on few new functional styles and on productive processes of word formation in modern Slavic languages such as compounding and affixation, leaving aside minor word formation processes such as blending, clipping, and back formation. The data, based either on large corpora or smaller hand-collected samples from electronically-held texts, is drawn from advertising, the daily press and the communicational sphere of information technology.

The author hopes to have demonstrated that the functional side of word formation is significantly more complex than simple naming (and/or syntactic recategorization etc.). This is particularly evident once we go beyond the rather stable area of the lexicon and its conventionalized word-stock and begin considering active coining of novel lexical items, what is heavily dependent on contextual factors, including the semantic, stylistic, textual and social environments in which they occur. The very act of forming a complex word serves a specific purpose in the textual and/or situational context. Often rather particular, specialized function can be discovered, many of which are of a metacommunicative nature.

The author aims to examine the processes of productivity and illuminate creativity in word formation with respect to functional discourse roles. Lexical creativity in journalism, advertising and electronic communication is employed for the purposes of achieving certain stylistic effects, such as humor or irony. It

is also a device used to convey to the reader a sense of authorial learnedness, sophistication, distancing and so on. It manifests itself in punning and other word play, metaphorical extension, willful error and duplication of the role of an existing formation.

The article also deals with the evolution of special words-formative type of complex words that don't have connecting vowel as a mean of expression of complex concepts of attributive and contextual content. Composition of a new type of complex words corresponds to historical drift in formation of analytic and agglutinative lines in Russian.

Г. П. Нецименко

**КОМПЬЮТЕРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ЗЕРКАЛЕ
СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЧНОЙ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ
И АКТУАЛЬНЫХ ДЕРИВАЦИОННЫХ ЗАКОНОМЕРНОСТЕЙ
(в сопоставительном аспекте)**

1. Задачи исследования

К концу XX в. сфера публичного общения заняла доминирующее положение в системе *репрезентативной* общезнающей коммуникации. Соответственно и ее речевой узус, ставший нормативной основой литературного языка (см., в частности, Jedlička 1974), стал оказывать определяющее влияние на развитие современной языковой культуры, направленность кодификационной и языковой политики в целом. Существенно потесненным оказался язык художественной литературы, служивший длительное время главной нормотворческой основой литературного языка. Примечательно, что словацкий лингвист Я. Горецкий вообще вывел язык художественной литературы за рамки стратификации национального языка (Horecký 1981). Произшедшая смена речевого эталона была не только закономерна, но и вполне ожидаема, поскольку язык художественной литературы, невзирая на его несомненные достоинства, как лингвокультурный феномен уже не мог удовлетворять вербально-коммуникативные потребности информационного сообщества. Для этого были нужны иная стилистика, иные представления о речевом этикете, иной выразительный ряд.

В заданных обстоятельствах стоящая перед нами конкретная исследовательская задача заключалась в рассмотрении характера языковой рефлексии на использование в сфере публичного общения новых *электронных* информационных технологий. Заметим, что наш интерес к рассмотрению электронных разновидностей публичного общения был не случаен. Если отвлечься от определенной нарочитости и даже «эпатажности» стилистики некоторых его жанров, наличия «экзотизмов», сознательного нарушения конвенциональных представлений о речевом этикете и т.д., нельзя не заметить, что вербальный узус электронных СМИ при всем его своеобразии, довольно органично встраивается в систему общезнающего языка. Присущие ему закономерности не противоречат тенденциям развития последнего, они их, как правило, подтверждают, дополняют, позволяют увидеть в новом ракурсе. И, действительно, по мере вхождения в языковой материал (мы оперировали преимущественно фактами чешского и русского языков) постепенно

приходило осознание того, что мы имеем дело с чрезвычайно интересным, многоаспектным явлением, стимулирующим и задающим направленность развитию речевой культуры этноса, эволюции языковой ситуации. Не менее значимым было и его воздействие на динамику деривационных тенденций. И, тем не менее, как это ни парадоксально, изучение речевого стандарта электронных медиальных средств довольно долго не входило в число приоритетных задач современной лингвистики, оставаясь на периферии исследовательского интереса языковедов. При этом не учитывалось, что коммуникативная и социальная значимость, масштабы использования электронного общения, как при межличностной, так и публичной коммуникации, стремительно увеличиваются. Возрастает и вовлеченность в него основного генерационного массива населения, прежде всего, молодежи, наиболее восприимчивой к техническим новшествам, а, как известно, именно речевое поведение молодого поколения является мощным импульсом изменения речевого стандарта социума в целом.

Применение компьютерной связи при коммуникации в социуме радикально изменило представление о временных и пространственных параметрах общения. Раздвигая границы коммуникативного пространства, оно расширяло возможности внутриэтнической и межэтнической интеграции, способствуя увеличению и качественному обогащению информационного потока, возрастанию диапазона его распространения, а также скорости прохождения по трансляционным каналам. Впрочем, для того, чтобы доступ к компьютеру стал реально возможным, необходимы были не только немалые финансовые затраты, но и соответствующий уровень компьютерной грамотности.

По данным исследования, проведенного ФОМ (Фонд Общественного мнения), доля активной интернет-аудитории в России превысила 45 млн. человек (39% населения). На Москву приходится 11% всех интернет-пользователей, на Санкт-Петербург – 4%. Среди других стран Россия по использованию Интернета находится на 9-м месте. Первое место занимает Австралия, где месячная интернет-аудитория составляет 90% от всей численности населения старше 18 лет. За ней следуют Великобритания и Германия (84% и 83% соответственно); Япония – 80%; США – 78%; Франция – 77%; Испания – 66%; Италия – 59%; Россия – 51%; Бразилия – 39%; Китай – 38% (IKSMEDIA.RU 28.06. 2012). По данным исследовательской компании NUA (взяты из «Новой газеты», №12 за 2001 г.), к концу 2000 г. в России насчитывалось примерно 3 млн. пользователей интернета, т.е. 4%. Из славянских стран высокой компьютерной оснащенностью отличается современная Чехия, занимающая одно из первых мест в Европе.

Приобщение к компьютеру в славянских странах осложнялось необходимостью использования при работе в Сети англоязычной транс-

литерации. Возникавшие в связи с этим трудности у чешских и русских пользователей Интернета отличались друг от друга. Так, чешским пользователям мешала невозможность использования надстрочных значков, выполнявших *смыслоразличительную* функцию; ср.: *ráda* 'она рада' – *rada* 'совет'; *být* 'быть' – *byt* 'квартира'; *pás* 'пояс' – *pas* 'паспорт' и т.д. Это приводило к нежелательной омонимии, затрудняя взаимопонимание. Уточним, что на 42 графемы чешского алфавита приходится 15 (т.е. примерно 36%), у которых в определенной текстовой ситуации используется диакритика. Были и трудности чисто технические, например, иное расположение на клавиатуре клавиш, соответствующих чешским графемам „z” и „y”. В свою очередь русскоязычных пользователей Интернета раздражала необходимость переключения языкового регистра клавиатуры (с кириллицы на латиницу), а также отсутствие однозначного соответствия между используемыми графическими системами; ср., например, отсутствие специальных графем для „ч”, „ж”, „ш”, „щ”, в результате чего приходилось прибегать к лигатурам) и т.п. Введение в компьютерный обиход отечественных графических систем сделало общение не только более комфортным и оперативным, но, главное, непринужденным¹. Кстати, в этот период стало заметно ослабление *генерационной* речевой дифференциации, обусловленное, в частности, усилением влияния молодежного узуса на узус более старших поколений (ср. повышенную частотность употребления ряда англицизмов, в том числе и междометий типа *о'кэй*, *вау*, интенсивный приток профессионализмов в их сленговой манифестации и пр.)².

Появление новой технологии общения делало необходимым поиск адекватного вербального обеспечения *скоростной* коммуникации, насыщения трансляционных каналов максимально емкой и вместе с тем компактно выраженной информацией. Жесткая временная регламентация (особенно в режиме „онлайн”) не могла не сказаться на используемом выразительном ряде; ср. следующую авторскую ремарку (Новая газета 3/2000):

¹ Феномен компьютерной публичной коммуникации анализируется в статьях (Нещименко 1998; Нещименко 1998а; Нещименко 2005; Neščimenko 2005; Нещименко 2008; Нещименко 2008а; Нещименко 2010; Nieszczymento 2010 и т.д.).

² Ср. фрагменты из электронных писем, чешских, словацких, русских: *mailovanie s Tebou do Moskvy jednoducho nefunguje tak, ako treba; vsetko okej. Maj sa fajn; takže by to malo byť v oukeji; Ne mogla by Ty tocznye dannyje mne majlanuti*. Или же в воспоминаниях об известной актрисе (автор – пожилая критикесса) *все в ней было о'кэй*; текст объявления в интернете: *нельзя спамить* (т.е. посылать спам) (2011); *O pár židlí vedle zase dva lidi pilně smskovali v nejdramatičtějších okamžicích*. Aktuálně.cz (2009). Ср. также подпись под фото знаменитой поп-певицы: *Lucie Bílá mluvila především o své trémě a zodpovědnosti či o tom, jak jsou ti filmaři báječní. Neopomněla ani šířit lásku mezi lidičky vůbec a často křičela „wow“*. *Těž zpívala*. Aktuálně.cz 2012.

“Читатель, не ищи здесь опечаток. Когда общаешься по „аське“, меньше всего думаешь о строчных и прописных буквах (когда это не затрагивает смысла)... Мы общались через Интернет с помощью программы Ай-си-кью (что-то похожее на обмен телеграммами через тысячу с лишним километров в режиме реального времени. Здесь своя грамматика, свои шутки, свой стиль). Мысли приходится формулировать кратко, думать быстро. Это как турнир по быстрым шахматам”.

Потребность в *экономичных* номинационных решениях в основном и была тем мощным фактором, который определял направленность селекции языковых средств. Проследить, как это осуществлялось на практике – задача большой научной значимости, поскольку, невзирая на претензии, обычно предъявляемые к речевому стандарту публичного общения, эта сфера языкового употребления принадлежит к наиболее значимым и востребованным в системе вербальной коммуникации этноса, являясь его информационной скрепой.

Таким образом, совокупность собственно языковых, коммуникативных, социолингвистических, а также экстралингвистических факторов не могла не оказывать влияния на направленность эволюции вербального стандарта публичной коммуникации. Это давало инновационный импульс не только модернизации *традиционных* каналов публичной коммуникации (радио, телевидение, пресса), но и появлению каналов, *принципиально новых*, в частности, Интернета, сделавших возможным глобальный охват мирового информационного пространства.

2. Языковое обеспечение электронной публичной коммуникации

Необходимо подчеркнуть, что публичная коммуникация, в том числе и электронная, принадлежит не только к наиболее репрезентативным, но и к *общедоступным* сферам языкового употребления. В результате этого среди участников публичного общения нередко оказываются люди с *гетерогенным* уровнем вербальной культуры и языковой компетенции. Это обстоятельство становится особенно значимым, если учесть, что одной из важнейших черт электронной коммуникации, особенно Интернета, является *интерактивность* общения. В этом случае *активными* участниками общения зачастую становятся лица, не обладающие необходимыми для этого речевыми навыками и уровнем языковой компетенции. Сказанное способствует совмещению в текстах компьютерного публичного общения различных речевых норм, как стилистических, так и региональных, отражающих различный уровень речевой культуры коммуникантов. В сложившейся ситуации литературному языку, играющему, казалось бы, доминирующую роль в узусе публичной коммуникации, приходится делить вербальное пространство с язы-

ковыми манифестациями, имеющими более низкую ранжированность в языковой системе.

В том, что из всех идиомов этнического языка именно литературный язык наиболее подходит для использования в сфере публичной коммуникации, решающую роль играет тот факт, что в современной языковой ситуации он по своим нормативным параметрам по-прежнему является *единственной полифункциональной* формой существования языка *общезатического* статуса. В недрах разговорного языка подобный *консолидированный* аналог до сих пор отсутствует. В чешской языковой ситуации исключением, пожалуй, является так называемая *obecná čeština*, представляющая собой более или менее интегрированный разговорный идиом среднечешской локализации. Как и большинство разговорных манифестаций, он агрессивен, имея склонность не только к территориальной (приграничные регионы западной Моравии), но и культурной экспансии в сферу художественного творчества, кинопроизводства и пр.

Предпочтительное использование литературного языка в публичной сфере общения санкционируется регламентирующими установками языковой культуры и соответствующими культурными институтами, отвечая представлениям индивидуума о речевой этикете: Примечательно, что специальная инструкция (газета *Lidové noviny*, 2012) настоятельно рекомендует выпускникам школ отвечать на экзамене только на литературном языке.

Следует признать, что носители и пользователи чешского языка в целом осведомлены о нормах речевого этикета, в частности, о том, где, когда и как следует употреблять литературный язык. Приведем в качестве иллюстрации определение сферы использования чешского литературного языка студентками второго курса профессионального кулинарного училища (наблюдения Р. Брабцовой; перевод наш – Г.Н.):

«Это язык, которым пользуются, главным образом, люди наверху, например в суде, в правительстве, президент и т.д.» / «Мы пользуемся литературным языком на занятиях стилистикой, литературой, поэзией. Очень редко – в повседневном разговоре. Чаще всего его употребляют поэты, писатели, учителя, используется он и в средствах массовой информации. Это приличный язык / Я же редко пользуюсь литературным языком, разве что на занятиях чешским языком, т.е. в школе. Иногда в обычном разговоре. Но чаще всего я пишу на нем письма и всякие бумаги. В школе я им пользуюсь потому, что это от нас требуют, а на письме – потому, что так подобает выразить то, что я хочу» (Brabcová 1996: 222–221).

Небезынтересна и другая оценка сферы использования литературного языка (респонденты – те же):

«На литературном языке, наверное, нужно говорить в особых случаях, при встрече с людьми с которыми мы знакомимся. Я, например, с людьми, с которыми не знакома, стараюсь говорить на литературном языке. Впрочем, как когда. По-моему, в обычной жизни люди не очень-то говорят литературно. Разве что с начальниками и т.д.» (см.: Vrabcová 1996: 220).

По нашим личным наблюдениям, устный литературный язык нередко используется при общении малознакомых людей в качестве *маркера* престижности их социального статуса, образованности. При этом по мере устранения психологического барьера обычно происходит ролевое переключение, т.е. собеседники переходят на разговорный язык. Примечательно, что так называемые «контактные, этикетные слова» типа *dobrý den; dobré jitro* в чешском языке практически всегда используются в литературной огласовке, т.е. без перехода *ý > ej; é > í*, характерного для разговорной речи.

Судя по данным чешского Интернета (мои наблюдения, относящиеся к 2011 г.), литературный язык по-прежнему сохраняет репутацию статусного языкового средства, к которому надлежит относиться с должным пиететом. Другое дело, как это выглядит на практике. Напомним в этой связи о нашумевшей истории с “прослушкой”, широко растиражированной в чешском Интернете в 2011 г. Речь идет о «обнародованных» магнитофонных записях, сделанных «скрытым микрофоном», т.е. без ведома героини события (феномен так называемой «вторичной, секундарной публичности»). Запись фиксирует речевой узус молодых (в возрасте до 30-ти лет) чешских политиков из парламентских и околопарламентских кругов, собравшихся небольшой компанией в пражском кафе. Выложенные в Интернете тексты демонстрируют широкое использование экспрессивной, в том числе и ненормативной лексики, они изобилуют включениями из сленга, обиходно-разговорного языка (*obecná čeština*). Иными словами, стилистика речи довольно далека от норм общепринятого литературного узуса. Приведем некоторые фрагменты беседы, организованной по этому поводу on-line Интернет-порталом *Aktuálně. cz.* с главной героиней события – молодой, преуспевающей женщиной-политиком (дается в нашем переводе):

24.04.2011: (осуждающая реплика участника дискуссии): «Почему в этих записях Вы употребляли подобные слова? Вы думаете, это достойно депутата парламента ЧР?» или: (сочувствующая реплика) «Кристинка, я никак не возьму в толк, как это так! Такая красивая и элегантная молодая дама и вдруг при всех употребляет такие слова, как ... мне даже стыдно повторять, какие еще там были слова! Может быть, Вы слегка выпили, когда Вас записывали?». Ответ провинившейся: «Добрый день, я благодарю Вас за поддержку. В своей частной жизни, особенно когда я нахожусь среди близких друзей, мне и в голову не придет говорить на литературном языке».

ке или так, как я говорю в своих публичных выступлениях. А уж, если говорить совсем правду, то, кто из нас, находясь с друзьями, порой не употребит такие слова, как я?» / «Я не буду лицемерить и не буду утверждать, что, находясь наедине со своими наиболее близкими друзьями, не употребляю некоторые вульгарные слова. Я просто не могу поверить, что могут найтись люди, которые в своей частной жизни, находясь в кругу своих друзей, не употребляют грубые слова, что они говорят так, будто участвуют в политических дебатах...».

Примечательно, что в ходе состоявшегося впоследствии судебного заседания присяжные заседательницы были потрясены и шокированы вульгарностью публичной речи представительниц партийной и парламентской номенклатуры с «ангельскими личиками».

Одной из характерных особенностей речевой нормы публичной коммуникации является ее осцилляция между литературным и разговорным узусом, этими двумя стихиями, постоянно единоборствующими друг с другом. Именно в этом во многом заключается и особенность речевого стандарта современной публичной коммуникации, наделенной высокой степенью экспрессивности. Учитывая социальную значимость и востребованность публичной коммуникации социумом, это становится одной из важнейших проблем современной социолингвистики.

Невзирая на происходящие изменения речевого стандарта публичной коммуникации, литературный язык продолжает оставаться идиомом с довольно широким диапазоном употребления и кругом пользователей. То же самое наблюдается в большинстве славянских языков.

Намеренное снижение, вульгаризация, повышенная экспрессивность публичного узуса становится ныне модной тенденцией. О ее наличии в большинстве современных языков мира пишет Л.Б. Никольский (Никольский 2000). Ср. фрагмент из «прослушки»:

Kamil se taky posral. No, oni se všichni v nějakou chvíli posrali, protože se prostě jako... Kamil se asi hrozně bál toho, že když odstoupí jenom Bárta, tak to bude ještě horší; а нафиг сдался народу парламент, если там уровень жизни был как в Швейцарии? И выезд за границу у них был, только эта нищая за граница им нафиг не нужна была. Subscribe.ru (2012).

3. Формирование речевого стандарта публичного общения

Формирование речевого стандарта публичной коммуникации проходило поэтапно. В период становления газетной публицистики (конец XVIII–XIX в., эпоха чешского национального возрождения) язык «бумажной» прессы, зарождавшийся в недрах литературного языка, имел *беллетристичную* основу. Причем чаще всего ориентиром служил *персонафицированный* узус, соотносимый либо с какой-то авторитетной твор-

ческой личностью, либо с художественным направлением (Виноградов 1938). В своей концепции так называемого «хорошего автора» чешский ученый В. Эртл, хотя и призывал следовать образцовому художественному узусу, однако под «хорошим автором» он имел в виду не *индивидуализированный*, а *собираТЕЛЬНЫЙ* речевой узус (Ertl 1929).

Нормативная взаимосвязь с узусом художественных текстов сохранялась вплоть до второй половины XX в. Со временем, однако, становилось все более очевидным, что язык художественных текстов уже не может далее служить нормативной основой ни литературного языка, ни, тем более, узуса формирующегося публичного общения. По мере расширения функционального спектра литературных языков и, в частности, становления и укрепления таких функциональных стилей как научный, публицистический, административно-деловой, возрастает нормотворческая роль научно-популярных и публицистических текстов. А. Едличкой было предложено альтернативное решение: использовать в качестве нормативной основы литературного языка узус публицистики, ставшей к этому времени вполне оформленным функциональным стилем (Jedlička 1974). О значимости нормотворческой роли языка СМИ писал и Зд. Главса, вполне резонно полагавший, что последний является «автономной языковой формой» (Hlavsa 1988). Сказанному немало способствовало появление *электронных* СМИ, ставшее новым этапом в развитии информационного сообщества с характерной для него вербально-коммуникативной установкой. По своей природе языковое обеспечение электронной публичной коммуникации, безотносительно к тому, о какой конкретной его разновидности идет речь, представляет собой весьма сложный, многоаспектный, *гетерогенный* феномен, манифестация которого варьируется в зависимости от целей коммуникации, ее условий, в частности, от выбираемого канала коммуникативной связи, адресата, тематики, жанра общения, языковой компетенции участников коммуникативного акта, наконец, от скорости прохождения информации по коммуникативному каналу. Добавим к сказанному выше, что, помимо вербального ряда, приходится учитывать и ряд *невербальный*, особенно при общении в режиме *on-line*.

Формирующийся на рубеже столетий (последние десятилетия XX – начало XXI в.) новый медиальный узус, хотя и по-прежнему выполняет миссию «быстрого языкового реагирования» на происходящие изменения во внешнем мире, однако он имеет и множество других функций. Не менее существенно и то, что речевой стандарт публичного общения во второй половине XX в. становится *нормообразующей основой* литературного языка. Сказанное говорит о повышении статуса манифестаций публичной коммуникации, включая и электронные СМИ.

Пик внедрения новых, электронных, информационных технологий пришелся на период последних десятилетий XX–начала XXI века:

вначале это были *аудиовизуальные* средства (радио и телевидение), а затем *Интернет*, являющийся самым мощным, *высокоскоростным* средством всемирной коммуникации. Статус «средства массовой информации» Интернетом был получен в конце первого десятилетия XXI в., хотя еще совсем недавно, трудно было даже думать, что именно компьютерное общение вскоре станет важнейшим коммуникативным каналом.

Модернизация публичной коммуникации дала мощный импульс *ускоренному* развитию не только языковой ситуации, но и всего комплекса коммуникативных, социолингвистических, а также языковых процессов. Ныне медиальные средства, используя различные коммуникативные каналы, активно участвуют в трансляции огромных потоков емкой, сжатой информации, оперативно доводя ее до целевой аудитории, адекватно исходному коммуникативному намерению. Укрепляя вербально-коммуникативное взаимодействие с адресатом, это усиливает эмоционально-психологическое, идеологическое и пр. воздействие на него.

Языковая рефлексия на использование новых информационных технологий в *близкородственных* языках чаще всего совпадает, что говорит о сходстве их системных закономерностей, а также общей *конвергентной* направленности динамики их речевого стандарта в целом. И действительно, проведенное исследование показало, что аудиовизуальные и компьютерные средства публичной коммуникации имеют единую коммуникативную основу (адресность общения; массовость адресата; усредненность используемого вербального стандарта, интерактивность общения и пр.). Различие, однако, состоит в том, что при использовании Интернета все эти функциональные признаки проявляются *максимально концентрированно*, т.е. переходят из *количественного* (как у аудиовизуальных СМИ) в новое *качественное* состояние. Уточним, что речевой стандарт аудиовизуальной публичной коммуникации нами был проанализирован несколько раньше (Нещименко 1999; Нещименко 2001), поэтому результаты этого анализа стали «точкой отсчета» или же основанием для сравнения, т.е. *tertium comparationis* (см. отсылки в тексте), при изучении речевого стандарта Интернета.

Проблематика вербального узуса публичной коммуникации давно находится в поле наших интересов. Она разрабатывалась нами как в синхронии, так и диахронии. При этом мы стремились не только проследить эволюцию ранее выявленных закономерностей и взаимосвязей, но и обнаружить новые, формирующиеся тенденции, установить перспективу их последующего развития. В этом отношении данная работа имеет и *прогностический* аспект, важный для определения направленности языковой и культурной политики общества, формирования единого внутриэтнического и межэтнического коммуникативного про-

странства, в границах которого осуществляется информационное, межкультурное и межъязыковое взаимодействие.

Изучение речевого стандарта публичной коммуникации – тема дискуссионная. Наблюдаемые явления зачастую не укладываются в рамки традиционных представлений о характере речевого этикета публичной репрезентативной сферы общения. Так, в частности, нельзя не видеть, что в вербальном узусе медиальной коммуникации отражаются как зарождающиеся в языковой ситуации новации, так и столкновение, а порой и единоборство различных, конкурирующих друг с другом речевых норм, в первую очередь, *литературной* и *разговорной*. Как относиться к этим проявлениям, видеть ли в них кризис речевой культуры либо временный паллиатив, покажет будущее. Нельзя не учитывать, что в близкородственных языках развертывание идентичных языковых процессов может протекать с *различной* скоростью. Совпадая по своим *итоговым* результатам, они нередко различаются хронологическим регламентом появления отдельных эволюционных фаз, которое может быть как *синхронизированным*, так и *асинхронным*, создавая обманчивое впечатление типологических различий сопоставляемых близкородственных языков.

В последние десятилетия второй половины XX в. сфера публичного общения прочно заняла *доминирующее, репрезентативное* положение в системе общенациональной вербальной коммуникации, оказывая влияние на состояние и направленность развития речевой культуры, эволюцию нормы речевого поведения, включая и норму литературного языка. Этому сопутствовали следующие принципиально важные изменения:

— переориентация, в том числе и в нормативном отношении, с эксклюзивных, *авторских*, текстов художественной литературы на тексты публицистические, медиальные (Нецименко 2000а). Зачастую это сопровождалось «обезличиванием», «анонимизированием» *индивидуального авторского* участия (подкрепленное использованием так называемых «ник»), с одной стороны, и смещением акцента на *массового адресата*, которому предназначается сообщаемая информация, с другой;

— для успешной реализации коммуникативного контакта с *массовой* аудиторией (феномен «массовизации») было необходимо «усреднить» речевой стандарт общения, максимально сблизив вербальный узус коммуникаторов и коммуникантов. Подобный эффект мог быть достигнут путем «встречного движения», т.е. снижения, «усреднения» уровня речевого стандарта коммуникатора, с одной стороны, и, соответственно, некоторого повышения, «подтягивания» уровня речевого стандарта коммуниканта, с другой. В противном случае коммуникативное взаимодействие могло не состояться.

Иными словами, характерной приметой речевого стандарта современного медиального общения становится: четко осознаваемая *адресность* коммуникативного послания; *массовизация* узуса как выражение

языковой рефлексии; *усреднение* вербального стандарта как связка, инструмент, необходимый для решения коммуникативной задачи (ср.: *ад-ресность – усреднение – массовизация*). Без соблюдения этой последовательности трудно установить *интерактивные* вербально-коммуникативные отношения, которые в конечном итоге являются целью общения.

3.1. Речевой стандарт СМИ и оппозиция «письменность – устность»

Литературный язык является единственной манифестацией общезначимого языка, которая, перемещаясь на оси «письменность – устность», имеет две варьирующиеся ипостаси – *письменную* и *устную* разновидности, – востребованные в соответствующей коммуникативной ситуации. Появление аудиовизуальных СМИ (радио и телевидение) с характерным для них превалированием устного воспроизведения текста значительно снизило значимость оппозиции «письменность – устность» как операционального приема макро моделирования строения этнического языка. Одновременно была нарушена и ее внутренняя симметричность. Усилились и позиции устного литературного языка (феномен «устнизации» публичного общения) при пропорциональном снижении востребованности письменных СМИ.

Впоследствии в ходе компьютеризации публичного общения оппозиция «устность – письменность» была ревитализирована, вновь обрела *графическую* фиксацию текста. Это дало основание некоторым исследователям говорить о восстановлении значимости оппозиции «устность – письменность». При этом, однако, не учитывалось, что это была уже *качественно* иная «письменная» речь, со сниженным стилевым регистром по сравнению с прежней, литературной, письменной речью. «Новая» разновидность графической речи более открыта влиянию разговорного языка, в каком-то смысле она является *письменной* фиксацией *разговорного* узуса (см. приводимые ниже примеры). Восстановление данной оппозиции в ее «осовремененном» виде в каком-то смысле и спровоцировало тот шквал речевых ошибок, который буквально захлестнул и продолжает захлестывать пользователей Интернета.

Следует подчеркнуть, что оба феномена – устный и письменный – литературный язык довольно долго имели *разный* социолингвистический статус. Так, *письменный* литературный язык стал *общезначимым* идиомом к середине XIX в., когда появились *письменные* СМИ (газеты, журналы и пр.), обращенные к довольно широкой читательской аудитории. *Устный* литературный язык примерно до середины XX в. общезначимой значимости и автономного статуса не имел. Продолжительное время он рассматривался лишь как *артикулируемое* воспроизведение письменного языка. Социолингвистический статус устного литературного языка в корне изменился после появления *электронных* СМИ. Благодаря

радио и ТВ этот идиом, ранее используемый в основном при *интерперсональном* официальном общении, становится средством публичной *общезнаковой*, притом *мгновенной*, коммуникативной связи. Доступность транслируемой с его помощью информации обычно не требует от массовой аудитории ни специального времени, ни особых денежных затрат, ни предварительной профессиональной и языковой подготовки. Благодаря современным техническим достижениям устный литературный язык так же, как и письменный, является важным средством хранения и распространения культурных ценностей, причем как в синхронии, так и диахронии. Подчеркнем важное, на наш взгляд, обстоятельство: как и всякий устный идиом, устный литературный язык более открыт для взаимодействия с разговорным языком, что делает его более проницаемым для разговорных включений.

3.2. Единоборство литературной и разговорной нормы как импульс развития речевого стандарта публичного общения

Как показывают наблюдения, в узусе современной публичной коммуникации усиливается влияние разговорного языка, активизируется использование экспрессивных средств выражения. Невольно возникает вопрос: почему в извечном единоборстве двух стихий – литературной и разговорной – разговорный язык имеет столь сильные позиции? Казалось бы, литературный язык является наиболее защищенным, опекаемым, наиболее статусным идиомом. Именно он традиционно играет главенствующую роль в языковом обеспечении потребностей публичной коммуникации. Мало того, системные параметры литературного языка оптимально соответствуют коммуникативной норме публичного общения: он является единственной *общезнаковой* языковой манифестацией, способной не только обеспечивать коммуникацию внутри этноса, но и выполнять важнейшие цивилизационные и этнорепрезентативные функции.

Будучи единственной „рукотворной“ экзистенциональной формой этнического языка, литературный идиом всеми своими неоспоримыми достоинствами (стабильная норма, полифункциональность, высокая степень престижности, развернутая терминологическая номенклатура и пр.) обязан целенаправленной деятельности многих поколений кодификаторов. Его предпочтительное использование санкционируется регламентирующими установками языковой политики, языкового воспитания и обучения, устойчивыми представлениями о речевой этикете. И, тем не менее, именно литературный язык зачастую оказывается более уязвимым, испытывая на себе последствия массивного «вторжения» разговорной стихии в узус *репрезентативного* языкового употребления.

Уточним, что в соответствии с нашей точкой зрения, изложенной в ряде работ, разговорный язык имеет *множественную* манифестацию. Он представляет собой *совокупное* обозначение большого функционального массива, обеспечивающего непринужденное повседневное общение. Наряду с *интегрированными* экзистенциональными формами типа региональных интердиалектов, городской речи, формирующегося общенационального разговорного идиома, в его состав входят и образования, детерминированные по территориальному, социальному, возрастному, профессиональному признаку. Именно единоборство литературной и разговорной нормы является мощным импульсом развития речевого стандарта публичного общения.

Как показывают наши наблюдения, в узусе современной публичной коммуникации происходит изменение речевого стандарта, причем это проявляется в *усилении* влияния *разговорного языка, активизации* использования *экспрессивных* (в том числе ненормативных) средств выражения. И то, и другое выходит за рамки репрезентативного публичного общения.

3.3. Факторы повышенного риска для литературного узуса

К числу факторов риска можно отнести следующее: элиминирование средств вербальной коррекции текста; низкий уровень речевой культуры пользователей языка; проявления речевого нигилизма; массовое тиражирование ошибок, деформирующее языковое сознание и зрительную память индивидуума; снижение численности реальных носителей литературной нормы среди активных участников публичной коммуникации; предпочтительное использование устных (в том числе и литературных) форм общения. Приведенный перечень не является исчерпывающим. Следует также учитывать, что разговорная норма является для индивидуума более комфортной. Это его естественный узус, переключение на который, особенно в условиях *высокоскоростного* общения, является для него более органичным. Причем, можно заметить, что по мере возрастания технического прогресса, все более снижаются возможности речевой коррекции текста. Новая норма публичного узуса (второй половины XX в.), формирующаяся при активном использовании электронных СМИ, более приближена к разговорному узусу и, соответственно, больше испытывает на себе его влияние. Речь идет, прежде всего, об узусе *массовой* аудитории, *усредненном* и *сближенном* с разговорным узусом. Это подтверждает факт большей «укорененности» разговорного языка в языковом сознании.

3.4. Некоторые узловые проблемы

Назовем для наглядности всего лишь три узловые проблемы, с которыми, так или иначе, придется столкнуться любому исследователю вербального узуса современной публичной коммуникации:

А. Проблема поиска адекватного вербального обеспечения, позволяющего насытить трансляционные каналы максимально емкой и вместе с тем компактно выраженной информацией. Заметим, что в славянских языках принятие экономичных номинационных решений существенно облегчается благодаря широкому использованию средств деривации. К числу актуальных тенденций, отчетливо проявляющихся в современном славянском словообразовании, относится усиление *конвергентных* тенденций в сфере деривации. Это становится особенно заметно во второй половине XX–начале XXI в. Немалую роль в этом играет сходство внешних импульсов, оказывающих стимулирующее воздействие на словопроизводственную динамику. Сказанное отчетливо проявляется в славянских языках, обладающих развитыми словообразовательными системами, т.е. богатым и разнообразным инвентарем деривационных формантов, типов и способов словопроизводства. Наличие необходимых внутриязыковых ресурсов, достаточных для оптимального, к тому же весьма экономичного, удовлетворения номинационных потребностей социума, делает возможным не только обозначение новых реалий и понятий, но и адаптацию огромного потока заимствований, встраиваемых в систему воспринимающего языка. Характерные для этого времени словообразовательные процессы в целом органично «вписываются» в деривационные традиции, однако протекают они более *динамично*, а, главное, *однонаправленно*, приводя к появлению более или менее идентичных результатов. Это обуславливается не только типологической близостью славянских языков, но и мощным стимулирующим воздействием комплекса *сходных* факторов, вызывающих адекватную реакцию соответствующих языковых систем.

Для эволюции словообразовательных закономерностей особенно важны следующие факторы:

- произошедшая во второй половине XX в. смена нормативной основы литературного языка. Так, тексты художественной литературы утрачивают роль эталонного, нормотворческого фактора, уступая место текстам СМИ, обычно *устным*. В результате этого узус репрезентативного языкового употребления становится открытым для включений из узуса повседневного непринужденного, в том числе профессионального общения, сленгов и пр. Важную роль в этом играет и возрастающее влияние языка Интернета, получившего статус медиального языка;

- существенное возрастание объема информационного потока, а также скорости его прохождения по каналам коммуникативной связи создает предпосылки для проявления языковой экономии. Это проявляется в использовании компактных, семантически емких номинаций (приведем всего лишь один пример широко употребляемого ныне неосемантизма *kmotr* 'кум' (*kmotrůček*; *kmotrovství* и пр.), укладывающегося в смысловой диапазон от *олигарх*, вплоть до *мафиози*. В медиальных текстах (Интернет, устные и письменные СМИ) воспроизводятся все наиболее продуктивные деривационные типы. Использование средств словообразования и, прежде всего, суффиксальной деривации, позволяет удовлетворять возрастающие номинационные потребности. Это проявляется в увеличении степени продуктивности традиционных способов и типов словопроизводства, в вовлечении в сферу словообразования новых производящих основ и формантов. Судя по данным нашей электронной картотеки, значительно возросли деривационные потенции и частотность употребления *nomina abstracta*. Причем, если ранее это было характерно для *чеешкого* публичного узуса, то в последнее время наблюдается и в узусе *русском* (обычно с экспрессивной окрашенностью).

Обращает на себя внимание изменение норм речевого этикета и речевого поведения в сфере публичной коммуникации, которое приводит к возрастанию экспрессивности общения, заинтересованности в установлении обратной связи с адресатом, установлении с ним интерактивного контакта.

Языковой рефлексией упомянутых факторов становится существенное изменение вербального стандарта в сфере репрезентативной публичной коммуникации. Что касается словопроизводства, то здесь заметно увеличение стилистического варьирования суффиксальных формантов, востребованным становится весь спектр оценочной лексики, в том числе деминутивов. Активизируется образование парных обозначений лиц женского пола, в том числе и в тех языках, где это регламентировалось действовавшей до сих пор кодификацией. Наличие экспрессивного фона, а нередко и разговорного шлейфа, отмечается у целого ряда новообразований, относимых, например, к абстрактным существительным, универбам и пр. Особую значимость приобретает создание компактных номинаций, в том числе универбов, заменяющих громоздкие описательные конструкции, относительных прилагательных, наречий и пр. Все это способствует снятию или же ослаблению некоторых ранее действовавших ограничений при реализации целого ряда словообразовательных типов, стимулирует формирование новых деривационных взаимосвязей, возрастание продуктивности как традиционных, так и новых схем и способов

словопроизводства. Активизируется использование возможностей семантического словообразования, ограничивающего чрезмерное разрастание корпуса вербальных единиц и т.п.

Использование средств словообразования и, прежде всего, суффиксальной деривации, позволяет удовлетворять возрастающие номинационные потребности. Это проявляется в увеличении степени продуктивности традиционных способов и типов словопроизводства, в вовлечении в сферу словообразования новых производящих основ и формантов.

Б. Проблема межъязыковой и междиомной интерференции. Речь идет о заимствованиях из других языков (прежде всего, из английского, но также и близкородственных славянских), их адаптации и влиянии на внутренние закономерности воспринимающего языка, а также – что не менее важно – из различных манифестаций разговорной речи *собственного* этнического языка.

Приведем всего лишь «горстку» русизмов, зарегистрированных в чатах, электронных письмах, блогах: *aparátčik; za bolševika* ('при большевиках', т.е. в чешском отдается предпочтение употреблению *Singularia tantum*); *dneska večer byla stoličná*; *Doufám, že se máš dobře a nepiješ moc vodky; není schopn být dobrým „prepadavatělem“*; *jak to vypadá na filfaku s korpusem?*; *mám problémy se získáním propisky*. Среди русизмов в чешских блогах много модифицированных клише, цитат из песен и пр.) *voroshilov* («ник» выходца из России) *Na Zapade je vse cokoladovo-kokosove, copak nejaka krize! NATO vítězi na všech frontech v Afghánistanu, v Iraku raj na zemi, EU na vesne casy, demokracie a prosperita od kraje do kraje; topení teroristů v záchodě*³ (московский корреспондент-чех). Ср. также фразеологизмы: *Potěmkinova vesnice; Potěmkinská vesnice; být vorem v zakone; svoloč; kdyby odmítl postavili by ho ke zdi!*; *navěst v regionu pořádek; věrchuška strany; cto ty govoris? !?! sobaka !!!* (из речи чеха). Кстати, ругательство *svoloč* весьма прижилось и мн. др. Ср. также украинизм: *Musíme počkat do jara a pak třeba uděláme nějaký majdan,* – *říká zadržaná Olga Fadejevová*. *Lidové noviny* 2011 и пр.

В. Проблема установления субстанциональных свойств и социолингвистического статуса языка компьютерного общения как новой и чрезвычайно перспективной манифестации публичной коммуникации. Здесь мы бы хотели упомянуть об используемой нами комплексной *интердисциплинарной* методике, представляющей собой синтез коммуникативного и социолингвистического подходов с сопоставительным рассмотрением *близкородственных* языков. Апробация этой методики проводилась нами на протяжении целого ряда лет при решении различных исследовательских задач, ее суть подробно рассматривается в моногра-

³ Как мы уже не единожды упоминали, здесь отмечается интерпретационная ошибка, так как *мочить* имеет значение не 'опускать в жидкость', а 'убивать'.

фиях (Нещименко 1999; Нещименко 2003).

Из экономии места мы остановимся на оппозиции, выстраиваемой с учетом характера речевой *коррекции* текста: «*внешняя* речевая коррекция – *внутренняя* речевая коррекция». Первый тип коррекции генерируемого текста осуществляется с помощью *внешних* регуляторов речевого поведения, причем, преимущественно *институционально*, например, редакторами стилистами, корректорами и пр., занимающимися практической реализацией языковой (в том числе и кодификационной) политики в соответствующих редакциях, издательствах и пр. Выполнение этого вида коррекции возможно и на *индивидуальном* уровне (ср. замечания других лиц, указывающих на допущенные речевые ошибки). Коррекция может осуществляться и *дистанционно*, т.е. с помощью специальных устройств типа автосуфлера, «бегущих строк» и пр., либо различного рода предписаний и инструкций.

Внутренняя языковая коррекция, или же *автоцензура/автокоррекция* отражает контроль индивидуума за *собственным* речевым поведением. На практике это проявляется в селекции употребляемых вербальных средств, в исправлении допущенных ошибок. Эффективность применения этого регулятора полностью зависит от уровня языковой компетенции продуцента текста, что отнюдь не исключает появление речевых ошибок.

С учетом специфики речевой коррекции мы осуществили типологию разновидностей публичной коммуникации:

А) *комплексное* использование *обоих* регуляторов (традиционные СМИ);

Б) *постепенное элиминирование внешнего* регулятора. Данная тенденция возникает с появлением *электронных* СМИ, причем процесс происходит в два этапа:

Ба) у *аудиовизуальных* средств публичной коммуникации (радио, телевидение) значимость функции внешней речевой коррекции текста (регулирования) постепенно снижается, в какой-то степени это может компенсироваться, например, дистанционным корректированием с помощью автосуфлера, «бегущей строки», предварительных наставлений редактора и пр.

Ср. предписания об использовании литературного языка на чешском ТВ (по материалам чешского Интернета): «Все дикторы, ведущие передач и редакторы должны служить образцом корректного употребления литературного языка, быть речевым эталоном для зрителей. Им следует тщательно выбирать языковые средства, учитывая жанр и тему передачи. При ведении новостных и актуальных публицистических программ необходимо пользоваться лишь литературным языком (за исключением воспроизведения цитат или речевых особенностей другого лица). Исключение составляют интервью и прямые репортажи с места события.

Дикторы, ведущие передач и редакторы должны избегать употребления клише, сленга, словесных сорняков, стереотипных выражений и т.д. ЧТ систематически сотрудничает с консультантами-лингвистами. При малейших сомнениях необходимо еще до съемок передачи обращаться к специалистам за консультацией. Раз в полгода ЧТ следует публиковать отчет о языковом качестве передач, подготовленный авторитетными специалистами»;

Бб) при использовании Интернета применение внешней коррекции практически становится невозможным из-за *высокоскоростного* режима коммуникации, сопровождаемого строгой временной регламентацией.

В чешском Интернете эта проблема иногда решается с помощью своеобразной «точечной» правки текста; ср.: *Mezitím se k akci nepřítmo přihlásila Al-Káida a libyjská vláda označila útok za předem plánovaný čin čin teroristů*. Aktuálně.cz, 2012 (написание *čin* является ошибочным); *prosadily, že pacienti za amalgánové plomby platit nebudou*. Aktuálně.cz, 2011; ср.: *Pacienti nebudou muset platit za amalgámové plomby*. Lidové noviny 2011; *Uchránili jsme pacienty od placení amalgámových plomb*. IDnes.cz, 2011 (правка произведена на других сайтах, выходящих параллельно); *Při pádu malého letounu ve Švýcarsku zahynulo šest osob* (заголовок), но в тексте информации уже осуществлена коррекция: *Zřejmě šest osob zahynulo ve Švýcarsku při pádu malého turistického letounu*. Aktuálně.cz, 2012; *napodobeniny róby nevěsty i její družičky* (вместо *družičky*, т.е. ошибка не исправлена). IDnes.cz 2011; *Nemyslím si, že šlo o hájení dmeokratických* (вместо *demokratických*) *hodnot*. ODS spustila masivní mobilizační kampaň, aby ochráila (вместо правильного *ochránila*) *své pozice*, „zhodnotil prohru Dolejš“. *Měla bych poděkovat lidem, kteří si uvědomili, že je potřeba hájit demokratické hodnoty* (как видим, в следующем предложении ошибка исправлена) LN 2012 и пр. Встречаются ошибки и в дискуссионной части чешских блогов; ср. реакцию на них пользователя (2012, Aktuálně.cz): *Дорогие вы мои, сердцу больно видеть ваши орфографические ошибки. В прежние времена мы еще могли в школе кое-чему научиться. Ср. «перепалку» по поводу ошибок в русском Интернете (узус кулинарных сайтов): Пока канфорка остывает, рис доваривается. – Ответ: Если ждать, пока остынет кОнфорка,... рис просто сгорит. Subscribe.ru. (2012); А что трудно взять орфографический словарь и не писать крохмал. О чем бы не была статья, пусть она будет хотя бы грамотно написана! – Ответ: Sorry, О чем бы НИ была статья, пусть она будет хотя бы грамотно написана))) Subscribe.2012; я все сделала по вашему рецепту,но почему-то у меня омлет не пышный и не высокий? – Ответ: что бы омлет был пышный ... Subscribe.2012; Вот интересно, кто пишет эту ерунду???? Мало того, что по сути глупость, так еще и с ошибками! Subscribe.2012.*

Таким образом, необходимым условием сбалансированного уровня речевой культуры является комплексное использование *обоих* видов регуляторов. Однако, как уже говорилось, на практике – и это имеет принципиальное значение – для электронных СМИ характерна *устойчивая* тен-

денция *снижения* роли внешней коррекции вплоть до ее практически полного элиминирования (при общении по Интернету). В результате этого вербальное качество текста практически полностью зависит от использования *единственного* регулятора – языковой компетенции индивидуума, его собственной речевой культуры и личной ответственности, что вряд ли можно считать надежной гарантией, особенно если проанализировать приводимые ниже тексты:

(политически ангажированные тексты) И реформы в стране верхи не хотят так, как защищают интересы алигархов. Выгодней природные ресурсы вести на запад, а в Россию все остальное с большими наваротами и навар удобно оставлять за бугром. Subscribe.ru 2012; А, что нас оббирают ЖКХ и прочие виноват народ т.е. 70% его который благодарен "хозяину" за то, что не все зубы ему выбил. Вроде и хотят, чтоб было по другому но сами задницу не подымут. Будут смотреть, чего другие добьются для них. А если тех возьмут за жабры, то они их и не поддерживали и готовы камнями забросать. Халопы они и есть халопы. И стоит ли переживать за них? А пусть их во власть они ближних в первую очередь обберут. Subscribe.ru 2012; один кондидат в президенты говорит 2011; (профессиональные объявления) Жеский диск (вместо жесткий); Проффессиональные консультанты по оффшорам. Subscribe.ru 2012 и пр.

Важно подчеркнуть, что за последнее время усилился приток *просторечных* включений (в специальной литературе до сих пор существовало мнение, что просторечные лексемы являются скорее раритетом, чем повседневным явлением):

(кулинарные тексты): вообщем вареники получаются более качественно залепленными и не разлазятся при варке 2008; Цельные кусочки филе нужно посолить, поперчить и обжарить. Затем разлаживаем на большое блюдо и посытаем луком с укропом. 2012; Стаканчик вина за обедом – и вот вы уже не влазите в джинсы. 2012; А мне очень нравится окрошка с жареной картошкой вместо варенной и ложить ее надо горячей прямо в тарелку. 2012

Широкий поток подобных ошибок ведет к тому, что они утрачивают маркированность, функционируя на равных с «правильной» лексикой. Тем самым, острота восприятия действительных ошибок постепенно утрачивается. Серьезные претензии высказывают и пользователи чешских СМИ, в том числе и Интернета; ср.:

«Самую большую угрозу представляет собой поток текстов, в которых никто не утруждает себя корректным употреблением языка. И хотя я обычно не даю в обиду Интернет, тем не менее, в подобных случаях именно он становится рассадником «непрофессионального» подхода к языку. Вполне вероятно, что в результате этого пользователи Интернета разделятся на тех, кто действительно владеет языком, и тех, кого можно отнести к полуграмотным (автор употребляет новообразование, созданное

на основе русизма: существительное *pologramot*. Aktuálně. cz. 02. 08. 2010. Перевод наш. – Г.Н.)».

Подчеркнем, что модератор (блогер, ведущий и т.д.) не занимается коррекцией текста, он выступает скорее в роли менеджера, контролирующего соблюдение заявленной тематики, регламент общения, активность участия в дискуссии и пр. При необходимости ему также приходится «стирать» ненормативную лексику. Намек на чрезмерную экспрессивность полемики на чешских блогах можно усматривать в заголовке «Кодекса участников дискуссий» – «*Чтoбы мы не сожрaли друг друга*» (чешский портал *Aktuálně.cz*)⁴. Что касается некоторых блогеров русского Интернета, то многие из них имеют удручающе низкий уровень речевой культуры; ср. авторский пост блогера, занимающегося проблемами похудения (из его самопрезентации мы узнаем, что он одновременно является и практикующим врачом-педиатром, и диетологом, и, наконец, соведущим проекта на I-м канале ТВ). Приводимый далее текст, многократно тиражируемый в интернете при полном сохранении грубых речевых ошибок, наглядно иллюстрирует уникальность этой личности, избавляющей человечество от лишних килограммов с помощью «25 кадра» и пяти продуктов, среди которых *киви* рекламируется как старинное русское народное средство:

„Как и многие люди, страдающие избыточным весом, я, испытывал дискомфорт, была отдышка; когда я пришел домой, у меня началась сильная отдышка, я решил - хватит, пора худеть!; стоило мне связать весь свой опыт, сводные данные моих „похудевших“, опыт психотерапевтов и психиатров и на свет появилась уникальная методика; Здесь же меня ничего не ограничивает; Нельзя просто так взять и начать есть определенный продукт, в том количестве, которые указаны на сайте. Как бы продукт не расщеплял жиры, количество, которое можно съесть должно определяться диетологом; Мною была разработана программа на основе огромного количества сводных данных; удалось вычислить индивидуальный рацион; Теперь не нужно мучать организм диетами; По себе знаю, что похудев, в жизни все как то само по себе налаживается, и в семье и в работе“.

Отрицательные последствия диспропорции в использовании речевых регуляторов могут проявиться довольно быстро, особенно если учесть отсутствие компенсаторных механизмов, а также низкое качество

⁴ Кстати, данный портал, на наш взгляд, является самым лучшим в чешском Интернете, особенно его блогосфера, которую ведет Л. Стейскал. Портал активно сотрудничает Институтом чешского языка Чешской АН, устраивает дискуссии по острым лингвистическим проблемам. Более строго отбирается и состав блогеров.

преподавания родного языка в школе и т.п. Характер ошибок является дополнительным подтверждением того, что уровень полученного образования зачастую является всего лишь формальным показателем, отнюдь не гарантирующим степень владения литературным языком. В России, да и не только в ней, приобщение к литературному языку обычно заканчивается в старших классах средней школы; в высших учебных заведениях ранее приобретенные навыки лишь закрепляются. В настоящее время уровень преподавания литературного языка в школах существенно снизился, несмотря на то, что именно школе как *институциональному* способу освоения языковой культуры должна была бы принадлежать важнейшая роль в *активном* освоении *литературной* нормы. Книга, СМИ и т.п., по нашему мнению, способствуют приобретению либо *пассивных* навыков владения литературной речью, либо – при благоприятных условиях – *закреплению* навыков, уже полученных ранее. Следует подчеркнуть, что одновременно с элиминированием фактора внешней коррекции происходит и снижение значимости кодификации как таковой. Кстати, в традиционных СМИ принцип *двойного* регулирования текста некогда соблюдался довольно строго. Впрочем, важно не только *количество*, но и *качество* регуляторов.

В современном узусе нельзя не видеть стремительного снижения численности реальных *носителей* литературной нормы по сравнению с возрастанием количества активных *участников* публичной коммуникации. В состав последних входит немало лиц, уровень языковой компетенции которых слишком низок для того, чтобы порождаемые ими тексты могли без ущерба для окружающих тиражироваться на массовую аудиторию. Иллюзорным является и установление прямой взаимосвязи между уровнем полученного образования и степенью владения литературной нормой. Неправоммерно и слишком «щедрое» присвоение статуса «носитель литературного языка». Как показывает практика, наличие высшего образования нередко является всего лишь формальным показателем, который не гарантирует активного владения нормой литературного языка, способности самостоятельно, на основе автоцензуры, без помощи редактора, порождать корректный литературный текст.

Оппозиция «носитель – пользователь языка (языкового идиома)» (Нещименко 1998, а также названные выше монографии) оказалась очень эффективной. Нельзя не отметить, что в литературе она либо практически не используется, либо ее компоненты употребляются порознь, а не в функциональной связке. Между тем, взятые в совокупности, они представляют собой продуктивный и очень информативный исследовательский прием, позволяющий установить причины появления многих речевых ошибок.

Одна из важных проблем современной речевой культуры состоит в том, что в ситуации, предполагающей использование литературного

языка (публичное общение), зачастую социально и вербально активными оказываются лица со *сниженным* уровнем языковой компетенции, т.е. не имеющие устойчивых навыков культивированного речевого поведения. Сказанное в полной мере распространяется на Интернет, в том числе и его блогосферу, где в буквальном смысле слова происходит «сшибка» литературного узуса с разговорной стихией.

4. Дифференциация электронных СМИ в зависимости от характера опосредующего коммуникативного устройства

4.1. Вербальная специфика аудиовизуальных СМИ

До получения Интернетом статуса основного средства публичной коммуникации (рубеж столетий) *доминирующим* каналом общения были *аудиовизуальные*, т.е., главным образом, *устные* СМИ (радио и телевидение). Существенно были потеснены *письменные* СМИ, востребованность которых значительно снизилась. Проблемой, однако, является то, что в отличие от письменного текста повторное обращение адресата к тексту устному (для уточнения сообщаемой информации) не только затруднено, но нередко и невозможно. Из этого следует, что вербальное оформление устного текста должно быть настолько сближено с узусом предполагаемого адресата, с его языковой компетенцией, чтобы он мог *мгновенно*, желательно без потерь и искажений, воспринять информацию на слух. Без *снижения, усреднения* речевого стандарта текста, его сближения с массовым узусом, устранения различного рода речевых «изысков» добиться интерактивности практически не возможно. Именно это дало нам основание говорить в свое время (Нецименко 2001) о формировании тенденций *устнизации, массовизации, усреднения* публичного узуса.

4.2. Вербальная специфика Интернета

С начала XXI в. возникают благоприятные условия для активизации использования в сфере публичной коммуникации Интернета как высокоскоростного электронного средства общения для введения его в обиход не только интерперсонального, но и публичного общезнающего общения. Результатом этого становится возникновение интегрированного, *интерактивного вербально-коммуникативного* пространства, а также ревитализация оппозиции «письменность – устность» при доминировании *графической* фиксации текста.

Как уже отмечалось, использование Интернета, хотя и стимулировало активизацию использования письменных текстов, вдохнув «новую жизнь» в оппозицию «устность – письменность», однако это уже не была прежняя письменная литературная речь. Зачастую речь шла

о целенаправленной стилизации, включающей элементы различных манифестаций разговорного языка.

4.3. Характер языковой рефлексии на использование электронных СМИ

Введение в обиход *электронных* средств массовой информации сыграло важную роль в стимулировании *ускоренного* развития языковой ситуации и характерных для нее процессов. Проявлением этого стала активизация новых социолингвистических и коммуникативных факторов *долговременного* действия. Положительно воздействуя на коммуникативную сферу, они создают немалые проблемы для их адекватного вербального обеспечения (упомянем в этой связи о «массовизации» и «усреднении» узуса). Эталоном вербальной культуры конца XX в. является узус устных СМИ, а начала XXI в. – Интернет.

На каждом этапе внедрения новых коммуникативных технологий можно наблюдать активизацию определенных языковых ресурсов, способствующих оптимальной реализации соответствующих вербально-коммуникативных потребностей. Применение компьютерной коммуникации активизировало интерактивность общения, принципиально отличающуюся от интерактивности, наблюдаемой в традиционных средствах публичного общения. Сложнейшей проблемой по-прежнему остается осуществление речевой коррекции текста в условиях значительного снижения уровня вербальной культуры.

5. Тенденции и закономерности развития языковой ситуации на рубеже столетий

Динамические сдвиги, наблюдаемые в современной языковой ситуации и проецирующиеся на узус публичной коммуникации, в основном, имеют *конвергентный* характер, т.е. речь не идет о полном тождестве вербальной рефлексии на используемые информационные технологии. Решающую корректировку вносят внутриязыковые закономерности, т.е. естественные ограничители, заложенные в самой вербальной системе. При общей активизации влияния разговорного языка на узус публичной коммуникации заметна *избирательность* выбора конкретных разговорных манифестаций. Для чехоязычного социума, например, наиболее актуальны включения из обиходно-разговорного идиома *obecná čeština*, имеющего весьма высокий социолингвистический статус (язык Праги, а также среднечешского региона в целом, с выходом в западную Моравию). Несмотря на то, что их введение в чешскую литературную норму могло бы уменьшить разрыв между литературным и разговорным узусом, этот вопрос по сей день вызывает острейшую полемику, а иногда и неприятие. В современном русском языке особенно

активны социолекты: молодежный, профессиональный, а также криминальный жаргон. Впрочем, сейчас эта диспропорция выравнивается: в чешском языке возрастает частотность употребления криминального жаргона, подтверждая факт *асинхронного* протекания идентичных процессов в близкородственных языках. В русской публичной, в том числе и компьютерной, речи, учащается использование включений из так называемого «просторечия», что, несомненно, предвещает прогрессирующее снижение речевой культуры⁵.

5.1. Формирование новой стилистики общения

Анализируя вербальный узус исследуемого нами периода, можно заметить, что с начала 90-х годов в публичном узусе славянских стран происходит изменение *ценностных* ориентиров, повлекшее за собой значительное снижение уровня речевой культуры, ослабление авторитета действующих кодификационных регламентаций. Неизбежным следствием этого становится нестабильность речевых норм, проникновение в публичный узус массовых включений из сленга, бранной лексики, появление многочисленных языковых ошибок. Эволюция правил речевой эстетики и речевого этикета, как правило, происходит под «натиском» разговорной стихии, усиливаемом использованием электронных СМИ. Конкретно имеется в виду: сближение с массовым разговорным узусом, усиление экспрессивности высказывания, активизация сленговых включений и даже в каком-то смысле общее стилистическое огрубление и т.п. (Daneš 1997; Крысин 2008). Это особенно заметно в публичной общезначимой, т.е. общественно значимой вербальной коммуникации, которая традиционно относится к эталонному языковому употреблению. От внимания исследователя не могут ускользнуть и существенные изменения в социальном составе носителей и пользователей тех или иных манифестаций этнического языка. Фактом также является усиление вербальной активности лиц со *сниженной* языковой компетенцией.

Узус медиальных средств является полем естественного взаимодействия литературного языка с языком разговорным. Подобное взаимодействие может оказаться весьма перспективным, позволяя оптимально решать многие проблемы. Не случайно, как говорил Л.В. Щерба, «все изменения языка, которые потом проявляются и в монологической (т.е. литературной – Г.Н.) речи, куются и накапливаются в кузнице разговорной речи» (Щерба 1957: 116). Следует, однако, иметь в виду, что сознательное культивирование «*усредненного*», сниженного стандарта вступает

⁵ Разумеется, мы не имеем в виду нарочитые просторечные включения вроде: *дела niche так, канешна, щас, щасливы, теперича* и пр.

в противоречие с недавно обретенным высоким социолингвистическим статусом самой сферы общения (ее принадлежность к *репрезентативной* сфере языкового употребления; нормообразующая основа литературного языка). Мало того, это способствует неконтролируемому вторжению в зону приоритетного употребления литературного языка разговорных включений. При подобном стечении обстоятельств возникает сложная проблема: массовый пользователь языка публичного общения по закону обратной связи начинает воспринимать «усредненный» узус как образец речевого этикета, эталон речевой культуры, которому надлежит следовать и который нужно воспроизводить в публичной и индивидуальной вербальной практике. Иными словами, это именно та опасность, о которой писал в свое время Л.В. Щерба: «Литературный язык принимает многое, навязываемое ему разговорным языком и диалектами, и таким образом и совершается его развитие, но лишь тогда, когда он приспособил новое к своей системе, подправив его и переделав его соответственным образом. Но беда, если разнородное, бессистемное по существу новое зальет литературный язык и безнадежно испортит его систему выразительных средств, которые только потому и выразительны, что образуют систему. Тогда наступает конец литературному языку, и многовековую работу по его созданию приходится начинать сызнова, с нуля» (Щерба 1957: 128).

Систематические наблюдения за динамикой современной вербальной коммуникации убеждают нас в активности и в определенном смысле «агрессивности» именно разговорного языка, имеющего мощные корни в языковом сознании носителей этнического языка. Именно разговорный язык, образно говоря, стремится показать, «кто в доме хозяин». Нельзя полностью исключить того, что со временем в сфере публичной коммуникации сформируется некое подобие *дуализма* выразительного ряда, т.е. у литературного языка в этой сфере появится довольно агрессивный, гетерогенный по своему речевому узусу, конкурент, который, отделяясь от традиционного литературного узуса, будет пытаться автономизироваться. Одной из первоочередных задач современного вербального развития, а также языкового воспитания является повышение уровня языковой компетенции лиц, вербально активных в сфере публичной коммуникации. Для того, чтобы сбалансировать современное состояние публичной речевой культуры, необходимо ввести в действие соответствующие равновесные рычаги. Для этого нужна единая стратегия в области языковой политики, осуществление которой будет полезным при выстраивании приоритетов и ценностных ориентиров в области речевого этикета, новых стандартов вербального поведения, а также новой стилистики общения.

Литература

- Brabcová R. (1996), *Škola a spisovná čeština*. [In:] *Spisovnost a nespisovnost dnes. Sborník příspěvků z mezinárodní konference „Spisovnost a nespisovnost v současné jazykové a literární komunikaci“*, Brno.
- Daneš F. a kol. (1997), *Český jazyk na přelomu tisíciletí*, Academia, Praha.
- Ertl V., (1929), *Dobrý autor*. [In:] *Časové úvahy o naší mateřštině*, Praha.
- Hlavsa Zd. (1988), *K některým aktuálním otázkám syntaktické normy*. [In:] *Dynamika současné češtiny z hlediska lingvistické teorie a školské praxe*, Praha.
- Horecký J. (1981), *K teorii spisovného jazyka*. [In:] „Jazykovedný časopis“, N 2, Bratislava.
- Jedlička A. (1974), *Spisovný jazyk v současné komunikaci*, Karolinum, Praha.
- Neščimenko G. (2005), *K problému stanovení systémového statusu jazyka počítačových dialogů*. [In:] *Oratio et ratio, Sborník k životnímu jubileu Jiřího Krause. Ústav pro jazyk český AV ČR, Praha*.
- Nieszczymento Galina P. (2010), *Сопоставительное изучение славянских языков и его значимость для прогнозирования развития языковой системы*. [In:] Koriakowcewa E. (red.), *Aktualne problemy komparatystyki słowiańskiej: teoria i metodologia badań lingwistycznych*, Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach, Siedlce.
- Виноградов В.В. (1938), *Очерки по истории русского литературного языка XVII–XIX вв.* (3-е изд. – 1982), Москва.
- Крысин Л. П. (ред.) (2008), *Современный русский язык. Активные процессы на рубеже XX–XXI веков*, Москва.
- Нецименко Г.П. (1998), *Значимость оппозиции «носитель – пользователь» языка (языкового идиома) для изучения специфики языковой ситуации и ее динамики*. [In:] *Славянское языкознание. XII Международный съезд славистов*, Москва.
- Нецименко Г.П. (1998a), *Диалог и его разновидности в современной коммуникации*. [In:] „Славяноведение“, № 1, Москва.
- Нецименко Г.П. (1999), *Этнический язык. Опыт функциональной дифференциации (на материале сопоставительного изучения славянских языков)*. *Specimina philologiae slavicae. Band 121, Verlag “Otto Sagner”. München*.
- Нецименко Г.П. (2001), *Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: проблемы, тенденции развития*. [In:] „Вопросы языкознания“, № 1, Москва.
- Нецименко Г.П. (2003), *Языковая ситуация в славянских странах. Опыт описания. Анализ концепций*, Москва.
- Нецименко Г.П., (2005), *К вопросу о лингвистическом статусе языка компьютерных диалогов*. [In:] *Язык. Личность. Текст. Сборник статей к 70-летию Т.М. Николаевой*, Москва.
- Нецименко Галина П. (2008), *Компьютерная коммуникация в контексте*

современного публичного общения (с учетом данных сопоставительного изучения русского и чешского языков). [In:] Rudnik-Karwatowa Z. (red.), Współczesna komunikacja językowa: Najnowsze zmiany w leksyce i słowotwórstwie języków słowiańskich. Instytut Slavistyki Polskiej Akademii Nauk. SLAVICA: t. 125, Warszawa.

- Нещименко Галина П. (2008a), *Речевой узус компьютерного диалогического общения через призму оппозиции «регулируемое – нерегулируемое речевое поведение» (на фоне сопоставления русского и чешского языков). [In:] "Bohemistyka", nr 1-4. Rocznik VIII. Prace dedykowane XIV Międzynarodowemu Kongresowi Slavistów w Ochrydzie.*
- Нещименко Г.П., (2010), *Тенденция языковой экономии как фактор динамики литературной нормы. [In:] Петрухина Е.В.(ред.), Новые явления в славянском словообразовании. Система и функционирование. Доклады XI Международной научной конференции Комиссии по славянскому словообразованию при Международном комитете славистов. Труды и материалы Международного научного симпозиума "Славянские языки и культуры в современном мире". МГУ, Москва.*
- Никольский Л.Б. (2000), *Трансмиссия культуры и ее лингвистические последствия в афро-азиатских странах. [In:] Язык как средство трансляции культуры, Москва.*
- Щерба Л.В. (1957), *Современный русский литературный язык. [In:] Щерба Л.В., Избранные работы по русскому языку, Москва.*

Нещименко Галина П.

**POČÍTAČOVÁ KOMUNIKACE V ZRCADLE KONFRONTAČNÍHO
VÝZKUMU SOUČASNÉ VEŘEJNÉ ŘEČOVÉ KULTURY A AKTUÁLNÍCH
SLOVOTVORNÝCH ZÁKONITOSTÍ**

Uplatnění nových komunikačních technologií otevřelo na přelomu XX.–XXI. století nové horizonty vědeckého výzkumu. Významně se to projevilo ve sféře veřejného dorozumívání, která si získala pevné reprezentativní postavení v uceleném systému celoetnické verbální veřejné komunikace. Tato objevná událost ovlivnila nejen úroveň teoretického výzkumu, ale i kvalitu empirického zpracování jazykového materiálu a jeho následného zobecnění. Při zjišťování inovačních proměn verbálního úzu sdělovacích prostředků se velice osvědčilo uplatnění teoretických zásad a metodických postupů srovnávacího výzkumu příbuzných jazyků, jejich funkčního a systémového porovnávání. Poskytuje to badateli výjimečnou možnost získat plastickou představu nejen o výstavbě jazykového systému, ale i o jeho fungování a neustálém obnovování. Při řešení zkoumaných problémů jsme vycházeli z toho, že etnický jazyk disponuje širokou škálou výrazových možností, která do sebe zahrnuje potence množiny útvarů. Proto by nebylo správné usuzovat o diapazonu jeho výrazových prostředků pouze s přihlédnutím k jednomu, byť i nejprestižnějšímu útvaru, jakým je nesporně spisovný jazyk. Pochybené by mohly být i jakékoli paušální typologické závěry, protože, jak víme, přirozené potence spisovného jazyka jsou usměrňované, korigované kodifikací a pravidly řečové etikety. Následkem toho se výrazně mění vývojové zaměření řečové kultury, normy řečového chování, v neposlední řadě i utváření spisovné normy.

V rámci tohoto příspěvku se pokoušíme nejen o zjištění dosavadních tendencí a zákonitostí, ale i o odhalení tendencí nových, které se teprve utvářejí. Získaná pozorování mají dalekosáhlý význam pro další vývoj úzu veřejného dorozumívání, předurčují jeho perspektivu a zaměření. Zařazení prognostického aspektu mezi základní badatelské úkoly napomáhá nejen ke stanovení vývojových trendů. Má to však zároveň velký význam pro zjištění zaměření jazykové a kulturní politiky společnosti, utváření vnitroetnického a mezi-etnického komunikačního prostoru, v jehož rámci se uskutečňuje informační, mezikulturní a mezijazyková součinnost. Výsledky výzkumu ukazují, že sféra veřejného dorozumívání prochází výraznou změnou tradičních představ o řečové etiketě reprezentativní komunikační sféry. Neustále se mění verbální stereotypy řečového chování, jehož norma je pod neustálým tlakem běžné mluvy, slangu, expresivních výpůjček.

СТИРАНИЕ СТИЛЕВЫХ ГРАНИЦ В СЛОВООБРАЗОВАНИИ И СЛОВОУПОТРЕБЛЕНИИ

Десять лет тому назад, к XIII Съезду славистов в Любляне, вышел в свет первый том серии «Komparacja współczesnych języków słowiańskich» (координатор – Stanisław Gajda), посвященный словообразованию и номинации, – «Słowotwórstwo/Nominacja» (Ohnheiser 2003). В основу анализа и сопоставления языкового материала легло понятие «тенденции развития языка», были проанализированы такие тенденции, как интернационализация и национализация, прагматико-стилистические тенденции и тенденция языковой экономии.¹ В настоящей статье рассматривается вопрос, продолжают ли действовать эти тенденции.

1. Тенденции развития номинации

Общественные изменения, произошедшие с конца 1980-х гг. – демократизация и либерализация, новая роль средств массовой коммуникации и др., – оставили заметный след во всех славянских языках. При этом следует особо отметить тенденцию стирания традиционных стилевых границ, отражающуюся в словообразовании и словоупотреблении (ср., напр., роль внутренних заимствований), а также тенденцию интернационализации, вышедшей за рамки книжных стилей (ср., напр., Koria-kowsewa 2009). Во второй части настоящего доклада названные тенденции будут рассматриваться на материале русских «Слов и анτισлов года» (2007-2011).

1.1. Стирание стилевых границ единиц словарного состава

Данное явление можно проследить на возрастающем употреблении разговорных слов или же слов, традиционно рассматриваемых как стилистически сниженные или жаргонные, а также на новообразовании слов по стилистически маркированным моделям. Еще в конце 1990-х гг. данное явление привело к составлению «Словаря общего жаргона» (Ермакова, Земская, Розина 1998), название которого показалось противоречием в самом себе, так как характерным признаком жаргона, как правило, считается именно социальное и языковое отграничение определенной группы от других.

¹ Из рассмотрения тенденций развития исходили также издатели и авторы тома по фразеологии упомянутой выше серии (Mokienko, Walter 2008), ср. Ohnheiser I. (2010).

Наряду с употреблением стилистически маркированных суффиксов, в области суффиксации бросается в глаза необыкновенная – с точки зрения нормы – сочетаемость стилистически нейтральной или книжной основы с разговорно-оценочным аффиксом, как, напр., *депрессуха* вместо *депрессия*.²

На втором месте, после суффиксации, находится усечение, ср., напр.:

(1) *деза* (< *дезинформация*), *шиза* (< *шизофрения*), *мерс* (< *мерседес*), *нал* (< *наличные*); ср. также в компьютерном жаргоне *админ* (*администратор*) и производное от него *админка*.

Характерной чертой можно также считать комбинацию усечения с суффиксацией, как, напр.,

(2) *велик* (< *велосипед*), *телик* (< *телевизор*).

Популярным приемом является также усечение, результат которого становится омонимом существующего уже слова, ср.:

(3) *Маяк* (*площадь Маяковского*) и *маяк*.

Далее следует отметить разные виды универбации, в следующем примере связанной с модификацией: *гесточка* (< *гестбук*), наряду с нейтральной калькой *гостевая книга*.

Смешанные способы словообразования: наложение или сокращение /контаминация, – представлены в следующем примере:

(4) *хрущёба* (< *Хрущев* + *трущоба*).

Далее следует отметить разговорно-уничижительные производные созданные на базе аббревиатур, напр.:

(5) *феесбеешник* (< *ФСБ*) вместо нейтрального/официального обозначения *сотрудник ФСБ*.

При анализе всех приведенных выше примеров следует, однако, иметь в виду, что они являются не обозначениями новых денотатов, а вторичными обозначениями обозначенных уже денотатов.

Для польского языка Любаш (Lubaś 2005: 67 и след.) отметил, что в устной общественной коммуникации наблюдается усиление экспрессивной функции словообразования в ущерб номинативной, что предпочтительны «простые», «экономичные» способы образования новых слов или же развитие новых значений. Это отражается, по мнению Любаша, а) в возрастающей метафоризации и метонимизации, б) в предпочтении словообразовательных способов, базирующихся на сокращении, в) в формальной и семантической полифункциональности формантов, значение которых проявляется только в определенном контексте.

² Примеры взяты из упомянутого выше словаря.

Продолжая данную мысль, можно было бы прийти к выводу, что номинативная функция инноваций все чаще бывает закреплена за неологизмами-заимствованиями, в то время как исконные словообразовательные способы и средства служат адаптации заимствований (а также образованию производных от них) или же выполняют экспрессивную функцию.

1.2. Интернационализация лексики

На самом деле, прирост новой лексики с номинативной функцией в современных славянских языках большей частью осуществляется с помощью материальных заимствований, калек или же гибридных образований, среди которых большое место занимают разные образцы словосложения. Относительно функционально-стилистической принадлежности данных образований следует отметить – а это тоже новое явление – достаточно высокий процент сложных слов среди обиходной лексики³, в том числе, обозначения различных изделий, как, напр.:

(6) *экосумка, термоперчатки / терморучкавицы, эргостул, наноконпьютер, видеоочки, видеоучебник, факсбумага,*

или названия, связанные с отдыхом, свободным временем, „Life-style“:

(7) *мотоодежда, фитбол, биосолярий* и т.п., ср., напр., в рекламном тексте:

«Релаксационные ванны, тайский массаж, сауна со световой и ароматерапией, вибросауна, биосолярий, сигорол, слайд-стайлер, косметика [...]»

Из области экономики и банковского дела широко известны новые словения с первым компонентом *бизнес-*, как, напр.,

(8) *бизнес-класс, -клуб, -компания, -партнер, -план, -право, -структура, -центр, -элита* и мн. др.

Новые сложные слова, состоящие из исконных элементов, почти не засвидетельствованы. Иноязычный характер ряда новых сложений смягчается, однако, тем, что один или оба компонента уже существуют в языке-реципиенте как отдельные заимствования.

³ Примеры подобраны по аналогичным чешским образованиям, приведенным Боздеховой (Bozděchová I, 2010: 39 и след.).

1.3. Тенденции, проявляющиеся в отдельных функциональных стилях

Между тем как отмеченным выше явлениям стирания стилевых границ в разных жанрах устной и письменной публичной речи, в том числе и в СМИ, уделялось немало внимания, менее изучены возможные внутростилевые изменения и тенденции развития отдельных стилей.

Так, изучая словообразование в литературной критике постмодерна [ЛКП]⁴, Гугунава (2003а) отметил «большое количество новообразований с иноязычными препозитивными частями [...] *пост-* (более 60 новообразований), *анти-* (более 60), *гипер-* и *супер-* (более 50), *псевдо-* и *квази-* (более 40), *нео-* (более 20), *мета-* (более 20), *авто-* (более 10)», а также с элементами *лже-* и *полу-* (Гугунава 2003б). Преследуя цель системного описания новообразований ЛКП, автор останавливается на таких явлениях, как парентезиз (*не(слишком)лепые*), дефисация (*ботать по-дerrиде*), квотация (*'супер' идея*), слешинг (*пред/постмодернизм*), на виртуальной префиксации (*(до)модерн*) и депрефиксации (*(не)формал*) и т.п., а при изучении суффиксации вырисовывается большая роль отономической деривации в литературной критике.

Другие вопросы, связанные с прагматико-стилистическими изменениями жанров, но далеко выходящие за рамки лексико-словообразовательного уровня, до сих пор изучались, напр., на материале интервью (ср. Земская 1996), научной речи (ср., напр., статью под заглавием «Культ информального» об изменениях английского научного стиля (Mair 2007). По сравнению с наблюдаемым в данной статье сближением письменной и устной речи, научный стиль в славянских языках, по мнению А. Breitkopf и I. Vassileva (2007), до сих пор остался относительно консервативным.⁵

⁴ Одновременно, как утверждает автор в другой статье (Гугунава 2003б), «в ЛКП ликвидируются традиционные критерии отличия ЛК [литературной критики] от литературоведения. ЛК обретает новые формы самосознания, а литературоведение использует художественную риторiku».

⁵ Примером управляемого, а не спонтанного, изменения стиля, может служить предложение В. Путина о реформировании языка правотворчества. «Его надо сделать [...] понятным для адресатов норм. [...] Хочу просить профессиональные сообщества словесников и веб-дизайнеров – помогите государству в этом». <http://ria.ru/politics/20120206/558126346.html>. Ср. также <http://lifenews.ru/news/81488>: «Профессоров словесности, филологов и лингвистов объединят с юристами, чтобы переписать законы на понятный русский язык.»

2. Русские «Слова года»

Обратимся теперь к вопросу, насколько слова года, производные или сложные по своей структуре, соответствуют тем наблюдениям, которые были освещены ранее, т.е. нас интересует вопрос, как они отражают общие тенденции словообразования и словоупотребления относительно стирания стилевых границ, с одной стороны, а интернационализации, с другой.

В 2007 г. впервые в России были выбраны слово года и анτισлово года. В 2008 г. в номинацию было включено и выражение года. Как и в других странах, в том числе в Австрии или Германии, «кандидатами» являются такие слова или выражения, которые в особой степени определяют общественную дискуссию⁶, причем фактор частоты встречаемости не является решающим.

С 2009 г. в России проводится два параллельных выбора: выбор «экспертами», в том числе, языковедами, и выбор более широкими кругами общестности, который проводится Интернет-провайдером. Новинка 2009 г. – это номинация в области «Словотворчество», а Российский центр Интернет-технологий создал еще одну категорию, «Словосеть года».

2.1. Чужое и свое

Как в общей лексике, так и среди слов (и анτισлов года) «внешние» и «внутренние» заимствования занимают большое место. Так, напр., из восьми номинированных «Слов года-2007», получивших наибольшее количество баллов, шесть слов было иностранного, прежде всего английского происхождения, напр.:

(9) *гламур, нано-, блог/блоггер, гендер, пиар, имхо.*

Центральное место данных слов отражается также в их словообразовательной активности, ср., напр.:

(10) *гламурный.*

Данное прилагательное получило усилительную, положительно-оценочную модификацию: *гламурненький*, контекстуально также с ироничным оттенком⁷; был образован глагол *огламуришь*⁸, а (*страна*)

⁶ Ср., напр., <http://www.gfds.de/index.php?id=11>, а также <http://www-oedt.kfunigraz.ac.at/oewort/>.

В Австрии к слову и анτισлову, выражению и анти-выражению года, присоединилось еще «Молодежное слово года».

⁷ Ср., напр.: «Приветик! Ты попала на весёленький, гламурненький и позитивненький сайтик. Меня зовут Катюша, я админка этого сайта. Погуляй по раздель-

«Гламурия», как имя собственное, встречается в названиях салонов красоты и ателье мод⁹.

На втором месте оказался компонент сложений

(11) *нано-*,

представленный в многочисленных терминах, но и других образованиях, вплоть до *нанокефир*. Частота встречаемости элемента, не до конца исчислимая, побудила координатора конкурса, Михаила Эпштейна, к комментарию, в котором встречается еще одно новообразование: «... и прочие *наности*».

Другие слова 2007 г. были, напр.:

(12) *блог* и *блоггер*,

имеющие «конкурентов» в виде кальки *живой журнал* (> *livejournal*) и его сокращения ЖЖ, становящихся, в свою очередь, базой названий лиц, ср. сложносуффиксальное образование *живожурналистик* и суффиксальное производное из аббревиатуры: *жэжист*.

Упомянем только два «антислова-2007»¹⁰, восходящие к заимствованиям, но подвергшиеся семантическому изменению в русском языке:

(13) *креатив*.

С усечением прилагательного *креативный* происходит субстантивация. Модное тогда слово может обозначать творческую, креативную идею или же ее осуществление.¹¹

Другой, ярко иронический кандидат в «антислова-2008»,

(14) *политконкретность*,

чицам и не забудь заглянуть в *гесточку*.» (<http://katusic-onlyforgirls.narod.ru/>). В данном тексте бросается в глаза частота производных, относящихся к модификации, причем соответствующие суффиксы одновременно способствуют семантической когерентности текста.

⁸ Ср.: «Алан Бадоев 'огламурил' группу „ТІК“.»

(www.showbiz.delfi.ua/news/music/alan-badoev-oglamuril-gruppu-tik.d?id=272915). Тот факт, что глагол выделяется кавычками, свидетельствует, по-видимому, о его окказиональном характере.

⁹ Ср., напр., следующий рекламный текст: «Модная Страна Гламурия: стиль красота модные тренды мир моды звезды знаменитости lifestyle» (<http://www.fashion-glamouria.com/> [2011]).

¹⁰ Ср. М. Эпштейн: «Антислова – самое фальшивое, аморальное, пропагандистское. Слово становится „анти“ не потому, что оно обозначает нечто плохое, отрицательное (таким может быть и „просто“ слово, например, „зло“, „подлость“, „обман“), а потому, что оно лжет, передергивает, искажает свой предмет» <http://www.familii.ru/slovo-news-arhiv/681-2008-10-26-11-57-29>

¹¹ <http://propel.ru/slovar/kreative.php>; но ср. Эпштейн: http://old.russ.ru/antolog/intelnet/dar_sl1.html

было определено номинатором О. Глазуновой следующим образом: «Политконкретность – это когда в политике все заранее предопределено, как, например, с выборами в Думу и с выбором будущего президента».¹² Слово было образовано по аналогии (и одновременно как прямая противоположность) к слову *политкорректность*. Хотя последнее считается нейтральным, сам образец, на наш взгляд, все еще ассоциируется с многочисленными советизмами, типа *политбюро*, *политрук* и т.п. О критической реакции общества на словоупотребление В. Путина, известного и в связи с употреблением других субстандартных выражений¹³, свидетельствует номинация глагола

(15) *шакалить*

среди анτισлов 2007. Отыменный глагол в значении ‘попрошайничать’¹⁴ < *шакал* (в воровском жаргоне ‘попрошайка; жадный’ и др.)¹⁵) употреблялся Путиным, когда он критиковал представителей оппозиционных кругов, якобы постоянно «шакалящих» у иностранных посольств. В речи политика это циничный пример упомянутого выше стирания стилевых границ.

2.2. Способы образования слов и анτισлов года

На некоторых примерах проанализируем выбранные или номинированные слова и анτισлова предыдущих лет с точки зрения способов образования.

2.2.1. Словосложение

Относительно редко встречаются сложения с двумя именными компонентами и соединительным гласным, как, напр.:

(16) *зомбоящик* (2010)

в значении ‘телевизор’ (причем остается неясным, «ящик» ли это для «зомби», т.е. старых зрителей, или «ящик», в котором вступают одни «зомби»).

Единичным образованием можно также считать сложное слово со вторым (от)глагольным компонентом:

(17) *лесогубы* (2010).

¹² Ср. <http://grammar.ru/RUS/?id=1.39>

¹³ Ср. Camus R. (2006).

¹⁴ <http://enc-dic.com/thief/SHakalit-6807.html>

¹⁵ <http://enc-dic.com/thief/SHakal-6806.html>

Слово возникло во время протестов против отвечающих за вырубку частей химкинского леса, в связи с постройкой автострады Москва-Петербург. Образование следует образцу устарелого слова *душегуб* и одновременно вызывает ассоциации с *лесоруб*.

В следующем примере

(18) *тандемократия* (2008)¹⁶

можно – в рамках сложения – исходить из наложения и игры с ироничным расширением слова *демократия*. Данное слово можно интерпретировать и как кальку англ. *tandemocracy*.

Близость к аналогии и игре слов ощущается также в ироничном обозначении

(19) *сдербанк* (2010).

Первый, глагольный компонент *сдер-* вместо *сбер-* (как в *сбербанк*) восходит к обороту *содрать/сдирать кожу кому-н.*

Сложносuffixальное образование с одновременным сокращением обеих основ налицо в слове

(20) *Медвепутия* (2009).

Суффикс *-и́-а* встречается в ряде названий стран, как, напр., *Франция, Россия*. Так, *Медвепутия* можно толковать как ‘страна Медведева и Путина’, но суффикс *-и́-а* употребляется также для образования отвлеченных слов. В таком случае существительное семантически соответствовало бы тому, что в американской политологии называлось „the Medvedev-Putin System”.

В 2008 г. в категории «сетевых слов» было номинировано сложносокращенное образование

(21) *сетез.*

Здесь налицо частичная аналогия – однако без явной отрицательной оценки – к русскому переводу оруэловского *newspeak* как *новояз*.

Остановимся еще на одном сложном слове, однобуквенный первый компонент которого похож на аббревиатуру (ср. *e-мaйл, e-книга*). «Твиттеры» включили его в номинацию на «Слово года-2011»:

(22) *Ё-мобиль*¹⁷

¹⁶ Ср. также *тандемагогия* (2009).

¹⁷ «Ё-мобиль – проектируемый российский последовательный гибридный автомобиль, в конструкции которого предполагается использование электрической трансмиссии с комбинированным питанием от генератора, вращаемого газо-бензиновым двигателем внутреннего сгорания, и от ёмкостного накопителя энергии.» (<http://ru.wikipedia.org/>)

(Ср. также образования типа *ё-авто*, *ё-философия*, *ё-медиа*, *ё-спорт* и др.¹⁸). Из интервью с изобретателем данного названия, Владимиром Цеслером, вытекает, что *ё* не сокращение (а что аллюзии с *ё* марки *Citroën* «совершенно случайны»):

– Так все-таки почему *ё*?

– Многие задают такой вопрос. Ну а почему «Таврия»? Во-первых, *ё* – абсолютно русская буква, на которую падает ударение. Она самая запоминающаяся из всего алфавита. Во-вторых, это новое название для автомобиля. Одним из условий было то, что не должно возникать аналогий с другими марками. В-третьих, краткость. Всего одна буква! Ну и в-четвертых, многовариантность. Например, в среде тинейджеров, которые, вероятно, будут водить такую машину, «*ё*» означает позитив, кул, в общем «йоу».¹⁹

2.2.2. Префиксация и суффиксация

Аффиксальные слова года, образованные по регулярным моделям, отличаются скорее конкретным наполнением последних.

Среди «антислов 2007» находилось, напр., префиксальное образование

(23) *постимперия*

в смысле ‘постсоветская империя’. В постсоветское время префикс *пост-*, пользовался, как известно, большой популярностью (как и *экс-*, *де-*), что способствовало активизации именной префиксации.

Суффиксация основы-аббревиатуры встречается в

(24) *ЕГЭизация*²⁰ *сознания* (2011).

Данное образование свидетельствует о продолжении активного образования отвлеченных отсубстантивных образований с процессуальным значением, которые были охарактеризованы как новая тенденция в работах конца 20 века (ср., напр., Земская 1996). Среди примеров, однако, не было засвидетельствовано производное от аббревиатуры.

В кругу номинированных в 2008 г. «выражений года» находился производный глагол в составе выражения, восходящего к Медведеву:

(25) *кошмарить бизнес*.

Существительное *кошмар* является базой отыменного глагола в значении «снабжать тем, что названо мотивирующим словом». Выступая в Думе, Медведев требовал от русских учреждений, чтобы они – вви-

¹⁸ <http://mobilyo.ru/>

¹⁹ <http://yo-mobil.net/?p=386>

²⁰ ЕГЭ = Единый государственный экзамен

ду излишней бюрократии – не делали бизнес кошмаром для предпринимателей.²¹

В русском языке встречается немало гибридных образований, или в качестве единственного наименования денотата, или как синоним слов с исконным аффиксом. От таких дериватов следующий пример

(26) *пиллинг и откатинг* (2008)

отличается тем, что налицо ироническая замена суффикса *-ёж* и нулевого суффикса русских *пилёж* и *откат* английским *-инг*.²² Последний встречается во многих заимствованиях, но в сочетании с русскими корнями/основами ему нередко присуща иронически-шутливая окраска по сравнению с синонимичными исконными образованиями, напр., *любинг* и *любовь*, наряду с более «серьёзными» образованиями, ср. (Коряковцева 2009).

Кстати, тематика коррупции продолжает занимать общество, а «Словом года-2011» стало название неформальной организации, борющейся с коррупцией в государственных учреждениях:

(27) *РосПил*²³

Неслучайно, по-видимому, структура сложносокращенного наименования напоминает о целом ряде официальных названий с первым компонентом *Рос-*.²⁴

К компьютерному сленгу относится номинированное в категории «сетеслово года-2010» слово

(28) *френдёж*

Производное образовано от *френд* [< англ. friend] + суффикс собирательных существительных и обозначает список «френдов» в живом журнале. В аффиксацию входят и случаи нулевой суффиксации, как в следующем примере

(29) *болт* (2010).

²¹ Ср. <http://www.lenta.ru/news/2008/09/17/duma/>

²² Ср. также комментарий М. Эпштейна: «И вот уже наши свойские „пилеж“ и „откат“ щеголяют в смокинге с бабочкой, приобретая стилевое благообразие, столь разительно контрастное их криминальному смыслу (кстати, и „коррупция“ среди слов года [2008] вышла на 5-ое место).» (<http://clingage3.ru/9796447.php>)

²³ «В этом году проводились два голосования: профессиональное (экспертный совет клуба „Словари XXI века“) и общественное (группа „Слово года-2011“ в Фейсбуке). В главном результаты голосований совпали: словом года единодушно признано слово *РосПил*.» <http://www.primavista.ru/blog/2011/12/20/slovo-goda-2011/>)

²⁴ Интересно отметить, что в одной немецкой статье о *РосПиле* название было истолковано как ‘Zersägung der russischen Steuergelder – Распилка русских налоговых денег.’ <http://trendreport.betterplace-lab.org/case/rospil>

Слово *болт* (< болтать) было предложено как заменитель заимствованного из английского существительного *чат*.

Депрефиксация + суффиксация налицо в

(30) *лыбик* (2010).

Синхронно связанный корень *-лыб-* глагола *улыбаться* сочетается с суффиксом *-ик*. Существительное *лыбик* должно было заменить гибридное образование *смайлик* (< англ. *smil(-ey)* + русск. *-ик*).

2.2.3. Комбинация разных способов образования

Другой пример, который, как приведенные выше образования, легко подвергается морфемному/словообразовательному членению, но одновременно «играет» частичной омофонией/омографией разговорного слова и его значением и/или коннотацией, находился на пятом месте рубрики жаргонизмов и неологизмов 2008 г.:

(31) *замкадьшии*.

Данное слово является префиксально-суффиксальным образованием с буквенной аббревиатурой в качестве производящей основы: *за* + *МКД* + *-ыш-и*. В московском городском жаргоне – это пренебрежительное название всех не-москвичей (за исключением жителей Петербурга). Одновременно данное обозначение создает аллюзии с разговорным словом *закадьчник*.

На созвучии заменяемых частей слова базируются следующие примеры:

(32) *лекси-кола* в значении 'язык массовой культуры'.

Таких частичных наложений, как в формальном, так и в семантическом плане, относительно много, что свидетельствует о роли иронии и юмора в текстах СМИ. Показательным является, на мой взгляд, тот факт, что примеры взяты чаще всего из критически-иронических текстов о культуре, ср., также:

(33) *книзменность* (2008) (< *книга* + *низменность*; 'литературный ширпотреб') и

(34) *злодчество* (2010) (*зло* + *зодчество*; 'некачественная архитектура').

Замена частей слов вместе с частичным наложением встречается и в следующих словах:

(35) *вампьютер* (2009) (< *вамп* + *компьютер* 'компьютер как вампир').

Налицо ли здесь калька англ. *vampiriter*, нельзя подтвердить однозначно. В любом случае словообразовательно-смысловая структура прозрачна для носителя русского языка. Об этом свидетельствует и производное

валмьютеризация в значении 'распространение компьютерной зависимости в обществе', для которого мы не нашли аналогичных образований, засвидетельствованных в английском или в немецком языке.

Наконец, следует отметить возможность множественного толкования: Так, в слове

(36) *вир* (2010)

в значении 'виртуальный мир' можно было бы исходить из усечения основы вместе с эллипсисом: *вир* < *виртуальный мир*. Одновременно очень сильна ассоциация со словом *мир*.

Ассоциация и аналогия характерны и для следующего, формально суффиксированного, примера:

(37) *ничность* (2010)

в значении 'виртуальная личность' от *ник*, *nickname* 'компьютерное прозвище'. Если исходить из суффиксации, мы имели бы дело с новой сочетаемостью суффикса *-ость*, с помощью которого производятся отвлеченные существительные из прилагательных, но тут налицо существительное как производящая основа. Более естественным представляется поэтому предположение, что в этом случае налицо наложение слов *ник* и *личность*.

3. Заключение

Как показал анализ, изложенные нами в начале общие тенденции развития словарного состава отражаются также в «Словах года». Для многих прямых заимствований, номинированных или выбранных словами года, характерна заметная словообразовательная активность, свидетельствующая об адаптивной и интегративной функциях словообразования, причем производные следуют, как правило, регулярным способам и типам русского словообразования.

Немалая часть слов года, прежде всего в рамках словосложения, базируется на калькировании или гибридизации. Гибридность встречается также и в области аффиксации, однако удельный вес исконных слов, часто разговорно-непринужденного характера, выше, чем у сложных слов.

Несмотря на то, что большинство образований можно отнести к определенным способам словообразования и словообразовательным типам, не меньшую роль играют ассоциации и аналогия. Это особенно характерно для разного рода наложений, контаминаций и усечений, как в наименованиях с заимствованными элементами, так и в образованиях, базирующихся на исконной лексике.

В работах, где анализируется словоупотребление времен перестройки, нередко ссылаются на бахтинское понятие карнавализации, а многие

авторы сошлись в том, что *homo sovieticus* стал *homo ludens* – человеком играющим. В игре с языком словотворчество и словообразование занимают большое место.

Есть, однако, и более критическое отношение к определенным категориям слова года, о чем пишет, напр., Вера Линник:

«Такие экспрессивные слова, как [...] „кошмарить“, „пилинг и откатинг“, [...], все активнее входят в общественный обиход, вытесняя более нейтральные, уравновешенные слова и термины. Это, по мнению Эпштейна, говорит о кризисе объективной картины мира, об эмоциональном перевозбуждении как общества, так и языка, где оценка, ирония, насмешка начинают захлестывать предметно-понятийное содержание слов.»²⁵

И все-таки, сам Эпштейн избрал девизом конкурса «Слово года-2008»: «Выбираем Слово года! Логомотивы новейшей истории!»²⁶

Новейшая русская история отражается также в «сегодняшней словарной динамике», в которой, по словам Алексея Михеева, «можно отметить явное преобладание политической составляющей».²⁷

Литература

- Bozděchová I. (2010), *Kompozita v proměnach moderní české slovní zásoby odborné a neologické*. [In:] Клименко Н.Ф., Карпіловська Є.А. (ред.), *Відображення історії і культури народу у словотворенні*, Видавничий Дім Дмитра Бураго, Київ.
- Breitkopf A./Vassileva I. (2007), *Osteuropäischer Wissenschaftsstil*. [In:] Auer P./Baßler H. (ed.), *Reden und Schreiben in der Wissenschaft*, „Campus Verlag“, Frankfurt/New York.
- Camus R. (2006), „*Wir werden sie auf dem Abtritt kalt machen*“, zu einem *Ausspruch von W.W. Putin*. [In:] „Kultura. Russland-Kulturanalysen“, nr. 6. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.llf.cnrs.fr/Gens/Camus/kultura_10_2006.pdf
- Koriakowcewa E. (red. nauk.) (2009), *Przejawy internacjonalizacji w językach słowiańskich*, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce.

²⁵ <http://vera-li.livejournal.com/163844.html>

²⁶ <http://www.familii.ru/slovo-news-arhiv/681-2008-10-26-11-57-29>. Обращает на себя внимание остроумная игра слов *логомотив* (< греч. *logos* ‘слово’ + *локомотив*, как метафора прогресса, движения). –

²⁷ <http://www.profile.ru/article/na-slovakh-69585> (20.3.2012)

- Lubaś W. (2005), *Zmieniać czy ulepszać polską politykę językową?* [In:] Gajda S., Markowski A., Porayski-Pomsta J. (red.), *Polska polityka komunikacyjno-językowa wobec wyzwań XXI wieku*, „Elipsa”, Warszawa.
- Mair Ch. (2007), *Kult des Informellen – auch in der Wissenschaftssprache? Zu neueren Entwicklungen des englischen Wissenschaftsstils*. [In:] Auer P., Baßler H. (ed.), *Reden und Schreiben in der Wissenschaft*, „Campus Verlag”, Frankfurt/ New York.
- Mokienko W., Walter H. (red. nauk.) (2008), *Komparacja systemów i funkcjonowania współczesnych języków słowiańskich. 3. Frazeologia*, Uniwersytet Opolski, Opole.
- Ohnheiser I. (red. nauk.) (2003), *Komparacja systemów i funkcjonowania współczesnych języków słowiańskich. 1. Słowotwórstwo/Nominacja*, Uniwersytet Opolski, Opole.
- Ohnheiser I. (2010), *Общие и специфические черты проявления тенденций развития славянских языков в области словообразования и фразеологии*. [In:] Aleksiejenko M. (red.), *Słowo. Tekst. Czas. X*. Uniwersytet Szczeciński, Szczecin.
- Uluchanow I.S., Belentschikow R. (2007), *Russisch-deutsches Wörterbuch der neuen Wörter*, Moskau.
- Гугунава Д.В. (2003а), *Функционирование иноязычных словоэлементов в современной речи*. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gramota.ru/biblio/magazines/mrs/28_500
- Гугунава Д.В. (2003б), *Особенности словотворчества в современной литературной критике*. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rl-critic.ru/new/occas.pdf>
- Ермакова О. П., Земская Е.А., Розина Р.И. (1999), *Слова, с которыми мы все встречались. Толковый словарь русского общего жаргона*, Москва.
- Земская Е.А. (1996), *Русский язык конца XX столетия*, Москва.
- Коряковцева Е.И. (2009), *Интернациональное vs. национальное в словообразовательной системе: к постановке вопроса*. [In:] Koriakowcewa E. (red.), *Przejawy internacjonalizacji w językach słowiańskich*, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce.

Ingeborg Ohnheiser

On destruction of the stylistic borders in Word Formation and Word Usage

Ten years ago, on the occasion of the 13th International Congress of Slavists, the first volume of the series "Comparison of the Systems and Functioning of Contemporary Slavic Languages", was published. Analyses and contrastive studies, dedicated to word-formation and denomination, were aimed at investigating tendencies of linguistic development, such as internationalization and nationalization, pragmatic and stylistic tendencies, and the tendency of linguistic economy. The present paper deals with the continuation of pragmatic and stylistic tendencies, in particular the blurring of stylistic boundaries, with special regard to the Russian "Words of the year" (2007-2011).

Ingeborg Ohnheiser

Zur verwischung von stilgrenzen in wortbildung und wortverwendung

1. Vor zehn Jahren, anlässlich des 13. Internationalen Slawistenkongresses in Ljubljana, wurde unter Redaktion der Verfasserin der erste Band der Reihe „Komparacja systemów i funkcjonowania współczesnych języków słowiańskich. Słowotwórstwo/Nominacja“ (Opole 2003) veröffentlicht. Darin wurde der Frage nachgegangen, wie sich allgemeine Tendenzen der jüngeren Sprachentwicklung, wie z.B. Internationalisierung und Nationalisierung, pragmatische und stilistische Tendenzen sowie die Tendenz zur Sprachökonomie, in der Wort- und Benennungsbildung der slawischen Gegenwartssprachen widerspiegeln.
2. Anhand der Analyse einer Auswahl von russischen „Wörter des Jahres (2007-2011) geht der vorliegende Beitrag der Frage nach, inwieweit sich diese Tendenzen in der Wortbildung und Wortverwendung der letzten Jahre fortgesetzt haben.
3. Die Belege zeigen, wie Bildungsmuster, die bisher stärker an die Peripherie des Wortbildungssystems gebunden waren (z.B. umgangssprachliche Stammverkürzungen und Kontaminationen einerseits und buchsprachliche Kompositionstypen andererseits), zunehmend in den allgemeinen Gebrauch gelangen. So finden sich auch unter den „Wörtern des Jahres“ zahlreiche Komposita, darunter Lehnübersetzungen und hybride Bildungen. Hybridität liegt ebenso im Bereich der Affigierung vor, der Anteil von – vielfach umgangssprachlich-salopp markierten – Eigenbildungen ist hier jedoch höher. Bei zahlreichen Bildungen sind zudem das Spiel mit

Assoziationen zu bereits bestehenden Wörtern und die Rolle der Analogiebildung in Betracht zu ziehen. Dies zeigt sich auch bei verschiedenen Typen von Kontaminationen.

4. Zugleich widerspiegeln viele Bildungen die sich fortsetzende Freude am Spiel mit der Sprache, das oft auf bewusster Stilmischung beruht und teilweise auch als Ironisierung von Entwicklungen in der russischen Gegenwartssprache betrachtet werden kann.

Е. Г. Лукашанец

**К ПРОБЛЕМЕ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ МАРКИРОВКИ
СТИЛЕЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ:
МОТИВИРОВАННАЯ ЛЕКСИКА В ОНЛАЙН-СЛОВАРЯХ**

1. Постановка проблемы. Объект и материал исследования

Развитие интернет-коммуникации обуславливает необходимость исследования ее особенностей, в том числе – характеристики ее типов, жанров, стилей. Изучается специфика сетевой коммуникации с точки ее соотношения с устной и письменной формами общения, анализируется ее графическое представление, выявляется степень ее приближенности к разговорной речи. Возникают также вопросы и об особенностях лексики, используемой в виртуальной коммуникации: насколько эта лексика отличается от той, которая используется в разных сферах внесетевого, реального общения, каковы ее характерные черты, можно ли говорить о стилиобразующих особенностях этой лексики.

В связи с этим необходимо поставить проблему также и характера деривационных процессов, отмечаемых в словах, которые специфичны для интернет-коммуникации. Специфика графического представления лексики, с одной стороны, и в определенной степени спонтанности общения, с другой, заставляют предположить, что для создания новых слов пользователями Интернета привлекаются определенные средства, сочетающие черты как первого, так и второго. Таким образом, целью данного исследования является определение специфики мотивационных процессов в лексике интернет-коммуникации. Несколько сужая ракурс нашего рассмотрения, мы сосредоточиваемся лишь на элементах русской молодежной речи, представленной во Всемирной сети. Как известно, в России основными пользователями Интернета являются именно молодые люди: «70% самых активных пользователей «всемирной паутины» (т.е. те, кто пользуется Интернетом ежедневно) – это 18-24-летние (опрос ВЦИОМ в сентябре 2011 года)» (Главные тенденции ...). Объектом исследования является не речь пользователей на форумах и в чатах (это на сегодняшний день достаточно изученный вопрос), а специфически молодежная лексика, отмеченная на молодежных сайтах. К таковым относятся, например, сайт «Капитан Очевидность» (<http://www.kapitano.ru>), посвященный вымышленному герою; сайт «Ниасилил!ру» (www.niasilil.ru), сайт «Луркморье» (<http://lurkmore.to>) – «энциклопедия современной культуры, фольклора и субкультур, а также всего остального»; абсурдистские сайты типа «упячка» (www.upyachka.ru) и «кракозябра» (www.krakozyabra.jimdo.com). Название первого из них «восходит

к интернет-мему, появившемуся, согласно «антологии сетевого фольклора», в результате попытки искусственного создания медиавируса. ... Сайт *uryachka.ru* является центром распространения медиавируса, его официальным сайтом-блогом» (Википедия); второй сайт посвящен, согласно заявлению на его главной странице, «кракозябре и окракозябриванию не кракозябр».

Подобных сайтов, не специализирующихся на какой-то определенной тематике, а имеющих довольно неопределенное содержание, в сети Интернет достаточно много. На этих сайтах в высказываниях посетителей содержится большое число сленговых слов. Однако, как показывают наблюдения, практически вся она зафиксирована в нескольких онлайн-словарях сленга, размещенных на сайтах *slovonovo.ru* и *teenslang.su*. Оба словаря содержат в основном сленгизмы, а коллективным автором-создателем их является русскоязычная молодежь – пользователи Интернета.

Доказательством ориентации словарей именно на молодежь служат, в частности, материалы статистики, приведенные на сайтах. Так, на сайте *slovonovo.ru* на 21.04.2011 статистика выглядела так: 12–17 лет – 20,5%, 18–24 лет – 34,8% и 25–34 лет – 23,7% (Лукашанец 2011: 378); однако в настоящее время данные по статистике на сайте не публикуются. Кроме того, доказательством служат и результаты анализа той лексики, которая попала в словари. Однако, поскольку предметом нашего внимания является именно интернет-коммуникация молодежи, мы ограничиваемся только теми словами, которые помечены как «сленг геймеров» («геймерский сленг», «компьютерные игры» и т.д.) и как «интернет-сленг» (также подобные этому «форумное общение», «интернет», «seo» и т.п.). Первый словарь (далее – СГ) содержит 613 слов и выражений, второй (ИС) – 980.

2. Немотивированная лексика в онлайн-словарях. Влияние английского языка как основная черта формирования лексики сленга

Основной способ пополнения словаря геймерского сленга и лишь один из дополнительных способов пополнения интернет-сленга – заимствование из английского языка. Так, в первом словаре отмечено около 360 англоязычных лексических заимствований (59%), в то время как во втором – только около 110 (11%). В качестве примера можно привести: *гварды* 'от англ. *guards* – стража, NPC, охраняющие города'¹, *присм* '(от англ. – *priest*) жрец – один из классов в MMO RPG World of Warcraft', *слип* 'от англ. *sleep* –

¹ Приводя дефиниции слов из онлайн-словарей, мы в основном сохраняем их стилистику и пунктуационное оформление, обычно значительно сокращая их и исправляя лишь явные ошибки.

заклинание, погружающее в сон, обездвиживающее', *спот* 'от англ. *spot* – место, ячейка'. Зона, в которую происходит телепорт игроков', *фан* 'от англ. *fun* – забава, получение удовольствия от игры' (СГ); *гугл* 'корпорация Google, а также обобщенное название всех ее сервисов', *джибик* 'оптический модуль Mini Gibic', *линк* 'от английского *link* – ссылка', *лулз* 'от англ. *lulz* – искаженное слово *lol*' (см. ЛОЛ); означает что-то смешное, прикол', *пага* 'от англ. *page* – страница; в Интернете – веб-страница', *пикча* 'от англ. *picture* – картинка', *сурсы* '(англ. *source*) исходный код программы', *топик* 'от англ. *topic*; на форумах и в блогах – тема', *флейм* 'от англ. *flame*; сообщение, не несущее никакой смысловой нагрузки' (ИС).

Однако влияние английского языка этим не ограничивается: англоязычные заимствования далее служат мотивирующими для других сленгизмов. При этом в ряде случаев сложно разграничить те сленгизмы с иноязычным корнем, которые напрямую заимствованы из другого языка и лишь получили специфическое оформление в русском сленге, и те слова сленга, которые возникли уже на русской почве. Точно так же существует и большой пласт лексики с английскими корнями – слова, которые, имея мотивированные прототипы в самом английском языке, в сленге также воспринимаются как вступающие в словообразовательные отношения с другими сленгизмами; см. об этом ниже. Поэтому лексико-словообразовательная система сетевого сленга содержит несколько взаимопересекающихся оппозиций.

Первая оппозиция носит скорее диахронический характер и касается происхождения сленговых слов: англоязычное – русское, исконное. К первому классу следует отнести все слова, которые появились в сленге под влиянием английского языка. По-видимому, к словам второго класса можно причислить лишь а) некоторые семантические дериваты: *буратино* 'деревянный солдат в онлайн-игре «Карнаж»', *весло* 'винтовка с оптическим прицелом', *вынести* 'убить, сломать', *гроб* 'приставка Xbox 360', *крыса* 'в компьютерных играх: игрок или персонаж, действующий скрытно, из засады' (СГ); *баян* 'анекдот, смешная история, которую уже много раз слышали', *гном* 'грубо сделанная 3d модель', *жест* 'выражение сильного положительного впечатления от содержания поста или коммента' (ИС); б) морфологические дериваты, слова, образованные от исконных слов: *апт* 'сокращенно – «аптечка»', *спрогиба* 'красивый приём или завершающий удар' (СГ); *ездун* 'водитель, горнолыжник, демонстративно нарушающий правила езды', *марсианин* 'быть / работать на Марсе' (ИС). Таких слов очень мало в СГ, гораздо больше их в ИС.

Вторая оппозиция – формально-структурная: слова с англоязычным корнем – слова с корнем неанглоязычным (в эту группу включены и те слова с иноязычными корнями, которые представляют собой более старые, уже освоенные языком заимствования). Эта оппозиция не повторяет предыдущую из-за наличия семантических калек: так, сленгизм

ящик 'игровая приставка Microsoft Xbox (360)' представляет собой семантическую кальку от английского *box* (СГ), а сленгизм *морда* 'главная страница сайта, которая, как правило, имеет более высокий PR и ТИЦ, чем у других страниц сайта' – от английского *face page* (букв. — лицевая страница) (ИС); оба примера относим к англоязычным словам, но с русским корнем.

Наконец, третья оппозиция – деривационная: сленгизмы, являющиеся немотивированными с точки зрения синхронного словообразования, – мотивированные слова. Ко второй группе относятся как слова, образованные исконными средствами словообразования, например суффиксацией (*хилить* 'то же самое, что и хилить, значение слова в игре – лечить союзника' → *хильнуть* 'действие персонажа в компьютерной онлайн игре, приводящее к восстановлению жизненной энергии персонажа'; *ядерка* 'ядерный заряд, который приводит к концу раунда в игре Cod MW2' (СГ); *качать* → *кач* 'процесс и результат получения файла из интернета — скачивания' (ИС)), так и сленгизмы, в которых по сути отражаются мотивационные процессы английского языка: так, в сленге слова *гама* 'компьютерная игра', *гамер* 'игрок в компьютерные игры, то же, что геймер' и *гамовер* 'конец игры' явно связаны словообразовательными отношениями так же, как и их прототипы в английском языке (*game* → *gamer*, *game* → *game over*) (СГ), то же самое: *блог* → *блогер* 'человек, ведущий блог (сетевой дневник, живой журнал)' (ИС).

Тем не менее мы считаем целесообразным сосредоточиться лишь на последней оппозиции, как на отражающей собственно синхронные связи слов (в соответствии с общепринятой в русском словообразовании точкой зрения).

Кроме заимствованных слов, словарь ИС содержит также некоторое число искусственно созданных слов. Часть из них носят явно звукоподражательный характер: *бугага* 'смех', *ололо* 'обзывательство, ругательство, универсальная замена любому бранному слову', *тыдыдыць* 'сильный грохот, взрыв, удар, падение тяжелого предмета'. Другие – нет: *кракозябра* 'нечитаемые символы, которыми заменяется нормальный текст, например, из-за неправильной кодировки в браузере', *упячка* 'упячка означает внезапную радость, также – интернет-движение'.

3. Семантическая деривация и графодеривация в системе средств словообразования в молодежной речи Интернета

3.1. Семантическая деривация

Семантических дериватов среди сленгизмов не очень много: в СГ – 75 (12%), в ИС еще меньше – 70 (7%). По тому, какие именно понятия получают здесь наименования, сленги значительно различаются друг от друга. Так, в СГ названий лиц более половины, в то время как в ИС –

только четвертая часть. Понятно, что в СГ это в основном названия игроков либо персонажей игр: *дно* 'не умеющий играть', *булка* 'в онлайн-игре *Lineage II* и некоторых других – персонаж поддержки'. В ИС тематический состав названий лиц более обширен: *вентилятор* 'фанат, почитатель, болельщик', *джидай* 'еврей', *утконос* 'человек, занимающийся вирусным маркетингом'. Среди наименований предметов в СГ в основном названия оружия, а также местилищ и мест, в которых происходит действие игры: *весло* 'винтовка с оптическим прицелом', *курятник* 'домик в игре *Counter Strike*, карта *Mansion*'. В ИС имеются названия сайтов, также гораздо больше абстрактной лексики: *площадка* 'сайт, с которого продаются ссылки', *раздача* 'процесс и результат обмена каким-л. файлом в файлообменной сети', *сквозняк* 'ссылка, которая находится на всех страницах сайта', *татарстан* 'не распознанная кодировка веб-браузером'.

В качестве обозначений в сленге используются обычно общелитературные слова, причем возможно как наименование лиц с помощью неодушевленных существительных, так и наименование предметов с помощью существительных одушевленных: *лампочки* 'воины света в онлайн игре «Карнаж»', *добряки* 'всевозможные бонусы, попадающиеся по игре' (СГ). Большинство наименований метафорично, наименование основывается на сходстве внешнего вида предметов или впечатления, от них получаемого: *буратино* 'деревянный солдат в онлайн-игре «Карнаж»' (СГ); *гном* 'грубо сделанная 3d модель' (ИС).

3.2. Графические дериваты

Графодеривация считается одним из новых способов словообразования в русском языке (Попова 2007). Графодеривация означает такое изменение графического оформления слова, которое приводит либо к появлению новых слов, либо к созданию новых, речевых смыслов у данного слова: меняется ассоциативный ряд, связанный с данным словом, слово начинает сближаться с другими словами, создается новая внутренняя форма слова и т.д.

До возникновения Интернета графодеривация не была свойственна молодежному сленгу, который существовал исключительно в устной форме. Правда, в некоторых молодежных словечках применялось нечто вроде фонетической деривации: искажалась звуковая форма общелитературного слова, что вело к возникновению сленгизма. Однако таких слов в молодежном сленге было очень мало.

С появлением Интернета у носителей сленга появилась возможность использовать различного рода графические модификации общелитературных слов. Носители сленга начинают активно «играть» с буквенным составом слова, создавая новые сленгизмы. Поэтому в интернет-сленге очень много графодериватов – 253, т.е. более 25%; в СГ – всего 2.

Не претендуя на полноту описания, укажем, что среди этих слов есть сленгизмы разных типов. Большинство слов не содержат, кроме русских букв, никаких других знаков: *днвниг* 'дневник в сети Интернет', *моск* 'мозг'. Некоторые же включают в свой состав цифры или, реже, другие знаки: *+адын* 'или "+1", «плюс один»', *о5* 'то же, что и *опять*'. В некоторых случаях русское графическое воплощение представляет собой английское слово, набранное с другой раскладкой: *зы* 'PS (пост скриптум), набранное в русской раскладке клавиатуры', *лытдыбр* 'слово *дневник*, набранное в английской раскладке (*lytdybr*) и написанное по-русски'.

Большинство слов представляют собой исключительно графические искажения слов: *аццтой* 'плохо, неудачно' (*отстой*), *китайцы* 'китайцы', см. также выше. В некоторых случаях, однако, сленгизм несколько отличается по своей звуковой форме от исходного слова: *бескратный* 'безграмотный', *качестфо* 'качество', при этом нередко наличествуют и перестановки звуков (букв): *жывтоне* 'животное', *псто* 'пост'. Есть незначительное число сленгизмов, в которых как бы копируется специфическое произношение общеизвестных слов: *Онотоле* 'Анатолий Александрович Вассерман — самый умный человек во Вселенной и знает абсолютно все', *нацальникэ* 'начальник'.

4. Морфологические дериваты в составе молодежной лексики

4.1. Сокращения

4.1.1. Типология сокращений

Около половины (точнее, 44% в СГ и 62% в ИС) всех сокращений – сокращения буквенного типа: *гг* 'главный герой', *згд* 'локация Запад Города Драконов в игре «Perfect World»', *оз* 'очки здоровья' (СГ); *аи* 'аббревиатура, расшифровывающаяся как «авторитетные источники»', *лс* 'личное сообщение', *оми* 'особь мужского пола', *пс* 'поисковые системы', *рся* 'рекламная сеть Яндекса', *сдл* 'сайт для людей', *учннр* 'удар Чака Норриса ногой с разворота' (ИС). Сокращению подвергаются не только словосочетания именного типа, как в примерах, приведенных выше, но и наиболее часто используемые выражения, причем как общепринятые (а), так и те, которые созданы в самом Интернете (б): а) *емнип* 'если мне не изменяет память', *ичсх* 'и что сказать хочется', *нзч* 'сокращение от *не за что*', *пмсм* 'по моему скромному мнению', *хз* 'хочу знать', *янип* 'я ничего не понял'; б) *аж/кз* 'аббревиатура от «автор жжот, креатифф зачотный» – похвала в адрес творчества автора', *кг/ам* 'иногда переводится как: «креатифф гениален/аффттар маладец»', *пмп* 'пристрелите меня пожалуйста — выражение крайнего огорчения, разочарования, плохого настроения' (ИС).

Интересно, что в ряде случаев такому же типу сокращения подвергается одно слово: *спс* 'спасибо' (СГ); *мск* 'Москва', *пжл* 'пожалуйста' (ИС).

Апокоп – усечений конца слова – в СГ почти столько же, сколько и сокращений (46%); гораздо меньше их в ИС (28%): *апт* 'сокращенно – «аптечка»', *леч* 'всякие предметы, используемые для лечения тех или иных состояний игрока', *прива* 'приветствие среди геймеров ММОПГ' (СГ); *дем* 'демотиватор, пародия на мотиватор', *игнор* 'игнорирование', *мекс* 'мексиканец', *модер* 'сокращённое название модератора', *рола* 'форумная ролевая игра', *стат* 'статус', *суп* 'супер', *фора* 'интернет-форум' (ИС). Так же как и в предыдущем случае, усечению подвергаются не только существительные: *мож* «может», «возможно», *пра* 'нравится', *пж* 'сокращение слова пожалуйста' (ИС); обратим внимание на нехарактерный для обычных русских усечений вид трех последних слов и, в особенности, второго из них, заканчивающегося на гласный.

От апокоп следует отличать а) усечения-универбаты и усечения сложных слов, совпадающие с однокоренным словом русского языка, а также б) результаты редеривации: а) *энергетика* 'энергетическое оружие', *слон* 'снайперская винтовка в игре Counter-Strike (изначально – *слонобойка*)', б) *пуха* 'оружие (меч, кинжалы, посох и т.п.) в MMORPG играх' (СГ). В ИС также встречаются сокращенные образования, которые, на наш взгляд, представляют собой некие промежуточные дериваты – и не совсем усечения (отсекается, по сути, исконный суффикс), и не совсем редериваты (относить к ним мешает специфический фонемный состав этих слов): *днев* 'дневник, обычно имеется в виду сетевой дневник — блог', *ссыл* 'ссылка на интернет-страницу'.

Крайне редко встречаются слоговые аббревиатуры (*вирпил* 'виртуальный пилот', *чаво* 'сокращение от «Часто задаваемые ВОпросы»' (СГ); *велмог* 'русский язык' – от эпитетов *великий* и *могучий* (ИС)) и т.н. аферезис – усечение начала слова, который следует считать, по-видимому, влиянием английского языка: *бот* 'виртуальный игрок — робот', *лок* 'класс персонажей — варлок, чернокнижник' (СГ); *нэт* 'Интернет' (ИС).

Наконец, зафиксировано несколько сокращений специфического типа: либо начала и конца слова одновременно, либо, наоборот, середины слова (т.н. синкопа в узком смысле слова): *дрась* 'приветствие', *ессно* 'сокр. от «естественно»' (ИС).

4.1.2. Англоязычные заимствования как мотивационная база сокращений

Выше были приведены случаи сокращений в основном слов исконного происхождения. Однако гораздо чаще в обоих сленгах встречается ситуация, когда сокращение генетически связано с английским

языком. Эти слова носят типологически разный характер, но чаще всего речь идет либо о буквенной аббревиатуре, либо об апокопе.

Транслитерированные английские аббревиатуры распространены в обоих сленгах: *афк* 'AFK (Away From Keyboard) – далеко от клавиатуры', *бг* "'Батл граунд" – боевая зона сленг игроков World of Warcraft', *гг* 'good game (хорошая игра)', *дпс* 'DPS = damage per second = урон за секунду', *лфп* 'LFP – look for paty (ищу пати)', *пб* 'сокращённое название игры Point Blank', *рррф* 'группа кланов: ravenz, risen, reborn, faith' (СГ); *бб* 'сокращение от *ВВ* – *bye-bye* – пока-пока', *визивиг* 'сокращение от What You See Is What You Get – Что видишь, то и получаешь, ЧВТИП в русском варианте', *лол* 'LOL – Lamer OnLine, используется в онлайн-играх, перекочевало в чаты и форумы', *нд* 'Perfection Dolls', *рофл* 'обозначение громкого смеха; транслитерация *ROFL* – Rolling On the Floor Laughing – буквально с англ. 'катаюсь по полу от смеха', *тувм* 'от английского – *tuvm* – Thank you very much («Большое спасибо»)' (ИС). Не во всех случаях можно точно указать, появилась ли аббревиатура уже в английском языке или нет. Вполне возможно, что такие аббревиатуры создаются в процессе освоения компьютерных технологий русскоязычными специалистами – сначала как сокращения английских слов, затем происходит их транслитерация. В этом смысле переходный этап представлен единицами типа *сзот* 'сорри за оффтопик – извинение за уход от темы обсуждения; от англ. *sorry* – предикат. выраж. сожаление и *off topic* – вне темы' (ИС), где наличествуют вперемежку англоязычные и исконные элементы.

Та же ситуация и с усечениями-апокопами, которые то ли возникли изначально в самом английском языке и впоследствии только подверглись транслитерации, то ли представляют собой уже производные на исконной почве – от соответствующих англоязычных заимствований: *аут* (от англ. *Outland*) – 'запределье, континет в WoW', *вар* 'вар – war – warrior (англ. *warrior* – 'воин'), *деф* 'защита, играть, отбиваясь в защите', *офк* 'от английского – *of course* 'конечно, непременно', *цива* 'игра «Civilization»', *чар* 'производное от англ. *character*, *char* 'персонаж' (СГ); *акс* 'учетная запись пользователя интернета, подробнее см. *аккоунт*', *капс* 'разговорное название клавиши «CapsLock» на клавиатуре ПК, в свою очередь сокращённое от англ. *capitals lock* 'фиксация прописных букв', *нуб* – от англ. *newbie* 'новичок'; человек, только что начавший осваивать какую-либо игру, программу или язык программирования', *оффтоп* – от англ. *off topic* 'вне темы', *сбж* – от англ. *Subject*; пишется чаще всего на форумах, когда название темы отражает всю суть вопроса и автор пишет *сбж*, давая понять – смотрим название темы' (ИС).

4.2. Сложные и сложносуффиксальные слова. Слова-сращения

Сложные слова не очень характерны для молодежной речи Интернета. При этом композиты, в которые мы включаем и сложносуффиксальные слова, играют в обоих сленгах разную роль. В СГ их всего 5% среди мотивированных слов: по-видимому, динамичность игр не позволяет в достаточной мере использовать длинные слова в качестве средства номинации. Часть из этих слов представляет, по сути, заимствования из английского языка, прототипы которых были сложными словами, это, в частности, *даблдак* 'двойное приседание (техника игры, позволяющая на некоторых движениях добиться бесшумного перемещения, от англ. *double duck*, означающего то же самое)' и *тайлсет* 'набор тайлов (от англ. *tile set*)'. Другие слова созданы в русском сленге, так как содержат либо соединительную гласную (интерфикс -o-), либо русские корни: *багоузер* 'образована от *баг* 'ошибка' и от англ. *use* 'пользоваться', означает человека, который пользуется багами игры, с целью получения выгоды', *клан-шмот* 'особая экипировка, обладающая, как правило, повышенными характеристиками, носить которую можно, лишь имея принадлежность к определённому клану или подразделению'. Есть и сложения собственно русские и по происхождению, и по составным частям: *лохоудар* 'приём в компьютерных играх *death match*, многократное использование которого позволяет одерживать победы, не умея выигрывать', *спинномозговик* 'любитель динамических компьютерных игр, т.е. таких, которые требуют от игрока быстрой, бездумной (якобы) реакции на уровне спинного, без участия головного мозга', *шнуродёр* 'игрок, который создаёт дисконект путём отсоединения сетевого шнура от ПК'.

Несколько другая ситуация в ИС. Доля слов с несколькими корнями здесь достигает 11%, а сами такие слова достаточно специфичны. Прежде всего, здесь, как в СГ, выделяются сложные или сложносуффиксальные слова с неанглоязычными корнями: *долботряс* 'искаженный вариант слова *лоботряс* – великовозрастный бездельник', *зомбоящик* 'телевизор', *нищоброд* 'человек, который не способен заработать достаточное количество денег на разнообразные нужды, как-то машина, дорогой телефон, компьютер, камеру и т.д. и зачастую по этой причине ругающий рекламу и отрицающий необходимость в покупке данных предметов', *переводобомба* 'спровоцированный хакерами сбоя программы автоматического перевода на сервере, приводящий к ошибочному переводу'. Как и в общелитературном языке, эти мотивированные слова созданы по известным моделям словообразования, имеют соединительные морфемы (-o- или -e-) и являются существительными. Другие слова, по сути, представляют собой или кальки английских слов, или т.н. «псевдоанглицизмы»:

мордокнига 'социальная сеть Facebook'; *поребрик-сити* 'город Санкт-Петербург'; происходит от названия придорожного бордюра – *поребрик*'.

Значительная часть слов, содержащих не один корень, – это слова-сращения, причем в качестве словообразовательной базы нередко выступают не только словосочетания, но и целые предложения, ср. *вайнаимир* 'выражение отрицательного отношения к длинному и/или скучному тексту', *вротмненоги* 'возглас сильного удивления, иногда одобрения, оценка ситуации как ошеломительной', *ржунимагу* 'очень смешно', *сука-жесть* 'оценка ситуации как плохой', *фупазор* 'выражение укоризны, недовольства', *яплакаль* 'смеялся до слез, оценка ситуации как очень смешной'. Подобные слова, в основном оценочного характера, выступают как маркеры интернет-сленга (их количество гораздо больше, но мы их здесь не приводим, так как многие содержат нецензурные корни).

4.3. Аффиксальные образования

4.3.1. Типы и модели аффиксации

Аффиксальные типы образования сленгизмов занимают в общем перечне типов словообразования далеко не ведущее место, во всяком случае, по сравнению с другими социолектами. Так, по нашим подсчетам, в современном криминальном аргосе суффиксация среди существительных лидирует с большим отрывом от других способов морфологического словообразования – 72% (Лукашанец 2007: 114). Гораздо меньше суффиксальных дериватов в ИС (33%) и, в особенности, СГ (17%). Еще меньше сленговых слов, образованных другими видами аффиксации, это в основном глаголы – префиксальные, суффиксальные и префиксально-суффиксальные: *кабанить* 'убивать' → *закабанить* 'зарезать, уничтожить' (СГ); *постить* 'публиковать в интернете' → *запостить* 'опубликовать в интернете' (ИС); *апнуть* 'поднять, приподнять, например, поднять *лвл* в игре' → *апнуться* 'повысить *лвл* (уровень) в игре' (СГ); *жаба* 'сокращение от фотожаба, т.е. коллаж или карикатура созданная в программе Adobe Photoshop' → *зажабить* 'переделать известную картину, фото в фотожабу' (ИС).

Из всех суффиксов существительных наибольшей продуктивностью пользуется в СГ *-ер* (20 мотивированных), затем *-к(а)* (16), *-ник* (8), *-ик* (7), *-лк(а)* (5); некоторые суффиксы оформляют по 2–3 слова: *-ак*, *-арь*, *-аш*, *-ич*, *-л(о)*, *-тор*, *-ух(а)*, *-щик*. Остальные суффиксы используются в единичных образованиях. Для ИС в абсолютных лидерах выступает нулевой суффикс, в основном в отагдъективных, реже – в отглагольных существительных: *виртуал* 'виртуальная реальность', *наброс* 'компромат', всего 13 слов. Чаще, чем другие, используется также *-к(а)* (в разных значениях), *-и(я)*, *-ик*: *аватарка* 'фотография на ICQ, в форуме, блоге и т.п.',

внешка 'внешняя ссылка', *личка* 'личное сообщение, которое адресуется только одному участнику форума или чата', *кура́тия* 'Эстония (от «кур-рат»)', *латиносия* 'Латинская Америка, страны Латинской Америки в целом', *очконавтик* 'ласк. от *очконавт*'. Заметим, что тип суффикса в определенной степени маркирует тип сленга: так, в СГ в словообразовании участвуют суффиксы, позволяющие образовать названия либо лиц, либо орудий, оружия, в то время как только в ИС встречаются суффиксальные образования – названия стран, городов (ср. *Дефолтовск* 'так в рунете называют Москву; производное от *дефолт-сити*'), а также суффиксальные отадъективные наречия: *готично* 'необычно, гротескно, красиво', *православно* 'правильно, верно'.

Из глагольных суффиксов наиболее представлен суффикс *-и-*, который в СГ используется для образования половины, а в ИС – почти $\frac{3}{4}$ суффиксальных мотивированных глаголов: *нубить* 'вести себя как *нуб*', *паровозить* 'тактика игры — водить «паровозы»' (СГ); *пляжить* 'отдыхать на пляже (на полную катушку)', *позитивить* 'создавать позитивную психологическую атмосферу' (ИС). Для второго сленга характерна специфическая модель с этим суффиксом «находиться в том месте, в том государстве, которое названо мотивирующим словом», ср. также *анголит* 'работать/служить в Анголе', *пражить* 'ездить в Прагу, по Праге, отдыхать в Праге'.

4.3.2. Англоязычные заимствования и проблема мотивирующей основы при аффиксации

Из всех существительных, которые оформлены суффиксами, как в СГ, так и в ИС, большинство (свыше 70%) следует признать явно суффиксальными мотивированными. Эти слова могут быть, во-первых, образованы от исконных слов, как сленговых, так и общелитературных: *зыза* → *зызка* 'портативная игровая консоль PlayStation Portable', *нубомет* → *нубомётчик* 'игрок, активно использующий гранатомет в игре «Call of Duty: Modern Warfare 2». Так как из гранатомета очень легко убить, он приобрел название *нубомёт*'; *бродилка* 'компьютерная игра, сюжет которой связан с перемещением по изображениям лабиринта или местности', *макарыч* 'пистолет Макарова' (СГ); *ездун* 'водитель, горнолыжник, демонстративно нарушающий правила езды и портящий атмосферу доброжелательства на дорогах', *подлянщик* 'мастер совершать разного рода пакости, подлости, подставы, «заподлянки»', *бугогашечка* 'нечто смешное, что на бугога вроде бы не дотягивает, но тем не менее очень и очень' (ИС). Во-вторых, это образования от англицизмов с русскими (иногда чисто сленговыми) суффиксами: *сервак* 'сервер, компьютер, предоставляющий удаленный доступ к своим ресурсам и службам', *нубас* 'то же, что и *нуб*', *фолач* 'игра «Fallout» («Фоллаут»)', *гамка* 'компьютерная игра', *кемперка* 'снайперское оружие', *кемперство* 'тактика (стиль) игры

(обычно, в 3D-шутере), при которой геймер постоянно эксплуатирует особенности и недостатки игрового пространства и/или игровой механики', *варчик* 'компьютерная игра «WarCraft»' (СГ); *твиттерянин* 'пользователь сервиса микроблогов Твиттер' (ИС).

Некоторые сленгизмы вступают в отношения мотивированности с другими заимствованными сленгизмами, образуя пары, причем во второй в паре сленгизм может быть признан как мотивированным, так и заимствованным словом: *халфа* 'сокращённое название популярной компьютерной игры Half-Life' – *халфер* 'фанат игр серии half-life и их модификаций', *хил* 'использование микстур, препаратов или специальных заклинаний для восстановления очков жизни' – *хилер* 'персонаж, специализирующийся на лечении игроков', *шоп* 'полезные предметы из магазина в ММО RGP играх, которые можно купить только за реал' – *шопер* 'игрок ММО RGP, который вкладывает реал в игру' (СГ); *блоггер* 'человек, ведущий блог (сетевой дневник, живой журнал)', *мейлер* 'программа для работы с электронной почтой — создания, отправки и приема писем', *троллинг* 'публикация анонимных провокационных сообщений в интернете, см. *троль*' (ИС). Как видно, это те сленгизмы, которые имеют не только англоязычный корень, но и суффикс неисконного происхождения (*-ер, -инг*).

Наконец, существительные, которые включают в свою структуру суффиксоподобный элемент, по сути представляют собой результаты оформления иноязычных слов. Здесь имеются, прежде всего, слова, в которых к англоязычному транслитерированному корню добавился суффикс: *аванёр* 'игрок, который ходит со снайперской винтовкой AWP', *ачивка* 'достижение определённой цели' (ср. англ. *achievement* 'достижение'), *даггерцик* 'воин, вооруженный коротким мечом или длинным кинжалом (от англ. *dagger* 'кинжал')', *калуха* 'компьютерная игра «Call of Duty»', *каэска* 'компьютерная игра «Counter Strike»', *резик* 'серия игр Resident Evil', *тзшник* 'фанат компьютерной игры «TimeZero»', *фрозик* 'игра «Warcraft III: The Frozen Throne»' (СГ); *адалтицик* 'вебмастер эротических и порносайтов; англ. *adult* 'взрослый', в значении «только для взрослых»', *превьюшка* '(адаптированная калька с английского *preview*) уменьшенная версия иллюстрации, фотографии или снимка экрана для предварительного просмотра' (ИС). Другие же существительные включают в свой состав иноязычные суффиксы типа *-ер, -инг*: *кемпер* (от англ. *catper* 'отдыхающий'), также *кампер* – опытный игрок, который мало или вообще не передвигается по карте', *ливер* 'человек, покидающий игру (поле боя), трус' (англ. *leave* 'покидать, оставлять') (СГ); *рерайтер* 'ремесло, профессия — человек, занимающийся компиляцией или переписыванием рекламных текстов по заказу', *рерайтинг* 'создание рекламных текстов на заказ' (ИС).

Среди суффиксальных глаголов также выделяются, во-первых, мотивированные: а) отглагольные: *хилить* 'лечить союзника' → *хильнуть* 'действие персонажа в компьютерной онлайн игре, приводящее к восстановлению жизненной энергии персонажа или персонажей других игроков' (со значением однократности); *слить* → *сливать* 'намеренно унижать других игроков или членов враждебных кланов путем многократного умертвления' (со значением несов. вида) (СГ); *френдить* 'вступать с кем-либо в один из видов виртуальной дружбы' → *зафрендить* 'добавить в друзья' (ИС); б) отсубстантивные: *задрот* 'спец в какой то области, в частности игр' → *задротить* 'слишком много играть либо увлекаться чем-то' (СГ); *капитанить* 'выполнять действия, свойственные Капитану Очевидности (см.), т.е. говорить банальности' (ИС).

Во-вторых, имеется несколько глаголов, которые можно считать немотивированными, но которые получили русское глагольное оформление: *брикнуть* 'слово произошло от англ. *brick* – кирпич, означает превращение исправно работающего устройства в неработающее в результате ошибки при обновлении программного обеспечения (перепрошивке) устройства', *кастовать* 'игровой термин, от английского *to cast* – бросать', *кэмпить* 'от англ. *camp* – лагерь отдыха, палатка; тактика ведения боя в многопользовательских стрелялках', *мониторить* 'от англ. *to monitor* – наблюдать, следить, смотреть, подглядывать' (СГ); *ливать* 'покинуть, выйти'; от английского *to leave* – покидать', *серфить* 'серфить по Интернету – «лазить» по Интернету (от англ. *to surf the Internet*)' (ИС).

Наконец, в-третьих, только в СГ отмечено около 20 пар: заимствованное с абстрактным значением – заимствованный глагол, интерпретация которых не так уж проста. Это, например, следующие пары: *гама* 'компьютерная игра' – *гамать* 'играть в компьютерную игру', *ганк* 'уничтожение, убийство противника, значительно уступающего по силе (один на один), либо по численности (куча на одного)' – *ганкать* 'убивать заведомо слабейшего врага, причем часто и последовательно', *лаг* 'задержка в игре, вызванная недостаточным качеством связи' – *лагать* 'работать медленно, с перебоями', *фан* 'от англ. *fun* – забава, получение удовольствия от игры' – *фанить* 'играть в компьютерную игру, с оттенком «увлеченно», «истово»'. С точки зрения формы глаголы представляют собой более сложные образования, включая в свой состав тематическую гласную и суффикс *-ть*, и тем самым должны признаваться отсубстантивными мотивированными словами. С точки зрения семантики, напротив, абстрактные существительные мотивируются глаголами. Однако, поскольку в пользу первичности глагола говорит еще и их происхождение (заимствованный характер), мы принимаем решение рассматривать все такие глаголы единообразно – как мотивированные.

4.4. Контаминация и паронимическая аттракция

Кроме этих, «традиционных» для русского словообразования способов, некоторое число сленгизмов образовано способом контаминации, под которой понимается «сращивание», взаимное проникновение двух слов в одно таким образом, что провести границу между одним и другим в составе нового слова чаще всего не представляется возможным (Ильясова 2002:178 и далее; Малеева 1983; Улуханов 1996: 69–85). Контаминация представлена в русском криминальном арго (Лукашанец 2007: 188–190) и зафиксирована также в рассматриваемом материале, причем контаминатов гораздо больше в ИС, чем в СГ, в силу, возможно, меньшей специализации первого: *бэблэдин* ‘так обозначается класс «Паладин» в MMORPG World of Warcraft за счет использования так называемого «бэблэ»’ (*бэблэ* ‘деньги’ + *паладин*) (СГ); *випидедик* ‘активный участник, автор Википедии (иронич.)’ (*Википедия* + *педик* ‘гомосексуалист’), *випидор* ‘то же, что википедик’ (*Википедия* + *пидор* ‘гомосексуалист’), *гейропа* ‘(иронично) Европа, точнее Европейский Союз, правители и идеологи которого всемерно поддерживают гей-движение’ (*гей* + *Европа*), *копираст* ‘сторонник авторских прав’ (*копировать*, *копия* + *педераст*), *мыдло* ‘от англ. *middle* и *быдло*; средний класс в социальной пирамиде’, *пейсатель* ‘писатель, автор’ (*пейсы* + *писатель*), *прилольно* ‘ну оч смешно, но еще не лол’ (*прикольно* ‘смешно’ + *лол* ‘очень смешно’), *сетикет* ‘правила поведения при общении в интернете’ (*Сеть* + *этикет*), *тырнет* ‘(иронично; от *тырить* + *net*) псевдо-простонародное название Интернета’, *утрочь* ‘взвешенное время в пространстве между утром и ночью’, *флудераст* ‘человек, много повторяющий одно и то же’ (*флуд* ‘общие разговоры на пустые темы’ + *педераст*) (ИС). Как видно из примеров, некоторые контаминаты состоят полностью из общелитературных компонентов (*пейсатель*, *утрочь*), другие – полностью из сленговых (*прилольно*), нередко же один компонент – общелитературный, другой – сленговый (*випидор*, *тырнет*). По структурным особенностям большинство контаминатов имеет достаточно простое строение: как правило, на первый компонент накладывается второй, так что в новом образовании выделяется первая часть, затем общая середина, затем – вторая часть (*копираст*, *гейропа*). Контаминация может стать отправным моментом при формировании новых аффиксоидов или аффиксов, при условии повторяемости элементов контаминатов: *копираст*, *флудераст*, *нумераст*.

Другой, еще в меньшей степени характерный для общелитературного языка способ – паронимическая аттракция, которая заключается в следующем: к иноязычному или, реже, исконному слову подбирается созвучное общелитературное слово. Например: *беседка* ‘компания «Bethesda Softworks LLC», разработчик и издатель’, *ильич* ‘имеется в виду

популярная MMORPG игра – World of Warcraft: Wrath of the Lich King', *калдырь* 'русское название расы Caldari в EVE', *каряга* 'компьютерная онлайн-игра «Carnage»', *рыло* 'компьютерная игра «Rail Gun» из «Quake» серии', *соляра* 'операционная система OpenSolaris' (СГ); *аська* 'программа для мгновенного обмена короткими текстовыми сообщениями через интернет' (ICQ), *банан* 'то же, что и бан — программный запрет участнику форума, блога или т.п. посылать свои сообщения', *жужу* 'блог Живой Журнал LiveJournal.com', *ирка* 'протокол сетевого общения IRC и поддерживающий его софт', *метелица* 'Metallica', *суслик* 'англ. *soulseek* – пиринговая сеть для обмена музыкой', *хомяк* 'от англ. *home page* – домашняя страница; заглавная страница веб-сайта', *хромой* 'веб-браузер Google Chrome' (ИС).

5. Выводы

Таким образом, из 613 слов геймерского сленга около 72% представляют собой мотивированные образования. Для ИС это число даже несколько больше – 80%. Однако такая доля мотивированных среди всех однословных номинаций представляется характерной для социолекта вообще: так, в криминальном русском арго мотивированных слов 81%. Это означает, что данный критерий не может служить надежной базой для разграничения разных стилей социолектной речи в интернет-общении.

Точно так же характер аффиксальных, прежде всего суффиксальных, дериватов не отражает специфики интернет-коммуникации: в рассмотренных сленгах зафиксированы в основном наиболее продуктивные в русском языке аффиксы и модели словообразования.

Более показательной с точки зрения типологических характеристик сленга Интернета является доля графических дериватов, с одной стороны, и сокращений, с другой. Первые преобладают в ИС (32% по сравнению с 1% в СГ), вторые – в СГ (39% по сравнению с 21% в ИС). Это позволяет говорить о графодериватах и сокращениях как стилистических маркерах разных типов сленга пользователей Интернета.

Литература

- Википедия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>.
- Главные тенденции развития Интернета в России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bizhit.ru/index/voznast_veb_polzovatelej/0-240.
- Ильясова С.В. (2002), *Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ*, Изд-во РГУ, Ростов-на-Дону.

- Лукашанец Е.Г. (2007), *Словообразовательная система русского арго и проблемы ее описания*, Изд-во МГЛУ, Минск.
- Лукашанец Е.Г. (2011), *Интернет и язык: народная лексикография*. [In:] «Вестник Нижегород. гос. ун-та», №6, Нижний Новгород.
- Малеева М.С. (1983), *Лексическая и синтаксическая объективация знания в словообразовательном аспекте*, Изд-во ВГУ, Воронеж.
- Попова Т.В. (2007), *Графодеривация в русском словообразовании конца XX – начала XXI в.* [In:] *Русский язык: исторические судьбы и современность: III Международный конгресс исследователей русского языка*, «МАКС Пресс», Москва.
- Улуханов И.С. (1996), *Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация*, ИРЯ РАН, Москва.

E.G. Lukashanets

To the problem of the derivational marking of internet communication styles: motivated vocabulary in online dictionaries

Article is devoted to identifying the specifics of motivated lexic of different styles of Russian youth speech in Internet communication. Primary source material are online dictionaries of slang on the websites slovonovo.ru and teenslang.su. We discuss the two types of vocabulary of slang: slang of gamers and Internet slang, both being directly connected to the Internet. As a result of the analysis of slengisms it is found that neither the portion of motivated words in the slang vocabulary nor the character of affixal models is not a criterion for distinguishing these two registers of Internet communication. However, the high percentage of graphic derivatives in Internet slang, on the one hand, and a large number of abbreviations in gamers' slang on the other, allow us to talk about these types of motivated vocabulary as the stylistic markers of various types of slang in Internet communication.

Irena Stramljič Breznik

OKAZIONALNO BESEDOTVORJE V SLOVENSКИH OGLASIH

0. Uvod

0.1. Svet je na prelomu 20. v 21. stoletje doživel velike spremembe, ki so odraz aktualnih globalnih dogajanj kot procesov združevanja lokalnih gospodarskih, kulturnih in družbenih sestavov v širše nadnacionalne konglomerate, katerih temeljni cilj je pretok kapitala, idej in proizvodov, ki prodirajo v naš vsakdan (Vuković 2011: 19). Z novimi produkti se prek oglaševanja v zadnjem času intenzivno razvijajo zlasti področja, kot so mobilna telefonija, elektronska komunikacija, moda, kozmetika, avtomobilizem, kulinarika in šport, ki so zaradi novih poimenovanj zanimiva za raziskovanje tudi s perspektive jezika. Doslej je bilo raziskovanju sistemske in nesistemske tvorbe namenjene kar nekaj pozornosti tvorjenkam v avtomobilizmu (Bokal 1998: 147-162), mobilni telefoniji (Stramljič Breznik 2003: 105-118), spletni komunikaciji (Logar Berginc 2004a: 121-132, Kalin Golob 2008: 283-294, Stramljič Breznik 2010: 152-178), športu (Stramljič Breznik, Voršič 2011: 111-124), zato se tokrat osredinjamo zgolj na okazionalne tvorjenke v tiskanih, televizijskih in spletnih oglasih, ki so se pojavljale v slovenskih medijih v letih 2009–2012. Tvorjenke so zbrane paberkovalno in nediferencirano glede na področje oglaševanja.

1. Okazionalizem kot jezikovna inovacija

1.1. Barbara Kryžan Stanojević (Stanojević 2011: 9-18) ugotavlja, da je liberalizacija družbe privedla tudi do liberalizacije jezikovne norme in redefiniranja termina napaka. S tem se pogosto zabrisuje meja med inovacijo, ki je funkcionalno utemeljena, in napako, ki je funkcionalno neutemeljena inovacija. Napaka je namreč nezavedno odstopanje od jezikovne norme, inovacija pa zavestna modifikacija oblike, ki je predpisana z normo, in po avtoričini presoji v okvir leksikalnih inovacij sodijo tudi okazionalizmi.

Nastajanje leksikalnih inovacij pa je v prvi vrsti zanimivo za stroko, in to zlasti za leksikologijo in leksikografijo. Novi izrazi so namreč odraz jezikovne kreativnosti in s tem sredstvo regeneracije, rekonstrukcije in stabilizacije leksike slehernega jezika. Kot je že bilo opozorjeno (Stramljič Breznik 2010: 111-113), pogledi različnih jezikoslovcev odkrivajo prepoznano distinkcijo med neologizmom kot poimenovalno potrebnim izrazom, ki je tudi že razširjen v rabi kot slovarska enota z ustaljenim slovarskim pomenom, čeprav ga govornici zaznavajo kot novega, in okazionalizmom ali priložnostnico kot izrazom, ki ne obstaja niti v jezikovnem sistemu niti ni ustaljen kot slovarska enota.

1.2. Če se okazionalizme opazuje z vidika besedotvorne ustvarjalnosti, leksikalnega, stilističnega in leksikografskega vidika, potem je mogoče ugotoviti, da gre za individualne tvorbe, ki z namenom različne ekspresivnosti in estetske vloge velikokrat zavestno kršijo besedotvorno normo in zaradi svojega kratkotrajnega obstoja tudi niso uslovarjene. Okazionalizmi so namenjeni specifični rabi v tekstu, zato so nereproduktivni in poimenovalno fakultativni.

1.3. Z besedotvornega stališča pa lahko opazujemo, ali okazionalizem uresničuje besedotvorni sistem (analogna tvorba) ali ga ruši (neuzualna tvorba). Slovenska slovnica (Toporišič 2000: 130-131) opredeljuje okazionalizme kot besede, ki jih govoreči delajo po običajnih besedotvornih vzorcih, zato jih naslovniki tudi razumejo. Vendar ne postanejo splošna last jezika, ker niso podružabljene in so omejene na določen govorni ali besedilni položaj (Toporišič 1992: 222).

2. Oglasni okazionalizmi med sistemsko in nesistemsko tvorbo

2.1. Oglasi so besedila z značilno pozivno funkcijo, saj oglaševalec želi, da bi potrošnika prepričal za nakup. Zato mora izbrati taka jezikovna in nejezikovna sredstva, s katerimi pridobi potrošnikovo pozornost. Velika večina sodobnih oglasov je strukturiranih tako, da pritegujejo tako s svojo vizualno podobo (slike, živahne barve), z različnimi tipi in velikostmi pisav kot tudi z jezikovnimi prvinami. Med njimi imajo zagotovo posebno mesto tisti okazionalizmi, ki s svojo morfemsko kombinatoriko in tvorbenimi posebnostmi zbudijo naslovnikovo pozornost.

2.2. Oblikovalci oglasnih sporočil vsebine posredujejo na različne načine vizualnega nagovora. Naj omenimo vsaj dva, ki sta lahko vzporedna tudi pri kreaciji novih besed. Sašo Urukalo (Urukalo 2010: 50) med drugim omenja načelo asociacije, ko naslovniki prepoznajo motiv na fotografiji, risbi ali ilustraciji kot skladnega z lastnimi osebnimi izkušnjami, tako da ena predstava izzove drugo. Drugo načelo pa je načelo subverzije, ko oblikovalec uporabi različne znake ali kode, ki omogočajo različne interpretacije in pomensko večplastnost. Ti dve načeli se lahko preneseta tudi na raven leksike v oglasih. Prvi tip leksemov nastaja na podlagi analogne tvorbe oz. t. i. jeziko-vnosistemskega besedotvornega vzorčenja, tj. ustvarjanja novih tvorjenk na podlagi tipičnih tvorbenih vzorcev slovenskega knjižnega jezika, vendar z novimi, doslej še ne uporabljenimi morfemskimi zapolnitvami (npr. *Sam + -ijada: salamijada, mortadelijada, bogračijada, palmijada ...*). Načelo subverzije pa se pojavlja pri t. i. grafoderivatih, ki izkoriščajo raznolike tipografske možnosti, npr. *FENomenalni* nakup, iz oglasa, ki oglašuje nakup zamrzovalnika, za nagrado pa kupci prejmejo še *fen* 'sušilnik za lase'.

V nadaljevanju strukturiramo primere po načelu (1) izrabe ustaljenega ali neustaljenega tvorbenega vzorca in (2) primere grafoderivacije, oboje pa s posebno pozornostjo glede na zastopanost domačih ali prevzetih sestavin v okazionalizmih.

3. (Ne)ustaljeni tvorbeni vzorci z domačimi ali prevzetimi morfemskimi prvinami

3.1. V okviru skupine oglasnih okazionalizmov, ki gradijo na predvidljivih tvorbenih vzorcih, velja izpostaviti nekaj t. i. potencialnih leksemov.

(1) Pri oglasu za margarino Zvezda je uporabljen okazionalizem v kontekstu, da uporabo margarine priporoča *slastistika*. Izrabljen je vzorec *Sam + -ist + -ika*, kot npr. *esej-ist-ika*, *polon-ist-ika*, *sloven-ist-ika* ipd. Najobsežnejši korpus slovenskega jezika Gigafida ne potrjuje ne **slastista* ne **slastistike*.

(2) Nagrada, ki spodbuja rabo spleta, se imenuje *netko* < *net-* + *-ko*, in posnema tvorbeni vzorec modifikacijskih samostalniških izpeljank s pomenom ljubkovalno ali manjšalno, npr. *sin-ko* 'ljub/majhen sin'.

SLIKA 1: NETKO



(3) Zanimivo je poimenovanje Centra za nosečnice z imenom *Bušček*, ki je rezultat krnjene manjšalnice *(tre)bušček* < *majhen trebuh*, ki je prepoznavni atribut nosečnic.

(4) Medmeti kot besedna vrsta so že sami po sebi nosilci ekspresije, ki jo prenašajo tudi na svoje tvorjenke, npr. *Njamček* < *majhen Njam* < *njam* 'medmet, ki posnema glas ugodja ob dobri hrani' in ga srečamo v oglasih Pivke s sloganom *Njami, še bi, mami*. V zadnjem času pa je v mnogih oglasih opaziti tudi uporabo medmetov, ki s tvorbenega vidika doživijo konverzijo v samostalnike, saj so uporabljeni kot poimenovanja izdelkov ali storitev, npr. Zavarovalnica Maribor oglašča premoženjsko zavarovanje OPA!. Medmet *opa* je razpoloženski medmet, ki ga govorci pogosto izrekajo kot opravičilo, npr. *Opa, nisem nalašč*. In tv-oglas je izrabil prav ta pomen, saj dekle, ki zabije žebelj v steno stanovanja tako močno, da jo podre in zagleda presenečenega soseda in ob tem tudi sama presenečeno reče: »*Opa!*«

3.2. Med nesistemskimi vzorci bomo najprej omenili nekaj primerov sklopov.

(1) Med sklopi velja omeniti okazionalizem *džabest* iz oglasa mobilni telefon Nokia 5230.

Tvorjenka je sklop iz *džabe*, ki je iz srbsčine, v tem kontekstu je ustrezen pomen 'zastoj', in *best* angl. 'najboljše'. S tem je poudarjena ugodna cena aparata ob vseh dodatnih funkcijah in bonusih. Strukturno lahko gre za kombinacijo obeh besed v t. i. prekrivanko: *džabe* + *best* < *džabest*. Izraza sta iz območja slenga in nazorno kažeta druženje dveh tujejezičnih prvin. Druga, sorodna tvorjenka je *džafest*, ki strukturno predstavlja sklop, nastal z odzadnjim krnjenjem *dža*(*be*) + *fest* (*ival*). Ker gre za istega oglaševalca, je vzpostavljena tvorbena analogija in blizuzvočnost očitna ter preišljena *džabest* : *džafest*.

(2) O sklopu s prekrivnimi elementi prav tako lahko govorimo v primeru *cocktačke* < *cockta* + (*kop*)*ačke* iz oglasa za udeležbo na svetovnem prvenstvu v nogometu, ki ga je omogočala nagradna igra z osvežilno pijačo Cockta.

(3) Sklopljena sta lahko krna, nastala z odzadnjim krnjenjem na tri črkovne elemente, npr. *EKOKER* < *eko*(*loška*) *ker*(*amika*); lahko bi jo razložili tudi kot sklop prefiksoida *eko-* in krna.

(4) Tvorbena postopka krnjenja in sklapljanja združujeta kratice. Nastajajo namreč s krnjenjem besed iz besedne zveze do začetne črke, ki se nato sklopijo. Postopek krnjenja do prve črke je tipičen za inicialne kratice. V oglasih najdemo nekaj posebnih primerov. Pri prvem gre za novo opomenjanje prave kratice, izvorno nastale v drugem jeziku, npr. *SEAT* (< *Sociedad Española de Automóviles de Turismo*), ki je pomensko remotiviran s slovensko besedno zvezo *Sedaj Enkratni Akcijski Trenutek*. Drugi primer opomenja citatno zapisan prefiksoid *eco-*, kot bi bil kratica, pa to seveda ni. Proizvajalec oglašuje lososa v naravnem olju, na oglasu je zapisano *ECO+* z razlago *Ekonomična Cenovna Obveza*, kar si potrošnik lahko razlaga, da ni samo ekološko (ker je v naravnem olju), ampak je tudi poceni.

SLIKA 2: ECO+



(5) Zanimivejši je tudi sklop *ABAcen* < *Aba(nka) + cen*, s katero se ponuja ugodna bančna storitev. Zaradi tipografskega elementa (prvi del je zapisan z verzalkami), ga že lahko štejemo h grafoderivatom.

3.3. Termin grafoderivat opredeljuje besede, nastale z izrabo posebnih grafičnih možnosti (Popova 2010: 235-242). Postopek tvorbe takšnih besed se imenuje grafiksacija in pomeni sposobnost oblikovanja besed s pomočjo grafičnih in ortografskih sredstev. Tovrstne tvorjenke avtorica imenuje tudi hibridi ali kentavri, nastajajo s kombinacijo sredstev različnih jezikov in/ali kodov oz. znakov. Glede na to razlikuje več tipov grafoderivacij: monografiksacija (oblikovanje besede z grafičnimi sredstvi znotraj enega jezika), poligrafiksacija ali grafohibridizacija (hkratna uporaba različnih pisav, npr. latinične, cirilične, grške), kodografiksacija (kombinacije različnih grafičnih sredstev oz. sredstev različnih kodnih sistemov – števila, slike, računalniški znaki), tipografiksacija (vključevanje paragrafemskih sredstev – kombinacije normalnega, ležečega, krepkega tiska, zapisovanje črkovnih elementov v besedi višje ali nižje). Veliko tega lahko najdemo tudi v slovenskih oglasih (Stramljič Breznik, Voršič 2009: 826-838), tukaj zato le nekaj najnovejših primerov. Razdelimo jih lahko v dve skupini. V prvi bodo predstavljeni primeri grafično obogatenih slovenskih besed, v drugi skupini pa besede, ki so nastale kot grafoderivati v tujem, navadno angleškem jeziku in so v slovenščino kot take samo prevzete, navadno skupaj z blagovno znamko ali imenom izdelka.

3.3.1. V okviru oblikovanja besede z grafičnimi sredstvi znotraj slovenskega jezika je pogost pojav vključevanje ločil in različne tipografije.

(1) Bistvo oglaševanega je zajeto v tvorjenki in izpostavljeno z velikostjo tiska ali barve. Ime izdelka ali storitve se zgolj na izrazni ravni pokriva

z delom besede, s katero pa ni nujno vselej etimološko povezana, npr. slogan *Bodi ZAKonik* prepričuje volivce v predvolilnem oglasu, da glasujejo za *Družinski zakonik*; začimbne mešanice za žar se oglašujejo z *zaŽARite v poletje*; ekološki vidik lesa v stavbnem pohištvo podjetja Jelovica je izražen v besedi *EKOncept*, ki je prekrivanka, saj je besedo treba brati kot *eko(loški) koncept*.

(2) Pogosto je vključevanje ločil v besede. Pojavlja se lahko oklepaj, ki omogoča dvojno branje, npr. *Prihaja (r)evolucija* 'prihaja revolucija oz. prihaja evolucija'; *Trgovanje se (s)plača* 'dvojna pomenskost se *splača* in se tudi *plača*'; v oglaševanem perutninskem izdelku je uporabljen izraz *O!mega*, ki posrečeno združuje podatek, da je v izdelku olje *omega 3* in hkrati ga lahko razumemo kot slengovski izraz navdušenja *O, mega!*

SLIKA 3: O!MEGA



(3) V besedo se vključujejo tuja črkovna znamenja: *enXna* 'enkratna' *decembrska akcija*.

(4) Črke in znamenja za denarne enote (npr. *SAMOV KOLEDARČEK*), v obliki koledarja so označeni dnevi, ko je možno vnovčiti določene bonuse v trgovini SAM d. o. o.

(5) Črke in znamenja iz elektronske komunikacije (*tuškabin@*), tako se namreč oglašuje mobilni portal operaterja Tušmobil.

(6) Črke in znamenja iz logike (*m>navigator*) iz oglasa za navigacijo prek mobilnega aparata.

(7) Pojavljajo se rade dvozačetnice *TriTim*, ki je ime za spletno agencijo in morda aludira na to, da jih sestavlja tim treh ljudi.

SLIKA 4: TriTim



(8) Posebni tip grafiksacije je gotovo tudi reduplikacija soglasnikov in samoglasnikov, kot je to tipično v medmetih. Tukaj nekaj zanimivih tipov: klimatska naprava se oglašuje za *brrrrrrr ceno*. Oglaševalci so izkoristili pomen medmeta *brr*, ki lahko izraža mraz in s tem poudarili, da naprava resnično hladi in je poceni. Podobno je izkoriščen isti medmet pri oglaševanju ledene kave *Brrrcaffé*. V kategorijo oglasov z uporabljeno reduplikacijo glasov, ki naj asociirajo mraz, sodi v celoti tako zapisan oglas za Opel: *Brr! Zzzima jije ttu! Prripravittte nnanjo ttudi svojjjeega Opla! Brrr! Z uggodnim zimskimmm pregggledom in popppusti v najbbližjem Opel servvvisu!*

SLIKA 5: Brrr!



(9) Opazen je tip besedne igre pri imenu revije *Amam*, ki jo oglaševalec predstavi kot posebno izdajo kuharske revije *Mama*. Tako je naslov lahko razumljen kot odzadnje branje besede *mama* in hkrati v otroški govoricu izražen medmet *am, am* v pomenu 'jedel bi'.

(10) V besedo pa je lahko namesto določene črke vključena slika predmeta, ki je povezana z oglaševanim: veletrgovec Interspar opozarja na košarkarski pokal, ki ga sponzorira, z zapisom POKAL SPAR, črka *o* je nadomeščena s košarkarsko žogo.

SLIKA 6: POKAL SPAR



V besedi POZOR! Pa je črka *o* nadomeščena s sliko ure, s čimer se opozarja, da se približuje čas začetka prireditve.

3.3.2. V vse več slovenskih oglasih pa je danes mogoče opaziti tuje besede, ki prek tujih proizvodov vstopajo v leksiko slovenskega jezika. To velja zlasti za področje športa, kozmetike, mode in mobilne telefonije. Nemalo pa je tudi takih primerov, kjer slovenski oglaševalec uporablja prevzete besede ali tvorbenne vzorce iz globalnega, tj. angleškega jezika, ki so včasih upravičeni zaradi širšega trženja izdelkov ali pa gre prek takih tvorbenih vzorcev zgolj za vzpostavljane kvaziprestiža.

(1) Pogosti so primeri krnjenja citatnih besednih zvez in njihovega sklapanja v nove besede, npr.: *Sexergy* < *Sex* + (*en*)*ergy* 'energijski napitek'; *MaxSan* < *max(imalno)* + *san(irati)* 'čistilo'.

(2) Prenajanje slovenskih besed na podlagi dodatne motivacije iz angleškega leksema, kar je nakazano z oklepajem, ki omogoča dvojno branje, npr.: *s(k)rečka* ← *srečka*, ki jo »skrečaš» 'spraskaš', izhajajoč iz angleškega glagola 'to scratch'.

(3) Velikokrat se pojavi kombinacija črk in števil. Znotraj te so kombinacije številne. Primer *4motion* je iz avtomobilskega oglasa, ki oglašuje, da je voznja s štirikolesnim pogonom pravo razburjenje in čustven užitek (prim. angl. *emotion*), v drugem primeru je krn imena znane blagovne znamke združen z zapisom angleške številke nič (*adiZero* 'znamka športnih copatov Adidas'). Blagovna znamka pripravkov za nego las izhaja iz angleške besedne zveze *It's got to be*, ki jo zapiše v kombinaciji črk in števk kot *got2b*.

SLIKA 7: got2b



Slovenska blagovna znamka barv Helios je pospremljena z izrazom *easy2clean*, ki sporoča, da se zlahka odstranjujejo vsi madeži z zidu, ki je obarvan z oglaševano barvo.

(4) Funkcijo zburjanja pozornosti pa opravljajo anagrami ali premetanke, ki jih oglaševalci napravijo iz imen izdelkov, npr. napitek *Smoothie* se je pojavljal v oblikah *Smthoioe* ali *Somtohie*, kar je zburjalo pozornost naslovnikov, da so rekonstruirali pravo ime.

4. Sklep

Presežek produkcije zvišuje ostro konkurenco na tržišču. Zato je oglaševanje pomemben marketinški segment, ki posega po raznolikih in inovativnih oglaševalnih prijemih, znotraj katerih ima pomembno funkcijo tudi jezik. Prispevek izpostavlja zlasti leksikalne inovacije, med katerimi je mogoče najti uresničene t. i. potencialne, ki imajo manjšo, in t. i. izvirne tvorbeno vzorce, ki imajo večjo kreativnost. Predstavljene okazionalne tvorjenke imajo tako dve funkciji: preizkušajo jezikovni sistem in še pogosteje njegove meje možnega, toda hkrati s tem ostajajo enkratne in pomensko vezane na kontekst oglasa.

Literatura

Bokal L. (1998), *Tipologija novih besed (ob primeru avtomobilskega izrazja)*. [In:] Humar M. (red.), *Slovensko naravoslovno-tehnično izrazje: zbornik referatov s Posvetovanja o slovenskem naravoslovno-tehničnem izrazju*, Ljubljana.

- Kalin Golob M. (2008), *SMS-sporočila treh generacij*. [In:] Košuta M. (red.), *Slovenščina med kulturami*, (Zbornik Slavističnega društva Slovenije, 19). Celovec [i. e.] Ljubljana: Slavistično društvo Slovenije.
- Kryžan-Stanojević B. (2011), *Jezična pogreška, jezična inovacija i kultura jezika*. [In:] Kryžan-Stanojević B., *Inovacije u slavenskim jezicima*, Zagreb.
- Logar Berginc N. (2004a), *Nove tehnologije in nekateri nesistemski besedotvorni postopki*. [In:] Kržišnik E. (red.), *Aktualizacija jezikovnozvrstne teorije na Slovenskem: členitev jezikovne resničnosti (Obdobja, 22)*. Ljubljana.
- Popova T. V. (2010), *Современная массовая коммуникация: типологическая оценка креолизации языковых средств*. [In:] Koriakowceva E. (red.), *Aktualne probleme komparatystyki słowiańskiej: teoria i metodologia badań lingwistycznych*, Siedlce.
- Stramljič Breznik I. (2003), *Besedotvorna tipologija novonastalega besedja s področja mobilne telefonije*. [In:] *Slavistična revija*. Zbornik referatov za XIII. mednarodni slavistični kongres, 15.–21. avgust 2003.
- Stramljič Breznik I., Voršič I. (2009), *Grafoderivati v tiskanih oglasih*. [In:] *Teorija in praksa*, nr 6.
- Stramljič Breznik I. (2010), *Tvorjenke slovenskega jezika med slovarjem in besedi- lom*. Maribor: Mednarodna založba Zora.
- Toporišič J., *Slovenska slovnica*. Maribor ¹1976, ²1984, ³1991, ⁴2000, ⁵2004.
- Urokalo S. (2010), *Odločitev za odgovornost. O oblikovalski etiki in oglaševanju*. Ljubljana: Marketing Magazin, Društvo oblikovalcev Slovenije.
- Vuković P. (2011), *Haller, Jakobson i jezična globalizacija ante litteram*. [In:] Kryžan-Stanojević B. *Inovacije u slavenskim jezicima*, Zagreb.

Spletni in elektronski viri

- Gigafida* – korpus slovenskega jezika (<http://demo.gigafida.net>).
- Slovar slovenskega knjižnega jezika z Odzadnjim slovarjem slovenskega jezika in Besediščem slovenskega jezika z oblikoslovnimi podatki*. Elektronska izdaja na plošči CD-ROM. Ljubljana 1998.

Irena Stramljič Breznik

Nonce Formations in Slovene Advertisements

At the turn of the 21st century, the world has undergone great changes reflecting current global trends towards an amalgamation of local economic, cultural and social structures into broader multinational conglomerates. New products from the areas of mobile phone communication, electronic communication, fashion, cosmetics, car industry, cuisine and sport are heavily promoted by advertising. These new areas are also interesting in terms of linguistic analysis because they keep producing new words. The article focuses on nonce formation from printed, TV and internet advertisements in the Slovene media in the period from 2009 to 2012. The advertisements have been selected randomly from different areas of advertising.

Nonce formations are new words which are not part of the linguistic system and which are not lexicalized as dictionary entries. They are invented causally and often consciously break the word-formational norm to achieve a degree of expressiveness. Due to their brief existence they do not become institutionalized. They are created for a specific occasion and are therefore unproductive and do not fill lexical gaps. Advertisers often use nonce formations to draw the attention of consumers.

The examples of nonce formations in Slovene advertisements are categorized according to their formation into those that are formed according to the systematic models and result in the so-called potential lexis (*slastistika*, *njamček*, *bušček*, *netko*), and those that are formed according to non-systematic patterns (*džafest*, *ekoker*). Special attention is given to graphoderivatives in domestic (*ZAkonik*, *zaŽARiti*, *koledarček*) and borrowed words (*4motion*, *got2b!*, *easy2clean*).

The presented nonce formations have two functions: they test the boundaries of the linguistic system, but at the same time they remain unique and semantically tied to the context of the advertisement.

Е. В. Петрухина

**ОСОБЕННОСТИ СЛОВООБРАЗОВАНИЯ
В ЦЕРКОВНО-РЕЛИГИОЗНОМ ДИСКУРСЕ
РУССКОГО ЯЗЫКА: СТИЛИСТИЧЕСКИЕ
ФУНКЦИИ ЦЕРКОВНОСЛАВЯНИЗМОВ**

1. Церковно-религиозный дискурс

Основываясь на трактовке дискурса в работах М. Фуко, О.Г. Ревзиной, Е. С. Кубряковой и Ю.С. Степанова, мы определяем церковно-религиозный дискурс русского языка как одну из «дискурсивных формаций», как родовую категорию по отношению ко всем произнесенным и написанным текстам, имеющим определенную когнитивную и коммуникативную общность. Когнитивная общность рассматриваемой формации определяется религиозной картиной мира и связанной с ней системой знаний о мире. К коммуникативной составляющей «относятся возможные позиции и роли, которые предоставляются в дискурсе носителям языка – языковым личностям» (Ревзина 2005: 68; Фуко 1996). В церковно-религиозном дискурсе¹ основные коммуникативные позиции (среди возможных) занимают духовные наставники (священство) и верующие миряне.

Изучение церковно-религиозного дискурса подтвердило тезис Ю.С. Степанова о том, что дискурс – это особое использование языка «для выражения особой ментальности». А «особое использование влечет активизацию некоторых черт языка и, в конечном счете, особую грамматику и особые правила лексики» (Степанов 1995: 38–39; Кубрякова 2012: 118), добавим также – особые модели и функции словообразования. Изучение даже некоторых языковых особенностей (в нашем случае особенностей словообразования) отдельной дискурсивной формации выявляет мировоззренческую специфику выражаемых в данном дискурсе знаний.

Церковно-религиозный дискурс представлен целым рядом типов текста, таких как проповеди и послания священства, переводы на русский язык и толкования Священного Писания, объяснения церковных служб, жития святых людей, богословские научные и религиозные публицистические тексты и некоторые другие. «Особое использование языка» в церковно-религиозном дискурсе в определенной степени зависит от конкретного жанра текста. В нашей статье основное внимание уделяется проповедям священства, анализируются также пояснения к церков-

¹ Для краткости используем также термин «религиозный дискурс».

ным службам известного духовного писателя митрополита Вениамина Федченкова.

2. Церковно-религиозный стиль

Русский церковно-религиозный дискурс после революции 1917 г. и до конца 80-х годов XX в не имел полноценных условий для нормального функционирования и не был доступен для лингвистического изучения. В последние два десятилетия, как известно, ситуация кардинальным образом изменилась: русский религиозный дискурс интенсивно развивается, причем с использованием новейших средств информации и коммуникации. Он стал открытым для лингвистического анализа, речь идет даже о новом направлении в российском языкознании – о теолингвистике (Гадомский 2006). В ряде лингвистических работ выделяется и описывается церковно-религиозный функциональный стиль² (Крысин 1996; Крылова 2000, 2003).

Многие исследователи считают, что особенности церковно-религиозного стиля определяется синтезом двух языков – церковнославянского и современного русского (Лопушанская 1997; Прохвятилова 2006). А. А. Волков, используя термин «духовная речь», отмечает, что в различных видах и жанрах духовной речи церковнославянская и русская языковые стилии сочетаются различным образом (Волков 2001: 287–288).

Отличительной особенностью церковно-религиозного стиля является обилие книжных элементов, в том числе с архаически-торжественной и эмоционально-оценочной окраской, церковно-религиозных терминов, а также отсутствие (или ограниченное употребление) разговорной лексики и англоязычных заимствований (Крылова 2003); о фонетических, морфологических, синтаксических чертах данного стиля см. (Прихвятилова 2006). Словообразовательные особенности, несмотря на обширную современную лингвистическую литературу по данной проблематике, специально не изучались, при этом словообразовательные форманты и модели являются важными стилиобразующими факторами.

3. Церковнославянизмы как стилистическая категория

Взаимодействие двух языковых стилий в русских религиозных текстах проявляется прежде всего в употреблении фонетических, лексических, словообразовательных и грамматических церковнославянизмов, а также аллюзий и цитат (в том числе на церковнославянском языке) из

² Термин «стиль» используется здесь в двух значениях: при определении функционального стиля и для обозначения системообразующей категории в традиционной модели языковых стилий: «высокий – средний – низкий».

Священного Писания. Важной чертой церковно-религиозного стиля является использование церковнославянизмов как стилистической категории. Большую стилистическую роль при этом играют **словообразовательные церковнославянизмы** – словообразовательные типы с формантами церковнославянского происхождения: приставками *пре-, пред-, воз-/вос-, низ-/нис-, из-/ис-, со-*, суффиксами *-ств(о), -ейш-* и др., модели сложных слов.

Помимо вошедших в русский язык церковнославянизмов возвышенного характера, которые использовались также в поэзии и публицистике, причем особенно активно до середины 19-го в., употребляются также заимствования из церковнославянских текстов богослужения и Священного Писания, характерные лишь для церковно-религиозного дискурса. Главным средством создания высокого стиля в этом дискурсе является такая категория церковнославянизмов, которую Г.О.Винокур назвал «стилистическими славянизмами» (1959) и о которых писал еще М. В. Ломоносов (см. ниже). Остановимся на данном вопросе подробнее.

Церковнославянизмы (или славянизмы) – это заимствования из церковнославянского языка, которые, по определению Г.О. Винокура, имеют два понимания: «одно – генетическое, другое – стилистическое». В генетическом смысле термин «славянизм» приложим ко всем явлениям русской речи, которые имеют не русское, а церковнославянское происхождение, и при этом «вошли в общее русское употребление», например так называемые неполногласные слова, вроде *нрав, враг* (при русских *норов, ворог*), слова с начальными (*ј*)*е* – *единый* (ср. *один*), *ра-, ла-* (русские соответствия *ро-, ло-*, ср. *равный / ровный*), действительные причастия настоящего времени и др. Другую группу составляют стилистические славянизмы, «не встречающиеся в настоящее время в общем употреблении», например *град, глад, древо, воистину, риза, дева*. Стилистические славянизмы в большинстве случаев представляют «наделенный определенными стилистическими свойствами церковнославянский вариант общепотребительного средства русской речи» (Винокур 1959: 443–448). Стилистические церковнославянизмы имеют «торжественный и поэтический обертоны», отсутствующий у соответствующих русских вариантов (*перст : палец, чело : лоб, дева : девушка, дитя : ребенок, великий : большой, согбенный : согнутый, хладный : холодный*)» (Трубецкой 1990: 121). Н.С. Трубецкой считал, что «богатство стилистических типов» лексики становится возможным «только благодаря сопряжению ... двух стихий – церковнославянской и русской» «в русском литературно-языковом сознании» (Трубецкой 1990: 121–122). Стилистические церковнославянизмы сохраняют высокий стиль русского языка, которым, по определению М.В. Ломоносова,

«преимуществом российский язык перед многими нынешними европейскими, пользуясь языком славянским из книг церковных. ... Мы при-

обрели от книг церковных богатство к сильному изображению идей важных и высоких» (Ломоносов 1952: 589).

Об использовании церковнославянизмов для выражения «идей важных и высоких» пишет также В.В. Виноградов, анализируя роль А.С. Пушкина в создании русского литературного языка:

«В лирической поэзии Пушкин пользовался «славянизмами» и церковно-библейскими образами не только для стилизации «восточного слога», но с конца 20-х годов все шире и разнообразнее для напряжения религиозной и гражданской патетики, для усиления эпической торжественности и глубины, для острых метафорических применений и антитез, для создания семантически осложненных, многозначных символов» (Виноградов 1935: 190–191).

По мнению В.В. Виноградова, считая «церковнославянский язык одной из живых стихий русского литературного языка, – наряду с «национально-русской» и «европейской», А.С. Пушкин «не только оправдал историческую роль церковнославянизмов, но признал их жизненное значение для последующего развития литературы» (Виноградов 1935: 454), а значит и для русского языка.

Подчеркнем, что стилистические церковнославянизмы как основа высокого стиля – это уникальное явление именно русского языка. Поэтому все современные изменения в стилистических системах славянских языков (определяемые как стилистическое снижение), связанные с «демократизацией и colloquialization» устной и письменной речи, официальной и массовой коммуникации (Ohnheiser 2003), соответственно ослабляющие или разрушающие высокий стиль, имеют наиболее значимые последствия именно для русского языка. Многие исследователи пишут о том, что в России печатные и электронные средства массовой информации и коммуникации, звучащая публичная речь по стилю и эмоциональной окраске максимально приблизились к обыденной разговорной речи и даже просторечию, отбросив недавно еще действующие нормативные, стилистические и этические ограничения. По мнению О.Г. Ревзиной, в результате произошедших культурно-социальных и языковых изменений уникальная и дифференцированная стилистическая система русского языка редуцируется «до трехчленной оппозиции: книжность – норма – разговорность», т.е. утрачивается значимость оппозиции «высокое – низкое». «Наибольший урон в этой перестройке терпит стилистический смысл “возвышенность”, наибольшие предпочтения получают жаргон, сленг, арго». О.Г. Ревзина, проанализировав данные русских словарей конца XX – начала XXI вв., в том числе систему стилистических помет, пришла к выводу, что русский язык в настоящее время в своих стилистических потерях достиг «точки невозврата». При этом

высокая лексика вообще уходит из употребления или утрачивает возвышенность, а грубая и сниженная лексика втягивается в разговорность – и тем самым «устраняется разность стилистических потенциалов» (Резвина 2012: 249–250). Основу высокой лексики составляют стилистические церковнославянизмы, судьба которых в русском языке неразрывно связана с историей России.

Г.О. Винокур еще в середине XX века писал «о факте почти полного отсутствия в современном языке стилистических славянизмов» (Винокур 1959: 459). Церковнославянизмы перестали быть «живой и действенной стилистической категорией», потому что были лишены необходимой культурной основы – церковнославянского языка как полноправного участника языковой ситуации. Такой статус церковнославянского языка предполагает его изучение и использование как языка богослужения широкими массами носителей русского языка. В настоящее время ситуация с церковнославянским языком в России постепенно меняется. Церковнославянский язык богослужения гармонично и естественно взаимодействует с возродившимся церковно-религиозным дискурсом русского языка, непосредственно соприкасаясь с членами Церкви и участниками церковно-религиозной коммуникации, число которых постоянно возрастает.

Может ли изменившаяся с этой точки зрения языковая ситуация в России хотя бы в какой-то мере противостоять разрушению высокого стиля в русском языке, о котором пишут многие исследователи? О.Г. Резвина в своем докладе (на тезисы которого мы ссылались выше), признавая, что актуализация религиозного дискурса – это важная составляющая русской языковой ситуации в конце XX – начале XXI вв., тем не менее высказала мнение, что религиозный дискурс потерял свою роль основы высокого, поэтому не может противостоять упрощению стилистической системы современного русского языка.

Поставленный выше вопрос требует особого обстоятельного изучения. Наше исследование, ограниченное производными словами и словообразовательными отношениями в религиозных текстах определенного жанра – проповедях, лишь отчасти может служить ответу на данный вопрос. Тем не менее оно выявило большую частотность в рассмотренных текстах высокой лексики – словообразовательных стилистических церковнославянизмов, взаимодействующих с другими элементами высокого стиля. Кроме того, показательным оказался сопоставительный анализ представленности данных лексем и стилистических помет, их сопровождающих, в толковых словарях русского языка. Результаты проведенного исследования излагаются в следующих разделах.

4. Характеристика проанализированных проповедей

Объектом изучения являются проповеди известных современных проповедников, создавших свои произведения в период с 60-ых годов XX в. до первого десятилетия XXI в. Проповеди как жанр речи описываются в целом ряде публикаций, см., например (Прохватилова 1999; Розанова 2003), но, как мы уже отмечали, словообразовательные отношения, в том числе и в связи с высоким стилем речи, в этих работах практически не анализируются. Не имея возможности остановиться подробно на характеристике проповедей как типа текста, отметим лишь те их дискурсивные особенности, которые имеют самое непосредственное отношение к нашему исследованию.

В проповедях высокий слог речи встречается чаще, чем в других жанрах религиозного дискурса. Это и понятно: говорить естественно высоким стилем можно лишь при соответствующем внутреннем состоянии, причем как самого проповедника, так и слушателей, – такое состояние достигается во время и после богослужения. Проповеди произносятся (хотя могут быть предварительно написаны) священником перед паствой, т.е. строятся «от лица к лицу». По мнению известного русского публициста и православного философа Ю.Ф. Самарина, «главное, существенное условие проповеди есть личность проповедника» (Самарин 1996: 304). Мы анализируем проповеди, таких известных архиереев, как святитель Лука (Войно-Ясенецкий), архимандрит Иоанн (Крестьянкин), митрополит Иоанн (Снычев), архимандрит Кирилл (Павлов), митрополит Вениамин (Федченков) (о которых можно найти подробную информацию в Рунете), всей своей жизнью и творчеством соответствующих тому высокому идеалу, который они проповедовали.

Рассмотренные проповеди, обладая отмеченными выше общими признаками, конечно, характеризуются авторской индивидуальностью, в том числе и в соотношении высоких, книжных и нейтральных элементов. Так, произведения архимандрита Иоанна (Крестьянкина) и святителя Луки (Войно-Ясенецкого), по нашим наблюдениям, более последовательно выдержаны на уровне высокого стиля, чем других авторов. При этом в проповедях и посланиях архимандрита Кирилла (Павлова) довольно много архаичных лексем и форм, в том числе сложных слов, которые не выходят за границы религиозного дискурса. А.А. Волков, называя митрополита Иоанна (Снычева) «классиком современной русской духовной прозы», рассматривает его проповеди в «Курсе русской риторики» (2001) как образец ораторского искусства, в котором происходит органичное слияние различных выразительных средств – от высоких до нейтральных. По нашему мнению, проповеди всех названных архиереев

можно отнести к образцам современной духовной прозы, русского церковно-религиозного дискурса.

5. Словообразовательные церковнославянизмы среди других языковых элементов высокого стиля проповедей

Основное внимание в нашем исследовании, как мы неоднократно отмечали, уделяется словообразовательным церковнославянизмам, их семантике и функциям. Производные слова, в акте образования которых взаимодействуют когнитивные, коммуникативные, дискурсивные, личностные и собственно языковые (системные) факторы (Кубрякова 2000: 14–15), играют большую роль в создании высокого стиля анализируемых текстов. Другие языковые средства – лексические и грамматические – рассматриваются здесь опосредованно в связи со словообразованием.

Словообразованию старославянского языка, характеризующемуся развитой системой аффиксов, посвящена обширная лингвистическая литература, см., например (Цейтлин 1977; Ефимова 2006; Улуханов 2004). Использование словообразовательных ресурсов церковнославянского языка в современном русском языке, а также церковнославянские (греко-византийские) модели сложных слов в русском языке были рассмотрены автором данной статьи в двух других публикациях, в основе которых лежат доклады, сделанные на заседаниях Словообразовательной комиссии при МКС (Петрухина 2012, 2010а). В частности на материале широко известных проповедей арх. Иоанна Крестьянкина было показано, что церковнославянские по происхождению словообразовательные форманты и модели играют важную роль в создании высокого стиля проповедей. Были проанализированы словообразовательные стилистические церковнославянизмы с аффиксами *пре-, пред-, из-/ис-, воз-/вос-, со-*, суффиксами *-ство, -стви(ј)-, -ейи/-айи-*, а также некоторые церковно-славянские модели сложных слов (Петрухина 2012). В данной статье мы продолжаем исследование семантики и функций словообразовательных церковнославянизмов в наиболее популярных и распространенных религиозных текстах – в проповедях, уделяя основное внимание **особым дискурсивным значениям и функциям** дериватов.

Прежде чем приступить к дискурсивному анализу считаем необходимым показать плотность употребления дериватов с перечисленными выше формантами в проповедях и их взаимодействие с лексическими и грамматическими церковнославянизмами, также высокого стиля.

Приведем несколько отрывков из произведений архимандрита Иоанна Крестьянкина, святителя Луки (Войно-Ясенецкого), митрополита Иоанна

(Снычева), митрополита Вениамина (Федченкова), архимандрита Кирилла (Павлова)³ как образцы русских духовных текстов высокого стиля (полужирным шрифтом выделены словообразовательные церковнославянизмы, остальные церковнославянизмы – лексические, морфологические и синтаксические – подчеркнуты; отмечены подчеркиванием также особые орфографические правила употребления заглавных букв)⁴.

(1) Явлено миру странное и преславное таинство: темный вертеп стал небом, ибо в нем воссиял свет Божества; ясли для корма скота вместили невместимого всей Вселенной Бога; Престол Херувимский, на котором восседает Бог, заменен Пречистой Девой, на груди Которой возлежит ныне непостижимо для нас вочеловечившийся Предвечный Христос Бог (Свят. Лука., 2009: 15).

(2) Она была сродна нам по человечеству, познала и девство, и материнство, вдовство, бедность, горе и унижение, – когда в Сыне Ее на Голгофе оскорблялось и убивалось все Ее заветнейшее и священнейшее (арх. Иоанн).

(3) Праведный Симеон, который, по преданию, жил триста шестьдесят лет, ибо было ему предсказано, что не увидит он смерти, пока не увидит Христа Спасителя, когда взял на руки Младенца Христа, то духом возрадовался и воспел дивную песнь: Ныне отпущаеши раба Твоего, Владыко, по глаголу Твоему, с миром, яко видесте очи мои спасение Твое (Лк. 2, 29-30). Его очи видели спасение миру, и потому он спокоен и отраден и мирно, спокойно умрет. Но чтобы такую песнь мог при смерти воспеть и каждый из нас, для этого нужно и нам стать Богоприимцами и Богоносцами (арх. Кирилл).

(4) Пасхальное богослужение воистину подобно великолепнейшему пиру, который Господь приготовил всем притекающим под благодатную сень Его Дома. Мы, возлюбленные мои,

3 Используем следующие сокращения для обозначения авторства примеров: архимандрит Иоанн Крестьянкин – арх. Иоанн, святитель Лука (Войно-Ясенецкий) – свят. Лука, митрополит Иоанн Снычев – митр. Иоанн, архимандрит Кирилл Павлов – арх. Кирилл, митрополит Вениамин Федченков – митр. Вениамин.

4 См. адреса электронных ресурсов проповедей арх. Иоанна, свят. Луки, архим. Кирилла, митр. Иоанна, митр. Вениамина соответственно:

<http://pravbeseda.ru/library/index.php?page=book&id=745>;

<http://lib.pravmir.ru/library/readbook/2238>;

<http://www.wco.ru/biblio/books/kirillp3/Main.htm>;

http://goldenship.ru/knigi/8/ioann_snichev_golos_vechnosti.htm#q92;

<http://klikovo.ru/db/msg/5661>.

Примеры из этих источников приводятся без указания названий проповедей, ссылки даются лишь на книжные издания.

в эти дни радостно приветствуем друг друга, произнося: “*Христос воскрес!*” — и будем так приветствовать в течение сорока дней, до дня **Вознесения Господня**. Всего два слова! Но это дивные слова, выражающие неколебимую веру в отраднейшую для сердца человеческого истину о нашем бессмертии (арх. Иоанн).

(5) Грех **самопревозношения**, или грех гордости, – это очень коварный змей, который, прокравшись в наши сердца, подчас даже представляется нам ангелом света, и мы сладостно внимаем его лукавым советам, не понимая, что они отлучают нас от **Божественной** любви, удаляют от союза с Богом. И как неразумные овцы, бываем мы уловляемы злокозненным змием гордыни и ведомы на заклятие (митр. Иоанн).

(6) Великий дар свободы — избрать благое или злое — делает нас сотворцами своему **Творцу** — Богу или соучастниками губителя своего — врага рода человеческого. ...Истинный **христианин** во всех обстоятельствах жизни, при всех случаях помнит, что он наследник неба, **сонаследник Христу** и поступает сообразно своему предназначению (арх. Иоанн).

(7) Любовь – это огонь, который **пожигает** в себе все прочее. Любовь есть предел. Это и в человеческой любви. Еще более – в любви к Богу: здесь Сам Бог-Любовь **возжигает** сердце человека Собою, и оно уже ни о чем ином не может ни помышлять, ни просить, ни даже благодарить. Оно тогда может только быть в **блаженном** восторге, в восхищенной взаимной любви (митр. Вениамин 2001: 43).

В данных отрывках, стиль которых мы определяем как высокий, употреблены следующие словообразовательные стилистические церковнославянизмы: с приставками *воз-*: *воссиял, восседает, возлежит* (текст №1), *возрадовался, воспел, воспеть* (3), *Вознесения* (4), *возжигает* (7); *пре-*: *преславное, Пречистой* (1); *со-*: *сотворцами, сонаследник* (6); *из-*: *избрать* (6); суффиксами *-ейш-*: *заветнейшее, священнейшее* (2), *великолепнейшему, отраднейшую* (4); с суффиксами *-ств-*: *таинство, Божества* (1), *по человечеству, девство, материнство, вдовство* (2). Высокий стиль деривата с церковнославянской приставкой *пред-* определяется мотивирующей лексемой и семантикой деривата в целом: *Предвечный* (1), а у производных прилагательных со стилистически нейтральным суффиксом *-енн* зависит от мотивирующих слов и сочетаемости: *Божественной любви* (5), *в блаженном восторге* (7). Стилистическая маркированность глаголов *помышлять, пожигать* (7) создается за счет их потенциального характера как видовых коррелятов глаголов СВ *помыслить* и *пожечь*. Производное слово *во-человечиться* в форме *во-человечившийся* (1), а также несколько сложных слов, образованных по церковнославянским (соответственно греко-византийским)

моделям: *Богоприимцами*, *Богоносцами* (3), *злокозненным* (5), относятся к религиозной лексике, которая употребляется только в церковно-религиозном дискурсе. Во всех толковых словарях русского языка (см. перечень в списке литературы) прилагательное *злокозненный* имеет помету *устар.* Композиты *самопревозноситься* и *самопревозношение* (3) ни один из словарей не включает, хотя в православных текстах последнее слово довольно часто⁵. Архаичность и книжный характер данных сложных слов также способствует выражению стилистической маркированности приведенных отрывков.

Словообразовательные стилистические церковнославянизмы органично сочетаются с лексическими, грамматическими и орфографическими церковнославянизмами (в примерах они подчеркнуты), также стилистически маркированными. Гармония языковых средств разных уровней, имеющих церковнославянское происхождение, создает торжественно-возвышенный стиль данных проповедей, которые при этом характеризуются индивидуальной речевой манерой каждого автора.

6. Дискурсивные особенности семантики словообразовательных церковнославянизмов

В результате проведенного анализа (как в упомянутых выше работах автора, так и в данном исследовании) мы пришли к выводу, что наиболее яркими и частотными словообразовательными средствами создания высокого стиля в церковно-религиозном дискурсе выступают приставки ВОЗ- (ВОЗО-, ВОС-), НИЗ- (НИС-), ПРЕ-, так как они непосредственно сами являются показателями возвышенности, соответственно большая часть дериватов, образованных при помощи данных приставок, относится к высокой и книжной лексике. Кроме того, эти приставки получают в религиозных текстах особые значения, которые мы определяем как дискурсивные: они представлены только в религиозном дискурсе. В толковых словарях русского языка эти значения отражаются непоследовательно.

6.1. Глаголы с приставкой ВОЗ- (ВОЗО-, ВОС-)

В четырехтомном толковом словаре русского языка по редакции А. П. Евгеньевой (более известном как Малый академический словарь – МАС, 1984) у приставки ВОЗ- выделено пять значений, при этом отмечено, что «глаголы с этой приставкой в большинстве своем книжные с оттенком торжественности». Характерно, что ряд глаголов с этой пристав-

⁵ Показатель частотности лексемы самопревозношение в Рунете – 15700 употреблений, в основном за счет православных сайтов, данные на 20.09.12.

кой в МАС, а также в других толковых словарях русского языка, изданных в 40–80-х годах XX в., имеет помету *устар.* Как устаревшие характеризуются такие глаголы со значением начала действия или состояния, как *возрадоваться, возгореться, воссиять* (последний глагол не имеет пометы *устар.* в словаре С.И. Ожегова (Ож., 1992), *возликовать* (как устаревший помечен только в словаре Д.Н. Ушакова (Уш., 1940), *возлюбить, возрптать* (помету *устар.* имеют все словари, кроме словаря Д.Н. Ушакова).

Похожая картина наблюдается в оценке архаичности глаголов со значением движения вверх (в скобках отмечаются словари, имеющие помету *устар.*): *возвести* (Ож., 1992), *вознести(сь)* (Уш., 1940), *возносить(ся)* (Уш., 1940), *воздеть, воздевать (руки), воспарить* (для трех последних глаголов – Уш., Ож., МАС). Глаголы с приставкой ВОЗ- (ВОС-), прежде всего со значением движения вверх и начала действия, частотные в проанализированных проповедях, являются показателями высокого стиля речи, способной «возносить сердца... к неизмеримо высшему и лучшему» (арх. Иоанн). Передавая этот высокий смысл производные глаголы с приставкой ВОЗ- в примерах, приводимых выше (1, 3, 4, 7) и ниже (8–12), гармонично сочетаются с окружающим контекстом и не воспринимаются как архаичные, ср.:

(8) Слышите вы, прямо к Богу **восходят, восходят** к Божию престолу..., нигде не останавливаясь, милостыни наши и дерзновенно и быстро **возносятся** к самому Богу (свят. Лука).

(9) А какие теплые, пламенные и усердные молитвы **возносят** уста матери к Престолу Всевышнего за своего ребенка! (арх. Кирилл).

(10) Всемилостивая Заступница **восхотела** дать людям как бы небесный залог Своей любви к ним – честные Свои иконы (арх. Кирилл).

(11) Для бесчисленного множества уверовавших в воплотившегося Сына Божия и **возлюбивших** Его всем сердцем открылся путь в Царство Небесное (арх. Иоанн).

(12) Да **воспещуем** спасительным путем, **восходя** по ступеням духовного совершенства, чтобы очистить себя от всякого греха и достигнуть вечной блаженной жизни во Христе Иисусе Господе нашем...! (митр. Иоанн).

Динамично развивающийся церковно-религиозный дискурс, активно использующий высокую лексику, в частности рассмотренные выше глаголы с приставкой ВОЗ-, способствует обновлению многих лексем, имеющих в словарях советского периода помету *устар.* В Большом толковом словаре русского языка С.А. Кузнецова (Куз., 1998) все рассмотренные выше глаголы, будучи отнесенными к высокой или книжной лексике, уже не имеют соответствующей пометы. Стиль одной группы глаголов с приставкой ВОЗ- отмечен как высокий непосредственно в словарной статье о данной приставке: «*Высок.* Обозначает торжественность, не-

обычность совершения действия, состояния: *воссесть (на престол), восседать (на троне), возвести (в сан), воскурить (фимиам), возлечь (куда-л.), возлежать (где-л.), воспеть (подвиг), воззвать (к народу)*» (Куз., 1998).

Все эти глаголы, выражая торжественность и возвышенность обозначаемых действий, часто встречаются в исследованных проповедях (см. примеры 1, 3). При этом исключительно эти глаголы употребляются, если речь идет о действиях Господа Иисуса Христа и Богородицы, а вместе с ними и апостолов и святых праведников. Например:

(13) Маленький безвестный Вифлеем, и в нем, в убогом вертепе, бедные „скотии ясли“ стали для всего мира центром внимания и точкой отсчета нового времени, ибо в них **возлеж** Невместимый Христос Бог (арх. Иоанн).

(14) Сионская горница. Тихо мерцает светильник. За трапезой **возлежат** Христос и Его ближайшие ученики (митр. Иоанн).

(15) Господь **восседал** на осленке, сопровождаемом ослицей, и горько плакал... (свят. Лука).

(16) Ныне Матерь Божия **восседает** одесную Сына Своего (арх. Кирилл).

(17) Он пришел на землю на **восстание** всем людям, всем народам. Он пришел для того, чтобы спасти все человечество, всех людей **возвести** на подобающую им нравственную высоту и, сделав их достойными Неба, привести к Отцу Небесному (арх. Кирилл).

Глаголы *возлечь – возлежать, воссесть – восседать* в МАС (1984) интерпретируются как устаревшие, словарь С.И. Ожегова (1992) дает две пометы: «устар. и шутил.» (для *возлечь* и *возлежать*) или «устар. и ирон.» (для *воссесть* и *восседать*). Действительно, высокая лексика в не соответствующем ей по стилю контексте обычно выражает иронию. Об этом свидетельствует анализ употребления данных глаголов в средствах массовой информации, в которых глаголы *возлечь, возлежать* употребляются, как правило, иронично. В газетном подкорпусе Национального корпуса русского языка (НКРЯ) представлены только разговорно-ироничные типы употребления рассмотренных глаголов, приведем несколько примеров:

(18) На кресле у окна **возлежит** виновник суеты – огромный Чебурашка (Известия, 2004.03.18). Устремляя вожделенные взгляды в мониторы, напротив машин восседают игроки (Комс. правда, 2011. 04. 17). Ср. также: В картине по большей части супруг **возлежит** на кровати и режется в карты (mk.ru. 1 июня 2012).

При этом в газетном корпусе НКРЯ не зафиксировано употребление таких глаголов высокого стиля, как *восшествовать, восхотеть, дру-*

гие глаголы с приставкой ВОЗ-/ВОС- употребляются с разной степенью стилистического понижения.

Таким образом, наше исследование позволяет сделать вывод, что словообразовательные типы глаголов с приставкой ВОЗ- (ВОС-) в церковно-религиозном дискурсе проявляют активность. Соответствующие производные частотны, они выступают как яркие выразители высокого стиля проповедей. Современный церковно-религиозный дискурс способствует обновлению высокой и книжной лексики церковнославянского происхождения, которая в толковых словарях русского языка до 80-х годов XX века рассматривалась как устаревшая. Этот факт обновления отражает Большой толковый словарь С.А. Кузнецова (Куз., 1998), включающий рассмотренные глаголы без пометы *устар.* Кроме того, в проповедях пространственные глаголы (типа *восседать, возлежать*) и некоторые другие (*воззвать, воспеть*) выражают максимальную степень возвышенности действия, указывая на божественность субъекта действия или его непосредственную связь с высшим миром.

6.2. Глаголы с приставкой НИЗ- / НИС-

Приставке ВОЗ-/ВОС- в значении 'направление вверх' в религиозном дискурсе противостоит приставка НИЗ-/НИС-, выражающая направление сверху вниз, причем речь идет, как правило, о духовном движении. Ср. оппозицию глаголов с этими приставками в одном контексте:

(19) И обратите внимание: для Господа Богородица является той лестницей, по которой Господь **нисходит** к людям, а для нас — эта же лестница **возводит** нас от земли на небо (арх. Иоанн).

Глаголы с приставкой НИЗ-/НИС- относятся к книжной и высокой лексике. Они обозначают духовное схождение благодати в наш мир из мира Божественного (20–22) либо духовное падение во всех его проявлениях, в том числе и низвержение с небес (23).

(20) Вот и настроим себя к тому, чтобы исполнять Божии заповеди, преодолевая все трудности на спасительном пути. И тогда милость Божия **низойдет** на нас, укрепит и сохранит от всякого зла (митр. Иоанн).

(21) «Господи, в несении креста моего, Твоей десницей мне **ниспосланного**, укрепи меня вконец изнемогающего», — молит сердце (арх. Иоанн).

(22) О великий, непрекращающийся ток силы Божией, ощутимый в **нисхождении** Духа Святого в наши души (арх. Иоанн).

(23) Падают только сверху вниз, и **низвержение** сатаны с неба на землю свидетельствует о том, что небеса – эта сфера духовного бытия – гораздо выше бытия материального (свят. Лука).

Примечательно, что в словарях советского периода типичные глаголы с данной приставкой *ниспослать*, *ниспосылать* имеют помету *устар.*, в словарях конца XX – начала XXI вв. (Куз., 1998; Ефр., 2000) такие пометы у этих глаголов отсутствуют.

6.3. Имена с приставкой ПРЕ-

В современном русском языке приставка ПРЕ- продуктивна при образовании прилагательных со значением высшей степени качества, названного мотивирующим словом, например *предобрый*, *премилый*, *преотличный*. В толковых словарях русского языка нет единства в представлении соответствующих дериватов, более последовательно они представлены в словаре Т.Ф. Ефремовой (2000), где именная приставка ПРЕ- рассматривается как формообразовательный аффикс, что подчеркивает ее продуктивность. В этом словаре имеются отдельные статьи для наиболее употребительных суперлативов: *прегрязный*, *прекислый*, *прегрустный*, *премягкий*, *пресветлый*, *прехолодный*, *прегорячий*, *преострый*, *преширокий*, *прегордый* и др. Но не отмечены многие другие возможные дериваты, например *пресоленый*, *претвердый*, *пренежный*. Такая непоследовательность отчасти объясняется речевой практикой: многие из приведенных производных возможны лишь в сложных конструкциях с соответствующим бесприставочным прилагательным – *соленый-пресоленый*, *твердый-претвердый* и т.п.

В церковно-религиозном дискурсе именная приставка ПРЕ-, сохраняя значение высокой степени признака, выполняет дополнительную дискурсивную функцию – выражает отнесенность признака к сфере Божественного, например в таких словах, как *премудрый*, *премудрость*, *превечный*, *пречистая*, *преблагая*, *преблаженная*, *пресвятая*.

Е.М. Верещагин убедительно показал, что *мудрость* и *премудрость* в текстах Священного Писания связаны с разграничением человеческого, естественного, мирского, практического знания и сверхразума, «который или составляет одно из сущностных качеств Бога или же свыше даруется человеку» (Верещагин 2006:388). Е.М. Верещагин сопоставил лексемы *мудрость* и *премудрость* с их древнегреческими соответствиями, показав, что славянские слова не являются простыми кальками с древнегреческого. «В греческом Новом Завете концепт *божественной премудрости* (в отличие от разумности человека) передается не лексически, а только контекстом». В переводе греческого Евангелия на старославянский язык первоучителями Кириллом-Константином и Мефодием отмеченное лексическое противопоставление *мудрости* и *премудрости* «проведено со-

вершено последовательно». В греческом языке прилагательные с приставкой *ὑπερ* (ее соответствия в старославянском и русском языках – *сверх-, пре-, все-, гипер-*) «не получили большого распространения», тогда как «в славянских переводах приставкой ПРЕ- постепенно стали снабжать весьма многие именованья качеств Божества» (Верещагин 2006: 394). В «Акафисте Сладчайшему Господу нашему Иисусу Христу» содержится целый ряд таких суперлативов: *пречудный, пресильный, пресладкий, преславный, прелюбимый, предивный, претихий, премилостивый, милосердый, преблагий, превышший* и многие другие, т.е. в церковнославянском языке русской редакции продолжается кирилло-мефодиевская традиция. Русский церковно-религиозный дискурс также сохраняет эту традицию, так, при переводе с церковнославянского языка на русский данного акафиста приведенные выше определения Бога с приставкой ПРЕ- остаются без изменения (Верещагин 2006: 394).

И в проанализированных проповедях сильна кирилло-мефодиевская традиция – стремление, используя богатейшие деривационные возможности русского языка, выделить, отметить Божественные качества. Соответственно слово *премудрость* употребляется только по отношению к Божественному знанию⁶, причем в проповедях арх. Иоанна это подчеркивается и орфографически – *Премудрость* пишется с заглавной буквы (24–26):

(24) Просто и убедительно посрамила **Премудрость** Божия человеческие заблуждения.

(25) Знаем, что число Ангелов неисчислимо велико и что **Премудрость** Божия учредила удивительный порядок в этом Небесном воинстве, создав ангельскую иерархию...

(26) Ведь **Премудрость** Божия так сотворила человека, что без него самого или против его воли ни спасти, ни погубить человека нельзя.

Прилагательное и наречие *премудрый, премудро* также характеризует действие Бога (27, 28). *Премудрость* распространяется на апостолов (29) и на святых праведников, она противопоставлена *мудрости* века сего (30)

(27) „...Милости Господни исполнь земля“ (Пс.32,5), — в этом мы усомниться не можем — так дивно и **премудро** сотворен мир (арх. Иоанн).

(28) Как попечительно, всеблагостно, **премудро** созидает Господь наше спасение! (митр. Иоанн).

(29) На этом Евангелии Богослова лежит необычайно яркая печать величайшей **премудрости**, величайшего знания тайн Божиих (свят. Лука).

⁶ В изученных текстах названных выше проповедников мы нашли лишь один пример, не соответствующий данному утверждению.

(30)...В этом великая Божия **премудрость**. А вы, мудрецы века сего, не понимаете того, что от Духа Святого, понимаете только то, что от мира (свят. Лука).

Таковую же семантико-стилистическую функцию, ограниченную религиозным дискурсом, выполняет приставка и в других прилагательных, таких как *преблаженный, превечный, пресвятой, преблагой, премилосердный, пречистый, преподобный*. Эти высокие определения в церковно-религиозном дискурсе употребляются по отношению к Богу, Богородице и святым угодникам Божиим. Например:

(31) Но сегодня Святая Церковь, еще продолжая праздновать Рождество Богоотроковицы, предлагает нам воздать благодарную молитвенную память тем, кому мы обязаны появлением Ее в мире. Это родители **Пресвятой, Пречистой и Преподобной** Владычицы нашей Богородицы — Иоаким и Анна! (арх. Иоанн).

(32) Силу и власть Креста составляет великая жертва — крестные страдания Спасителя, начиная с несправедного осуждения Его на смерть до прободения ребра Его **пречистого тела**, из которого истекли кровь и вода, питающие мир в Жизнь Вечную (арх. Иоанн).

(33) **Преизобильно** излил **Премилосердный** Господь всесильную благодать Свою на смиренного кронштадтского подвижника (митр. Иоанн).

Заметим, что в приведенных предложениях с тем же значением наивысшего, Божественного проявления качества употребляется также префикс *все-* в дериватах *всеблагостно* (28), *всесильный* (33, 34) и других, см. (34):

(34) О ты, Божественная любовь Отца **всемогущего** и **всеблаженного** Сына святое общение, **всесильный** Утешитель Дух... Войди **всемогущею** силою Твоею внутрь сердца моего... (отрывок из перевода молитвы блаж. Августина, приведенной в проповеди арх. Иоанна).

Но для выражения высочайшего, Божественного качества в проанализированных текстах преобладают все же дериваты с приставкой ПРЕ-.

Современные толковые словари отражают особые христианские значения именных дериватов с приставкой ПРЕ- эпизодично, непоследовательно. Так, словарь Т.Ф. Ефремовой (2000), в котором, как говорилось выше, содержится наибольшее количество суперлативов с данной приставкой, отмечает такое значение лишь у слов *преблагой* («превосходящий всех в благодати, употр. как эпитет по отношению к сл.: Бог, Богородица и т.п.») и *пресвятой* («превышающий всех в святости, употребляется как постоянный эпитет при словах: Бог, Богородица и т.п.»). Остальные же суперлативы, в религиозном дискурсе относящиеся только

к сфере Божественного, в данном словаре либо отсутствуют (как, например, *преблагословенный*), либо не отражают соответствующего значения (например, *пречистый* не имеет пометы, что *пречистая* – это эпитет Богородицы). Словарь С.А. Кузнецова (1998) включает из рассмотренных слов лишь *пресвятой*: «превосходящий всех в святости (о Боге, Богородице и т.п.)». В Толковом словаре русского языка конца XX в. (Скляревская 1998) представлено два имени прилагательных с приставкой ПРЕ-, причем в форме женского рода: *Пречистая* («эпитет Богородицы») и *Пресвятая* («в православии эпитет Богородицы и Святой Троицы»), имеется также комментарий: «в словарях советского периода слово не представлено». Действительно, в словарях этого периода мы нашли лишь одно слово с приставкой ПРЕ- из приведенных выше: в словаре Ушакова прилагательное *пречистый*, с пометой «эпитет Богородицы (церк. и нар.-поэт.)».

Таким образом, сопоставительный анализ производных глаголов и имен с приставками ВОЗ-, НИЗ-, ПРЕ- в церковно-религиозном дискурсе и в толковых словарях русского языка демонстрирует результат секуляризации русской языковой картины мира, которая особенно последовательно проводилась в лексикографической практике советского периода. При этом считаем важным подчеркнуть, что современные толковые словари конца XX и начала XXI вв. реагируют на оживление русского церковно-религиозного дискурса, меняя стилистические пометы у рассмотренных церковнославянизмов, но делают это непоследовательно.

7. Словообразовательный «орнамент»

В целом ряде изученных нами текстов реализуется особый склад их построения, аналогичный складу «орнаментальной прозы», «плетения словес», характерный прежде всего для поэзии и древнерусской литературы и связанный с такими «фигурами речи», как повтор слов и однокоренных дериватов. В создании таких стилистических фигур важную роль играют словообразовательные средства.

Д.С. Лихачев отмечал, что большое значение в орнаментальной прозе имеет повтор однокоренных слов, на основе которого возникает лейтмотив текста. «Повторяются и сочетаются не случайные слова, а слова „ключевые“ для данного текста, основные по смыслу». И это не просто языковая игра. Все направлено на создание «сверхсмысла», который не противоречит «смыслу»: «он углубляет его, придает ему новые оттенки ... требует осознания читателем глубинного значения» (Лихачев 1979: 117–122).

«Глубинное значение» в проповедях создается при помощи производных однокоренных слов и актуализации семантических словообразовательных связей, что создает особые стилистические фигуры, которые позволяют предельно четко выразить основные идеи, привлекает внима-

ние слушателей и воздействует на них. Так, основной темой следующего отрывка (35) из проповеди архим. Иоанна (Крестьянкина) является утверждение вечной жизни, которая возможна только в соединении с Богом. Эта тема выражается при помощи повтора родственных производных слов: на 115 слов приведенного отрывка (с учетом всех служебных слов) приходится 13 употреблений 5 родственных слов с корнем жи-

(35) „Аз есмь Путь и Истина и **Жизнь**“, — говорит Он о Себе в Священном Писании. И сила Божия неминуемо является вместе с Богом в нашу **жизнь** в Таинствах Церкви, становясь в нас источником **живой** воды, текущей в **Жизнь** Вечную. Истина — это есть и слово Божие — **живое**, всегда действенное, ведущее жаждущего путника по пути **жизни** ... Истина — это и Дух Истины, Дух Святой, Дух Божий, от Отца исходящий, Сыном же являемый... Вот три **живоносные** струи одного Источника — Источника **Жизни** Духа. Но лишь вера во Христа дарует познание этой **живоносной** истины. А вот и еще последнее условие, без которого завянет росток **ожившего** духа. Надо нам **жить** истиной каждую минуту, надо ощущать свою **жизнь** постоянно в присутствии **Живого** Бога.

Основной идеей проповеди свят. Луки, отрывок из которой приводится ниже (36), является утверждение, что для единения с Богом надо очистить свое сердце от всякой скверны и грязи. В выражении этой идеи участвуют ряды противопоставленных родственных слов: с одной стороны – *чистый, чисто, чистота, очистит, очищение*, с другой – *грязь, загрязнено и скверна, скверное, осквернено*, а также тематические ряды глаголов, объединенных смыслом чистоты жилища (в прямом и символическом смысле).

(36) А Бога Отца и Бога Духа Святого будем видеть только духовными очами. Чей же дух сподобится этого высшего счастья? Только дух **чистый**, только **чистые** сердцем Бога узрят, только те, в которых нет никакой **скверны**, ибо ничто **скверное** не войдет в новый Иерусалим. Чтобы сподобиться пребывания в этом вечном граде, все время нашей земной жизни надо посвятить одному великому делу – **очищению** сердца своего. Как же **очистить** сердце? Разве не знаете вы, как вы содержите в **чистоте** жилища ваши: вы **метете** и **моете** полы, **выметаєте** паутину и всякую грязь, **моете** окна и двери, **стираете** скатерти и занавески; и только тогда, если постоянно заботитесь о **чистоте** жилища, **чисто** оно. Совершенно так же надо заботиться о **чистоте** сердца: надо изо дня в день смотреть, нет ли в нем какой **грязи**, надо строго следить, чем и когда **осквернено** и **загрязнено** оно, надо эту **скверну**, эту **грязь** немедленно смывать. Чем смывать? Слезами, слезами покаяния. Это и есть задача жизни нашей.

Проповедники не боятся повторения однокоренных слов, напротив, повтор, подчеркивающий основную тему, идею проповеди, лежит

в основе организации всего текста. Такой своего рода содержательный (по сути) и словообразовательный (по форме) орнамент, основанный на повторении родственных слов, духовными писателями часто используется и при толковании богослужения и новозаветных текстов. Данный раздел мы завершаем двумя отрывками из книги православного проповедника и писателя митр. Вениамина (Федченкова) «О богослужении Православной Церкви» (2001) с целью показать стилистическое сходство проповедей с другими текстами церковно-религиозного дискурса. В первом отрывке (37) словообразовательными средствами выражаются разные проявления благодарности Богу: это и деятельность, действие (*благодарение, благодарит*), и чувство (*благодарность*), и качество (*благодарный*). Во втором отрывке (38) имеются всего три родственных слова (*любовь, Любимый, Любящий*), раскрывающие суть этого чувства, при этом основное слово *любовь* повторяется 8 раз в разнообразных сочетаниях.

(37) О, как понятен восторг **благодарения** Церкви! Но из раскрытия этого сочетания мы можем уже окончательно убедиться, насколько господствует над всем в Евхаристическом каноне именно идея и чувство **благодарности**, что даже во время Жертвы Церковь **благодарит**! Следовательно, сделаем отсюда и дальнейший вывод: Жертва ... дает основание, материал, повод к главному содержанию ее, к **благодарной** хвале Богу. Воспринятое Искушение — радостная **благодарность**.

(38) Нам нужно, непременно нужно почувствовать эту исходную точку всего дальнейшего дела спасения: неизреченную, бесконечную **любовь** Божию... И душа человеческая зажигается этой **любовью** Бога: **любовь** почти всегда вызывает, зарождает, зажигает взаимную **любовь**. Почувствовав **любовь** к себе Бога, человек воспламеняется и сам ею же к Нему. Но когда совершится это в душе, тогда уже точно теряются границы, стирается то „расстояние“, о коем я упомянул выше, и душа, точно „забывши“ и собственное ничтожество, и несказанное величие Бога, будто равноправная, изливает лишь свой восторг **любви** к **Любимому** и **Любящему**... И тут уже не столько проявляется благодарность, сколько ощущение взаимной **любви** или счастье, блаженство **любви**...

Лейтмотивами рассмотренных текстов выступают такие важные христианские содержательные категории, как ИСТИНА, ПОКАЯНИЕ, БОРЬБА С ГРЕХОМ, СПАСЕНИЕ, БЛАГОДАРЕНИЕ, ЛЮБОВЬ. Эти категории являются «сверхсмыслами», при помощи которых проповедники стремятся раскрыть суть христианского вероучения Православной Церкви.

8. Краткие выводы

По содержанию проанализированные проповеди возвышены над обыденностью, направлены на Божественный идеал, в них выражаются этические категории любви, добра, совести, покаяния, правдивости, обличаются зло и грех, при этом без насмешки и осуждения человека. Все эти черты соответствуют «эмоционально-воздействующей, религиозно-просветительской, религиозно-пропагандистской и воспитательно-дидактической» целям религиозных текстов в их взаимодействии (Крылова 2003), отмечаемым многими исследователями.

Основными носителями «возвышенности» становятся **стилистические церковнославянизмы**, которые в речи проповедника являются результатом актуального взаимодействия церковнославянского языка богослужения и русского языка проповедей. Даже столь небольшой рассмотренный языковой материал, представляющий церковно-религиозный дискурс, подтверждает тезис Д. С. Лихачева о том, что церковнославянский язык и в настоящее время является живительным источником для развития современного русского языка (Лихачев 2006: 283–284).

Проанализированные примеры и отрывки из проповедей представляют лучшие образцы религиозных пастырских текстов. Этим образцам следуют многие российские священники, которые не боятся говорить о высоком и употреблять в своих проповедях высокие слова⁷. Именно в духовно-религиозном дискурсе реализуется богатый стилистический потенциал церковнославянизмов, которые, храня многовековые традиции книжности, являются прочным фундаментом высокого стиля русского языка. По нашему мнению, изучение современного состояния стилистической системы русского языка должно в большей степени учитывать церковно-религиозный дискурс. Нельзя не согласиться с О. А. Прихватиловой в том, что необходимы дополнительные исследования, направленные на уточнение характеристики стилистической системы русского литературного языка (Прихватилова 2006: 19).

Большую роль в создании возвышенного стиля проповедей играют **словообразовательные церковнославянизмы**. Изученные тексты показали, что производные слова с приставками церковнославянского проис-

⁷ В этом можно убедиться, прочитав проповеди епископа Панкратия (Жердева), архимандрита Рафаила (Карелина), священника Сергея (Ганьковского) и др. на сайте <http://www.zavet.ru/t05nast.htm>, а также проповеди других священников на православных сайтах pravoslavie.ru, predanie.ru, portal-slovo.ru, azbyka.ru и др. Конечно, необходимо добавить, что проповеди многих священников строятся также в нейтральном стиле с включением и разговорных элементов.

хождения ВОЗ-, НИЗ- и ПРЕ-, сохраняя словарные значения, приобретают в проповедях добавочную **дискурсивно обусловленную семантику**. Возникает явление «прибавочного элемента» слова, описанное Д. С. Лихачевым в поэтической речи и древнерусской литературе (Лихачев 1979: 113–126). В рассмотренных выше примерах речь идет о **добавочном стилистическом и смысловом компоненте значения**: высокая лексика с рассмотренными префиксами выражает, помимо основных словарных значений, добавочный компонент отнесенности обозначаемых действий, явлений и качеств к высшему духовному Божественному миру (либо их связи с этим миром).

Целый ряд рассмотренных проповедей, как образцы ораторского искусства, проявляют признаки художественных текстов. В частности, художественные фигуры речи создает повторение однокоренных слов, выражающих ключевые для данного текста смыслы. В результате этого возникает глубокий «сверхсмысл», обладающий большой силой воздействия⁸. По мнению Ю.Ф. Самарина, так же как и в высокой поэзии, вдохновение сходит на проповедника «внезапно, неожиданно, и он бессознательно из области красноречия переходит в область искусства» (1996: 304). Большую роль в создании этих художественных качеств религиозных текстов также играют словообразовательные средства и деривационные связи между родственными словами.

Литература

- Верещагин Е.М. (2006), *Мудрость versus премудрость: лингвотеологические наблюдения*. [In:] *Славистика: синхрония и диахрония*. Сборник статей к 70-летию И. С. Улуханова, Москва.
- Виноградов В.В. (1935), *Язык Пушкина. История создания русского литературного языка*. «Academia», Москва – Ленинград. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://feb-web.ru/feb/classics/critics/vinogradov_v/jaz/jaz-001-.htm.
- Винокур Г.О. (1959), *О славянизмах в современном русском литературном языке*. [In:] Винокур Г.О., *Избранные работы по русскому языку*. «Учпедгиз», Москва.
- Волков А. А. (2001), *Курс русской риторики*. Издательство храма святой мученицы Татианы, Москва. - [Электронный ресурс]. – Режим до-

⁸ «Изображение высокого идеала духовной жизни или, наоборот, картина жизни греховной могут произвести на слушателей глубокое впечатление, какого не достигает сухой догматизм. Догмат, в своей недоступности, и нравственный закон, в своей сокрушительной строгости, сами по себе не убеждают. Убеждать людей может только лицо, искренно и глубоко убежденное» (Самарин 1996: 304).

ступа: http://www.portal-slovo.ru/philology/37428.php?ELEMENT_ID=37428&PAGEN_2=2

- Гадомский А.К. *Религиозный язык или стиль: попытка систематизации терминологии теологической.* [In:] *Ученые записки Таврического национального университета, т. 19 (58), № 2: Филология.* Издательство Таврического национального университета им. В.И.Вернадского, Симферополь.
- Ефимова В. С. (2006), *Старославянская словообразовательная морфемика,* Издательство Института славяноведения РАН, Москва.
- Ломоносов М. В. (1952), *Предисловие о пользе книг церковных.* [In:] Ломоносов М. В., *Полное собрание сочинений, т. 7.* Изд-во АН СССР, Москва – Ленинград. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://miresperanto.narod.ru/o_russkom_jazyke/lomon_cerk.htm.
- Крылова О. А. (2000), *Существует ли церковно-религиозный функциональный стиль в современном русском литературном языке?* [In:] Купина Н.А. (ред.), *Культурно-речевая ситуация в современной России.* Издательство Уральского государственного университета, Екатеринбург.
- Крылова О. А. (2003), *Церковно-религиозный стиль.* [In:] Кожина М.Н. (ред.), *Стилистический энциклопедический словарь русского языка, «Флинта», Москва, 2003.* – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://stylistics.academic.ru/256/Церковно-религиозный_стиль.
- Крысин Л. П. (1996), *Религиозно-проповеднический стиль и его место в функционально-стилистической парадигме современного русского литературного языка.* [In:] *Поэтика. Стилистика. Язык и культура.* Сб. памяти Т.Г. Винокур. «Наука», Москва.
- Кубрякова Е.С., (2000), *Словообразование и другие сферы языковой системы в структуре номинативного акта.* [In:] *Словообразование в его отношениях к другим сферам языка, Materialien der 3.Konferenz der Kommission fur slawische Wortbildung beim Internationalen Slawistenkomitee, Innsbruck, 28.9—1.10. 1999, Innsbruck.*
- Кубрякова Е.С., (2012), *В поисках сущности языка. Когнитивные исследования, «Знак», Москва.*
- Лихачев Д.С., (1979), *Поэтика древнерусской литературы, «Наука», Москва.*
- Лихачев Д.С. (2006), *Избранное: мысли о жизни, истории, культуре,* Издание Российского Фонда Культуры, Москва.
- Лопушанская С. П. (1997), *Разграничение старославянского и русского староцерковнославянского языков.* [In:] *Вестник Волгоградского государственного университета, сер. 2, Филология, вып. 2. Волгоград.*

- Митрополит Вениамин (Федченков), (2001), *О богослужении православной церкви*, Свято-Троицкая Сергиева Лавра, „Отчий дом“, Москва.
- Петрухина Е.В. (2010) (ред.), *Новые явления в славянском словообразовании. Система и функционирование*. Доклады XI Международной научной конференции Комиссии по славянскому словообразованию при Международном комитете славистов. Москва, МГУ.
- Петрухина Е.В. (2010а), *Сложные слова в русском языке: утраченное, сохраненное и приобретенное*. [In:] *Слово и словесность*. Сборник в честь на Юлия Балтова, София.
- Петрухина Е.В. (2012), *Использование словообразовательных ресурсов церковнославянского языка в современном русском языке (в сопоставлении с сербским языком)*. [In:] *Творба речи и њени ресурси у словенским језицима*, Филолошки факултет, Београд.
- Прохватилова, О. А. (1999), *Православная проповедь и молитва как феномен современной звучащей речи*. Издательство Волгоградского государственного университета, Волгоград.
- Прохватилова, О. А. (2006) *Экстралингвистические параметры и языковые характеристики религиозного стиля*. [In:] *Вестник Волгоградского государственного университета*, серия 2: Языкознание, вып. 5. Издательство Волгоградского государственного университета, Волгоград.
- Ревзина О. Г. (2005), *Дискурс и дискурсивные формации*. [In:] *Критика и семиотика*, вып. 8, Москва.
- Ревзина О.Г. (2012), *Перестройка русской стилистической системы в XXI веке*. [In:] *Международный научный симпозиум «Славянские языки и культуры в современном мире»*. Труды и материалы. МГУ, Москва.
- Розанова Н. Н. (2003), *Сфера религиозной коммуникации: храмовая проповедь*. [In:] Крысин Л.П., (ред.), *Современный русский язык. Социальная и функциональная дифференциация*. Издательство «Языки славянской культуры», Москва.
- Самарин Ю.Ф. (1996), *Избранные произведения*. [In:] *Российская политическая энциклопедия, (РОССПЭН)*, Москва.
- Святитель Лука (Войно-Ясенецкий) (2009). *Проповеди годового круга*. «Артос Медиа», Москва.
- Степанов Ю.С. (1995), *Альтернативный мир. Дискурс. Факт и принцип причинности*. [In:] *Язык и наука конца 20 века*. Москва.
- Фуко М. (1996), *Археология знания* (перевод с французского, общая редакция Б. Левченко), «Ника-Центр», Киев.

- Трубецкой Н.С. (1990) *Общеславянский элемент в русской культуре*. [In:] „Вопросы языкознания”, № 2–3, Москва.
- Улуханов И.С. (2004), *Славянизмы в русском языке*, Москва.
- Цейтлин Р.М. (1977), *Лексика старославянского языка. Опыт анализа мотивированных слов по данным древнеболгарских рукописей X–XI вв.*, Москва.
- Ohnheiser I. (red.), (2003), *Komparacja systemów i funkcjonowania współczesnych języków słowiańskich. Słowotwórstwo / Nominacja*, Universität Innsbruck – Institut für Slawistik, Uniwersytet Opolski - Instytut Filologii Polskiej, Opole.

Электронные ресурсы проанализированных проповедей и других церковно-религиозных текстов

- Архимандрит Иоанн (Крестьянкин). Проповеди,
<http://pravbeseda.ru/library/index.php?page=book&id=745>.
- Святитель Лука (Войно-Ясенецкий). Проповеди, т.1, 2, 3,
http://utesheniya.ru/p_2567.html.
- Архимандрит Кирилл (Павлов). Проповеди,
<http://www.wco.ru/biblio/books/kirillp3/Main.htm>.
- Митрополит Иоанн (Снычев),
http://goldenship.ru/knigi/8/ioann_snichev_golos_vechnosti.htm#q92.
- Митрополит Вениамин (Федченков) (2001), О богослужении Православной Церкви. „Отчий дом”, Москва. <http://klikovo.ru/db/msg/5661>.

Словари

- Евгеньева А.П. (ред.) (1981–1984), *Словарь русского языка*, в 4-х т. (Малый академический словарь – МАС), Институт русского языка Академии наук СССР, Москва.
- Ефремова Т.Ф. (2000), *Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный*, «Русский язык», Москва.
- Кузнецов С.А. (ред.) (1998), *Большой толковый словарь русского языка*, «Норинт», Санкт-Петербург.
- Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. (1992), *Толковый словарь русского языка*, «Азъ», Москва.
- Скляревская Г.Н. (ред.) (1998), *Толковый словарь русского языка конца XX века: языковые изменения*, «Эксмо», Санкт-Петербург.
- Ушаков Д.Н. (ред.) (1935–1940), *Толковый словарь русского языка*, в 4-х томах, Москва.

Elena Petrukhina

Features of word formation in the Russian church-religious discourse: stylistic functions of words and morphemes Church Slavonic language origin

The author continues the analysis (started in her articles in 2010) of high style of the Russian language that currently is present in the church-religious discourse. In the first part of the article the author questions the claim that modern Russian has lost the high style. The analysis indicates that the sources of high style of the modern Russian language remain words, morphemes and word formation models borrowed from the Church Slavonic language. Being focused on word-formation, the author shows the interaction between word-formation, lexical and grammatical means of high style in the sermons of five famous modern religious authors.

In the modern Russian language stylistically marked units are prefixes *PRE-*, *PRED-*, *VOZ-*, *IZ-*, *SO-*, suffixes *-STVI(I)E-*, *-EJSH-*, and Church Slavonic models of complex words. It is shown that the derived words with prefixes *VOZ-*, *NIZ-*, *PRE-* play a big role in forming high style of sermons. The church-religious discourse contributes to the renewal of high words of Church Slavonic language origin in the modern Russian. Russian dictionaries published before 1990 mark such words as “archaic”. Modern dictionaries do not label the words that way. However modern dictionaries show no consistency neither in using the stylistic label „the high style”, nor in reflecting the special values of derivatives with the considered prefixes, like for example the special meaning of such words as Пречистая (about the Mother of God), Пресвятая (about the holy Trinity and the Mother of God). This very fact reflects the result of the secularization of Russian language picture of the world.

The last section analyses repeat single-root words and word formation links in the text, amplifying the influence of the sermons upon the audience (*благодарить, благодарение, благодарный, благодарность* - *thank, thanksgiving, thankful, gratitude*; *любить, любимый, любящий, любовь* - *love, loving; жить, жизнь, живой, ожить, оживший, живородный* - *live, life, living, come to life, the life-giving*).

In the conclusions the author examines the relationship between formal and meaningful features of high style in the considered sermons. They express ethical categories of love, kindness, conscience, repentance, truth, denounce evil and sin.

The language material studied in this paper confirms the thesis of D.S. Likhachev that the Church Slavonic language is still “the living core” of high style of modern Russian.

Лидија Аризанковска

РАЗВОЈ НА ФУНКЦИОНАЛНИТЕ СТИЛОВИ ОД ЗБОРООБРАЗУВАЧКИ АСПЕКТ ВО СОВРЕМЕНИОТ МАКЕДОНСКИ ЈАЗИК ПОД МЕДИУМСКО ВЛИЈАНИЕ

0. Целта е да се претстави актуелната состојба во современиот македонски јазик од зборообразувачки аспект, а преку одделните функционални стилови кои се развиваат под медиумско влијание, мислејќи тука пред сè на јазикот во публицистиката и јазикот на рекламите. Ваквата појава е пред сè резултат на процесот на глобализацијата и изразената доминација на англискиот јазик, а сè во интерес на обезбедувањето брза и ефектна комуникација.

1. Една од придобивките во напредокот на технологијата се медиумите за масовна комуникација. Кога станува збор за медиум за масовна комуникација, се мисли пред сè на весниците, телевизијата, радиото и интернетот. Нивната употреба почнува да игра значајна улога во секојдневниот живот и работата на луѓето во последните триесеттина години, а сè со цел во најкус временски период да се добијат сите потребни информации, што, воедно, ќе овозможи глобална поврзаност и ќе оствари брза и ефикасна комуникација меѓу луѓето и од најоддалечените места на земјината топка.

Влијанието на медиумите т.е. придобивките што произлегуваат од нив играат важна улога во формирањето на јавното мислење и однесување, како и формирањето на јавната свест, што значи дека влијанието на медиумите е комплексен феномен и може да се разгледува од повеќе аспекти. Од лингвистичка гледна точка важно е јазикот на медиумите да ја почитува нормата, а со тоа, секако, ќе придонесе во зацврстувањето на позицијата на стандардниот јазик, задржувањето на неговото ниво на употреба и, секако, во афирмацијата на националниот јазик и култура.

1.1. Кај медиумите го среќаваме публицистичкиот функционален стил кој можеме да го определиме како вид меѓучовечко општење, во чии рамки едната страна информира широк круг читатели/слушатели/гледачи за настани, актуелни или минати, оценети како важни или интересни за говорната заедница. Во новинарскиот потстил како дел од овој стил, како можеби во ниту еден друг, определени изрази се прифаќаат брзо, се шират, но и многу брзо застаруваат. Новинарскиот функционален потстил претставува најотворен систем во кој се чувствува влијание од најразлични области од општествениот и од јавниот живот. Овој потстил, како што истакнува Минова-Ѓуркова, „[...] вклучува

различни средства од различни функционални стилови: пред сè од административниот и од научниот, но во последно време сè повеќе – од разговорниот; застапеноста на елементи од уметничколитературниот функционален стил зависи од начитаноста на новинарот. Овој потстил, поради тоа, придонесува за ширење на националниот јазик меѓу поголем број зборуваачи, кои на тој начин го збогатуваат својот речник. Во овој потстил, а особено во информативните и во аналитичките текстови треба да биде застапен стандардниот јазик“ (Минова-Ѓуркова 2003: 281).

1.2. Медиумите, од јазичен аспект, можеме да ги поврземе со т.н. варваризација на јазикот. Со терминот варваризација на јазикот опфаќаме низа пројави во јазичното поведение кога се забележува изнасилена употреба на туѓојазични елементи, зборови и конструкции. Особено пречи кога ќе се забележи варваризација во електронските или во печатените медиуми, каде што многу често зборовите и изразите се напишани со латинично писмо, или во некоректна, хибридна форма. Застапниците на овие тенденции сметаат дека ова е процес кој го збогатува и проширува јазикот и неговите изразни можности бидејќи е модерно и актуелно. Мислењето на повеќето лингвисти е дека треба да има подновувања во јазикот. Всушност, преку медиумите како средство за глобална комуникација ги следиме сите актуелни збиднувања во целиот свет и преку нив стапуваме во контакт со туѓојазичните елементи. Сепак, добар дел од нашите лингвисти се на ставот дека подновувањата по секоја цена не значат и подобрување на јазикот на медиумите и предупредуваат за штетното влијание на јазикот на овие медиуми врз нормата т.е. врз стандардниот јазик.

„Најчесто кога мислиме општо на неправилностите во јазикот, обично мислиме токму на јазикот во медиумите. Јазикот во медиумите претставува комплексно прашање и, во согласност со тоа, може да се разгледува од повеќе аспекти: од аспект на нормата, од аспект на жанрот, како стилска посебност, во неговиот историски развој, туѓите јазични влијанија и сл.“ (Велковска 2002: 55). Најчесто се разгледува од аспект на нормата.

2. Влијанието на медиумите врз стандардниот македонски јазик

Во јазикот на медиумите владее неселективно преземање англиски зборови (пред сè во пишуваниите медиуми) и така им се отвора вратата на многу непотребни странски зборови во македонскиот јазик. „Главна се заема од англискиот јазик. При заемањето опасно е што се преземаат без адаптација (фонетска, морфолошка) и што тоа доведува до мешање на писмата: кирилица, латиница.“ (в. подолу, 2.1.) Сепак „...заемките од англискиот јазик не навлегуваат подлабоко во системот на јазикот. Најчесто се преземаат како термини, најизразит пример е термино-

логијата од областа на информатиката: *софтвер, хардвер, диск, лаптоп* и сл.“ (Велковска 2009: 37-38).

По донесувањето на *Законот за употреба на македонскиот јазик* во 1998 година, текстовите се повеќе или помалку лекторирани од стручни лица, па и степенот на неправилни форми е намален. Но, во говорената форма има огромен број отстапувања од нормата. Ова особено доаѓа до израз во говорни емисии, особено во оние кои се наменети за помладите т.е. во емисиите со забавен карактер. Тука секој зборува „како знае и умее“ со цел да привлече внимание, па така најчесто се слуша скопскиот сленг и калкирани фрази од англиски јазик. Во ова време се создаваат услови за престиж на скопскиот говор, кој доживеал промени и поради контактот со српскохрватскиот јазик (во времето на СФРЈ) и престижот кој тој го имал. Овој контакт бил остварен во сите сфери на животот и имал силно влијание. Меѓутоа, денес, уште повпечатливо е влијанието на англискиот јазик. Самиот факт дека пишуваме поинаку од тоа како говориме ја нагласува примарната, односно комуникациската функција на јазикот, особено кога станува збор за говорен јазик, но не ретко среќаваме вакви форми и во јазикот на печатот, односно новинарскиот потстил и, секако, јазикот на рекламите.

2.1. Примери од забавни емисии од различни македонски телевизии:

- *Српскиот прес* (анг. press ‘печат’), А1 Ексклузив, јуни 2011;
- *Дваесет и четири седум (24/7)*, (анг. twenty four/seven ‘постојано, во текот на целиот ден и целата седмица’), А1 Ексклузив, јуни 2011;
- *Адвертајзинг* (анг. advertising ‘реклама, рекламирање’), А1 Ексклузив, јуни 2011;
- *Гараж ривајвал* (анг. Garage revival ‘наслов на емисија за музика’), Алфа ТВ, 07.09.2011;
- *Скај селекшн* (анг. Sky selection ‘наслов на емисија за музика’), Скај нет, 29. 08. 2011;
- *На рапорт со Јове* (анг. report ‘извештај’), А1, 30.05.2011;
- *Ја ствараат онаа атмосфера, сеа сум даун* (анг. I am down ‘тажен сум’), *сеа сум ап* (анг. I am up ‘среќен сум’), АБ телевизија, 16.06.2011;
- *Со пи-арот на венчавката* (анг. PR-Public relations ‘односи со јавност’), Канал 5, 28.04.2011;
- *ППВ* (анг. Pay per view ‘плати за да гледаш’), Cabletel, 25.04.2011
- *Овде нема место за сингли* (анг. single ‘без момче/девојка’), ППВ, Cabletel, 25.04.2011;
- *Овие момци знаат каде има афтерпати* (анг. afterparty ‘забава по друга забава’), ППВ1, Cabletel, 13.04.2011;

- *Папараците* (итал. paparazzi 'фотографии на славни личности'), А1 Ексклузив, јуни 2011;
- *Коубиец* (анг. sokiller 'соучесник'), ТВ Сител 3, NCIS, 16.09.2011;
- *7 дена бонус трака* (анг. track 'песна'), Jungle TV, 24.9.2011;
- *Гараж сејлови* (анг. garage sale 'продажба на половни работи', радио канал 77, октомври 2010;
- *Имаме два винила* (анг. vinyl 'плочи'), Канал 5 плус, Тротоар, 29.9.2011.

2.2. Забележителен е фактот дека во земјите во транзиција новинарскиот потстил е под силно влијание на политичкиот живот. И Македонија спаѓа во тие земји. Кај нас одамна не се во мода зборовите како: *петолетка* или *ударник*. Денес се зборува за: *партиски плурализам*, *пазарна економија*, за *правна држава* и сл. Повеќе нема *претставници за печат* туку *портпароли*, веќе не се држат *конференции за печат* туку *прес-конференции*. Често се среќаваат и следните именки, односно именски фрази: *имплементација*, *политичка сцена*, *етничко чистење*, *територијален интегритет* и *суверенитет* и сл.

Разгледувана од зборообразувачки аспект, лексиката на новинарскиот потстил е главно настаната како резултат на процесот на номинализација, т.е. најчесто се среќаваат глаголски именки (*движење*, *вооружување*), односно одглаголски именски образувања (*соработка*, *изградба*). Од суфиксалните форманти за образување именки најчесто е присуството на суфиксот *-ост* (*доследност*, *солидарност*), особено кај именките со апстрактно значење, а кај интернационалната лексика суфиксите: *-ација* (*презентација*, *организација*, *афирмација*), *-изам* (*плурализам*, *варваризам*); од префиксите: *анти-* (*антитероризам*), *контра-* (*контраефект*). Сложените зборови се, исто така, дел од овој потстил (*општествено-политички*, *социјално-економски*, *прес-конференција*) (сп. Минова-Ѓуркова 2003: 287-288).

Меѓу актуелните зборови и изрази има многу интернационализми, но најмногу има зборови и изрази преземени од англискиот јазик: *лидер*, *лузер*, *мониторинг*, *бизнис центар*, *лоби групи* и сл. (в. Минова-Ѓуркова, 2003: 283). Голем дел од овие зборови се среќаваат во говорот на политичарите и деловните луѓе.

2.2.1. Примери за илустрација на вакви нестандартни форми од различни македонски емисии и вести на различни македонски телевизии:

- *Тутунски бос* (анг. tobacco boss 'водач во тутунската индустрија'), Fox Crime, октомври 2010;
- *Свет на конспирации* (анг. conspiracies 'заговори'), Тротоар, Канал 5, 25.06.2011;

- *Зевзек њуз* (анг. news 'вести'), Зевзекманија, Канал 5, март 2011;
- *Целото општество е превртено апсајд даун* (анг. upside down 'наопаку, испревртено'), Канал 5, 06.06.2011;
- *Бај да веј, се лишија од правото да гласаат* (анг. by the way 'патем речено'), Канал 5, 06.06.2011;
- *Од респект кон нив* (анг. respect 'почит'), Канал 5, 05.06.2011;
- *Со постојан пресинг* (анг. press 'печат'), Канал 5, 05.06.2011;
- *Не апдејтува податоци на видео бимовите* (анг. update 'обновува'), А1, 05.06.2011;
- *Го поканив да дојде на линк* (анг. link 'поврзување 'врска'), А1, 05.06.2011;
- *Вашиот најголем опонент* (анг. opponent 'противник'), Канал 5, 05.06.2011;
- *Криминогени босови* (анг. criminal bosses 'водачи на криминални дејствија'), А1, вести, 26.05.2011;
- *Волстрит Џурнал* (анг. Wall street Journal 'наслов на весник'), МТВ1, вести, 03.08.2011;
- *Есенција на демократијата* (анг. essence 'суштина'), Алфа ТВ, 24.05.2011;
- *Енормно* (анг. enormous 'огромно'), Ходници, А1, 26.04.2011;
- *А1 сторија* (анг. story 'приказка'), А1 вести, 26.04.2011;
- *Да го објават името на инсајдерскиот човек* (анг. insider 'човек од внатре'), Чомовски, Студио 2, А1, 15.04.2011;
- *Музика и перформанс* (анг. performance 'изведба'), Skorje design week, реклама, Алфа ТВ, 16.09.2011;
- *Претседателот Иванов е активен партиципент на сите меѓународни случувања* (анг. to participate 'учествува'), Канал 5, вести, 28.9.2011;
- *Човечкиот дигнитет* (анг. dignity 'достоинство'), МТВ 1, говорот на руевски во ОН, 25.9.2011;
- *Финално прашање вечерва* (анг. final 'последно'), Канал 5, Зевзекманија, 24.9.2011;
- *Има обиди да се минимизира нивното дело* (анг. minimize 'намали'), Алфа ТВ, вести, 9.10.2011;
- *Тоа е од круцијално значење* (анг. crucial 'најважно, најзначајно, најбитно'), МТВ1, вести, 10.10.2011;
- *Брифинг со тренерот Топузовски* (анг. briefing 'конференција за печат, куса изјава'), ТВ Сител, 08.09.2011;
- *Нема лајк, не го лајкнала статусот* (анг. like 'сака, се допаѓа'), Канал 5, Белосветски вести, 11.10.2011;

- *Ќе смениш ли relationship status?* (анг. relationship status 'статус на врска'), реклама за T-Mobile, Алфа ТВ, 08.09.2011. *

(* Забелешка: За некогo, кој не е запознаен со Фејсбукот како социјална мрежа, последните два примера нема воопшто да му бидат јасни.)

2.2.2. Примери од спортската рубрика:

- *Пресинг зона* (анг. pressing zone 'зона каде што има најмногу борба, притисок во кошарката'), Сител, 08.09.2011;
- *УС Опен* (анг. US Open, 'натпревар во тенис'), Алфа ТВ, спортски вести, 07.09.2011;
- *Ју Ес Опен* (анг. US Open 'натпревар во тенис'), спортски вести, Алфа ТВ, 11.09.2011;
- *Работнички е во плеј офот за Лигата на Европа* (анг. play-off 'натпреварувачки квалификации'), спортски вести, Канал 5, 04.08.2011;
- *Добиваме иста сензација* (анг. sensation 'задоволство кое кулминира, во случајов во спортот'), Формула 1, МТВ1, 12.06.2011;
- *Одбравме играчи коишто имаат доста прогресија во играта* (анг. progress 'напредок'), спортски вести, Телма, 30.05.2011;
- *Федерејшн куп* (анг. Federation's cup 'натпреварување во тенис'), Алфа ТВ, спортски вести, 16.09.2011;
- *Нов кошаркарски хепенинг* (анг. harpening 'настан'), Алфа ТВ, спортски вести, 16.09.2011;
- *Букмејкери* (анг. bookmaker 'оној кој се обложува на натпревари'), Алфа ТВ, спортски вести, 16.09.2011;
- *Шпанија со скор* (анг. score 'резултат'), ТВ Сител, 18.09.2011;
- *Трет период* (анг. period 'четвртина во кошарката'), ТВ Сител, 08.09.2011;
- *Ен Бе А старот* (анг. NBA star 'кошаркарска ѕвезда на одредена американска лига'), ТВ Сител, 16.09.2011.

2.2.3. Други примери од македонски весници и списанија:

- *Поврзани без жици* (анг. No strings attached 'наслов на филм'), (изгубена е смислата на англиската фраза), 1Е магазин, стр.42, бр.96, 09.02.2011;
- *Кршенгрб планина* (анг. Brokeback mountain 'наслов на филм'), списание *Тин шема* (преводот е буквален и нема смисла);
- *Ви носат многу бенефити за здравје* (анг. benefits 'придобивки'), Народен лекар, 03.08.2011;

- *Умерено конзумирање* (анг. *consummation* 'внесување'), Народен лекар, независен неделен весник, стр. 1, 31.08.20011, година 5, број 201;
- *Витамините штитат од канцер на дебелото црево* (анг. *cancer* 'рак'), Народен лекар, стр. 1, 31.8.2011, година 5, број 201.

3. Медиумите и младите

Едно од често поставуваните прашања е влијанието на медиумите врз младите. За одговорот на ова прашање една моја студентка спроведе анкета во која беа вклучени 5 средношколци и 20 студенти од Македонија¹. Прашањата што им беа поставени се:

- Колку време поминуваш на Интернет, вклучувајќи ги социјалните мрежи и скајп и мсн?
- Дали често гледаш телевизија и какви програми?
- Дали често слушаш радио и каква музика те интересира?
- Дали гледаш филмови на англиски јазик?
- Дали забележуваш кога на телевизија или во весниците ќе се појави интернационализам или збор од англиски јазик приспособен на твојот јазик?
- Дали кога зборуваш употребуваш англицизми?

3.1. Анкетата покажа дека средношколците и студентите во Македонија: дневно поминуваат од 6-10 часа на Интернет, од кои средношколците сите ги поминуваат на социјалните мрежи, на скајп и мсн и во праќање електронски мејлови, ретко бараат нешто за училиште; додека студентите 4-5 часа поминуваат на социјалните мрежи, на скајп и мсн, а остатокот од времето го поминуваат во пребарување по Интернет, читање статии или истражување за факултет. Речиси никој од нив никогаш не употребува македонска поддршка кога е на Интернет, само кога нешто е поврзано со образованието или работа;

- дневно поминуваат по 3-4 часа пред телевизор, честопати гледаат телевизија во исто време додека се на Интернет, гледаат забавни емисии, филмови и серии;

¹ Идејата за анкетата студентката ја добила од спроведената анкета на младите во Шпанија. Имено, поради огромното влијание на англискиот јазик кое во последните години се чувствува во сите области, се обидуваат да остават свој белег и да го заштитат својот јазик (што масовно ги преплави социјалните мрежи), барајќи од сите млади да се служат со својот дијалект или со стандарден шпански јазик и да пишуваат со шпанска поддршка. Уште веднаш го преведуваат *Фејсбук* на шпански: *Caralibro*. Нивната акција продолжува понатаму и со превод на имињата на некои други социјални мрежи и на некои англиски песни на шпански јазик, со цел да се покаже дека и во шпанскиот јазик можат работите да звучат интересно.

- ретко слушаат радио кога се дома, но кога слушаат, слушаат само англиска музика;
- често гледаат англиски филмови, средношколците никогаш не гледаат други филмови освен англиските, но затоа гледаат серии на шпански јазик, студентите ретко гледаат други филмови освен англиските, меѓутоа во просек и едните и другите гледаат по 8 филма неделно, некогаш и повеќе;
- ниту студентите ниту средношколците не забележуваат кога ќе се појави интернационализам во медиумите, единствено некои од студентите кои подобро го владеат македонскиот јазик некогаш ги забележуваат туѓите зборови;
- и средношколците и студентите употребуваат многу англицизми.

Примери:

- *скрши нога* (анг. break a leg 'со среќа', оваа фразема со буквален превод на македонски јазик почна да се употребува под влијание на филмовите од англиско говорно подрачје);
- Ме *комплементираше* дека италијанскиот ми е добар. (анг. He complemented me on my english 'ми даде комплимент, пофални зборови');
- Ќе се облекам *кежуално*. (анг. casual 'неофицијално');
- Ти сакаш да те *хејтаат*? Мразам *хејтери*! (анг. to hate 'мрази');
- песната *Harry birthday* 'Среќен роденден' се пее одамна, иако и самите имаме верзија на истата песна која ретко кој знае дека постои во македонскиот. Македонската верзија е ретко во употреба под образложение дека не е во духот на оригиналната верзија и звучи „чудно“;
- Купив облека од познат *бренд*. (анг. brand 'марка');
- Еј, имам *мисд кол*. (анг. missed call 'пропуштен повик'); Слободно *кол ми!* (анг. call me 'јави ми се');
- Иначе *оф-топик*, почнав со шпански. (анг. off topic 'надвор од темата');
- Оваа *трака* ми е *хит*. (анг. track, hit 'песна, хит');
- Тоа веќе не е *ин*. (анг. to be in 'да биде во мода');
- Ќе те *аднам у френдс* на *Фејсбук*. (анг. to add, friends 'додава, пријатели на Фејсбук');
- Имам *френд риквест/риквест*. (анг. request 'барање за пријателство на Фејсбук');
- *Бај д веј*, одам у Италија! (анг. by the way 'патем речено');

- Ептен си *фенси* облечен. (анг. fancy 'многу свечено, многу дотеран');
- Ептен *искулирано* место. (анг. cool 'многу добро');
- Вечер тоа е *плејс ту би*. (анг. place to be 'местото каде што мораш да бидеш, каде што ќе биде најдобрата забава');
- У школо е баш *хард!* – Е, не е *хард*, баш е *изи!* (анг. hard, easy 'тешко, лесно');
- Сè ми е *на изи!* (англ. easy 'релаксирано');
- Денес одиме во *виндоу шопинг* (анг. window shopping 'гледање по излозите на продавниците без купување');
- Многу сакам кога прикаските имаат *хепи енд!* (анг. happy ending 'среќен крај');
- *Дај ми пет!* (анг. Give me five! 'Да пукне!');
- Тоа е *вуден хаус* на Водно. (анг. wooden house 'дрвена куќа');
- Важи, *дан дил!* (анг. done deal 'договорено');
- Многу сум *инвестирана* во школото. (анг. I am very invested in... 'вклучена, активна');
- *Си ју!* (анг. see you 'се гледаме');
- *Д' бест!* (анг. the best 'најдобро, најдобар');
- *Го банирав* (анг. to ban, Facebook 'блокира, става забрана');
- Ќе те ставам на *спикер*. (анг. speaker 'звучник');
- *Дем грл!* (анг. Damn girl! 'По ѓаволите!').

3.2. Преку интернетот и СМС-пораците, младите доаѓаат во допир со т.н. емотикони (пр. :) , :(, :(, :@, :P, ;) , :D, :* , итн.) и со скратениците (како македонски така и англиски).

3.2.1. Од англиските можеме да ги неведеме: LOL (laughing out loud), 2nite (tonight), btw (by the way), ASAP (as soon as possible), B4 (before), FYI (for your information), LUV U (love you), PC (personal computer), pls (please), brb (be right back), tnx (thanks), ХОХО (hugs and kisses), итн.

3.2.2. Младите употребуваат и македонски скратеници: мн (многу), род (роденден), тс (те сакам), нз (не знам), позз (поздрав), комп (компјутер), здр (здраво), бац, буб (бакнежи), ајт (ајде), моб (мобилен), мтс (многу те сакам), итн.

3.2.3. Кај младата популација, исто така, се среќава и тенденција за менување, односно преиначување на зборовите, на пр.: *дан* (да), *лелеееј*, *лелеееј* (леле), *чаос* (чао), *бреј* (бе, бре).

3.2.4. Во однос на зборообразувањето, карактеристично за современите зборообразувачки тенденции, кои ја опфаќаат особено младата популација, а настанати, исто така, под влијание на англискиот јазик и об-

разувањата од типот: *бранч* (анг. brunch ← breakfast + lunch, 'оброк меѓу појадок и ручек, односно кој ги спојува појадокот и ручекот'), како и образувањата од типот: *бот* 'некој кој не е многу паметен'; *фура* 'тера, оди понатаму' или: *уфурана* 'девојка со надмен однос', кај кои доаѓа до израз креативноста во зборообразувањето.

Во однос на адаптацијата на горенаведената лексика, поткрепена и со зборообразувачките тенденции, актуелни во поновиот период од развојот на јазикот, кој е под силно медиумско влијание во процесот на глобализацијата, согледувањата се главно во насока дека нивното присуство е очигледно и опасност од нивно прифаќање постои, особено затоа што тие стануваат дел од нашето секојдневие и влијаат на развојот на одделните функционални стилови, што, од друга страна, ја загрозува нормата.

4. Современата актуелна состојба на македонскиот јазик, која се развива под медиумско влијание, како и останатиот јазичен свет, и е резултат на општиот процес на глобализацијата, како начин на обединување и олеснување во процесот на посредување информации, при што главна улога на јазик-посредник, секако, има англискиот јазик, говори за процес на создавање нови функционални стилови, кои главно ги користат постоечките зборообразувачки модели на јазикот или во интерес на прагматиката се користат со директно преземање на туѓи лексеми (евентуално нивно фонетско адаптирање, па дури и преиначување) или создавање хибридни форми преку калкирање, односно преведување на дадени именски синтагми или нивно комбинирање со задржување на оригиналната (во писмена форма латинична) форма. Сето тоа е резултат на потребата од задоволувањето на основната функција на јазикот-комуникациската, потребата од економија во изговорот и пред сè од потребата за ефектно пренесување на пораката. Зборообразувањето и ресурсите на македонскиот јазик се само во служба на спроведувањето на целите. Резултат од сето ова се новите функционални стилови, настанати како резултат на настанатите промени во веќе стандардизираните постоечки стилови и губењето на острата граница меѓу нив.

Литература

- Велковска С. (2002), *Јазикот во медиумите*. [Пн:] *Македонски социолингвистички и филолошки теми*, Совет за македонски јазик на РМ, Скопје.
- Велковска С. (2009), *Осврт кон основниот лексички фонд на македонскиот јазик*. [Пн:] *Зборник во чест на проф. д-р Кирил Конески по повод 80 години од раѓањето*, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“, Филолошки факултет „Блаже Конески“, Скопје.

- Vidovič-Muha A. (2004), *Vprašanje globalizmov ali meje naših svetov*. [In:] *Aktualizacija jezikovnozvrste teorije na Slovenskem-Členitev jezikovne resničnosti*, Obdobja 22 (*Metode in zvrsti*), Univerza v Ljubljani, Filozofska Fakulteta, Ljubljana.
- Kranjc S. (2004), *Jezikovna zvrstnost v sodobnih medijah*. [In:] *Aktualizacija jezikovnozvrste teorije na Slovenskem-Členitev jezikovne resničnosti*, Obdobja 22 (*Metode in zvrsti*), Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Ljubljana.
- Logar N. (2004), *Nove tehnologije in nekateri nesistemske besedotvorni postopki*. [In:] *Aktualizacija jezikovnozvrste teorije na Slovenskem-Členitev jezikovne resničnosti*, Obdobja 22 (*Metode in zvrsti*), Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Ljubljana.
- МИНОВА-Ѓуркова Л. (2003), *Стилистика на современиот македонски јазик*, Магор, Скопје.
- Tošovič B. (2002), *Funkcionalni stilovi (Funktionale Stile)*, Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität, Graz.
- Šabec N. (2007), *Jezikovne spremembe slovenskega jezika v času in prostoru pod vplivom angleščine*. [In:] *Besedoslovne spremembe slovenskega jezika skozi čas in prostor*, 49, Zora, Maribor.

Lidija Arizankovska

Development of functional styles in macedonian language from the perspective of word formation under the media's influence

The goal is to present the current situation in contemporary Macedonian language from the perspective of word formation, through the separate functional styles developing under the influence of the media, particularly having in mind, the language of journalism and the language of advertising. That phenomenon is, above all, a result of the process of globalization and the expressed domination of the English language, and entirely for the purposes of providing fast and effective communication.