

УДК 811.161.1'373(075.8); 81'44

**Маркова Е.М., Рацибурская Л.В., Иссерс О.С., Мельник Ю.А.,
Зайцева И.П., Сипко Й., Радченко М.В.**

РОЛЬ СМИ В ДЕМОКРАТИЗАЦИИ И КРЕАТИВИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА (КРУГЛЫЙ СТОЛ)

Аннотация. В Международном Круглом столе, организованном электронным научным журналом «Вестник Московского государственного областного университета», приняли участие известные лингвисты не только России, но и ближнего и дальнего зарубежья: Л.В. Рацибурская (Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского), О.С. Иссерс (Омский государственный университет имени Ф.М. Достоевского), И.П. Зайцева (Витебский государственный университет имени П.М. Машерова, Республика Беларусь), Й. Сипко (Прешовский университет, Словакия), М.В. Радченко (Задарский университет, Хорватия), Е.М. Маркова (Московский государственный областной университет). Учёными были подняты проблемы словотворчества, в особенности активизации окказионального словообразования, словопроизводства антропонимов и глаголов, семантических новаций, фразеологических трансформаций, характерных для масс-медийных изданий. Выявлено, что многие неологизмы, окказионализмы, трансформы тиражируются и популяризируются в средствах массовой информации, проникая, таким образом, в сознание и язык его носителей и приобретает статус «солецизмов» – узаконенных языковых вольностей и отступлений от нормы.

Ключевые слова: язык СМИ, языковая игра, лексика, неологизм, окказионализм, антропоним, прецедентный текст, оценочность, манипулирование, речевая агрессия, русский язык, славянский языки.

**E. Markova, L. Ratsiburskaya, O. Issers, Mel'nik Yu., I. Zaitseva, J. Sipko,
M. Radchenko**

THE ROLE OF MASS MEDIA IN THE DEMOCRATIZATION AND CREATIVIZATION OF THE MODERN RUSSIAN LANGUAGE (ROUND TABLE)

Abstract. Prominent linguists not only from Russia, but also from near and far abroad, took part in the International Round table organized by the Bulletin of the Moscow Region State University (e-journal). Among them: L.V. Ratsiburskaya (Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky), O.S. Issers (Omsk State University named after F.I. Dostoevsky), I.P. Zaitseva (Vitebsk State University named after P.M. Masherov, the Republic of Belarus), J. Sipko (Prešov University, Slovakia), M.V. Radchenko (the University of Zadar, Croatia), E.M. Markova (Moscow Region State

University). The scientists raised the problems of word creation, especially the problems dealing with the word-formation of occasionalisms, as well as the word-derivation of anthroponyms and verbs. Besides, the issues of semantic novations and phraseological transformations characteristic for mass media editions were discussed. It is ascertained that many neologisms, occasionalisms, and transforms are replicated and popularized by mass media, thus penetrating into the consciousness and language of the speakers, acquiring the status of “solecisms” – the legalized linguistic liberties and deviations from the norm.

Key words: the language of mass media, language game, vocabulary, neologism, occasionalism, anthroponym, precedent text, evaluation-making, manipulation, verbal aggression, the Russian language, the Slavic languages.

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО

Маркова Е. М.

*доктор филологических наук, профессор,
Московский государственный областной университет
(105005, г. Москва, ул. Радио, д.10А, Российская Федерация)*



Революционное развитие масс-медиа на рубеже XX–XXI вв. привело не только к формированию медиапространства и специфической медийной среды, где протекает особая глобально-виртуальная жизнь общества и отдельного человека, но и к ряду изменений в познании, мировосприятии и даже строе мышления человека. В эпоху активного развития средств массовой информации пристальное внимание лингвистов вызвал медиатекст, который не только является отражением происходящих сегодня в языке изменений, но и сам оказывает активное влияние на эволюцию языка. На сегодняшнем этапе изучение особенностей медиатекста – одно из наиболее развивающихся и востребованных направлений в филологии. С позиции медиалингвистики текст рассматривается не только как лингвистическое явление, но и как явление культурологическое.

Современная пресса в борьбе за своего читателя становится экспрессивной, во многом даже агрессивной и диалогичной. Текст, ориентированный на диалог, должен включать живые языковые элементы, понятные всем носителям языка. Средства массовой информации играют большую роль в перемещении языковых единиц из узкоспециальных (в том числе жаргонных, просторечных, профессиональных) сфер общения в общелитературный язык. Всё, что используется сегодня в бытовой речи, в жаргонах, в языке политиков, проникает в письменные тексты:

на страницы газет, художественных произведений. Постоянное присутствие жаргонизмов в газете как бы стабилизирует их, снижает их жаргонный характер. Язык прессы и звучащих СМИ всё менее смыкается с книжно-письменным типом литературного языка, и это не может не сопровождаться расквашиванием и расшатыванием литературной нормы, взрывом окказионального словообразования, размывающим общепринятые представления о правилах употребления и функционирования различных грамматических категорий. В этих условиях происходит демократизация речи, которая связана с обновлением литературного языка за счёт внутренних языковых ресурсов, заимствований из нелитературных сфер общенационального языка, что ведёт к стиранию стилистических границ. Возникающие в средствах массовой информации неологизмы, окказионализмы, иноформы, трансформы и иносемемы тиражируются и быстро распространяются через СМИ, постепенно приобретая статус «солецизмов» – разрешённых, «узаконенных» (благодаря их активности в масс-медиа) неправильностей, не соответствующих норме, а потому привлекательных, ибо время, характеризующееся активной общественно-политической ломкой, требует и от языка неординарности, необычности, ломки стереотипов и норм.

Нарушения языковых и речевых норм часто не связаны с незнанием их, а являются сознательными нарушениями или словотворчеством, «словомейкерством», там, где нормативно узаконена лакуна. Повышенная эмоциональная атмосфера в обществе ведёт к усилению эмоционально-экспрессивного характера звучащей речи, что позволяет говорить не только о демократизации современного русского языка, но и о его креативизации, связанной с возрастанием роли прагматических, коннотативно окрашенных элементов. В связи с тенденцией к оценочности и демократизации языка в СМИ проявляются субъективно-объективный характер изложения, динамизм, образность, ярко выраженная экспрессивная окраска. Отмеченная А. Вежбицкой в качестве специфической для русской языковой картины мира такая черта, как установка на эмоциональное и нравственно или оценочно окрашенное отношение к миру и к людям [9, с. 34], на современном этапе развития языка находит всё большее и большее подтверждение.

РОЛЬ СМИ В КРЕАТИВИЗАЦИИ ЛЕКСИКОНА СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА

Маркова Е.М.

доктор филологических наук, профессор,
Московский государственный областной университет
(105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А, Российская Федерация)



Исследователи русского языка отмечают приоритетность экспрессивных форм при выборе лексической единицы для номинации, а в случае отсутствия таковой – подключение словообразовательных возможностей языка, создание максимально нагруженного экспрессивной оценкой обозначения [см., напр., 36]. «Экспрессивность окказионализмов, созданных узуальными способами, может возникать благодаря семантико-стилистическим свойствам производящей лексемы и характеру денотата, номинируемого окказионализмом, а также оценочности аффиксов, экспрессивности самой словообразовательной модели» [38, с. 181].

Для языка СМИ характерно стремление к повышенной экспрессивности, что обуславливает постоянный поиск средств, позволяющих реализовать установку на повышенную экспрессивность. Активно мигрируют из жаргонов в разговорную часть литературного языка универбаты (разного рода сокращения слов, стяжения словосочетаний в одно слово) [44], при этом получающие ярко выраженный эмоциональный компонент, транслирующие определённое отношение говорящих к объекту речи, такие как, например, ставшее чрезвычайно популярным слово «*распил* (бюджета)» (АиФ, 22–28.06.2016) – от глагола *распиливать* во вторичном значении ‘делить’. В русле универбации отмечается образование прилагательных и наречий из словосочетаний, типа *праймвая передача* (от *prime-time* ‘лучшее время’), *двусимочный* (от *две сим-карты*: «*двухсимочные*» телефоны выглядят модно, красиво», АиФ, 16–22.02.2011), *допробочное время* (‘время, когда на дорогах не было пробок’: «В „допробочные” времена можно было доехать за 25–30 минут, сейчас время поездки надо умножать в лучшем случае на два», КП, 15.02.2014) и др.

В последнее время не только целые лексемы демонстрируют тенденцию развития прагматического компонента семантики, но и словообразовательные форманты: префиксы – суффиксы, целые словообразовательные модели активизировались в этом плане. Особенно активным в словотворчестве является суффикс *-инг*, что дало основание исследователям назвать это явление «инговым бумом», «инговым цунами»: «„Инговое цунами” за-

имствований, вызванное англо-американизацией современных российских СМИ и русско-английским билингвизмом, развивающимся в молодёжной среде русофонов, привело к полному усвоению суффикса английского герундия *-ing* и превращению его в терминологический элемент с процессуальным значением, который регулярно присоединяется к основам русских существительных, что ведёт к появлению многочисленных иронических и каламбурных неологизмов – *nomina actionis*» [26, с. 14]. Примечательно, что в языке массовой медиа этот англоязычный суффикс стал участвовать в образовании номинантов от русских корней, придавая им ярко выраженный экспрессивный характер. В словотворчестве российских журналистов можно встретить такие окказионализмы, как *автобусинг*, *автомобилинг*, *блюдолизинг*, *болванинг*, *ведьминг*, *дурачинг*, *зацепинг*, *магазининг*, *дачинг* ('пикник у забора дачи высокопоставленного лица') [46, с. 53], *матросинг*, *бросинг* (трансформа устойчивого выражения *поматросить* и *бросить* – о несерьёзности ухаживания мужчин), *бухалинг*, *похмелинг* («Керлинг – это не наше. Жаль, в Ванкувере не было медалей по бухалингу и похмелингу», КП, 11.03.2010).

Много композитов образуется с новым префиксоидом с семантикой превосходной степени качества *чудо-*, что чрезвычайно актуально для настоящего времени, характеризующегося расцветом рекламы с её настойчивостью расхвалить и навязать «всё самое лучшее»: *чудо-порошок* (из рекламы стирального порошка), *чудо-бельё*, *чудо-чай* и т. п. К префиксоидам, помогающим создать экспрессивно-оценочные компакт-номинации в духе времени, относится и префиксоид *нано*: *нанодороги*, *наноконплекс*, *нанороботы*, *нанобельё* и др. Элемент *нано-* стал типичным рефлексивом – лексемой, вызывающей рефлексивные размышления по поводу её значения и употребления, например, в таких контекстах: «Все только и говорят, про *нано-что-то-там...*»; «Но шумиха вокруг нанотехнологий обогатила эту приставку и новым смысловым оттенком: *нано* – значит новейший, продвинутый, передовой, высокотехнологичный. Значение это особо греет душу рекламщикам: ... тут и *iPod nano*, и сигареты *Kent nano*, и *наноЯндекс*, и какие-то *нанооптимизаторы*, и *наноноски*, и *нанокремы*, и даже *нанотрусы* с биофотонами» [38, с. 164].

Из наиболее продуктивных эмоционально-оценочных префиксов можно назвать приставки со значением высокой степени качества, признака, среди которых лидирует по частотности *супер-*, активно используемая в настоящее время в рекламе и имеющая практически безграничную сочетаемость: *супербабушка*, *супердиетический*, *суперсовременный*, *суперкрутой*, *суперпамять*, *суперпомидоры* и т. п. Среди других префиксов размерно-оценочной семантики, возрастание словообразовательной активности которых учёные связывают с процессом глобализации, продуктивность

демонстрируют также *гипер-, мега-, ультра-*: *гипернакрутка, гиперответственность, гиперлюди, гиперсексуальность, гиперинтересно* и т. п.; *мегафабрика, мегаферма, мегамагазин, мегаолигарх, мегапопулярность, мегановость, мегафорум, меганартия, мегарейтинговый, мегасенсация, мегасделка* и др.; *ультраמודный, ультрасовременный* и подобные. «Новообразования с данными префиксами отражают усиление социальной оценочности в период ремаркации социальных ценностей в России» [38, с. 158–159].

В рамках глагольного словообразования можно отметить активную тенденцию к перфективации, причём большинство приставок, образующих перфективные глаголы, являются акциональными, меняющими значение глагола в соответствии с тем или иным способом глагольного действия. Чаще всего в современном глагольном словотворчестве наблюдается совмещение различных аспектуальных значений, осложнённое дополнительными оценочными значениями осуждения, несогласия, иронии, насмешки, сочувствия и др. В русле тенденции к усилению перфективности появляются многочисленные окказионализмы с двойными и даже тройными формантами: двумя или тремя префиксами, префиксом и постфиксом *-ся*. По аналогии со знаменитым *понаехали*, отражающим ситуацию активной миграции населения в московский регион (один из последних примеров: «*понаехавшие* краснодипломники», АиФ, 22–28.06.2016), был образован глагол *понаоставались* («Говорят, в Москве осталось всего 10% коренных москвичей. – *Понаоставались* тут!», КП, 17.04.2009). Широко распространёнными в современной публицистической речи являются глаголы с префиксом *до-* и постфиксом *-ся* со значением отрицательной результативности, сопровождаемым оценкой осуждения: *доработаться, дописаться, дозаниматься, дочитать, доотмечаться, допомогаться* и т. п. («Так разговаривали поздние коммунисты и *доразговаривались*», АиФ, 22–28.06.2016). Со значением интенсивности и полноты действия, имеющего отрицательный результат, можно отметить новые префиксальные глаголы *зациклиться, обкуриться* (откуда причастие *обкуренные*), *огламурить* (откуда причастие *огламуренные*), *задружиться* и т. п.

Активны и перфективные окказионализмы со значением изменения действия: *очеховить* (т. е. изменить в духе Чехова: «У меня огромное желание Горького *очеховить*», то есть воплотить ту психологическую тонкость драматургии, которую обычно при постановке его пьес опускают», КП, 23.11.2010), *ускромнить* («...теннисисток, которые стали радовать взгляд красивыми нарядами вместо скучно-спортивного унисекса, теперь пытаются всячески *„ускромнить“*», МК, 28.01–04.02.2009).

Глагольные новообразования, как и другие неологические явления, зачастую связаны с какими-либо злободневными, насущными, широко об-

суждаемыми явлениями, событиями, которые у и становятся основой для словотворчества [51]. В связи с недовольством системой ЕГЭ в оценке знаний школьников появилось много глагольных окказионализмов, в которых обыгрывается это слово в разного рода отрицательных, разоблачительных контекстах: *ЕГЭкнуться* («Совсем *ЕГЭкнулись*. На прошлой неделе сотрудники российских вузов оказались поражены заявлением, что подготовительные курсы в вузах не нужны. Школьной подготовки к сдаче ЕГЭ и к поступлению вполне достаточно», МК, 15–22.09.2010), *обЕГЭрить* (языковая игра с *объеорить* ‘обмануть, обвести вокруг пальца’: «Как *обЕГЭрить* государство. 10 видов мошенничества с результатами Единого госэкзамена», МК, 13–20.05.2009). После громких скандалов о присвоении чиновниками больших сумм денег, отведённых на строительство олимпийских объектов в Сочи, в СМИ появился глагол *солимпиадить* (созданный по модели бытовавшего в разговорной речи советского времени глагола *скоммуниздить* ‘украсть’) в значении ‘совершить хищение бюджетных средств’ [46, с. 25]. Подобные образования имеют не только концентрированную семантику (включают в себя семантику целого микротекста), но и ярко выраженные прагматические, эмоционально-оценочный и этнокультурный компоненты, ибо подобные неологические факты понятны только с учётом широкого национально-исторического контекста.

Активно образуются от глаголов, а также от прилагательных абстрактные существительные с формантом *-(из)ация*, основанные по модели прецедентных текстов советского периода – ‘*электрификация всей страны*’, ‘*всеобщая мобилизация*’), обозначающие злободневные явления в общественной жизни и отличающиеся яркой оценочностью: *долларизация*, *пинкодизация*, *менеджеризация*, *тандемизация*, *вертикализация* (власти) и пр. Интересный пример представляет собой окказионализм *десовеСтизация* (букв. ‘утрата совести’, встретившийся в АиФ, 22–28. 2016), демонстрирующий не только продуктивность рассматриваемой модели, но и языковую игру, также чрезвычайно частотную в языке СМИ, т. к. новый факт построен по известной модели и созвучен деривату *десоветизация*. С целью яркой образной номинации и выражения эмоционально-экспрессивной оценки может происходить и замена префиксов, что демонстрирует, например, созданный на основании номинанта *прихожане* неологический агентив *захожане*, служащий для наименования тех, время от времени, кто редко, «заходит» в церковь, а не ходит в неё регулярно.

В результате масс-медийного словотворчества возможна семантическая эволюция, «семантический дрейф» лексем, чаще всего в направлении от конкретного к абстрактному, максимально размытому, как произошло, например, со словом *майдан*. Известное в украинском языке как номи-

нация площади, это слово на наших глазах превратилось в символ недовольства властью, протеста, противостояния, в результате чего стали возможны многочисленные новообразования с данным корнем: *антимайдан*, *евромайдан*, *майданить* 'митинговать, выступать против власти, быть в оппозиционном лагере', *майдануться* 'сойти с ума на почве митинговых настроений', *майданутые*, – в том числе и словосочетания *второй майдан*, *повторить майдан*, *выйти на майдан*, *призывать к майдану*, *вспомнить майдан* и т. п.

Использование фразеологизмов в СМИ, в особенности в заголовках, является эффективным средством для привлечения внимания читателей к журнальному материалу. Из всех существующих видов устойчивых сочетаний в текстах СМИ обыгрываются фразеологизмы в широком их понимании, включая и прецедентные высказывания – цитаты из книг, фильмов, высказывания известных людей, которые являются элементом культурной памяти народа, хорошо известны большинству носителей языка и регулярно используются для создания других, ассоциативно связанных с ними микротекстов. Особенно часто пословицы и прецеденты используются в заголовках. В рамках диалогического подхода к дискурсу СМИ необходимо отметить, что заголовок играет чрезвычайно важную роль, с одной стороны, устанавливая диалогический контакт с читателем, а с другой стороны, нацеливая его на восприятие текста статьи [21, с. 21].

Во множестве фразеологических трансформов, фиксируемых в языке СМИ, представлены самые разнообразные комбинации изменений их источников. Российские журналисты отдают предпочтение таким преобразованиям паремий и прецедентов, в которых содержится загадка, которые интригуют и стимулируют читателя ознакомиться с содержанием основного текста публикации. Чаще других трансформаций встречается замена одного из компонентов прецедентного текста: *Озеро равнодушия* (трансформ названия песни «*Озеро надежды*», АиФ, 22–28.06.2016), *Лампочка депутата* (из первоначального «*Лампочка Ильича*», АиФ, 22–28.06.2016), *Кровь в помощь!* (из устойчивого пожелания *Бог в помощь!* АиФ, 23–30.07.2016), *Когда деревья были большими* (трансформ названия фильма «*Когда деревья были большими*», АиФ, 23–30.07.2016), *Идёт фанат по городу* (изменение строчки из песни «*Идёт солдат по городу*», АиФ, 23–30.07.2016), *Вся власть природе* (трансформация известного социалистического лозунга «*Вся власть народу*», АиФ, 23–30.07.2016). Замена компонентов может сопровождаться универбацией (сокращением выражения), напр.: *Картошкой – по кризису!* (сокращение и трансформация лозунга 20–30-х гг. XX в., запечатлённого в «Золотом телёнке» Ильфа и Петрова: «*Ударим техникой по бездорожью*»). Замена компонентов наблюдается и в пословицах, например, трансформа-

ция известной поговорки «Ученье – свет, а неученье – тьма» с элементами языковой игры привело к такому креативному тексту: *Ученье – свет, а неученье – чуть свет – и на работу* (из телепередачи).

Окказиональные факты представляют интерес не только с точки зрения фиксации определённых общественных явлений и выражения отношения к ним социума, но и в лингводидактическом аспекте, т. к. создаются в соответствии с продуктивными деривационными моделями и со всей очевидностью демонстрируют механизмы слово- и фразеобразования, семантический и креативный потенциал тех или иных словообразовательных и фразеологических моделей (а в языке всё моделируется, о чём свидетельствуют и приведённые выше новообразования) и деривационных формантов. В связи с этим рассмотренные явления могут стать предметом анализа и комментирования в иностранной аудитории, помогут приобщиться к русской языковой стихии, проследить её тенденции, увидеть возможности русского словарного моделирования и ощутить особенности русского креативного мышления.

АНТРОПОНИМЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИЙНОМ СЛОВОТВОРЧЕСТВЕ

Рацибурская Л.В.

*доктор филологических наук, профессор,
Национальный исследовательский*

*Нижегородский государственный университет имени
Н.И. Лобачевского (603950, г. Нижний Новгород, пр. Га-
гарина, д.23, Российская Федерация)*



Глобализационные процессы в современном мире оказывают существенное влияние не только на социополитическую структуру общества, но и на язык, в частности на его словообразовательный механизм. Словообразование имеет сейчас лавинообразный характер, что и отмечают в своих трудах многие учёные [17; 18; 30; 33].

«Лавинообразное словотворчество» [17] особенно ярко проявляется в медийных текстах и направлено на взаимодействие с ключевыми элементами, маркерами эпохи, т. е. высокочастотными и концептуальными лексемами. К «ключевым словам текущего момента» [54] относятся антропонимы, называющие актуальные общественно-политические фигуры современности. В современных СМИ антропонимы активно вовлекаются

в деривационные процессы и играют важную экспрессивно-идеологическую роль.

Исследователи выделяют две основные тенденции в использовании антропонимов в текстах современных СМИ. Во-первых, это экспрессивная игра со словом, во-вторых, это идеологическое его использование в эпоху информационных войн, когда антропонимия становится оценкой, причем нередко противоречащей сложившемуся в обществе этическому канону. Новообразования «производятся очень часто от имён лиц, деятельность которых служит характерным признаком эпохи, режима, общественных явлений, идейных направлений или выражает их сущность» [33, с. 186].

Активно появляются новообразования от собственных имён, с помощью суффиксов *-ец*, *-ист* со значением лица-сторонника того, кто назван мотивирующим именем собственным: «Предположу, что уже в ближайшие дни мы увидим период распада некогда внешне сплочённой команды ярых „сорокинцев“» (НИА «Нижегород», 02.10.2015); «Но когда будут решающие голосования после выборов сентября 2016 года, я думаю, многие якобы „шанцевцы“ будут против губернатора» (Заноза, 07.04.2016); «В целом, бочкарёвцы, удачно проведя выборную кампанию 2015 года в Нижнем Новгороде, решили ничего не менять и на выборах в Госдуму и ЗСНО» (Заноза, 23.09.2016); «Дело в том, что вся без исключения властная элита страны, чудом избежавшая арестов и даже смерти, считает главным организатором попытки переворота проповедника и имама Фетхуллага Гюлена <...> Нужно понимать, что в случае победы *фетхуллахистов* они бы тоже не церемонились с побеждёнными <...> Обещают и новую волну репрессий, которая выявит сильно замаскированных так называемых *криптогюленистов* вне зависимости от их партийной принадлежности» (АН, 27.10–02.11.2016).

В современных СМИ популярны отантропонимические новации с суффиксами отвлечённой семантики *-щина* с оттенком неодобрения, *-изм*, *-изаци(я)*, *-инг*, негативная оценочность которых обусловлена синтагматически, мотивирующей семантикой, контекстом: «А ведь сейчас чувствуется, что „шанцевщина“ исчерпала себя полностью» (Зеркало, 15.04.2015); «Имея специфический опыт работы в Москве, («лужковско-батурицкий ампир»), Шанцев, как талантливый копировальщик, решил продублировать „лужковщину“ в Нижегородской области» (Зеркало, 15.04.2015); «...в гайдаровщину он был заместителем Министра внешнеэкономических связей» (Завтра, 2015, № 23); «...их идеологией стала *прохановщина*...» (Новая газета, 2015, № 123); «Экономическая беда, в которую нас загнали *гайдаровщина* и *кудринщина*» (телеканал «Россия1», 05.11.2015); «ЦИК от „чуровщины“ не избавился. Элла Памфилова действует формально по закону, но против своей репутации» (НГ, 04.08.2016); «...политический смысл *кады-*

ровщины» (Новая газета, 2016, № 5); «Ельцин – это наше страшное вчера, мы от него ещё не ушли, это не история, *ельцинизм* живёт ещё повсюду...» (Завтра, 2015, № 47); «И это сопряжено с рядом угроз, которые развитой *путинизм* поставил перед Россией. Точно так же, как развитой *брежневизм*» (Новая газета, 13.06.2012, № 64); «Владельцы кабака чутко уловили модную тенденцию – повальную „*бандеризацию*” Западной Украины от мала до велика» (Комсомольская правда – Нижний Новгород, 29.07.2008); «Сегодня не *десталинизация* и, тем более, не дискредитация советского прошлого необходима стране <...> А *дегорбачевизация* и *деельцинизация*» (Завтра, 2015, № 47); «Тяжелые бусы и прямой взгляд – это Псаки <...> Но когда кто-то занимается *псакингом* – выходит куда грубее» (телеканал «Россия1», 22.02.2016).

Ярким негативно-оценочным средством является в текстах современных СМИ суффиксоид *-гейт* со значением ‘политический скандал’, который присоединяется к основам имён собственных: «„*Петрикейт*” – общественно-политический и научный скандал, возникший в 2009 году вокруг разработок Виктора Петрика <...> Название скандала предложено в декабре 2009 года учёным и журналистом Кириллом Еськовым по аналогии с „Уотергейтом” (сайт wikipedia.ru); «*Чулпангейт* <...> Распяты актрису Чулпан Хаматову, снявшуюся в предвыборном ролике „за Путина”, последнюю неделю пытались раз пять сотни разъяренных блогеров» (РГ, 20.02.2012).

На базе антропонимов и отантропонимических производных создаются префиксальные новообразования с префиксами *не-*, *анти-* с семантикой отрицания противоположности, *супер-*, *мега-* с размерно-оценочной семантикой, *псевдо-* с семантикой неистинности, ложности: «Нет ни „*АнтиШанцева*”, ни „*АнтиСорокина*”, ни „*АнтиКондрашова*”, ни даже собирательного „*АнтиДепутата Городской Думы*”» (АПН – НН, 30.12.2013); «Новый Кремль: проект „*антинавальский*”» (Forbes, 25.01.2012); «Поэтому это Заксобрание будет *нешанцевским*, а возможно, и *антишанцевским*» (Заноза, 21.09.2016); «У России был свой *супер-Пиночет* – Сталин» (КП, 11.12.2006); «*Мега-Герд*. Пожалуй, вся жизнь Зиновия Герда, столетний юбилей которого 21 сентября отметила страна, была вопреки» (Новое дело. НН, 29.09.2016); «В финале фестивале «На МОДнение-2008» „зажигал” *псевдо-Билан*» (КП, 15.04.2008).

Присоединение префиксов к именам собственным усиливает экспрессию новообразований, поскольку нарушает существующие словообразовательные правила и каноны, по которым присоединение префиксов к антропонимам нетипично для русского языка.

Личные имена собственные являются базой для сложных новообразований – существительных и прилагательных: «*Единороссы-сорокинцы* и *единороссы Антонова / Шанцева* выступают в большой игре политиче-

скими соперниками» (Зеркало, 20.09.2016); «Раздробить *шанцевско-антоновскую* группировку и взять как можно больше мандатов в районах области» (Заноза, 03.10.2016); «Американо-бандеровская хунта уничтожает инфраструктуру Донбасса» (Poznavatelnoe.tv); «Путинская Россия терпела януковичскую Украину, но не хочет более терпеть прозападную, *ющенко-порошенковскую*» (Ленинская смена, 11.09.2014).

В новообразованиях на базе личных имён собственных активно используются компоненты *-мания*, *-фобия*, характеризующие социальные пристрастия и антипатии: «От *обамамании* до *обамафобии* всего один президентский срок» (телеканал «Россия 1», 08.12.2015); «„*Порошенкомания*” и будущие вызовы. 25 мая в Украине прошли президентские выборы, на которых, по предварительным данным, победил Петр Порошенко» (Политком.RU, 26.05.2014); «В Украине вновь началась волна „*савченкомании*”» (АиФ в Украине, 27.05.2016).

Актуальные антропонимы нередко обыгрываются в новообразованиях разной структуры. Так, источником новообразований в сегодняшних СМИ является фамилия нового американского президента Дональда Трампа: «Когда все говорят про *трамповедение* <...> Сегодня день неологизмов» (Первый телеканал, 09.11.2016); «*антитрамповские* настроения» (Первый телеканал, 10.11.2016); «*Трампофобия* или кому выгодно не допустить избрание Дональда Трампа» (Континент, 19.10.2016); «Перспективы его (Трампа – Авт.) победы в прессе ещё совсем недавно называли *трампкалипсис*» (Первый телеканал, 09.11.2016) – ‘*Трамп + апокалипсис*’.

Новообразования на базе онимов могут включаться и в состав прецедентных текстов: «Сейчас мы узнаём, по ком звенит *Беллокол*» (Матч, 22.10.2016) – обыгрывается фамилия фигуристки Белл, включённая в интertextему – название романа Э. Хемингуэя «По ком звонит колокол»).

Игровые новообразования на базе личных имён собственных создаются также различными аффиксальными способами: «*Скопперфильдимся?*» (Журналист, 2015, № 9); «А Джованни бы *джованился*» (Первый телеканал, 19.10.2016).

Одна из коммуникативно-этических проблем современных масс-медиа, по мнению учёных, – «склонность к эпатажу, скандальность, агрессивность, сосредоточенность на отклонении от нормы. Это касается как поведения, так и выбора речевых ресурсов» [50, с. 74].

Ориентация языкового сознания на агрессию, которая часто культивируется в СМИ, поляризация мышления по принципу «чёрное-белое», разделение на «свой-чужой» проявляются, в частности, в использовании словообразовательных префиксов с семантикой противопоставления, отрицания: *антиШанцев* и др.

Средством речевой агрессии могут быть новообразования с негативно-оценочными аффиксами. Негативную оценочность развивает суффикс *-oid* со значением подобия в тех случаях, когда он участвует в номинации лиц на базе как собственных, так и нарицательных существительных: «Штаб Б.Е. Немцова поименовал главу сочинского избиркома „пособником кубаноидов” <...> Что суффиксация *-oid* используется для производства политических ругательств («*коммуноид*» и т. п.) – это ещё полбеды. Когда такой суффикс соединяется с географическим корнем, получается ругательство по признаку этнорегиональной принадлежности. С довольно сильным оттенком регионального расизма» (Изв., 21.04.2009).

Подобные новообразования с суффиксом *-oid* являются, таким образом, действенным средством речевой агрессии.

«Помимо агрессии навязываются пошлость, вульгарность, неприличная, оскорбительная форма (вплоть до нецензурной), бюрократизм в языковом выражении, демагогия, осозанный и неосознаваемый, наивный цинизм» [50, с. 75]. Отонимные новообразования могут ассоциироваться с инвективной, обценной лексикой: «Все женщины Америки окончательно *затрампаны*» (телеканал «Россия 1», 31.10.2016); «Пущенная было *майдаунами* ложь...» (Завтра, 2014, № 19) – ‘*майдан* + *даун*’.

Учёные отмечают повсеместное распространение в медиатекстах иронии с шокирующей вседозволенностью в формах её проявления [37].

Как показывают примеры, новообразования в СМИ стали удобным способом (средством) навязывания адресату социально-политических оценок и манипулирования общественным мнением. «Многие явления социальной действительности обязаны своим возникновением вербальному моделированию, позволяющему при определённых условиях воздействовать на сознание носителей языка и регулировать их поведение так, как это выгодно владельцам и распорядителям информационных ресурсов и потоков» [8, с. 5].

СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ «СЛОВО ГОДА» КАК ИСТОЧНИК СВЕДЕНИЙ О НЕОЛОГИЧЕСКОЙ ДИНАМИКЕ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА



Иссерс О.С.

*доктор филологических наук,
Омский государственный университет
имени Ф.М. Достоевского*

(644077, Омская область, г. Омск, пр. Мира, д. 55а, Российская Федерация)

Мельник Ю.А.

*аспирант кафедры теоретической и прикладной лингвистики,
Омский государственный университет имени Ф.М. Достоевского
(644077, Омская область, г. Омск, пр. Мира, д. 55а, Российская Федерация)*

Изменения, происходящие в политической, экономической, социальной и других сферах жизни общества, мгновенно или же по истечению определённого времени отражаются в языке. Новые слова появляются (а ранее известные актуализируются) как реакция на общественно-политические, социальные, экономические события и потрясения, происходящие в мире в целом и в конкретной стране в частности. Этому процессу активно способствуют доминирующие каналы передачи информации в современном обществе – традиционные и «новые медиа». Их влияние обуславливает формирование общественного сознания, что реализуется в первую очередь при помощи языковых средств. Социальная информация, передаваемая с помощью этих средств, рассчитана на массового адресата. Язык СМИ, динамичный по своей природе, наиболее оперативно реагирует на изменения в сознании общества и, с одной стороны, отражает его состояние, а с другой – влияет на его формирование. Т. е. «информируя человека о состоянии мира и заполняя его досуг, СМИ оказывают влияние на весь строй его мышления, на стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня» [11], а актуальная лексика принимает участие в формировании социально-политического пространства исторического периода и идеологической позиции общества.

Таким образом, при изучении медийных текстов можно составить представление о времени и эпохе, набросать «лингвистический портрет» времени и представить дискурсивный срез жизни современного общества [29]. Для нашего исследования актуально, что средства массовой информации играют важную роль в неологизации и креативизации современного

русского языка. Это можно проследить на материале социолингвистических проектов «Слово года».

Новейшие лингвистические исследования дают основание говорить о подъёме словообразовательной активности в современном коммуникативном пространстве и высказывать гипотезы о причинах этого явления (М.А. Кронгауз, М.Н. Эпштейн, Г.Ч. Гусейнов, Л.О. Чернейко и др.). Многие исследователи склоняются к мысли, что кардинальные изменения в экономической и социально-политической жизни общества неизбежно приводят человека мыслящего, к тому же активно рефлексизирующего, к усилению его лингвокреативной деятельности. Происходит поиск ранее известного или создание нового слова, которое помогает выразить своё отношение к явлениям действительности [20].

В 2000-х гг. наблюдались спады и подъёмы общественного внимания к языку как источнику и проводнику актуальных смыслов. Активизации этих процессов способствовало усиление гражданской активности, рост оппозиционных настроений в 2011–2012 гг., когда общество захлестнула волна критического осмысления социальных реалий. Это проявление социально-языкового креатива наиболее явно отразилось в формировании лексических новообразований [19]. Интересно, что в последнее время мода на словотворчество не только не прошла, но начала распространяться все шире, привлекая внимание лингвистов к проблеме всестороннего исследования новых слов в плане их коммуникативной, когнитивно-прагматической и социолингвистической специфики. Этот интерес формирует актуальное направление лингвистических исследований – неологию [34].

В неологической терминологической системе новое слово имеет несколько определений и характеризуется определёнными признаками.

Самым распространённым из названных терминов является «неологизм», первоначально закреплявшийся за всеми новыми словами в языке и речи. В «Словаре лингвистических терминов» О.С. Ахманова трактует неологизм не только как «слово или оборот, созданные (возникшие) для обозначения нового (прежде неизвестного) предмета или для выражения нового понятия», но и как «новое слово или выражение, не получившее прав гражданства в общенародном языке и потому воспринимающееся как принадлежащее к особому, нередко сниженному стилю речи» [3]. *Сема новизна* является определяющей при обозначении неологизма.

В.В. Лопатин, называя неологизмы «новыми словами языка», говорит о том, что «они довольно скоро перестают восприниматься как новые слова, новизна их со временем стирается» [28]. Причём некоторые из них устаревают довольно быстро, теряя черты ощутимой новизны. Есть неологизмы общепринятые: они имеют высокую частотность употребления, их знают

носители языка, и они уже не воспринимаются как нечто новое. Так, слово *селфи*, вошедшее в рейтинг «Слово года 2015», активизировалось в течение нескольких последних лет.

Частое употребление слова на страницах газет, в телепередачах, в блогах приводит к тому, что носители языка начинают терять ощущение новизны слова и активно используют его, в том числе и при общении в социальных сетях. Так, рассмотренная нами лексема *селфи*, представленная хэштегом *#me*, является третьим по популярности хэштегом социальной сети Инстаграм (Instagram), а публикаций с хэштегом *#selfies* в ней насчитывается более 16 миллионов (по данным Инстаграм-аналитика на 05.04.2016). Поисковая система Google выдаёт 23 миллиона ссылок, а Яндекс – 3 миллиона на 05.04.2016, что говорит об огромной популярности слова.

Признаком актуальности нового слова является его словообразовательная активность – лавинообразное появление новых производных: *антиселфи*, *селфиться*, *селфетишизм*, *селфи-палка*, *селфи-пати* и калька *себяшка*.

Таким образом, одним из важнейших признаков неологизмов необходимо признать их принятие и закрепление в общем употреблении, т. е. вхождение в лексическую систему языка, в разряд общеупотребительной лексики. Основная трудность, на наш взгляд, состоит в том, что непросто определить, когда то или иное слово перестаёт восприниматься как новое, проникает в язык и входит во всеобщее употребление. Так же трудно точно указать, сколько времени возникшее в языке слово может сохранять новизну и статус неологизма. Представляется, что до тех пор, пока предмет, явление, событие или действие является фактически новым, его трактуется как собой новое слово. Неологизмы обычно не имеют возраста, установить время их появления и творца практически невозможно, т. к. они реализуют живые возможности языковой системы. Чем актуальнее новое слово, тем активнее и интенсивнее оно будет включаться в процессы языковой коммуникации, а значит, быстрее утратит свою новизну и будет зафиксировано в лексикографических источниках. Например, аббревиатура *ИГИЛ* (Исламское государство Ирака и Ливана)¹, вошедшая в тройку лидеров по версии «Пресс-слова года» и получившая широкое распространение благодаря частому употреблению в СМИ и Интернете, вполне может войти в учебники по новейшей истории и словари [35]. Н.И. Фельдман пишет: «Неологизмы, т. е. новообразования, имеющие широкое хождение, несомненно, подлежат включению в словарь, поскольку этим фиксируется словарный состав языка в момент составления словаря» [52].

Появление окказионализма – творческий процесс. Автор, создавая новый образ, стремится выразить его как можно более ярко и ёмко, включаясь

¹ Организация запрещена на территории Российской Федерации

в языковую игру. При этом он осознаёт новизну и необычность слова. Игра со словом становится ещё более увлекательной, когда и собеседник понимает это и принимает правила игры, поддерживая её. Этот процесс можно назвать «народным словотворчеством», когда слова образуются по случаю, в конкретных условиях речевой коммуникации как реакция на конкретные события; их окказиональный статус не препятствует тому, чтобы они были понятны носителям языка: «Если рекламщику для самовыражения нужен заказ, то для народа поводом сочинять прекрасные слова является реальность, данная ему в ощущении. Например, запретят ввозить на территорию страны сыры и хамон, и пожалуйста – тут же появляются „санкционка“, „запрещёнка“ и „разрешёнка“, быстро и легко вошедшие в язык. На показательное уничтожение сыров перед камерой народ отозвался новым словом „сыроцид“. Поскольку лучшим сувениром из зарубежных поездок стал хамон или сыр, то появилась прекрасная „хамондировка“» [47]. *Хамондировка* (заграничная командировка с целью приобретения и поедания на месте санкционных продуктов) и *сыроцид* (уничтожение санкционного сыра) – слова, зафиксированные в «Словаре перемен». При их создании был использован приём паронимической аттракции, который становится всё более востребованным в современном языкотворчестве [47]. Основным признаком использования данного приёма является замена в сознании говорящих первичной **мотивации**, которая ложится в основу образования слова, представлением о мотивационной связи окказионализма со словом, не связанным с ним словообразовательными отношениями, или со словом другого **этимологического гнезда**. Изменение мотивации может сопровождаться изменением значения слова и его структуры. Подобные оценочные новообразования, построенные на основе сходства в звучании отдельных компонентов двух «сближаемых» слов, очень характерны для социальной критики: они высвечивают наиболее острые проблемы общественной жизни [22, с. 9].

При помощи приёма паронимической аттракции (по данным проекта «Слово года») образованы слова *соцсед*, *соцседка* (приятель по соцсети либо тот, кто постоянно сидит в соцсети (как домосед)), *лайчуций* (жаждущий лайков), *нипричёмьши* (скучные, тихие люди, иллюстрация к «моя хата с краю» и «сидят, как мыши», всегда вдали от любых волнений, вечно ни при чём) [49].

В «Словаре перемен» зафиксированы многочисленные экспрессивно-оценочные единицы, построенные по этой продуктивной модели: *хапремонт* (капитальный ремонт, в процессе которого исполнители крадут средства), *шарлить* (очень зло шутить на общественно-политические и религиозные темы), *адекватники* и *мегаватники* – слова, связанные с украинской

тематикой. Так называют людей (также используется для самоименования), настроенных положительно по отношению к власти, в противовес «креативному классу» [47]. В «Пресс-слове года», дополняя затронутую выше тему, зафиксированы *ватники* и *вышиватники* [35].

Часто новые слова создаются по моделям контаминации и «междусловного наложения» [14, с. 86]. В аспекте словообразования контаминация определяется как «взаимодействие, скрещивание, объединение языковых единиц и их частей на основе их семантического или формального изменения, а также образование новой языковой единицы, т. е. окказионализма» [41, с. 113]. Этот способ деривации встречается в современных новообразованиях наиболее часто. Контаминанты характеризуются метафорическим оттенком значения, при этом большинство из них являются телескопическими, т. е. конец одного слова накладывается на начало другого, – таким образом рождается языковая игра. Например, *плебсикОн* (словарный запас человека с низкой речевой культурой), *советошь* (нечто ветхое советское, сохранившееся «с тех времён») [49].

Таким образом, роль СМИ в неологизации и креативизации современного языка заключается в том, что, являясь доминирующим каналом передачи информации в современном коммуникативном пространстве, они активно влияют на общественное сознание при помощи языковых средств. Актуальная, новая и креативная лексика в дискурсивных практиках традиционных и новых медиа оказывает существенное влияние на формирование модели мира массового адресата, его системы ценностей. Выбор той или иной лексической единицы при освещении неоднозначно интерпретируемого события либо конфликтной темы способствует этому процессу: так, к примеру, рождаются *мегаватники* вместо *патриотов*. С другой стороны, новое слово, рождённое сознанием конкретного носителя языка, попадает в интернет-пространство и начинает жить своей жизнью, прокладывая путь в пространство языка. Закрепится ли новое слово в речи или, попав в фокус общественного внимания на короткое мгновение, исчезнет, покажет только время. Задача лингвистов – зафиксировать и исследовать данное явление на современном этапе его существования. Анализ материала СМИ, в свою очередь, позволяет провести лингвистическую диагностику динамики общественных процессов, отразить фрагменты массового сознания конкретной социальной общности на определённом этапе.

**ТРАНСФОРМАЦИЯ СЕМАНТИЧЕСКОГО
ОБЪЁМА И СОЧЕТАЕМОСТНЫХ СВОЙСТВ
ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В СОВРЕМЕННОМ
ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА
МАТЕРИАЛЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ СМИ
УКРАИНЫ)**



Зайцева И.П.

*доктор филологических наук, профессор,
Витебский государственный университет имени П.М. Машерова.
(210038, Республика Беларусь, г. Витебск, Московский проспект, д. 33)*

В соответствии со «Словарём социолингвистических терминов», демократизация литературного языка понимается как «модификация языковых норм, проводимая с целью приблизить кодифицированный язык к узусу в случаях их сильного расхождения» [48, с. 53]. Очевидно, что приведённое определение оценивает процесс демократизации с глобальной, теоретико-методологической точки зрения и, соответственно, имеет синхронно-диахронические основания, будучи ориентированным на многоступенчатое поступательное движение языкового организма в тесной связи с жизнью нескольких поколений национального коллектива, для которого язык является и вместилищем знаний, и средством их передачи, и одним из способов сохранения культурно-языковых традиций. Столь же глобальными, нередко знаменующими качественные изменения в языковой системе, оказываются и явления, которые составители упомянутого словаря приводят в качестве примеров демократических изменений в языке: «Демократизация литературного языка может в различной степени затрагивать разные уровни: графику, орфографию, лексику, синтаксические конструкции. Объём и содержание данного понятия, применяемого к различным историческим этапам того или иного языка, могут существенно различаться. Например, демократизация литературного языка проявилась в смене диалектной основы словацкого литературного языка в XIX в.; в реформе орфографии русского языка 1918 г., одной из составных частей которой была отмена некоторых букв (Ђ «ять», Ҁ «ижица», Ө «фита» и др.)» [48, с. 54].

Рассматривая процесс демократизации в условиях того или иного синхронного среза развития языка, скажем, на протяжении существования двух–трёх либо даже одного поколения, исследователи, как правило, сосредоточиваются на явлениях и процессах значительно более локального

характера, позволяющих даже отдельному носителю языка наглядно увидеть те или иные семантические, стилистические и другие сдвиги, которые иногда справедливо представляются весьма незначительными и лишь в совокупности могут свидетельствовать об определённых изменениях в сфере национального языка.

Безусловно, при подобном подходе самыми показательными оказываются лексико-семантический и фразеологический уровни языковой системы, которые наиболее открыты для воздействия экстралингвистических, в первую очередь социальных и культурных, факторов; к тому же именно эти уровни языка отличаются не только открытостью, но и динамичностью и проницаемостью; в комплексе перечисленные характеристики создают возможности для разнообразных вариантов актуализации семантико-стилистического потенциала лексических и фразеологических единиц. При этом процесс демократизации трактуется несколько иначе, как, например, в работе Н.В. Баско «Развитие русского языка в условиях глобализации», посвящённой выявлению особенностей русского языка современного периода: «**Демократизация языка.** Эта тенденция проявляется в активном использовании разговорной по стилю лексики и фразеологии, традиционно характерной для обиходно-бытовой сферы общения в социально-политической сфере общения: в информационных сообщениях российских СМИ, в публичных выступлениях политиков и общественных деятелей, в статьях на социально-политические темы и в других жанрах письменной речи. Ср.: *социálка* социальная сфера», *нефтýнка* «нефтяная отрасль», политическая *тубóвка*, *разборки* (между кланами). Демократизация языка проявляется также в смешении коммуникативных стилей, в повышенной экспрессивности речи и ориентации языка на „устность”. Живая речь всё смелее конкурирует со строгой языковой нормой. В этом отражается стремление россиян (особенно городской молодёжи) следовать языковой моде, „языковому вкусу эпохи”[25], в основе которого лежит стремление к свободе выражения, к обновлению культурно-речевых образцов. Демократизация языка проявляется и в изменении норм современного русского литературного языка в направлении демократизации, во введении новых вариантов (равноправных или допустимых), которые характерны для речи большинства современных образованных носителей русского языка» [4, с. 253].

Признавая очевидность и, в целом, бесспорно прогрессивное значение тенденции к демократизации языка, реализующейся, что называется, на наших глазах [см., напр., 32], многие исследователи в то же время выражают озабоченность в связи с некоторыми сопутствующими этому процессу явлениями, которые могут весьма негативно повлиять на состав и функционирование русского языка. К примеру, Ю.А. Бельчиков отмечает следу-

още: «Принципиально важно различать демократизацию литературного языка и *вульгаризацию* литературной речи. Вульгаризация литературной речи связана с тенденцией огрубления речи, детабуизации ненормативной лексики и фразеологии. Эта тенденция в русской общественно-речевой практике начала складываться в конце XX века в условиях острой политической, идеологической, экономической ситуации, связанной с распадом СССР, ликвидацией тоталитарного режима и становлением новой, демократической России. Под вульгаризацией речи понимается главным образом такое использование стилистически сниженной и нелитературной лексики и фразеологии (жаргонизмов, диалектной лексики и фразеологии, просторечных слов и выражений), а также слов и речевых оборотов с резко негативной эмоционально-экспрессивной окраской (грубо-просторечных и жаргонных инвектив, вплоть до обсценной лексики и фразеологии), которое не может быть оправдано контекстом или ситуацией высказывания и представляется неэстетичным или нарушением этико-речевых норм русского литературного языка» [5, с. 4].

Безусловно, тенденция к демократизации языка, в той или иной мере затрагивающая все уровни языковой системы, наиболее явственно воплощается в языке СМИ в связи с «глобальным процессом формирования и функционирования в современных литературных языках языка СМИ, ставшего в них влиятельнейшей функциональной разновидностью» [5, с. 4]. «Завоевание» языком СМИ абсолютных передовых позиций в сфере современного русского языка произошло не только на территории Российской Федерации, но и практически на всём постсоветском пространстве, т. е. и на территориях бывших союзных республик, в том числе и на Украине. Вопреки не очень демократичной (особенно в последние годы) языковой политике киевских властей значительная часть как печатных, так и электронных СМИ Украины продолжает выходить на русском языке. Одним из наиболее популярных аналитических изданий остаётся еженедельная газета «2000», издающаяся в двух версиях: печатной и электронной.

Даже фрагментарный анализ публикаций одного из последних номеров названного издания [12; 27] убедительно подтверждает уже ставшую аксиомой мысль, что в последние десятилетия СМИ являются своего рода лабораторией для «проверки», «шлифовки» множества семантических, стилистических и т. д. трансформаций, происходящих со словом и с языковым материалом в принципе. При этом различные авторские эксперименты осуществляются чаще всего именно в русле действия постоянной тенденции к демократизации языка, находящей воплощение в необыкновенно широком диапазоне форм как отбора, так и организации используемого автором-журналистом языкового материала. Далее мы остановимся на примерах,

иллюстрирующих лишь некоторые, наиболее, на наш взгляд, выразительные, а также чаще всего используемые автором (т. е. уже имеющие для того или иного журналиста системный характер, а значит отражающие своеобразие его индивидуально-авторского стиля), способы и приёмы осмысления (как правило, переосмысления, трансформации и т.п.) имеющихся в его распоряжении лингвистических средств.

Материалом в данном случае послужила публикация явно иронически-сатирического характера, опубликованная под псевдонимом *Критикан Политиканов* (уже это окказиональное имя собственное отчётливо ориентировано на традицию «говорящих», тем или иным образом ярко характеризующих их обладателя, имён), – «*Церберы невидимого фронта*» [27]², посвящённая современным политическим реалиям Украины (выраженная образность и экспрессивность приведённого газетного заголовка, на наш взгляд, в особых комментариях не нуждаются).

Таким образом, «заявка» на очевидную креативизацию³ излагаемого материала сделана журналистом уже в заголовочной части публикации и последовательно реализована, как будет показано далее, на протяжении всего развёртывающегося текста (демократизация, отличающая языковую ткань современных СМИ, в большинстве случаев основывается именно на креативном авторском подходе к использованию и организации лингвистического материала в публицистических жанрах).

Одним из наиболее явных проявлений креативного подхода к осмыслению языкового материала, безусловно, следует считать образование авторских окказиональных наименований; в публицистике такого рода новообразования чаще всего выполняют функцию иронической либо сатирической характеристики изображаемого в сочетании с выраженной экспрессивностью. В анализируемой публикации функционирует несколько авторских окказиональных образований, наиболее выразительным из которых представляется неоднократно употребляемое существительное *поллитролог*. Оно впервые появляется уже в третьем, явно ироничном по своей тональности абзаце публикации (автор рассуждает о последствиях

² В данном случае наблюдаем авторскую трансформацию устойчивого выражения «бойцы невидимого фронта» (изначально использовалось для характеристики представителей силовых структур, чаще всего секретных) путём замены одного из его компонентов («бойцы») на экспрессивное, явно коннотирующее «церберы» (в переносном значении «свирепый и бдительный сторож») [6, с. 1462].

³ Креативность (от лат. create – творить) – порождающая способность, характерная черта творческой личности, проявляющаяся в изменении универсума культуры, опыта индивида, сферы культурных значений и смыслов [53]. Термин креативизация, вероятно, следует понимать как креативность, реализуемую в том или ином процессе (в данном случае – процессе создания публицистического текста).

проигрыша Хиллари Клинтон на выборах президента США): «Да, такого позора Хиллари Клинтон не знала со времён Моника Левински. Кстати, ходят слухи, что Моника одной из первых поздравила Дональда Трампа с победой и выразила надежду на перезагрузку своих отношений с Белым домом. А наш *поллитролог* уверяет, что Трамп отправит Хиллари послом в Ливию. Но это, конечно, чёрный юмор провокатора» [27].

Окказиональное новообразование *поллитролог* создано по той же модели, что и наименование одной из наиболее востребованных в настоящее время профессий – *политолог* (учёный, занимающийся исследованием проблем внешней и внутренней политики), которое ассоциативно постоянно присутствует в рассматриваемом тексте (публикация на политическую тему). Однако эта модель, в результате наполнения её новыми смыслами, приобретает весьма многоплановое и при этом специфическое содержание. Во-первых, образованное наименование обнаруживает явные связи с созвучным глаголом *троллить* – жаргонизмом, появившимся в последнее время в среде специалистов по IT-технологиям: «троллить – хамить в интернете – в форумах, блогах и др. формах интернет общения, анонимно, скрываясь под псевдонимом или меняя ники; писать провокационные сообщения; пытаться разозлить собеседников» [45]. Во-вторых, графический облик окказионализма, безусловно, отсылает читателя ещё к одной ассоциации – со словом *пол-литра* (разговорное обозначение бутылки водки такого же объёма). Таким образом, смысл новообразования *поллитролог* может быть истолкован адресатом примерно так: ‘лицо, чьи явно нелицеприятные, иногда провокативные комментарии по поводу кого- или чего-нибудь, сопровождаются постоянным прибеганием к возлияниям’, – что, соответственно, накладывает некий отпечаток на характер интерпретаций этого субъекта, но одновременно обеспечивает ему свободу высказывания: что у трезвого на уме, то у пьяного – на языке (ср. с феноменом шута, которому позволено говорить всё, а уж как воспринимать сказанное – решать окружающим).

Примечательно, что все, положенные в основу создания окказионализма наименования (*политолог*, *троллить* и *пол-литра*), а также ассоциативно и как-либо ещё связанные с ними слова (одного семантического поля и т. д.) – как, например, *водка*, *стопка* и др., «сопровождающие» процесс употребления спиртных напитков, – неоднократно встречаются в публикации в различном контекстуальном окружении (так же подчеркнуто креативного характера), постоянно актуализируя связь с ними авторским новообразованием. Ср., например: «Впрочем, Европа с её безвизом, как оказалось, Киеву не очень-то и нужна. Кто *сбрэндил*? Никакого *бренди*! Строго *водка*. Это *придворный политолог* власти Владимир Фесенко готовит публику к дырке от бублика из Европы» [27].

Приводимые далее фрагменты демонстрируют разнообразие контекстов, в которых функционирует наиболее выразительное и наиболее системно используемое авторское новообразование:

«Расставлять стопки над *i* взялся наш *поллитролог*. По его словам, в ходе обещанных МВФ проверок могут всплыть Юлины офшоры, которые она набивала баблом в тесном сотрудничестве с Павлом Лазаренко. Юлия ж у нас демократ с большим стажем, если показать её счета с девятью нулями – ранее обнаруженные е-декларации молодых демократов смешными покажутся»;

«Наш *поллитролог* разинул было варежку, мол, у него у самого такие документы есть. Даже вытащил из-за голенища платежки за коммуналку да чеки из магазинов – дескать, вот она, документально подтверждённая дискредитация органов госвласти Украины... Но я, конечно, оперативно заткнул провокатора. Тут о серьёзных вещах речь, тут иностранный заговор, а он со своей мелочёвкой – тарифы ЖКХ, ценники в магазинах. Он бы ещё зарплатную ведомость вынул со своими копейками. Совсем нет совести... ну т. е. не у властей и обслуживающей её СБУ, а у *поллитролога* нашего»;

«Наш *поллитролог* и тут подскочил, как будто ему в стопку вместо водки уксус налили. А почему не задержали? Адреса? Явки? Фамилии? Кто организатор? Кто получал финансирование у агрессивного агрессора? Ну, если «спецслужбой зафиксированы»... Пришлось мне опять указывать идиоту... ну т. е. не Дублику, а *поллитрологу* нашему... чтоб не совал свой нос куда не следует. Не задержали – значит, так надо. Может, врагов заманивают, связи выявляют. Заговор разоблачить – это ж тебе не стакан водки хряпнуть!»;

«Вообще-то в демократических странах в подобных ситуациях власть сама подаёт в отставку и назначает досрочные выборы... Цыц, гад! Простите, уважаемые, опять недоглядел, пропустил грязный выпад нашего *поллитролога* против процессов демократизации. Ничего, мы этому кремлёвскому наймиту ещё покажем, где евроинтеграция без газа зимует»;

«Вот те раз: «а надо ли?»... А чего ж три года назад не ставили вопрос таким образом? А надо ли было страну на уши ставить, экономику разваливать, промышленность и науку уничтожить, народ в нищету вгонять... Вот ведь эксперт хренов! Ну т. е. не Фесенко, конечно, а *поллитролог* наш, который встрял со своим демагогическим комментарием. Ведь только что эсбэушный Бублик... или Дублик... да какая разница!.. объяснил для дураков: власть всё делает правильно, и если бы не Сурков со своим планом «Шатун», то потекли бы уже давно молочные реки в кисельных берегах...» [27].

В приведённых выше фрагментах подчёркнуты те лингвистические элементы, которые, взаимодействуя с окказиональным образованием, от-

теньют его своеобразие, создавая, как представляется, именно ту стилистическую тональность текста (условно определим её как иронически-провокативную), в которой, вероятно, по мнению автора, уместнее всего рассуждать об абсурдных явлениях современного украинского политика.

Помимо окказионального образования *поллитролог*, в анализируемой публикации присутствуют и другие неологизмы, в подавляющем своём большинстве разговорно-просторечного свойства, часть из которых уже знакома читателю (в первую очередь из языка СМИ): «*Джонович* (Кроме того, Путин якобы подписал указ о назначении Трампа Дональда Джоновича полномочным представителем по Северо-Американскому федеральному округу...)»; «*Вашингтонщина* (Да, Вашингтонщина по этой части явно в хвосте не плетётся)»; «*недоманипулировали* (Но, видимо, где-то недоманипулировали)»; «*демократить* и *реформить* (Эх-хе-хе, и как с такими демократию *демократить* да реформы *реформить*?)»; «*безвиз* (Этот *безвиз*, может быть, и не нужен; Впрочем, Европа с её *безвизом*, как оказалось, Киеву не очень-то и нужна)» [27]. Обращает на себя внимание целая группа новообразований с корнем *евро-*, часть из которых (*проевропейский*, *евроинтеграция*) уже несколько лет активно используется в языке СМИ: *евроинтеграция* («Ничего, мы этому кремлёвскому наймиту ещё покажем, где *евроинтеграция* без газа зимует»), *проевропейский* и *евродемократы* («Ведь он от имени власти признал, что *проевропейский* курс дискредитирован в глазах избирателей ... *евродемократы* потерпят поражение»), *европропагандист* («...задался сей *европропагандист* риторическим вопросом спустя три года после майдана» – об украинском политологе Фесенко) [27]. Безусловно, ключевой функцией всех приведённых новообразований является **воздействующая** (одна из основных для публицистики), которая реализуется в тесном сочетании с функцией экспрессивной. В данном случае, на наш взгляд, все новообразования использованы журналистом умело и уместно, что, безусловно, свидетельствует о высоком уровне профессионального мастерства. Хотя весьма часто автор явно «балансирует» на грани (грани креативности и вульгарности), он, к его чести, всегда на этой грани удерживается – ср., например: «в случае новых выборов *евроидио*... бр-р-р... *евродемократы* потерпят поражение» [27].

В результате расширения в контексте сочетаемостных возможностей лексических единиц (характерный и активно используемый современными журналистами приём) у последних в большинстве случаев трансформируется и семантический объём – появляются новые, не известные ранее языку оттенки значения, а иногда и формируются новые значения.

Представляется, что автор рассматриваемой публикации весьма нестандартно и вместе с тем высокопрофессионально проявил себя и в этой области. Так, например, журналист неоднократно и вполне последова-

тельно использует в несвойственном ему значении одно из междометий – *бр-р*, которое в соответствии с толковым словарём употребляется в современном русском языке в двух значениях: «бр; бр-р, *межд.* 1. Употр. для обозначения ощущения холода. *Ну мороз! Бр-р!* 2. Выражает брезгливость, отвращение, презрение и т. п. *Кругом такая грязь – бр!* *Унижаться? Бр-р – ни за что!*» [6, с. 94].

В результате же неоднократного употребления в определённом роде контекстах это междометие в анализируемой публикации формирует иное, окказиональное, значение, не зафиксированное на сегодняшний день в словарях. Приведём ряд контекстов, в которых, на наш взгляд, автором системно осуществляется формирование нового как минимум, оттенка значения:

«Н-да, американские президентские выборы – это просто *пьянка... бр-р-р... песня*. Я бы даже сказал – гимн, без бутылки говоря, демократии и, без закуски выражаясь, свободному миру»;

«Наши-то доморощенные *дураки... бр-р-р... демократы* такого про Трампа понаписывали! Вот уж действительно показали себя во всей красе»;

«Зато не успевшие в свое время нахамить Трампу ходят го голяями. Например, министр соцполитики Павел Розенко *посмешил подлизнуть... бр-р-р... поспешил подчеркнуть*: «А вот я, например, никогда и ничего плохого про Дональда Трампа не говорил и не писал», – сообщил он на своей странице в Фейсбуке»;

«Мы с мужиками решительно поддержали Мустафу: *езжай скорей! Да не забудь всю свою майданную камарилью... бр-р-р... команду прихватить*»;

«Просто-таки *Робин Гуды... бр-р-р... Робин Гуды*»;

«Ведь он от имени власти признал, что проевропейский курс дискредитирован в глазах избирателей и что в случае новых выборов *евроидио... бр-р-р... евродемократы* потерпят поражение»;

«В очередной раз порадовали *самые бредовые... бр-р-р... передовые круги нашей общественности*, которые собрались на „круглый стол“...» [27].

Во всех приведённых цитатах междометие *бр-р-р* использовано в сходной функции – с его помощью передаётся якобы досада субъекта речи на самого себя в связи с допущенной оговоркой, на самом деле мнимой (те слова и выражения, которые будто бы нечаянно вырвались из уст автора, и те, на которые он сразу же исправляет их, так же, как и собственно междометия, в цитатах выделены). В результате рассматриваемое междометие выполняет в данном случае функцию лингвистического **сигнала авторефлексирования** говорящего над собственной речью: допустив оговорку, он сразу её исправляет, употребляя «правильное» слово вместо словно бы случайно вырвавшегося у него «неправильного». При этом даже для не очень искушённого читателя очевидно, что главным в смысловом отношении

оказывается именно первое слово, якобы сказанное непроизвольно.

Функцию сигналов рефлексирования в аналогичных случаях выполняют и некоторые другие элементы публицистического дискурса – так, в приводимых далее примерах с подобной целью используются выражения, характерные для практического общения как в литературном языке (*простите, виноват*), так и в различных других (нелитературных) коммуникативных сферах: разговорные *или как его там? ага*; просторечное *пардоньте* и т. д.:

«А „спаситель мира” Лошенко... *простите*, Лещенко должен теперь десять раз подумать – ехать ли в США»;

«Ещё одна *обезьян... образина... ага, образец...* Ещё один образец высоколобого интеллектуала с майдана, Мустафа Найем»;

«К телекамерам вышел начальник департамента СБУ *Алкоголий Бублик... секунду, уточню... ага, Анатолий Дублик* (вот кто!)»;

«Первым метнулся в свой Фейсбук *г-н Макаков... или как его там?... ага, Аваков* – подтирать за собой всё, что оставил на просторах соцсети»;

«Дальше Дублик поведал о *ещё более курьёзных... пардоньте... серьёзных вещах*»;

«*Посрамничали... виноват, поскромничали* наши депутаты и министры. Или память напрочь отшибло» [27].

Неоднократно автор использует в означенной функции и междометие *тьфу*, приобретающее в рассматриваемой публикации дополнительный – по сравнению с литературным языком – оттенок значения: выражение досады на самого себя за допущенную неточность (ср. со словарным толкованием: «*тьфу* ... 2. Выражает презрительное отношение к кому-либо, чему-либо, раздражение, негодование и т. д. ... *Тьфу ты, отстань со своими просьбами! Тьфу, запутался совсем!*» [6, с. 1356–1357]):

«Но, собственно, могло ли быть иначе – с *такой презренной... тьфу ты!.. прозорливой элитой*, как у нас?»;

«Тем временем *церберы... тьфу ты!.. рыцари невидимого фронта* разоблачили очередные происки Суркова, которые тот по-прежнему рассылает по своей электронной почте» [27].

Проанализированные примеры, которыми, безусловно, не исчерпывается диапазон воплощения в публикации авторских приёмов и способов осмысления и, соответственно, трансформации используемого языкового материала, как представляется, позволяют сделать вывод о том, что в данном случае мы наблюдаем профессиональное (и, соответственно, качественное), концептуально и тематически оправданное обращение с привлекаемыми лингвистическими средствами, причём явно креативного характера. В подобных случаях проявления тенденции к демократизации

языка, как правило, основываются на креативном авторском подходе к отбору и организации лингвистических средств, вполне могут расцениваться как позитивные, способствующие актуализации образного потенциала и иных свойственных языковой системе возможностей.

ДЕМОКРАТИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА И ЕЁ АТТРАКЦИЯ В ЯЗЫКЕ

Сипко Й.

*профессор, доктор, кандидат филологических наук,
Прешовский университет, Словакия
(08001, Словакия, г. Прешов, ул. 17 ноября, д. 1)*

Если говорить о демократизации любого объекта, то необходимо осознавать, что социально-коммуникативные процессы коренятся в человеке и в его общем гуманитарном уровне. Лексема демократизация и с ней ассоциирующиеся другие языковые единицы, такие как *гласность, свобода слова, права человека* и др., стали в наших, бывших социалистических, странах, как известно, определёнными лингвокультурными кодами [1] во второй половине 1980-х гг. Первоначально в своём большинстве общественность воспринимала их положительно и с надеждой относительно ожидаемых перемен, но вместе с тем высказывались также критические точки зрения на всё происходящее. Критиковали, естественно, не саму демократию, а многие сопровождающие её процессы. В этом контексте проявились многие острые противоречия, но очевидным стало и то, что, в некотором смысле, *жить стало лучше, жить стало веселее*. Обстановка бесспорной свободы слова отразилась в целом ряде языковых форм, и в особенности этот факт можно было отметить в **неологизмах, окказионализмах и англицизмах**. Как показывают наши иллюстрации из тогдашних российских СМИ, демократизация общества отображалась также в повышенной **пародизации** названных процессов, что расширяло коммуникативные возможности в первую очередь газет и журналов [42; 43].

Дезинтеграция и словотворчество

Одним из феноменов демократизации стала **дезинтеграция СССР**, которую в России чаще всего стали называть *развалом СССР*. В отдельных регионах тогда ещё СССР стали активизироваться радикальные националистические движения, результатом которых были и военные конфликты, например, в Нагорном Карабахе, Чечне, Молдавии. По сути дела, дезинтеграция носила антирусский характер, поскольку во всех бедах из советского прошлого об-

вина, как правило, русских. Эти дезинтеграционные процессы в оригинальной форме отображены, например, в стихах Г. Дробиза под пародийным названием, которое в советскую эпоху представляло одну из советских **идеологем**. В те годы регулярно в официальной коммуникации фиксировалось выражение *дружба народов*, но в конце советской эпохи оно стало предметом осмеяния. В конкретные **окказионализмы**, произведённые от названий отдельных народов, автор пытается включить значение, которое больше всего ассоциируется с соответствующими чертами данного этноса. Авторские неологизмы в подобных случаях можно в некотором смысле считать **компрессированными текстами**, поскольку они содержат в себе богатый лингвокультурный фон. Может показаться интересным, что автор не создал никакого словотворческого образа Украины, видимо, не предполагая, до чего доведёт *дружба народов* русских и украинцев через два десятилетия:

СТИХИ ОРДЕНА ДРУЖБЫ НАРОДОВ

<i>Разъевреились</i> времена	<i>И вдали не ветер стонет –</i>
<i>Обрусели</i> небеса,	<i>Там латышатся вдали,</i>
<i>Загрузинились</i> вагоны,	<i>Накреняются, эстонят,</i>
<i>Наармянилась</i> краса.	<i>Разлитовясь корабли.</i>
<i>Киргизуют</i> паровозы,	<i>Я удмуртен, ты чувашен,</i>
<i>Дагестанится</i> гора.	<i>И ещё в таком году,</i>
<i>Раёякутились</i> морозы,	<i>Набурятили мы скважин,</i>
<i>Размолдавिला</i> жара.	<i>Туркменьясь на ходу!</i>
<i>Ты башкиришь, ты балкаришь,</i>	<i>Я тебе селькупно брат!</i>
<i>Я лезгинен, ненецват,</i>	<i>Но невечно им кореять,</i>
<i>Ты черкесно мне товарищ,</i>	<i>Дружбу крепкую ковать.</i>

Авторское словотворчество создаёт широкие возможности для оригинальной и нередко точной оценки конкретного объекта. В особенности предпосылки для образования таких единиц обнаруживаются в политических реалиях, поскольку политическая среда является носителем самых острых и многообразных конфликтов. В этом отношении мы имеем отклонения от **нормы** жизни и перевес в ней **аномалий** [2]. Одним из самых важных вопросов в истории России были её отношения с Западом. Не иначе было и в советскую эпоху [40]. Хотя в отдельных моментах после распада СССР казалось, что вместо противостояния между Россией и Западом наступит время сотрудничества логика политического развития опять вернула всё на свои места. Отрицательное отношение к Западу со стороны россиян стало в 1990-е гг. расширяться, и эти тенденции отмечаются и в наше время. Это наблюдается в отношении не только государств, но и народов:

Кто французит или британит,

*Итальянит иль германит,
Всяк по-своему тщеславно
О себе заботой занят (ЛР, 1-2, 1996).*

Критика верхушки

Когда в СССР отменили цензуру, СМИ почти сразу почувствовали свои возможности. На первый взгляд казалось, что в рамках *гласности* можно откровенно выступать по всем темам, выражать свои позиции и, что самое главное, без ограничений критиковать даже представителей высших органов государственной власти. Расширение коммуникативного пространства создало реальную обстановку для **творческого подхода** в процессе интерпретации действительности. Больше всего эта тенденция проявилась в **юмористических и сатирических жанрах**, в которых выражались критика, главным образом, действий политиков, а также взгляд на другие стороны советской действительности. Поскольку человечество в течение всей своей истории живёт в поисках ценностей, то они закономерно фиксируются в «ценностно-смысловом пространстве языка» [1]. В постсоветские годы появилось множество проблем в области экономики, торговли, продовольствия, снижался жизненный уровень миллионов простых россиян, в чём, естественно, обвиняли главных представителей власти. В ниже приведённом отрывке окказионализмы образованы от известных фамилий, и они также представляют собой **компрессированные тексты**, так как в них содержится богатый **этнокультурный фон**, связанный с деятельностью известных политических лиц (*Брежнев, Горбачёв, Гайдар, Чубайс, Черномырдин, Хасбулатов, Зюганов, Лебедь, Коржаков, Ельцин, Березовский, Немцов*). Эти фамилии вызывают богатые ассоциации не только в России. Нетрудно догадаться, что в большинстве своём они транслируют отрицательное отношение:

НЕСКОЛЬКО ГЛАГОЛЬНЫХ РИФМ (Г. ФЕРЕ)

*Кляча истории ржёт по-прежнему,
И чреватые её чудачества.
Где там потчуют диктатурую?
Не хотели мы жить **по-брежнему**,
Выкаблучиваться стали, **выгорбачиваться**.
Нагайдалили, начубайсили.
Видно, мало **нахасбулатили**,
Без зарплаты **отчерномырдничали**.
Чуть не сели за стол **зюганствовать**.
Денег нет, возьмём ли натурою?
Лебеднуть? Али покаржаковствуем?*

*Власть дряхла и ельцинизирует.
Хреново, сколько ни безразвудуй!
«Клуб ДС» устал прогнозировать.
Спасёт ли Россию немцовство?*

Возможность критики главных представителей страны расширила языково-творческий потенциал для многих авторов. В СМИ регулярно отзывались о деятельности политиков, комментировали их выступления и недостатки их коммуникации. Стали издаваться книги об их *зернистых мыслях*. Одна из таких книг – «Зернистые мысли и фразы наших политиков. От Горбачёва до Путина» (2007) [13] – была переиздана семь раз.

Включение политиков в демократизацию

В рамках публичной критики верховных представителей страны расширились печатные и издательские возможности. За деятельностью и личной жизнью политиков регулярно стали следить в СМИ, в особенности комментировали и комментируют их выступления, отмечают в том числе и недостатки в их коммуникации. Возросшая в адрес главных персон страны критика вызвала в некотором смысле их ответную реакцию, далеко не всегда соответствующую правилам высокого стиля. Высшие представители власти очень активно и сознательно содействовали **демократизации в коммуникации** своими публичными высказываниями, которые стали «притчей во языцех». Нижеуказанные фрагменты *зернистых мыслей* наглядно демонстрируют роль их авторов в культивировании более свободного общения, в рамках которого функционируют также выражения из языка криминального мира (русской фени), вульгарные и двусмысленные реплики и др., которые в советскую эпоху невозможно было даже предположить из уст верховных представителей. Приведём лишь несколько выражений, которые стали известными благодаря *гласности и демократизации* в стране. Поскольку демократизация советского (постсоветского) мира была первоначально связана главным образом с **М.С. Горбачёвым**, то в обиход вошли в первую очередь его выражения, которые позже часто повторялись в **пародийном** контексте. Определённым персонифицированным языковым кодом были единицы, ставшие впоследствии известными, а в некоторых из них с появились даже **англицизмы** для создания языковой игры: «Процесс пошел; Товарищи, давайте определиться; Мы знаем, кто есть ху на самом деле» [13].

В постсоветский период стало активным выражение *его ушли* для обозначения ситуации, когда кого-то сняли с высокого поста. **Б.Н. Ельцин** употребил это выражение по отношению к самому себе, в результате чего появилась языковая игра: «Иногда думаю: „Уйти, уйти, уйти!“ А потом думаю: „Кого? Кого? Кого?“» [13].

Может быть, самым известным маркером языковой личности Б.Н. Ельцина была глагольная форма *понимаешь*, которая в русском языке функционирует в обобщённом значении вводного слова. При этом президент Ельцин (и не только он) мог себе позволить быть не только *зернистым*, но также и *просторечным*: «Или, я *извиняюсь*, *голую задницу подставить*, или всё-таки как-то обеспечить себе, *понимаешь*, на востоке хорошее прикрытие. Вот такая, *понимаешь*, *загогулина*, получается» [13].

Иногда, критикуя, Ельцина называли *царем Борисом I*, но повод для этого оригинального **историзма** дал сам Ельцин: «Это было при Петре I так, ну и при *Борисе I* будет».

Русский язык постсоветской эпохи, бесспорно, обогатил и **В. Черномырдин**, бывший в 1990-е гг. премьер-министром России. Наверное, самой известной является его реплика, которой он комментировал обмен денежных купюр в 1993 г. Она стала даже объектом философских рассуждений: «Мы хотели как лучше, а получилось как всегда».

Черномырдинские выражения можно толковать по-всякому: «Ну кто меня может заменить? *Убью сразу*... Извините»; «Всё давать – *давалка сломается*»; «Правительство – это не тот *орган*, где, как говорится, можно только *языком*»; «Мы мужики и знаем *на чём сидим*» [13].

Своеобразным способом «расширяет» рамки «дозволенного» в языке публичных выступлений, углубляет его демократические тенденции **В.В. Путин**. Самым известным его выражением стало словосочетание, которым он отреагировал на теракт в Москве в сентябре 1999 г., в результате которого были взорваны два жилых дома и погибло несколько сотен человек: «Будем преследовать террористов везде. Значит, вы уж меня извините, в туалете поймаем – и *в сортире их замочим*» [13].

С началом его первого президентского срока совпали последствия войны в Чечне. Запад, как обычно, критиковал Россию за эту войну. В ноябре 2002 г. в Брюсселе Путин, кроме всего прочего, так отвечал на один из вопросов: «Если вы готовы себе сделать *обрезание*, то я вас приглашаю в Москву. И я порекомендую сделать операцию таким образом, чтобы у вас *ничего не выросло*» [13]. Просторечные реплики Путина появляются в эфире и в прессе довольно часто, **путинизмы** пользуются известностью и даже популярностью.

Языковые портреты личностей

Политиков можно представить одним словом и/или коротким выражением, которые становятся их самыми известными **речевыми маркерами**. В журнале «Огонёк» (№11, 2005) был опубликован материал с фотографиями всех советских и постсоветских лидеров, кроме Горбачёва, и под каждым

портретом были приведены их самый известный атрибут и цитата: Ленин (бревно, «батенька»), Сталин (трубка, «попытка не пытка»), Хрущёв (кукуруза, «пидарасы»), Брежнев (брови, «систематически»), Ельцин (бутылка, «понимаешь»), Путин (кимоно, «мочить в сортире»).

Естественно, что у всех приведённых выше политиков можно обнаружить больше **языковых маркеров**. Обратимся к самому известному **путинизму** и рассмотрим, как он функционирует в современной России. В какой-то степени **арготизм мочить в сортире** принёс Путину популярность, он содействовал в определённой степени усилению его положительного имиджа, так как презентовал нового президента как энергичного руководителя страны, что после эпохи *Ельцина* (с его *бутылкой*) психологически вполне объяснимо. Как известно, Путин с большим перевесом победил на всех президентских выборах, и его арготическое выражение стало даже **прецедентным**. В «Нашем современнике» (№9, 2001, с. 242–251) была опубликована статья М. Ганиной, содержащая острую критику *демократов*, по её версии, инициаторов западного влияния на Россию. Вместе с тем автор выражает надежду, что *молодой президент будет мочить сторонников западного влияния*. Возникает парадокс – автор борется за чистоту русского языка, но допускает возможность употребления арготизмов против разрушителей России. Автор в этом смысле дальше пишет: «Может, молодой президент произнесёт в адрес разрушителей то, что произнёс в начале второго действия чеченской войны: „Мы их будем мочить...”» (69, 2001, № 9).

В подобном оценочном плане употребляет самый известный путинизм Г. Дробиз в статье "Проблемы с онегинским дядей" (ЛГ, 4, 2001): «...или выражение *мочить в сортире*, давшее одному из кандидатов в президенты России победу в первом же туре. Но не исключено, что через сто лет *сортиров* не будет вообще... Но через сто лет придётся долго объяснять и первую строку: *Мой дядя самых честных правил*. Поскольку, что такое *честные правила* не будет знать никто...».

Посредством путинского арготизма были резко осуждены инициаторы самого известного теракта нашей эпохи 11 сентября 2001 г. в Нью-Йорке в «Письме всем террористам планеты»: «Это относится в первую очередь к организаторам. Их будут без разговоров *мочить, мочить, мочить*. Вам, разумеется, никто не позволит учить и лечить, но есть много хороших и мирных профессий. Чистите сортиры» (НГ, 13.09.2001).

Выражение *мочить в сортире* стало функционировать также в качестве языкового кода для **критики** самого Путина. В первую очередь критический контекст этого выражения расширяет его оценочную шкалу: «Путин работает как популист, начиная со знаменитого *мочить в сортире*» (ЛГ, 26, 2001); «Путин – это нечто среднее между Назарбаевым и Лукашенко. Его

курс можно назвать *путинизмом*. Он способен *мочить* олигархов видимо-невидимо» (НГ, 19.01. 2004).

Словосочетание *мочить в сортире* стало юмористическим и пародийным средством. В своё время в журнале «Огонёк» регулярно печатались пародийные тексты под названием «Похождения Пушкина и Гоголя в современной России и в современном мире». В одном из таких *похождений* великие русские писатели заметили большой пожар, который прилетел тушить на вертолёте «... сам *Путин*». Тот комментирует свой подвиг перед Пушкиным и Гоголем: «Сам прилетал, всё потушил. Упал с неба, как орёл! Всех в сторону отодвинул: сам пошёл и в огонь, лично *замочил* и улетел. Пушкин: „Герой...“ Гоголь: „Бери выше...“» (Огонёк, №16, 2005).

Пародийные тексты по отношению к высшим представителям власти отражают некоторую меру свободы слова. Например, так с помощью окказионализмов с суперпродуктивным суффиксом *-инг* критикуется отсутствие видимых изменений в стране при новой власти:

*Нас ведут на новый путинг,
А меню без перемен:
Вождён кремлёвский пудинг,
Для столичных мельпомен.
Над страной тот же шизинг,
И развесист клюквы куст,
А для нас, как раньше лизинг,
Всех важнее из искусств* (ЛГ, № 6, 2000).

Выражение *мочить в сортире* стало коммуникативным средством с широким оценочным диапазоном. Посредством него, с одной стороны, *Путину* дают высокую положительную оценку, с другой, его критикуют и пародируют. Вместе с тем, критикуя *Путина* за грубую речь, авторы представляют его в сопоставлении с *Б. Обамой* гораздо более вежливым. В этом признавался и сам американский президент, который за свою низкую речь винит политику:

*Политика провалами чревата,
Обидно, если прямо фейсом в грязь.
Ну как **Обаме** обойтись без мата?
А *Путин* держит курс не матерясь* (ЛГ, № 38, 2016).

Демократия и её восприятие

Обычно считается, что *демократия* представляет собой в некотором смысле вершину справедливой власти в нашем мире, и её корни ищут в Древней Греции, главным образом в Афинах. Выражение "*Демократия – на-родовластие*" стало главным лозунгом в странах советского лагеря во время

коренных социально-политических и экономических преобразований. Но вместе с тем эта идеологема в определённых слоях общества стала всё чаще ассоциироваться с целым рядом отрицательных явлений, которые, в свою очередь, ассоциируются во многом с прозападным влиянием. Тем не менее в условиях демократии появилась возможность для острой критики самой же демократии. Вспомним такие единицы, как **демократура**, **демократор**, **дёрмократия**, посредством которых выражалась критика многих псевдодемократических явлений. Наряду с тем слово *демократия* постепенно приобретало новые **оценочные коннотации**. Многие россияне почувствовали, что те процессы, что связаны с *демократией*, приносят стране целый ряд неблагоприятных последствий, и слово *демократия* оказалось в оппозиции к слову *советский*. Обе идеологемы в противоположных лагерях стали ругательствами:

ДВА РУГАТЕЛЬСТВА

*К сестре из Сестрорецка
Из Брянска прибыл брат,
Была она советской,
А он был демократ.
С утра до самой ночи,
Дискуссия велась,
Рвалась на этой почве,
Их родственная связь.*

*Сестре из Сестрорецка
Из Братска пишет брат:
Была ты просоветской
А я продемократ
Звучат как два ругательства,
Как самый грязный мат.
Как символ издевательства:
«Совет» и «Демократ»!*

(ЛГ, №13, 2002).

Заключение

Несмотря на частый критический настрой по отношению к событиям после распада советской системы, можно считать бесспорным фактом, что последующие изменения принесли целый ряд новых положительных реалий. К ним, несомненно, относится и обстановка в общественной коммуникации, в рамках которой базисную роль стали играть СМИ. Именно в них в значительной степени отображается **языковая картина мира** [23]. Отмена цензуры позволила более откровенно выражаться по всем вопросам общественно-политической жизни, и в этом плане преобладание получили критические высказывания. Новым феноменом стала критическая оценка главных политических представителей в соответствующих языковых формах. Указанные социально-коммуникативные возможности создали предпосылки для образования новых языковых единиц и заимствований, главным образом из английского языка. Среди них видную роль занимают новые устойчивые единицы, что, бесспорно, расширило активную комму-

никативную сферу русского языка. Таким образом, демократизация общества оказала реальное воздействие на языково-коммуникативные процессы, несмотря на целый ряд отрицательных явлений в постсоветской жизни. В любом случае, язык тут ни при чём. Он только отображает человека, его систему ценностей, его восприятие мира и, по сути, весь его образ жизни. Проиллюстрировавшие это языковые единицы представляют собой, таким образом, часть **языкового архива** своего времени.

СВОЕОБРАЗИЕ ЛЕКСИЧЕСКИХ НОВООБРАЗОВАНИЙ В РУССКОМ И ХОРВАТСКОМ МЕДИАТЕКСТЕ

Радченко М.В.

*доктор филологических наук, профессор,
Задарский университет
(23000, Хорватия, г. Задар,
ул. Миховила Павлиновича, д. 1)*



Лексические новообразования особенно широко представлены на страницах прессы и в электронных средствах массовой информации. Российские исследователи отмечают, что именно в языке СМИ «наиболее отчётливо и быстро отражаются изменения, происходящие в наше время во всех сферах языка» [16, с. 10]. В настоящее время СМИ являются сильнейшим средством воздействия на массовое сознание. С целью воздействия на читателя журналисты обращаются к ярким оценочным речевым средствам, демонстрируя индивидуально-авторский, творческий подход к словообразованию. Новообразования позволяют автору не только донести до читателя информацию о каких-либо событиях, происходящих в окружающей нас действительности, о различных проблемах и ситуациях, но также и выразить своё отношение к ним. Анализ современных русских и хорватских медиа-текстов свидетельствует о том, что это явление характерно не только для российских, но и для хорватских СМИ.

Следует отметить, что активные словообразовательные процессы развёртываются в сфере как традиционных, так и нетиповых, неузальных моделей образования новых слов, характерных для окказиональной деривации. Безусловно, наибольший интерес представляют те инновации, которые образованы нестандартными, специфическими способами. К нетрадиционным способам словопроизводства, получившим в последнее

время достаточно широкое распространение в обоих языках, относится контаминация - образование нового слова путём скрещивания, объединения двух слов или частей слов, когда: «1) формально в новообразовании представлены хотя бы одной буквой (точнее, фонемой) оба исходных слова; 2) в значении новообразования сложным способом переплетаются значения обоих исходных слов» [39, с. 164]. Контаминированные новообразования отличаются высокой степенью экспрессивности, выражают отношение автора к описываемому явлению, событию, создают комический или иронический эффект, а также нередко в игровой форме выражают социальную оценку, ср.: "**Акомедия наук. Как Владимир Путин сделал чиновников академиками**" (Коммерсант, 24.11.2016) (*академия + комедия = акомедия*); "**Тулузеры. Вчера сборная России с позором покинула Евро после разгрома от Уэльса**" (Спорт-экспресс, 21.06.2016) (*Тулуза + лузеры = Тулузеры*); "**Moralni zakon Immanuela Kantamarka**" (Novi list, 02.02.2016) (*Kant + Karamarko = Kantamarko*); "**Haktivisti napadaju: anonimousi osvetili Diesela, policijskog psa kojeg su ubili teroristi**" (Danas.hr, 19.11.2015) (*hakeri + aktivisti = haktivisti*).

В поисках новых изобразительно-выразительных средств российские и хорватские журналисты нередко обращаются к неузальному использованию разнообразных графических элементов, например, при создании графодериватов или контаминированных новообразований с графически выделенным сегментом: "**Чемо-данные. Посадочные талоны, багажные квитанции и пограничный контроль в аэропортах станут электронными**" (РГ, 03.03.2016); "**Nevjerojatna (s)ličnost. Na društvenim mrežama kruže fotografije trojice muškaraca koji nevjerojatno sliče jedan drugome, odnosno trećemu**" (Webcafe.hr, 19.12.2015) (*sličnost* - 'сходство'; *ličnost* - 'личность'); "**Развестись с Джолы - БРЭДовая идея**" (МК, 22.09.2016) (*БРЭД + бредовая = БРЭДовая*); "**Tko će na kraju dana (h)ridati?**" (Danas.hr, 24.11.2015) (*HRID* - название политической партии + *ridati* - 'рыдать' = (*h*)ridati) и т.п.

В обоих исследуемых языках широко представлена также деривация по конкретному образцу (аналогическое словообразование), в результате которого новообразование создаётся по аналогии со структурой конкретного слова. При этом ассоциативная связь со словом-образцом отчётливо осознаётся в новообразовании, а «в качестве форманта, структурирующего окказионализм, часто используется не аффикс, а какой-либо фрагмент слова-прообраза» [16, с. 194]. С.В. Ильясова предлагает называть этот способ «предсказамус-приём». По её мнению, такое название является более компактным и более наглядно выражает механизм действия и игровой характер приёма [19, с. 193]. Приведём несколько примеров: "**В состоянии полной расстрелянности. Украина решила поиспытывать свои ракеты под Сим-**

фероподем" (Коммерсант, 26.11.2016) (*расстрелянности* ← *растерянности*); "*Poslovnjaci i postovnjaci*" (Novi list, 02.04.2011) (*postovnjaci* ← *poslovnjaci*). В обоих языках подобные новообразования могут создаваться с опорой на иноязычное слово-прообраз, например, *Макдоналдс* (из английского языка) или *gastarbajter* (из немецкого языка). Ср.: "*Какой же русский «Макдоналдс» без макицей, маккаши, мактефтелей и маккомптоа из максухофруктов?*" (АиФ, № 27, 2015); "*Vlastarbajter na burzi rada*" (Novi list, 19.07.2016).

Одной из основных тенденций языка СМИ является активное использование стилистически сниженных элементов из разговорной речи и жаргона. В обоих языках разговорные слова и жаргонизмы могут выступать в качестве деривационной базы, например: "*В Минфин и Минэкономразвития направлен законопроект об информационных ресурсах, которые помогут реализовать антиотмывочный закон*" (Изв., 10.07.2014) (*отмыть* – жарг. что 'с помощью финансовых операций обратить деньги, полученные незаконным путём, в законный доход' [6, с. 753]); "*Pričati danas o održivom razvoju Hrvatske, dok «ozbiljna» politika rješava ćirilicu, latinicu, bosančicu, glagoljicu i drkicu opasan je presedan*" (Večernji list, 11.01.2014) (обсценный глагол *drkati*).

Для обоих языков характерно широкое использование в качестве базовых основ имён собственных лиц, что обусловлено усилением личностного начала [15, с. 99]. Особенно активно в словообразовательный процесс вовлекаются имена политических деятелей, при этом используемые модели позволяют создавать не только нейтральные, но и оценочные образования. Одним из таких «ключевых онимов текущего момента» [31, с. 62] является фамилия новоизбранного президента США Дональда Трампа (англ. Donald Trump), активно используемая в качестве деривационной базы в российских и в хорватских СМИ. В обоих языках многочисленны примеры новообразований, созданных как узуальными способами, например, путём аффиксации (*трампист*, *трампизат*, *антитрамповский*) или сложения (*трампомания*, *трампобия*, *трамполjub*), так и неузуальными, к которым относятся контаминация (*трампномика*, *трампастично*), заместительное словообразование (*трампотрясение*), графодеривация (*ТРАМПлин*) и др. Ср.: "*Трамписты всех стран, соединяйтесь?*" (МК, 15.11.2016); "*Pitanje je samo hoće li trumvizat biti opasniji od političke korektnosti*" (Jutarnji list, 04.03.2016); "*Республиканцы задумали антитрамповский переворот*" (НГ, 08.07.2016); "*Российских бизнесменов накрыла «трампомания»: именем президента США назвали дом быта*" (МК, 09.11.2016); "*Trumpofobija ne prestaje, «tolerantna» ljeвица i dalje sikće porukama mržnje, novi američki predsjednik postao je globalna babaroga*" (Glas Slavonije, 23.11.2016); "*Hrvatski trumpoljubi*" (Novi list,

11.10.2016); "Успехи в сфере **трампономики**. Какой может стать экономика США при новом президенте" (Коммерсант, 10.11.2016) (Трамп + экономика = трампономика); "Pa ovo je **trumpastično!** 9.11. Brojevi ne lažu: dan za pobjedu" (24 sata, 10.11.2016) (Trump+ fantastično = trumpastično); "Почти 60% российских работодателей отказываются нанимать работников старше 50 лет, а при удобном случае постараются избавиться от таких сотрудников. <...> В итоге образуются группы «забытых людей», обращение к которым Дональда Трампа обеспечило ему победу. Эксперты считают, что и в РФ «забытые люди» могут стать причиной электорального «**трампотрясения**»" (НГ, 18.11.2016) (трампотрясение ← землетрясение); "**ТРАМПлин** для пересмотра отношений США с Японией. Встревоженный Токио гадает по поводу азиатской политики нового президента Америки" (НГ, 18.11.2016).

Отражение актуальных процессов в СМИ, их анализ и интерпретация заставляют журналистов использовать крайне разнородные языковые ресурсы, что ведёт к активному включению в словообразовательные процессы разнотильевых элементов языка и обращению к окказиональной деривации. Словообразование в языке СМИ носит креативный характер, что особенно ярко проявляется при производстве новых слов нетрадиционными способами, к которым относятся контаминация, аналогическое словообразование, графодеривация и др. Новообразования, появляющиеся в медиатекстах, отличаются, как правило, необычностью формы и семантической ёмкостью, поэтому они нередко встречаются в заголовках российских и хорватских публикаций. Ярко выраженная экспрессивность и оценочность большинства подобных новообразований способствуют в первую очередь реализации воздействующей функции СМИ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Маркова Е.М.

*доктор филологических наук, профессор,
Московский государственный областной университет (105005, г. Москва, ул. Радио, д.10А, Российская
Федерация)*



Подводя общий итог обмену мнениями в рамках круглого стола, посвящённого роли СМИ в изменениях, происходящих в современном русском языке, можно констатировать его плодотворность, единодушие высказанных мнений и сделанных выводов, взаимодополняемость иллюстративного материала.

В материале, анализируемом Е.М. Марковой, представлены некоторые лексико-словообразовательные и фразеологические особенности современного медиа-дискурса, играющие роль в креативизации лексикона русского языка.

Л.В. Рацибурской рассматриваются ключевые антропонимы современной эпохи, их деривационный потенциал, а также структурно-функциональная специфика отантропонимических новообразований в медийных текстах.

О.С. Иссерс и Ю.А. Мельник исследуют актуальную лексику, зафиксированную в социолингвистических проектах «Слово года». Ведущая роль в формировании данных рейтингов принадлежит средствам массовой информации, которые активно влияют на общественное сознание и являются доминирующими каналами передачи информации в современной коммуникативном пространстве. Они также оказывают непосредственное влияние на процесс неологизации и креативизации языка. Актуальная, новая и креативная лексика в дискурсивных практиках традиционных и новых медиа оказывает существенное влияние на формирование модели мира массового адресата. Анализ новейшего материала позволяет автору провести лингвистическую диагностику динамики общественных процессов.

И.П. Зайцева, представляющая Республику Беларусь, на основе анализа русскоязычных СМИ в Украине выявляет новообразования, в большинстве своём созданные контаминации нескольких языковых единиц и паронимической аттракции и основанные на языковой игре.

Й. Сипко из Словакии заостряет своё внимание на понятии «демократизация» и его отражении в языке, рассматривает в этой связи окказионализмы, связанные во многом с именами известных политических деятелей. Демократические и лингвокреативные тенденции в современном русском и

других славянских языках словацкий исследователь видит в использовании представителями власти сниженной, жаргонной лексики, а также в возможности создания эмоционально-оценочных окказионализмов, характеризующих деятельность и личности правящей верхушки.

Хорватский исследователь М. Радченко анализирует некоторые особенности лексических новообразований, встречающихся в современных медиа-текстах на русском и хорватском языках, утверждая, что окказиональные явления, наблюдаемые в русских СМИ, встречаются и в хорватских средствах массовой информации, т. е. имеют типологический характер. Ею выявляются наиболее продуктивные словообразовательные модели (контаминация, аналогическое словообразование, графодеривация и др.), по которым возникают подобные новообразования в двух родственных славянских языках.

Бурные неологические процессы в области лексики и словообразования всеми участниками объясняются внеязыковыми причинами, ибо «рост эмоциональной напряжённости в жизни общества активизирует процессы образования эмоционально-экспрессивных типов словообразовательных моделей» [7, с. 131]. Язык и его возможности отражают общеотрицательные эмоции, господствующие в обществе, и скептицизм в отношении к тому, что происходит в экономике, политике, общественной жизни, жизни чиновников, политиков, бизнесменов, поп- и телезвёзд, для передачи которых активизируется огромный пласт новых обозначений.

Среди основных процессов, обсуждаемых на круглом столе, выделяются своей активностью процессы движения лексики сниженной, жаргонной в разговорную часть литературного языка, процессы заимствования из английского языка, процессы возникновения новых, окказиональных единиц, словотворческий, выражаясь в духе времени, «словомейкерский» бум, языковая игра в самых разных её проявлениях и, как следствие, – демократизация языка, размывание строгих стилистических рамок, экспрессивизация лексиконов, заполнение языковых лагун, расширение словообразовательных и синонимических возможностей языка, укрепление субъективного фактора в языке, соответствующего антропоморфическому центризму.

Активным проводником инновационных языковых явлений и одновременно площадкой, на которой они апробируются, стал язык СМИ. Представленный языковой материал показал, что именно в масс-медийных текстах часто наблюдаются отступления от норм, что связано с выражением эмоционально-оценочного авторского отношения к происходящим общественным явлениям, актуализируется эмоциональная, разговорная лексика и фразеология для передачи отрицательной оценки явлений.

К многочисленным процессам, возникшим или активизировавшимся в славянских языках на рубеже двух веков, относится образование новых слов. При этом неологизмы создаются не столько для выполнения их основной функции – номинации новых понятий, реалий, сколько для выражения с их помощью определённой оценки конкретных фактов, событий, явлений, для более ёмкого, образного именованя уже известных вещей, т. е. служат их вторичной номинацией.

Среди словообразовательных тенденций выделяются стремительный рост композитов, возникновение новых префиксоидов и суффиксоидов, активное заимствование или «добраивание» новых словообразовательных гнезд, активизация некоторых деривационных моделей (к примеру, «инговый бум») и др. Одним из наиболее продуктивных словообразовательных процессов является универбация, проявления которой весьма многообразны: это и усечения слов и структур, и стяжения словосочетаний в одно слово, сопровождаемое суффиксацией, субстантивация прилагательных и причастий, глагольное словообразование от имён существительных. Универбация представляет собой яркое проявление закона языковой экономии, выражающегося в уменьшении или упрощении формального компонента (слова или словосочетания) при изменении семантического и зачастую добавлении экспрессивно-эмоционального компонента, что является следствием экономии речевых усилий и отражением компрессии времени в наши дни, убыстрения общего темпа жизни. Сущность этого явления заключается в том, что в процессе реализации языковых средств осуществляется селекция наиболее рациональных и кратких для целей коммуникации форм языковых единиц, что соответствует стремлению современного социума к увеличению информативности текста за счёт его минимизации. Многочисленные универбаты представлены у всех авторов-участников круглого стола.

Несомненно, резкие перемены в жизни языкового коллектива ведут за собой быстрые сдвиги в языке, прежде всего в лексике. Однако нужно признать, что ещё рано судить о значимости происходящих на рубеже XX – XXI в. перемен и о том, какие лексико-семантические трансформации превратятся в языковые факты. Как справедливо заметили Е.М. Верещагин и В. Г. Костомаров, «язык не склад, а сито: мелкое, преходящее, незначительное просеивается, а остаётся только то, что заслуживает хранения» [10, с. 45]. Очевидно одно (и материалы круглого стола подтверждают это): наше время, характеризующееся демократическими тенденциями и ярко выраженным эмоционально-оценочным отношением к современным общественно-политическим процессам и явлениям, вызывает к жизни и соответствующие лингвокреативные образования, зачастую порождаемые и тиражируемые средствами массовой информации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алефиренко Н.Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка. М.: Флинта: Наука, 2010. 241 с.
2. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988. 321 с.
3. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М., 2007. 608 с.
4. Баско Н.В. Развитие русского языка в условиях глобализации // Языковая политика и языковые конфликты в современном мире. М., 2014. С. 252–256.
5. Бельчиков Ю.А. О роли СМИ в процессе демократизации русского литературного языка // Вестник электронных и печатных СМИ. 2010. № 13. С. 3–7.
6. Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 1998. 1536 с.
7. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. М.: Логос, 2001. 303 с.
8. Васильев А.Д. Игры в слова: манипулятивные операции в текстах СМИ. СПб.: Златоуст, 2013. 660 с.
9. Вежибицкая А. Язык. Культура. Познание / пер. с англ.; отв. ред. и сост. М.А. Кронгауз. М., 1996. 441 с.
10. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. М., 1990. 246 с.
11. Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание : электронное учебное пособие. URL: <http://evartist.narod.ru/text12/03.htm> (дата обращения 06.12.2016).
12. Дмитренко Я. Дети генерала Гранта // Еженедельник 2000. 2016. № 46 (796). 18–24 ноября.
13. Душенко К. Зернистые мысли и фразы наших политиков. От Горбачёва до Путина. М.: Эксмо, 2007. 448 с.
14. Журавлёв А.Ф. Технические возможности русского языка в области предметной номинации // Способы номинации в современном русском языке. М.: Наука, 1982. С. 45–109.
15. Земская Е.А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). М.: Языки русской культуры, 1996. С. 90–141.
16. Земская Е.А. Словообразование как деятельность. М.: Наука, 1992. 221 с.
17. Ильясова С.В. Феномен лавинообразного словотворчества (на материале современных СМИ) // Актуальные проблемы современного словообразования : сборник научных статей / под общ. ред. Л.А. Араевой. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2011. С. 499–503.
18. Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М.: Флинта: Наука, 2015. 296 с.
19. Иссерс О.С. Дискурсивные игры «Болотного периода» // Русистика. 2013. № 13. С. 10–13.
20. Иссерс О.С. От серьёзного – до смешного: игровой потенциал российского слова года // Политическая лингвистика. 2015. № 4. С. 25–31.
21. Кирилова-Раденкова Е. Изменение коммуникативного типа предложения

как структурно-семантический тип игровых трансформаций паремий и прецедентных высказываний в газетных заголовках // Болгарская русистика. 2016. № 4. С. 11–23.

22. Кнорре-Дмитриева К. Глядь – а тут сыроцид [Электронный ресурс]. URL: <http://novayaazeta.livejournal.com/4004610.html> (дата обращения: 06.12.2016).

23. Колшанский Г.В. Субъективная картина мира в познании и языке. М.: Ком-Книга, 2006. 310 с.

24. Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2007. 172 с.

25. Костомаров В.Г. Стилистический вкус эпохи. М., 1994. 186 с.

26. Коряковцева Е.И. Словообразовательные ресурсы новых функциональных стилей славянских языков // *Słowotwórstwo a nowe style funkcjonalne języków słowiańskich. Word-formation and the newfunctional styles of Slavic languages : Proceedings of International Congress of Slavists , Minsk, August 20–27, 2013. Siedlce, 2013. С. 9–38.*

27. Критикан Политиканов. Церберы невидимого фронта // Ежедневная газета «2000». 2016.18–24 ноября

28. Лопатин В.В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования. М.: Наука, 1973. 152 с.

29. Малюга Е.Н. Подходы к изучению вопросительных предложений в англо-американской прессе. М., 2001. 116 с.

30. Маркова Е.М., Григорянова Т. Динамические аспекты лексики современных славянских языков. Brno: Tribun EU, 2016. 187 с.

31. Нефляшева И.А. Ключевой оним в современном дискурсе и его словообразовательный потенциал // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2008. № 10. С. 62–68.

32. Переволочанская С. Демократизация литературного языка и разрушение стилистических категорий в начале XIX и XXI веков // *Studia rossica rosnaniensia*. 2010. Vol. XXXV. S. 195–206.

33. Плотникова Л.И. Деривационный и когнитивно-прагматический потенциал лексических новообразований в живой разговорной речи // Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика, психология. 2011. № 3. С. 183–187.

34. Попова Т.В. Рацибурская Л.В., Гугунава Д.В. Неология и неография современного русского языка : учебное пособие. 2-е изд., стер. М.: Флинта: Наука, 2011. 168 с.

35. Пресс-слово года [Электронный ресурс]. http://www.public.ru/press_slovo_2015/ (дата обращения: 06.12.2016).

36. Русский язык начала XXI века: лексика, словообразование, грамматика, текст: коллективная монография / Т.Б. Радбиль и др. Нижний Новгород: НГУ, 2014. 326 с.

37. Ремчукова Е.Н. Креативный потенциал русской грамматики. М.: URSS, 2010. 220 с.

38. Рискогенность современной коммуникации и роль коммуникативной компетентности в её преодолении. Саратов: Издательство Саратовского университета, 2015. 358 с.

39. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки славянской культуры, 2002. 552 с.
40. Семанов С. Секретная миссия Андропова. М.: Яуза-каталог, 2014. 352 с.
41. Силина В.Б. Контаминация // Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцевой. М.: Советская энциклопедия, 1997. С. 97–98.
42. Сипко Й. Тексты с повышенной этнокультурной коннотацией. Прешов: Философский факультет Прешовского университета, 2002. 258 с.
43. Сипко Й. В поисках истинного смысла: монография. Прешов: Философский факультет Прешовского университета, 2008. 444 с.
44. Слова, с которыми мы встречались: словарь общего жаргона / под ред. Р.И. Родиной, О.П. Ермаковой, Е.А. Зелиной. М., 1999. 320 с.
45. Словарь молодёжного сленга [Электронный ресурс]. URL: <http://www.onlinedics.ru/slovar/lang/t/trollit.html> (дата обращения: 07.12.2016).
46. Словарь перемен / сост. М. Вишневецкая. М., 2015. 160 с.
47. Словарь перемен [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/notes/2015/776172429135957> (дата обращения: 06.12.2016).
48. Словарь социолингвистических терминов / отв. ред. В.Ю. Михальченко. М.: Институт языкознания РАН, 2006. 312 с.
49. Слово года [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/groups/slovogoda/> (дата обращения: 11.12.2016).
50. Сурикова Т.И. Антиэтика в языке СМИ // Журналист. 2016. № 10. С. 72–75.
51. Толковый словарь современного русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г.Н. Складневской. М.: Астрель, 2005. 702 с.
52. Фельдман Н.И. Окказиональные слова и лексикография // Вопросы языкознания. 1957. № 4. С. 64–73.
53. Философский словарь [Электронный ресурс]. URL: http://gufo.me/fil_a (дата обращения: 06.12.2016).
54. Шмелёва Т.В. Кризис как ключевое слово текущего момента // Philology.ru : русский филологический портал. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/shmeleva-09.htm> (дата обращения: 10.12.2016).

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ И ИХ СОКРАЩЕНИЯ

55. Аргументы и факты (АиФ)
56. Аргументы и факты в Украине (АиФУкр)
57. Аргументы недели (АН)
58. Комсомольская правда (КП)
59. Комсомольская правда – Нижний Новгород (КП НН)
60. Московский комсомолец (МК)
61. Независимая газета (НГ)
62. Российская газета (РГ)
63. Новая газета
64. Известия (Изв.)
65. Литературная газета (ЛГ)
66. Литературная Россия (ЛР)

67. Коммерсант (К)
68. Огонёк (О)
69. Наш современник
70. НИА «Нижний Новгород»
71. Заноза
72. Зеркало
73. Завтра
74. Новое дело (Н. Новгород)
75. Агентство политических новостей (Н. Новгород)
76. Матч (Н. Новгород)
77. Континент
78. Ленинская смена
79. Журналист
80. Политком.RU
81. Спорт-экспресс
82. Еженедельная газета «2000» (Украина)
83. Телеканал «Россия 1»
84. Danas.hr (Хорватия)
85. Forbes
86. Jutarnji list (Хорватия)
87. Novi list (Хорватия)
88. Večernji list (Хорватия)
89. Webcafe.hr (Хорватия)
90. Wikipedia.ru. URL: <http://ru.wikipedia.org/?oldid=80505909>
91. Poznavatelnoe.tv [сайт]. URL: <http://poznnavatelnoe.tv/node/2980>

REFERENCES

1. Alefirenko N.F. *Lingvokul'turologiya. Tsennostno-smyslovoe prostranstvo yazyka* [Cultural Linguistics. Axiological Space Language]. Moscow, 2010. 241 p. (In Russ.)
2. Arutyunova N.D. *Tipy yazykovykh znachenii. Otsenka. Sobytie. Fakt* [Types of Language Meanings. Assessment. Event. Fact]. Moscoq, 1988. 321 p. (In Russ.)
3. Akhmanova O.S. *Slovar' lingvisticheskikh terminov* [Dictionary of Linguistic Terms]. Moscow, 2007. 608 p. (In Russ.)
4. Basko N.V. The Development of the Russian Language in Conditions of Globalization. *Yazykovaya politika i yazykovye konflikty v sovremennom mire* [Language Policy and Language Conflicts in the Modern World]. Moscow, 2014, pp. 252–256. (In Russ.)
5. Bel'chikov Yu.A. On the Role of Mass Media in the Democratization Process of the Russian Literary Language. *Vestnik elektronnykh i pechatnykh SMI* [Bulletin of Electronic and Print Media], 2010, no. 13, pp. 3–7. (In Russ.)
6. *Bol'shoi tolkovyi slovar' russkogo yazyka* [The Big Explanatory Dictionary of Russian]. St. Petersburg, Norint Publ., 1998. 1536 p. (In Russ.)
7. Valgina N.S. *Aktivnye protsessy v sovremennom russkom yazyke* [Active Processes in Modern Russian Language]. Moscow, Logos Publ., 2001. 303 p. (In Russ.)

8. Vasil'ev A.D. *Iгры v slova: manipulyativnye operatsii v tekstakh SMI* [Word Games: Manipulative Operations in Media Texts]. St. Petersburg, Norint Publ., 2013. 660 p. (In Russ.)
9. Vezhbitskaya A. *Yazyk. Kul'tura. Poznanie* [Language. Culture. Knowledge]. Moscow, 1996. 441 p. (In Russ.)
10. Vereshchagin E.M., Kostomarov V.G. *Yazyk i kul'tura* [Language and Culture]. Moscow, 1990. 246 p. (In Russ.)
11. Volodina M.H. *Yazyk SMI – osnovnoe sredstvo vozdeistviya na massovoe soznanie : elektronnoe uchebnoe posobie* [The Language of Mass Media – the Main Means of Influence on Mass Consciousness : the Electronic Manual]. Available at: <http://evartist.narod.ru/text12/03.htm> (accessed: 06.12.2016) (In Russ.)
12. Dmitrenko Ya. Children of General Grant. *Ezhenedel'nik* [Journal], 2016, 18–24 November (In Russ.)
13. Dushenko K. *Zernistye mysli i frazy nashikh politikov. Ot Gorbacheva do Putina* [Grainy Thoughts and Phrases of Our Politicians. From Gorbachev to Putin]. Moscow, 2007. 448 p. (In Russ.)
14. Zhuravlev A.F. The Technical Capabilities of the Russian Language in the Field of the Subject Nomination. *Sposoby nominatsii v sovremennom russkom yazyke* [Methods of Nomination in the Modern Russian Language]. Moscow, 1982, pp. 45–109. (In Russ.)
15. Zemskaya E.A. Active Processes in the Modern Word Derivation. *Russkii yazyk kontsa XX stoletiya (1985–1995)* [Russian Language of the Late Twentieth Century (1985–1995)]. Moscow, Languages of Russian culture, 1996, pp. 90–141. (In Russ.)
16. Zemskaya E.A. *Slovoobrazovanie kak deyatel'nost'* [Word-Formation as an Activity]. Moscow, 1992. 221 p. (In Russ.)
17. Il'yasova S.V. The Avalanche Phenomenon of Word Creation (based on Modern Media). *Aktual'nye problemy sovremennogo slovoobrazovaniya* [Actual Problems Of Modern Word-Formation]. Kemerovo, 2011, pp. 499–503. (In Russ.)
18. Il'yasova S.V., Amiri L.P. *Yazykovaya igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy* [Language Play in the Communicative Space of Media and Advertising]. Moscow, 2015. 296 p. (in Russ.)
19. Issers O.S. Discursive Games of “Swamp Period”. *Rusistika* [Rusistiks], 2013, no. 13, pp. 10–13. (In Russ.)
20. Issers O.S. From the Serious to the Ridiculous: the Gaming Potential of the Russian Word of the Year. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], 2015, no. 4, pp. 25–31. (In Russ.)
21. Kirilova-Radenkova E. Change the Communicative Type of the Sentence as a Structural-Semantic Type of Game Transformations in Proverbs and the Case Statements in the Headlines. *Bolgarskaya rusistika* [Bulgarian Rusistiks], 2016, no. 4, pp. 11–23. (In Russ.)
22. Knorre-Dmitrieva K. *Glyad' – a tut syrotsid* [Lo and behold – and here is the Carocide]. Available at: <http://novayagazeta.livejournal.com/4004610.html> (accessed: 06.12.2016) (In Russ.)
23. Kolshanskii G.V. *Sobektivnaya kartina mira v poznanii i yazyke* [Subjective Picture of the World in Cognition and Language]. Moscow, 2006. 310 p. (In Russ.)

24. Koptina G.A. *Rechevoe manipulirovanie : uchebnoe posobie* [Voice Manipulation : Tutorial]. Moscow, 2007. 172 p. (In Russ.)
25. Kostomarov V.G. *Stilisticheskii vkus epokhi* [Stylistic Taste of the Era]. Moscow, 1994. 186 p. (in Russ.)
26. Koryakovtseva E.I. Derivational Resources of New Functional Styles of the Slavic Languages. *Słowotwórstwo a nowe style funkcjonalne języków słowiańskich. Word-formation and the newfunctional styles of Slavic languages : Proceedings of International Congress of Slavists , Minsk, August 20–27, 2013*. Siedlce, 2013, pp. 9–38. (In Russ.)
27. Kritikan Politikanov. Kicker Politicians. Cerberus of the Invisible Front. *Ezhenedel'nik* [Journal], 2016, November 18–24. (In Russ.)
28. Lopatin V.V. *Rozhdenie slova. Neologizmy i okkazional'nye obrazovaniya* [The Birth of the Word. Neologisms and Occasional Education]. Moscow, 1973. 152 p. (In Russ.)
29. Malyuga E.H. *Podkhody k izucheniyu voprositel'nykh predlozhenii v anglo-amerikanskoi presse* [Approaches to the Study of Interrogative Sentences in the Anglo-American Press]. Moscow, 2001. 116 p. (In Russ.)
30. Markova E.M., Grigoryanova T. *Dinamicheskie aspekty leksiki sovremennykh slavyanskikh yazykov* [Dynamic Aspects of the Vocabulary of the Modern Slavic Languages]. Brno, Tribun EU Publ., 2016. 187 p. (In Russ.)
31. Neflyasheva I.A. Key Onim in Modern Discourse and its Word-Formative Potential. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie* [Bulletin of Adygeya State University. Series 2: Literature and Art Criticism], 2008, no. 10, pp. 62–68. (In Russ.)
32. Perevolochanskaya S. The Democratization of the Literary Language and the Destruction of the Stylistic Categories in the Early XIX and XXI Centuries. *Studia rossica rosnaniensia*, 2010, vol. XXXV, pp. 195–206. (In Russ.)
33. Plotnikova L.I. Derivational and Cognitive-Pragmatic Potential of Lexical Neoplasms in Colloquial Speech. *Gumanitarnyi vektor. Seriya: Pedagogika, psikhologiya* [Humanitarian Vector. Series: Pedagogy, Psychology], 2011, no. 3, pp. 183–187. (In Russ.)
34. Popova T.V., Ratsiburskaya L.V., Gugunava D.V. *Neologiya i neografiya sovremennogo russkogo yazyka : uchebnoe posobie* [Neology and Neography of the Modern Russian Language: Textbook]. Moscow, Flinta: Nauka Publ., 2011. 168 p. (In Russ.)
35. *Press-slovo goda* [Press Word of the Year]. Available at: http://www.public.ru/press_slovo_2015/ (accessed: 06.12.2016).
36. *Russkii yazyk nachala XXI veka: leksika, slovoobrazovanie, grammatika, tekst* [Russian Language of the Early Twenty-First Century: Vocabulary, Word Formation, Grammar, Text]. Nizhny Novgorod, NGU Publ., 2014. 325 p. (In Russ.)
37. Remchukova E.N. *Kreativnyi potentsial russkoi grammatiki* [Creative Potential of Russian Grammar]. Moscow, URSS Publ., 2010. 220 p. (In Russ.)
38. *Riskogennost' sovremennoi kommunikatsii i rol' kommunikativnoi kompetentnosti v ee preodolenii* [Risk-Taking Modern Communications and the Role of Communicative Competence to Overcome it]. Saratov, Saratov University Publ., 2015. 358 p. (In Russ.)
39. Sannikov V.Z. *Russkii yazyk v zerkale yazykovoi igry* [The Russian Language in the Mirror of the Language Game]. Moscow, Languages of Slavic Culture Publ., 2002. 552 p. (In Russ.)

40. Semanov S. *Sekretnaya missiya Andropova* [Secret Mission of Andropov]. Moscow, Yauza-katalog Publ., 2014. 352 p. (In Russ.)
41. Silina V.B. Contamination. *Lingvisticheskii entsiklopedicheskii slovar'* [Linguistic Encyclopedic Dictionary]. Moscow, Sovet Ensiclopedia Publ., 1997, pp. 97–98. (In Russ.)
42. Sipko I. *Teksty s povyshennoi etnokul'turnoi konnotatsiei* [Texts with Heightened Ethnic and Cultural Connotation]. Prešov, Philosophy Faculty of Prešov University Publ., 2002. 258 p. (In Russ.)
43. Sipko I. *V poiskakh istinnogo smysla* [In Search of the True Meaning]. Prešov, *Filosofskii fakul'tet Preshovskogo universiteta*, 2008. 444 p. (In Russ.)
44. *Slova, s kotorymi my vstrechalis'*: *Slovar' obshchego zhargona* [The Words with Which we Met: Dictionary of Common Slang]. Moscow, 1999. 320 p. (In Russ.)
45. *Slovar' molodezhnogo slenga* [Dictionary of Youth Slang]. Available at: <http://www.onlinedics.ru/slovar/lang/t/trollit.html> (accessed: 07.12.2016)
46. *Slovar' peremen* [Dictionary of Changes]. Moscow, 2015. 160 p. (In Russ.)
47. *Slovar' peremen* [Dictionary of Changes]. Available at: <https://www.facebook.com/notes/2015/776172429135957> (accessed: 06.12.2016) (In Russ.)
48. *Slovar' sotsiolingvisticheskikh terminov* [Dictionary of Sociolinguistic Terms]. Moscow, Linguistics Institute of Pussian Academy of Science Publ., 2006. 312 p. (In Russ.)
49. *Slovo goda* [The Word of the Year]. Available at: <https://www.facebook.com/groups/slovogoda/> (accessed: 11.12.2016) (In Russ.)
50. Surikova T.I. Anti-Ethics in the Language of the Media. *Zhurnalist* [Journalist], 2016, no. 10, pp. 72–75. (In Russ.)
51. *Tolkovyi slovar' sovremennogo russkogo yazyka kontsa XX veka. Yazykovye izmeneniya* [Explanatory Dictionary of Modern Russian Language of the Late Twentieth Century. Language Changes]. Moscow, Astrel Publ., 2005. 702 p.
52. Fel'dman N.I. Occasional Words and Lexicography. *Voprosy yazykoznaniya* [Problems of Linguistics], 1957, no. 4, pp. 64–73. (In Russ.)
53. *Filosofskii slovar'* [Philosophical Dictionary]. Available at: http://gufo.me/fil_a (accessed: 06.12.2016) (In Russ.)
54. Shmeleva T.V. Crisis as the Key Word of the Moment. *Politicheskaya lingvistika* [Political linguistics], 2009, no. 2(28). Available at: <http://www.philology.ru/linguistics2/shmeleva-09.htm> (accessed: 10.12.2016)

SOURCES AND THEIR ABBREVIATIONS

55. *Argumenty i fakty (AiF)* [Arguments and Facts]. (In Russ.)
56. *Argumenty i fakty v Ukraine (AiFUkr)* [Arguments and Facts in Ukraine]. (In Russ.)
57. *Argumenty nedeli (AN)* [Arguments of the week]. (In Russ.)
58. *Komsomol'skaya pravda (KP)* [Komsomolskaya Pravda]. (In Russ.)
59. *Komsomol'skaya pravda – Nizhny Novgorod (KP NN)* [Komsomolskaya Pravda –Nizhny Novgorod]. (In Russ.)
60. *Moskovskii komsomolets (MK)* [Moskovskii Komsomolets]. (In Russ.)
61. *Nezavisimaya gazeta (NG)* [Nezavisimaya Newspaper]. (In Russ.)
62. *Rossiiskaya gazeta (RG)* [Rossiiskaya Newspaper]. (In Russ.)

63. *Novaya gazeta (NG)* [Novaya Newspaper]. (In Russ.)
64. *Izvestiya (Izv.)* [Izvestiya]. (In Russ.)
65. *Literaturnaya gazeta (LG)* [Literaturnaya Newspaper]. (In Russ.)
66. *Literaturnaya Rossiya (LR)* [Literaturnaya Rossiya]. (In Russ.)
67. *Kommersant (K)* [Kommersant]. (In Russ.)
68. *Ogonek (O)* [Ogonek]. (In Russ.)
69. *Nash sovremennik* [Our Contemporary / Nash Sovremennik]. (In Russ.)
70. *NIA «Nizhnii Novgorod»* [“Nizhny Novgorod”]. (In Russ.)
71. *Zanoza* [Zanoza]. (In Russ.)
72. *Zerkalo* [Zerkalo]. (In Russ.)
73. *Zavtra* [Zavtra]. (In Russ.)
74. *Novoe delo (Nizhny Novgorod)* [Novoye delo (NizhnyNovgorod)] (In Russ.)
75. *Agentstvo politicheskikh novostei (Nizhny Novgorod)* [Agency of Political News (Nizhny Novgorod)]. (In Russ.)
76. *Match (Nizhny Novgorod)* [Match (Nizhny Novgorod)] (In Russ.)
77. *Kontinent* [The Continent]. (In Russ.)
78. *Leninskaya smena* [Leninskaya Smena]. (In Russ.)
79. *Zhurnalist* [Journalist]. (In Russ.)
80. *Politkom.Ru* [Politkom.Ru]. (In Russ.)
81. *Sport-ekspress* [Sport-Express]. (In Russ.)
82. *Ezhenedel'naya gazeta «2000» (Ukraina)* [Weekly Newspaper “2000” (Ukraine)].
83. *Telekanal «Rossiya 1»* [The TV Channel “Russia 1”].
84. *Danas.hr* (Croatia).
85. *Forbes*.
86. *Jutarnji list* (Croatia).
87. *Novi list* (Croatia).
88. *Večernji list* (Croatia).
89. *Webcafe.hr* (Croatia).
90. *Wikipedia.ru*. Available at: <http://ru.wikipedia.org/?oldid=80505909>.
91. *Poznavatelnoe.tv* [Poznavatelnoe.tv]. Available at: <http://poznatelnoe.tv/node/2980>. (In Russ.)



ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Маркова Елена Михайловна – доктор филологических наук, профессор кафедры РКИ и культуры речи Московского государственного областного университета, профессор университета Св. Кирилла и Мефодия в г. Трнаве; e-mail: Elena-m-m@mail.ru

Рацибурская Лариса Викторовна – доктор филологических наук, профессор, почетный работник высшего профессионального образования, заведующий кафедрой современного русского языка и общего языкознания Нижегородского государственного университета имени Н.И. Лобачевского; e-mail: racib@yandex.ru

Иссерс Оксана Сергеевна – доктор филологических наук, заслуженный работник высшей школы, декан факультета филологии и медиакоммуникаций Омского государственного университета имени Ф.М. Достоевского; e-mail: isserso@mail.ru

Мельник Юлия Александровна – аспирант кафедры теоретической и прикладной лингвистики Омского государственного университета имени Ф.М. Достоевского; e-mail: uliy0783@mail.ru

Зайцева Ирина Павловна – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой мировых языков Витебского государственного университета имени П.М. Машерова; e-mail: irinazaj91@mail.ru

Сипко Йозеф – профессор, доктор, кандидат филологических наук, профессор Института русистики Прешовского университета в г. Прешове, Словакия; e-mail: jozef.sipko@unipo.sk

Радченко Марина Васильевна – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и литературы Задарского университета (Хорватия); e-mail: radchenko@net.hr

Markova Elena M. – Doctor of Philology, Professor of the Department of Russian as a Foreign Language and Culture of Speech, Moscow Region State University, Professor of the University of St. Cyril and Methodius in Trnava; e-mail: Elena-m-m@mail.ru

Raciburskaya Larisa V. – Doctor of Philology, Professor, Honorary Worker of Higher Professional Education, Head of the Department of Modern Russian Language and Linguistics, Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky; e-mail: racib@yandex.ru

Issers Oxana S. – Doctor of Philology, Honored Worker of Higher School of the Russian Federation, Dean of Philology and Mass-Media Department, Omsk F.M. Dostoevsky State University; e-mail: isserso@mail.ru

Mel'nik Yuliya A. – Postgraduate Student of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Omsk F.M. Dostoevsky State University; e-mail: uliy0783@mail.ru

Zaitseva Iryna P. – Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of World Languages, Vitebsk State University; e-mail: irinazaj91@mail.ru

Sipko Joseph – Professor, Doctor, PhD in Philology, Professor at the Institute of Russian Studies, Prešov University in Prešov, Slovakia; e-mail: jozef.sipko@unipo.sk

Radchenko Marina V. – Doctor of Philology, Professor of the Department of Croatian and Slavic Studies, Division of Russian Language and Literature, University of Zadar, Croatia; e-mail: radchenko@net.hr



ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / THE CORRECT REFERENCE TO ARTICLE

Роль СМИ в демократизации и креативизации современного русского языка (круглый стол) / Маркова Е.М., Рацибурская Л.В., Иссерс О.С., Мельник Ю.А., Зайцева И.П., Сипко Й., Радченко М.В. // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2017. № 1. URL: www.evestnik-mgou.ru

The Role of Mass Media in the Democratization and Creativization of the Modern Russian Language (Round Table). Markova E.M., Ratsiburskaya L.V., Issers O.S., Mel'nik Yu.A., Zaitseva I.P., Sipko J., Radchenko M.V. Bulletin of Moscow Region State University (e-journal), 2017, no. 1. URL: www.evestnikmgou.ru