

Л.А.Бессонова (Минск, БГПУ)

НЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННЫХ ГАЗЕТНЫХ ТЕКСТАХ

Современную языковую ситуацию характеризуют «информационно-номинативный взрыв», вызванный ростом научно-технического прогресса, «неологический бум», ставший неотъемлемой частью жизни общества и отражающийся в средствах массовой информации. Период с 90-х годов XX века по настоящий момент справедливо называют «временем словарей» [3, с. 41]. В соответствии с языковыми законами лексическая система русского языка постоянно перестраивается, находится в состоянии непрерывного изменения. Раскрепощенность языка, ослабление «внутреннего цензора», обилие всевозможных новообразований широко представлены в языке СМИ. Газета является одним из видов массовой коммуникации, разносторонне и быстро отражающей события каждого нового дня и чётко регистрирующей новые слова, значения и словосочетания. До сих пор актуально высказывание американского автора Брайана Смита: «Всё, что я знаю – это то, что я вижу в газетах. Хороший читатель всего за год может узнать из газет всё то, что большинство людей познают за годы, проведённые в библиотеках».

В данной статье предпринята попытка исследования функционирования новых слов в текстах газет Беларуси [4]. Основным источником анализа служат печатные средства массовой информации, отражающие изменения в жизни современного белорусского общества: «Белгазета» (БГ), «Белорусы и рынок» (БР), «Советская Белоруссия» (СБ).

Проблема возникновения и использования неологизмов особенно актуальна в настоящее время, так как принадлежность слов к неологизмам является свойством относительным и историческим. В определении словесных новообразований нет единого мнения: одни ученые определяют неологизмы по денотативному признаку (т.е. как слова, созданные для обозначения новых реалий) [5]; другие – по стилистическому признаку как слова, сопровождающиеся эффектом новизны; третьи – как слова, отсутствующие в словарях и возникшие на памяти применяющего их поколения [6].

По мнению Н.З. Котеловой, существует несколько лингвистических теорий понятия неологизма: 1) «стилистическая», 2) «психолингвистическая», 3) «лексикографическая», 4) «структурная», 5) «конкретно-историческая». Подобное понимание термина (neos – «новый»

+ logos ‚слово‘) позволяет считать неологизмами не только новообразованные или заимствованные из других языков слова, но также и слова ранее известные, но мало употребляющиеся, или слова ушедшие из языка, а в настоящее время вернувшиеся и ставшие широко употребительными [2, с. 331].

Новые слова неоднородны по своему составу, по происхождению, по коммуникативной важности, по длительности существования. В газетных текстах окказиональное словообразование представляет собой речевое явление, возникающее под влиянием контекста, ситуации речевого общения, для осуществления какого-либо актуального коммуникативного задания, главным образом для выражения смысла, необходимого в конкретном случае. При попадании окказионального слова в средства массовой информации и закреплении его в языке оно теряет свое значение принадлежности к окказионализмам и приобретает оттенок новизны, становится полноправным неологизмом.

Особый интерес вызывает функционирование в СМИ имен собственных, которые предоставляют возможность журналисту избежать штампованных и избитых выражений, повысить интерес читателя к газетному материалу, привлечь внимание к публикуемой статье. Обилие неологизмов со значением лица может вызывать сложности в понимании данных лексем, так как способ их декодирования требует обращения к истории, политике, культуре общеизвестным фактам: 1) к известным личностям: ***Билл Гейтс** – тот, кто символизирует ловкого, изворотливого дельца, стремящегося к максимальной прибыли // В любой отрасли есть свои Билл Гейтс (БДГ, апр. 2000); **Ванесса Мэй** – тот, кто символизирует музыканта-виртуоза (обычно женщина) // Ванесса Мэй в брюках (о гитаристе Викторе Зинчуке) (БДГ, окт. 2000); **Гагарин** – тот, кто символизирует талантливого, целеустремленного человека, добившегося своей цели // Все хотят быть космонавтами, но становятся ими либо Гагарины либо астротуристы вроде Денниса Тито (СБ, сен. 2009); 2) к историческим личностям: **Железняк** – тот, кто символизирует произвол в принятии каких-либо решений // Это полный **железняк!** (БР, апр. 1995); **Мамай** – тот, кто символизирует упадок, разруху // **Мамай шагает по России** (БР, сент. 1998); **Петр Первый** – тот, кто символизирует руководителя, осуществляющего коренные перемены в какой-либо сфере (обычно в политике) // Уго Чавес хотел стать для Венесуэлы **Петром Первым** (БДГ, дек. 1999); 3) к литературным*

персонажам: **Кит Китыч** (из комедии «В чужом пиру похмелье» А.Н. Островского) – о жестоком, своевольном и невежественном купце, самодуре // И хотя нынешние газовые **Кит Китычи** носят часы Картье, ухватки у них те же (СБ, фев. 2004); **Корейко** (из романа И. Ильфа и Е. Петрова «Золотой теленок») – тот, кто символизирует богатого человека, опасющегося открыть свои капиталы // Не те подпольные **Корейко**, что замечают следы от налоговиков, а полноценные и самодостаточные бизнесмены, успешные коммерсанты (СБ, сен. 2009); **Неуважай-Корыто** (из поэмы Н.В.Гоголя «Мертвые души») – тот, кто символизирует невоспитанного человека, отличающегося высокомерным поведением // Московские журналисты, писатели, «деятели» искусств во многих случаях оказываются самыми обычными Неуважай-Корытами (СБ, июнь 1995) и др.

Новообразования последнего времени широко представлены в словах-гибридах, полученных путем скрещивания двух разных слов в новое слово либо образованных путем присоединения к иностранному корню русского суффикса, приставки и окончания. В этом случае часто несколько изменяется значение слова – источника, создается юмористический эффект. Многие лингвисты считают, что в основе создания слов-гибридов лежит преднамеренность, обусловленная не только потребностью обозначения вновь возникающих понятий, но также стремлением к оригинальности, желанием придать речи экспрессивность [1]. Сгущенная семантика и необычность таких слов позволяет использовать их для создания остроты высказывания и комического эффекта. Стремлением к сжатости, экономии языковых усилий, но при этом высокой информативности высказывания объясняется популярность использования единиц данного типа в газетных текстах: **БезразМЭРный** – имеющий отношение к трудновыполнимым обещаниям мэра // БезразМЭРное счастье: в прошлый четверг состоялась встреча председателя Мингорисполкома с населением (БГ, сент. 2010); **всхлИП** – что-либо связанное с проблемами индивидуальных предпринимателей // Последний всхлИП? Милиция вновь разогнала акцию протеста ИП (БГ, янв. 2008); **Де-прессия** – о конфликте власти и прессы // Де-прессия началась (БР, нояб. 1994); **ПоPRESSинговать** – оказать давление на прессу // ПоPRESSингуем? (БГ, июль 1996); **SOSтрадание** – то же, что сострадание // Благотворительный музыкальный марафон «SOSтрадание» ...состоится во вторник (БДГ, сен. 2004) и др.

Вызывает интерес процесс детерминологизации в газетных текстах: например, оригинальная, порой неожиданная трактовка способствует переходу термина в разряд общеупотребительных слов: *Кантата* – сложная проблемная ситуация, требующая незамедлительного решения; *увертюра* – начальный этап, предваряющая часть чего-либо // Газовую *увертюру* уже сменила героическая нефтяная *кантата* (БГ, янв. 2007); *Барометр* – то, что является показателем, мерилom чего-либо // В мае *барометром* политического климата (СБ, окт. 1996); *Капилляры* – межгосударственные связи (политические или экономические) // Сложна система вен и *капилляров*, соединяющих Россию и Беларусь (СБ, фев.2004).

Таким образом, новообразования последних лет широко представлены в языке белорусских газет. В наши дни газета – самый чуткий регистратор новых слов или значений, в большинстве случаев – первый письменный источник, фиксирующий появление неологизмов, претендующих со временем на вхождение в общеупотребительную лексику. Данные языковые единицы представляют интерес в силу углубления и расширения представления о предмете или явлении, детализации понятия посредством разграничения смысловых и функциональных оттенков.

Литература

1. Ильясова, С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С.В.Ильясова, Д.П.Амири. - М.: ФЛИНТА: Наука, 2009.
2. Котелова, Н.З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов // Новые слова и словари новых слов. – Л.: Наука, 1983.
3. Кузьмина, Н.А. Активные процессы в русском языке и коммуникации новейшего времени / Н.А.Кузьмина, Е.А. Абросимова. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2013.
4. Стрижак, А.Л. Новые слова и их значения в современных газетных текстах (краткий словарь-справочник) / Автор-составитель А.Л.Стрижак. – Гомель: Барк, 2012.
5. Чекалина, Е.М. Лексикология французского языка / Е.М.Чекалина, Т.М.Ушакова. – СПб.: Изд. Петерб. ун-та, 1998.
6. Walter, H. Le français d'ici, de là, de la-bas / H.Walter . – Paris: J.C. Lattès, 1998.