

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный  
университет им. Н.И. Лобачевского»

На правах рукописи

**Замальдинов Владислав Евгеньевич**

**СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ НЕОЛОГИЗМЫ  
КАК СРЕДСТВО РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ  
(НА МАТЕРИАЛЕ НИЖЕГОРОДСКИХ СМИ НАЧАЛА XXI В.)**

Специальность 10.02.01 – русский язык

Диссертация на соискание учёной степени  
кандидата филологических наук

**Научный руководитель:**  
доктор филологических наук,  
профессор Рацибурская Лариса Викторовна

Нижний Новгород – 2018

## Содержание

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	4
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ КАК СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ</b> .....	14
1.1. Основы теории речевого воздействия.....	14
1.1.1. Понятие и признаки речевого воздействия.....	14
1.1.2. СМИ как сфера речевого воздействия.....	24
1.2. Понятие и сущность словообразовательного неологизма.....	31
1.2.1. Проблема определения и классификации неологизмов.....	31
1.2.2. Соотношение понятий «словообразовательный неологизм», «окказиональное слово», «потенциальное слово», «новообразование».....	38
<b>Выводы</b> .....	43
<b>ГЛАВА 2. СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ НЕОЛОГИЗМЫ В ТЕКСТАХ НИЖЕГОРОДСКИХ СМИ КАК СРЕДСТВО РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ</b> .....	46
2.1. Словообразовательные неологизмы узуальных способов словообразования.....	46
2.1.1. Словообразовательные неологизмы префиксального способа словообразования.....	46
2.1.2. Словообразовательные неологизмы суффиксального способа словообразования.....	56
2.1.3. Словообразовательные неологизмы, созданные способом аффиксоидации.....	61
2.1.4. Сложные словообразовательные неологизмы.....	70
2.2. Словообразовательные неологизмы неuzuальных способов словообразования.....	80
2.2.1. Словообразовательные неологизмы, созданные путём гибридизации...80	

2.2.1.1. Словообразовательные неологизмы, созданные путём контаминации.....	80
2.2.1.2. Словообразовательные неологизмы, созданные путём междусловного наложения.....	82
2.2.1.3. Словообразовательные неологизмы, созданные путём графической гибридизации.....	86
2.2.2. Словообразовательные неологизмы, созданные путём заменительной деривации.....	104
<b>Выводы.....</b>	<b>108</b>
<b>ГЛАВА 3. КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЕ ФУНКЦИИ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ КАК СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ТЕКСТАХ НИЖЕГОРОДСКИХ СМИ НАЧАЛА XXI ВЕКА.....</b>	<b>110</b>
3.1. Словообразовательные неологизмы на базе прецедентных феноменов как средство воздействия на адресата.....	110
3.2. Словообразовательные неологизмы на базе ключевых элементов социокультурного и деривационного пространств как средство речевого воздействия.....	121
3.3. Словообразовательные неологизмы как средство инвективизации и вульгаризации речи.....	136
<b>Выводы.....</b>	<b>140</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>143</b>
<b>БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....</b>	<b>148</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ.....</b>	<b>180</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Исследование языка СМИ – одно из самых перспективных направлений современной лингвистики. Это связано с тем, что язык СМИ чутко реагирует на процессы социально-политических изменений общества. Более того, усиление личностного начала, стилистическая «многогранность», ориентация на привлечение внимания аудитории привели к тому, что журналисты включили в свой арсенал и словообразовательные средства языка, активно создавая новообразования. «Учёные отмечают, что словообразование – это процесс, в котором наиболее ярко проявляется связь между сознанием и структурой языка» [Фатхутдинова, Ачаева 2014: 52]. Новые номинации становятся ярким средством речевого воздействия (РВ) на адресата, позволяют авторам текстов ёмко выразить свою мысль.

**Актуальность** исследования обусловлена необходимостью изучения растущего потока новообразований в условиях «неологического бума»; актуальностью изучения различных приёмов, способов речевого воздействия в условиях усилившегося социально-политического противостояния в России в постсоветскую эпоху; недостаточной изученностью словообразовательных неологизмов (узуального и неузуального характера) как средства речевого воздействия в языке региональных СМИ начала XXI века.

В работе представлено комплексное описание словообразовательных неологизмов (новообразований) региональных (нижегородских) СМИ в постсоветскую эпоху и выявлена их структурно-семантическая и функциональная специфика как средства речевого воздействия.

**Цель диссертационного исследования** – выявить структурно-функциональную характеристику словообразовательных неологизмов в нижегородских медийных текстах начала XXI века как средства речевого воздействия на сознание носителей языка.

Указанная цель предполагает решение следующих **задач**:

- охарактеризовать специфику речевого воздействия на основании анализа основных концепций речевого воздействия, представленных в науке;
- с учётом основных положений теории речевого воздействия и медиалингвистики охарактеризовать язык СМИ как сферу речевого воздействия;
- рассмотреть соотношение лингвистических понятий «неологизм», «окказионализм», «потенциальное слово», «новообразование»;
- выявить словообразовательные неологизмы в текстах нижегородских СМИ начала XXI века;
- определить способы создания словообразовательных неологизмов и дать классификацию данных способов в аспекте речевого воздействия; исследовать ключевые элементы деривационного пространства (способы, модели, словообразовательные средства) в аспекте речевого воздействия;
- определить когнитивно-дискурсивные функции словообразовательных неологизмов как средства речевого воздействия в текстах нижегородских СМИ начала XXI века;
- выявить наиболее актуальные в нижегородских медиатекстах стратегии и тактики речевого воздействия, которые реализуются с помощью словообразовательных неологизмов.

**Объектом исследования** выступают словообразовательные неологизмы, представленные в региональных (нижегородских) СМИ начала XXI века.

**Предмет изучения** – структурно-функциональные особенности словообразовательных неологизмов как средства речевого воздействия в региональных СМИ.

**Материалом исследования** послужил корпус новообразований, составленный по результатам сплошной выборки из текстов нижегородских СМИ за 2011-2018 гг. Общее количество собранного и обработанного материала составило 389 единиц.

**Источниками фактического материала** послужили тексты современных региональных газет («Аргументы и Факты – Нижний Новгород», «Дзержинское время», «Ленинская смена», «Нижегородская правда», «Новое дело – Нижний

Новгород», «Патриоты Нижнего» и др.), интернет-газет («Зеркало», «Правда ПФО» и др.), информационных агентств («Агентство политических новостей – Нижний Новгород», «Борское информационное агентство», «Нижний сейчас» и др.), журналистских блогов («Заноза» и др.), городского интерактивного портала («Открытый Нижний» и др.), нижегородской телестанции («Волга»), радиостанции «Европа плюс. Нижний Новгород».

Все рассматриваемые региональные СМИ ориентируются на близость к аудитории, дополняют создаваемую российскими журналистами информационную картину действительности. «Говоря о возможностях конкретной деятельности региональной периодики, телеканалов и электронных ресурсов в условиях глобализации, нельзя не учитывать их неразрывное единство и определённую зависимость от системы политических, экономических, социальных, культурных, национальных условий, сложившихся в том или ином регионе» [Овсепян 2008: 9].

При отборе материала использовались следующие лексикографические источники: Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов (М., 1969); Жеребило Т.В. Введение в языкознание: словарь-справочник (Назрань, 2015); Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов и понятий (Назрань, 2016); Козулина Н.А., Левашов Е.А., Шагалова Е.Н. Аффиксоиды русского языка. Опыт словаря-справочника / отв. ред. Е.А. Левашов (СПб., 2009); Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. (М., 2003); Лопатин В.В., Улуханов И.С. Словарь словообразовательных аффиксов современного русского языка (М., 2016); Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века: В 2 т. / Отв. ред. Т.Н. Буцева. Ин-т лингвистических исследований РАН (СПб., 2009); Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века: в 3 т. / под ред. Т.Н. Буцевой (отв. ред.) и Е.А. Левашова. Ин-т лингвистических исследований РАН (СПб., 2014); Русская грамматика: В 2-х т. / гл. ред. Н.Ю. Шведова. Фонетика. Фонология. Ударение. Интонация.

Словообразование. Морфология (М., 1980); Русский язык: энциклопедия / гл. ред. Ю.Н. Караулов (М., 1997); Словарь новых слов русского языка (середина 50-х – середина 80-х гг.) / под ред. Н.З. Котеловой (СПб., 1995); Сводный словарь современной русской лексики: в 2 т. / АН СССР; Ин-т рус. яз.; под ред. Р.П. Рогожниковой (М., 1991); Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г.Н. Складневской. РАН, Ин-т лингвистических исследований (СПб., 2000); Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г.Н. Складневской (М., 2008); Ширшов И.Я. Толковый словообразовательный словарь русского языка (М., 2004).

В работе использовались следующие **методы и приёмы** исследования: приём сплошной выборки, метод непосредственного лингвистического наблюдения, общенаучный описательно-аналитический метод с использованием приёмов обобщения, интерпретации и классификации исследуемого материала, компонентный, словообразовательный, количественный виды анализов, а также контент-анализ.

**Степень разработанности проблемы.** Специфика речевого воздействия рассматривалась в трудах таких учёных, как Л.В. Балахонская [Балахонская 2017], Г.Р. Власян [Власян 2007], Э.И. Глинчевский [Глинчевский 2005], Е.А. Горло [Горло 2006], Е.В. Денисюк [Денисюк 2004], И.М. Дзялошинский [Дзялошинский 2012], М.Р. Желтухина [Желтухина 2004, 2014, 2016], О.С. Иссерс [Иссерс 2008, 2009], Г.А. Копнина [Копнина 2008, 2012], А.А. Котов [Котов 2003], Н.Н. Кошкарлова [Кошкарлова 2011], Ю.Э. Леви [Леви 2016], К.В. Машанова [Машанова 2015], О.Н. Мищук [Мищук 2014], Ю.И. Плахотная [Плахотная 2011], Л.С. Полякова [Полякова 2010], А.П. Сковородников [Сковородников 2012], И.А. Стернин [Стернин 2004, 2012], В.Е. Чернявская [Чернявская 2006], Е.В. Шелестюк [Шелестюк 2008, 2009, 2014] и др.

Активность деривационных процессов в последние десятилетия привлекла внимание лингвистов к проблемам неологии. Исследование новых номинаций в различных аспектах (словообразовательном, функционально-стилистическом, лингвокультурологическом и др.) связано с работами Л.П. Амири [Амири 2012,

2015], Н.Г. Бабенко [Бабенко 2011], Т.А. Гридиной [Гридина 2000], Э.С. Денисовой [Денисова 2008], Г.А. Заварзиной [Заварзина 2009, 2014], Е.А. Земской [Земская 2011], С.В. Ильясовой [Ильясова 2011, 2014, 2015, 2017], Л.Д. Кадыровой [Кадырова 2014], Л.Ю. Касьяновой [Касьянова 2007, 2008, 2012], Л.П. Крысина [Крысин 2010, 2012], Н.А. Лавровой [Лаврова 2010], В.В. Лопатина [Лопатин 1973], А.Г. Лыкова [Лыков 1976], Е.В. Мариновой [Маринова 2003, 2008], З.И. Минеевой [Минеева 2012, 2015], Р.Ю. Намитоковой [Намитокова 2014], И.А. Нефляшевой [Нефляшева 2007, 2009, 2011], Н.А. Николиной [Николина 2009], Е.В. Петрухиной [Петрухина 2016, 2017], Л.И. Плотниковой [Плотникова 2012, 2016, 2017], Т.В. Поповой [Попова 2005, 2009, 2011, 2018], М.В. Радченко [Радченко 2009, 2013], Л.В. Рацибурской [Рацибурская 2003, 2014, 2011, 2016, 2017], Е.В. Розен [Розен 1976], Е.В. Сенько [Сенько 2013, 2014], Т.А. Сидоровой [Сидорова 2016, 2017], Г.Я. Солганика [Солганик 2013], А.В. Спиридонова [Спиридонов 2014], С.И. Тогоевой [Тогоева 2000, 2014], Э.А. Тугуз [Тугуз 2014], И.С. Улуханова [Улуханов 1994, 1996], В.Г. Фатхутдиновой [Фатхутдинова 2006, 2014, 2016], Н.И. Фельдман [Фельдман 1957], Ю.Н. Шаталовой [Шаталова 2012] и др.

Вопросы медиакоммуникации, медиалингвистики рассматривались в исследованиях таких учёных, как З.К. Беданокова [Беданокова 2010, 2017], М.Н. Володина [Володина 2015], Т.Г. Добросклонская [Добросклонская 2016], М.Р. Желтухина [Желтухина 2013, 2016], Н.И. Клушина [Клушина 2016], М.А. Кормилицына [Кормилицына 2015]; В.Г. Костомаров [Костомаров 2012], Л.А. Мардиева [Мардиева 2016], О.Б. Сиротинина [Сиротинина 2013], С.И. Сметанина [Сметанина 2017], Г.Я. Солганик [Солганик 2016] и др.

Несмотря на достаточно большое количество работ по проблемам речевого воздействия, словообразования, медиакоммуникации, медиалингвистики, всё же, на наш взгляд, не получил достаточного освещения прагматический аспект в изучении словообразовательных неологизмов в региональных (нижегородских) СМИ.



**Новизна** результатов исследования, таким образом, заключается в комплексном описании словообразовательных неологизмов как средства речевого воздействия. В работе определяются факторы, способствующие реализации воздействующей функции региональных (нижегородских) новообразований, что не становилось ранее предметом рассмотрения в отечественной лингвистике. Выявляется структурно-семантическая специфика новообразований в аспекте речевого воздействия в связи с коммуникативными стратегиями и тактиками. Определяются когнитивно-дискурсивные функции новообразований в языке нижегородских СМИ начала XXI века. Ключевые слова эпохи рассматриваются с учётом социально-временного фактора как ключевые элементы социокультурного пространства. Вводится понятие ключевых элементов деривационного пространства. Устанавливается связь между ключевыми элементами социокультурного и деривационного пространств. Кроме того, в научный оборот вводится новая лексика с 2011 года по 2018 год (первая половина).

На защиту выносятся следующие **основные положения**:

1. При изучении словообразовательных неологизмов нижегородских СМИ начала XXI века следует различать речевое манипулирование и речевое воздействие. В данной работе принимается точка зрения, согласно которой речевая манипуляция – это скрытое принуждение, разновидность речевого воздействия. Под речевым воздействием понимается целенаправленное влияние на установки, намерения, сознание аудитории с целью моделирования реальности и внесение выгодных для коммуникатора изменений, сопровождающихся вербальными и невербальными средствами.

2. Словообразовательные неологизмы как средство речевого воздействия следует рассматривать через выявление и описание коммуникативных стратегий и тактик, что позволяет определить закономерности выбора адресантом алгоритма действий для достижения коммуникативной цели. Реализация той или иной стратегии и тактики во многом зависит от структурно-семантических особенностей словообразовательных неологизмов.

3. Наиболее продуктивными словообразовательными способами в аспекте речевого воздействия в текстах нижегородских СМИ рассматриваемого периода являются узуальные способы создания словообразовательных неологизмов (суффиксация, префиксация, аффиксоидация, сложение).

4. В текстах региональных (нижегородских) СМИ наибольшую активность среди неузуальных словообразовательных способов в аспекте речевого воздействия проявляют разновидности гибридизации, представленные междусловным наложением и графической гибридизацией. Данные неузуальные способы обуславливают более высокую степень экспрессивности медийных текстов.

5. Словообразовательные способы, словообразовательные модели и словообразовательные средства (форманты) можно признать ключевыми элементами деривационного пространства в аспекте речевого воздействия. Ключевые слова эпохи с учётом социально-временного фактора можно признать ключевыми элементами социокультурного пространства.

6. Новые номинации, опирающиеся на фоновые знания историко-культурного наследия (новообразования, созданные на базе прецедентных феноменов, ключевых элементов социокультурного пространства, а также связанные с проявлением вербальной агрессии), следует признать особенно эффективным средством речевого воздействия.

**Теоретическая значимость** исследования состоит в том, что на материале текстов нижегородских СМИ были выявлены структурно-семантические и когнитивно-дискурсивные закономерности функционирования словообразовательных неологизмов в аспекте речевого воздействия, связи последних с определёнными коммуникативными стратегиями и тактиками. Результаты работы позволяют определить тенденции развития словообразовательной системы современного русского языка и расширить представление о словообразовательных способах создания новых номинаций; вносят вклад в теорию речевого воздействия, дериватологию, неологию, когнитивную лингвистику, лингвокультурологию.

**Практическая ценность** работы определяется возможностью применения полученных результатов в практике вузовского преподавания курсов «Современного русского языка» («Словообразование», «Лексикология»), спецкурсов по неологии, языку СМИ. Кроме того, материалы настоящего исследования могут быть использованы в лексикографической практике при составлении словарей новых слов, в журналистской практике создания текстов, а также в лингвокриминалистике.

**Апробация работы.** Основные результаты исследования отражены в 30 публикациях, изданных в Барнауле, Белгороде, Воронеже, Магнитогорске, Москве, Нижнем Новгороде, Оренбурге, Пензе, Санкт-Петербурге, Сургуте, Сыктывкаре, Чите, пять из которых представлены в изданиях, рекомендованных ВАК. Основные положения диссертации изложены в докладах на II Международной научной конференции молодых исследователей «Аксиология славянской культуры» (г. Нижний Новгород, 2015), Международной научной конференции «Русский язык в исследованиях отечественных ученых: история и современность» (г. Москва, 2016 г.), Международной научной конференции «Научное наследие Б.Н. Головина в свете актуальных проблем современного языкознания» (г. Нижний Новгород, 2016), IX Международной научной конференции «Социальные варианты языка» (г. Нижний Новгород, 2016), Международной научной конференции «Языковая норма и речевая практика в Оренбургском регионе» (г. Оренбург, 2016), IV Международной научно-практической конференции «Язык. Право. Общество» (г. Пенза, 2016), II Международной научной конференции «Язык в различных сферах коммуникации» (г. Чита, 2016), Международной научно-практической конференции «Ползуновские чтения», посвящённой 75-летию АлтГТУ им. И. И. Ползунова (г. Барнаул, 2017), I Международной заочной научно-практической конференции молодых учёных «Язык. Коммуникация. Культура» (г. Москва, 2017), Международной конференции, посвящённой 15-летию первого выпуска специалистов в области лингвистики в Сургутском государственном университете «Лингвистическое образование на современном этапе: российский и

зарубежный опыт» (г. Сургут, 2017), Международной научной конференции «Дискурсология и медиакритика средств массовой информации» (г. Белгород, 2017), Международной научной конференции «Национальные коды в языке и литературе» (г. Нижний Новгород, 2017), VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Русско-зарубежные литературные связи» (г. Нижний Новгород, 2016), Всероссийской студенческой научно-практической конференции «Студент и наука (гуманитарный цикл)-2016» (г. Магнитогорск, 2016), Всероссийской научной конференции молодых учёных «Проблемы языковой картины мира в синхронии и диахронии» (г. Нижний Новгород, 2016), Всероссийской с международным участием научной конференции студентов и аспирантов «Слово и текст в культурном и политическом пространстве» (г. Сыктывкар, 2017 г.), Всероссийском круглом столе с международным участием «Языковые проблемы права (законодательства) и правовые проблемы языка» (г. Москва, 2017), Всероссийской научной конференции «Лингвистические традиции и современность» (г. Нижний Новгород, 2018), V межвузовской научно-практической конференции «Актуальные проблемы современной лингвистики» (г. Санкт-Петербург, 2016), II научно-практической конференции «Учимся говорить по-русски. Проблемы современного языка в электронных СМИ» (г. Москва, 2017).

Диссертация обсуждена на заседании кафедры современного русского языка и общего языкознания Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, научном семинаре «Гуманитарные исследования и современная медийная ситуация» (г. Нижний Новгород, 2017), а также в летней школе «Мост над Волгой» Мининского университета (г. Нижний Новгород, 2017).

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, библиографии (339 наименований) и приложения. Общий объём диссертации (без приложения) составляет 179 страниц машинописного текста.

Во **Введении** обоснованы актуальность темы исследования; определяются цель, задачи работы, объект, предмет, материал исследования, методы и приёмы работы; характеризуются степень разработанности проблемы, научная новизна, теоретическая и практическая значимость; описаны источники текстового материала; представлены положения, выносимые на защиту; приведены сведения об апробации основных положений работы.

**Первая глава** «Теоретические основы изучения словообразовательных неологизмов как средства речевого воздействия» включает в себя аналитический обзор современных исследований в области речевого воздействия, медиалингвистики, неологии, что служит теоретической и методологической базой для анализа словообразовательных неологизмов.

Во **второй главе** «Словообразовательные неологизмы в текстах нижегородских СМИ как средство речевого воздействия: структурно-семантический аспект» осуществляется структурно-семантический анализ словообразовательных неологизмов узуальных и неuzuальных способов словообразования в их связи с коммуникативными стратегиями и тактиками.

В **третьей главе** «Когнитивно-дискурсивные функции словообразовательных неологизмов как средства речевого воздействия в текстах нижегородских СМИ начала XXI века» описаны новообразования на базе прецедентных феноменов (ПФ) и ключевых элементов социокультурного пространства, охарактеризованы инновации, связанные с вербальной агрессией.

В **Заключении** обобщаются результаты работы, намечаются перспективы исследования.

**Библиографический список** состоит из трёх разделов (источники, научная и научно-методическая литература, словари) и включает в себя 339 наименований (из них – 3 на иностранном языке).

В **Приложении** представлено соотношение определённых структурно-семантических типов словообразовательных неологизмов и стратегий и тактик речевого воздействия.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ КАК СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

## 1.1. Основы теории речевого воздействия

### 1.1.1. Понятие и признаки речевого воздействия

Современный этап изучения языка характеризуется установкой на антропоцентрическую парадигму, которая предполагает ведущую роль человека (субъекта, говорящего) с его речевой компетенцией и психологическими характеристиками.

Необходимость системного изучения языка как особого антропоцентрического пространства обусловила актуальность разработки теории речевого воздействия, которая включает в себя исследование условий успешной коммуникации, выбор подходящего способа речевого воздействия на личность, умение правильно сочетать различные способы речевого воздействия и т.д. Главным положением этой теории является вариативная интерпретация действительности. «Этим термином обозначается способность языка менять наше представление о тех или иных объектах, называя их разными словами» [Горячев 2010: 42].

Исследованием речевого воздействия занимаются такие науки, как теория речевого воздействия, прагмалингвистика, психолингвистика, когнитивная лингвистика, социолингвистика, герменевтика, медиалингвистика и др. Как справедливо отмечает Г.А. Туманова, «такое внимание объясняется тем, что любое речевое воздействие является одновременно и актом общения, и средством достижения внеречевой задачи» [Туманова 2015: 58].

Теория речевого воздействия рассматривает РВ как «воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели» [Стернин 2001: 51].

С позиций прагмалингвистики и психолингвистики, РВ «определяется как воздействие на индивидуальное и/или коллективное сознание и поведение, осуществляемое разнообразными речевыми средствами, иными словами – с помощью высказываний на естественном языке» [Гришечко 2008: 54]. Следует добавить, что прагматика и прагмалингвистика изучают вопросы, относящиеся к участникам коммуникативного процесса. Таким образом, если адресант осознанно выбирает языковые единицы для достижения цели, а адресат фиксирует в сознании этот выбор, то мы говорим об эксплицитном (открытом) воздействии. Если большая часть информации не осознается ни говорящим, ни реципиентом, то можно говорить об имплицитном (скрытом) воздействии.

Интересна позиция Е.В. Ждановой, которая рассматривает психолингвистический механизм РВ следующим образом: из числа имеющихся представлений адресант осознанно выбирает те, которые наиболее подходят для данной ситуации. Субъект суггестии моделирует установку на восприятие информации адресатом. В сознании говорящего возникают фрагменты языковой картины мира, из которых адресант делает выбор. Далее идёт осуществление РВ посредством стратегий и тактик. Таким образом, результатом РВ является коррекция модели мира адресата или коммуникативная неудача. Результат воздействия зависит от того, как воспринял и понял высказывание реципиент [Жданова 2007: 139-140].

Когнитивная лингвистика рассматривает РВ как совокупность операций с ментальными единицами, направленными на изменение позиции адресата сообщения. Данный подход к исследованию РВ заключается в анализе коммуникативных тактик и речевых приёмов как инструментов воздействия на ментальные структуры реципиента.

По мнению Ю.И. Плахотной, в социолингвистических исследованиях «речевое воздействие направлено на сдвиг в системе ценностей адресата. Данный сдвиг осуществляется путём внедрения в когнитивную систему слушающего концептуальных конструкций» [Плахотная 2011: 121].

В настоящее время РВ является актуальной проблемой в герменевтике.

Данная наука уделяет большое внимание пониманию художественного текста как связующего звена между отправителем и получателем.

Таким образом, РВ – это сложный феномен, который рассматривается в рамках целого ряда научных концепций.

Следует отметить, что на становление теории РВ повлияли следующие причины:

- причины социально-политического характера: развитие демократии нуждалось в науке, которая бы изучала механизмы воздействия на массы;

- причины психологического характера: «с конца XIX века меняется концепция человека в обществе. Если ранее считалось, что человек примитивен, ленив, ему нужны кнут и пряник, и этим можно обеспечить его адекватное “функционирование” в обществе, то теперь представление о человеке меняется. Развитие культуры, литературы и искусства, возникновение научной психологии – всё это привело к смене концепции человека» [Стернин 2012: 7];

- коммуникативные причины: увеличилось число обстоятельств, в которых необходимо убеждать друг друга;

- экономические причины: рост конкуренции определил необходимость в науке о рекламе и в самой рекламе [Стернин 2012: 6-7].

Главный институт, который оказывает особенно действенное влияние на читателя, – это средства массовой информации. Журналистский текст формирует картину мира адресата, т.е. воздействует на него в нужном адресанту направлении, в некоторых случаях меняет реальность дезинформацией, тем самым порождая конфликтное общение.

В 70-е годы XX в. вышел сборник «Речевое воздействие. Проблемы прикладной психолингвистики» под редакцией А.А. Леонтьева. Исследователь отмечал, что «первая по значимости прикладная область, где используется или может использоваться психолингвистика, – это <...> проблемы, связанные с эффективной организацией массовой коммуникации и, шире, с теорией и практикой целенаправленного речевого воздействия. Ни для кого не секрет, что такое воздействие только тогда может быть эффективным, когда оно опирается на



ясное представление о психологических механизмах воздействия, когда мы имеем научные методы и приёмы, позволяющие количественно и качественно оценить его результаты» [Леонтьев 1972: 10].

В 80-е годы XX в. исследователи РВ обратились к письменным и устным источникам публицистического стиля, так как функция воздействия является главной в таких текстах. Анализ жанров устной коммуникации дал возможность классифицировать экстралингвистические факторы речевого акта, установить социальные роли вовлечённых в процесс общения индивидов.

С 90-х годов XX в. возникла тенденция к активному изучению устной и письменной формы рекламного дискурса.

Большой вклад в изучение РВ внесли Е.В. Денисюк, О.С. Иссерс, М.Р. Желтухина, А.А. Негрышев, И.А. Стернин, Е.В. Шелестюк и др. Так, О.С. Иссерс рассматривает РВ с точки зрения когнитивных категорий. По мнению исследователя, «феномен речевого воздействия связан, в первую очередь, с целевой установкой говорящего – субъекта речевого воздействия. Быть субъектом речевого воздействия – значит регулировать деятельность своего собеседника (не только физическую, но и интеллектуальную)» [Иссерс 2008: 21].

Е.В. Шелестюк утверждает, что «речевое воздействие – диффузный феномен, присутствующий в трёх основных компонентах речевого акта – в компоненте “адресант”, где оно проявляется в иллокутивных целях говорящего, в компоненте “адресат”, где его можно наблюдать в перлокутивном воздействии на реципиента, и в компоненте “локуция” (речение), где оно явлено в маркерах модальности, выстраивании аргументации, лингвистических средствах выразительности и т.д.» [Шелестюк 2008а: 167].

Для полноты картины следует упомянуть исследования А.А. Котова. Учёный рассматривает аппарат рациональных сценариев для создания имплицативных компонентов смысла, вводит метаязык для описания структуры общения и анализирует свойства коммуникации через СМИ, которые могут быть необходимы для функционального определения РВ [Котов 2003: 9].

Большой вклад в формирование теории РВ внесли зарубежные специалисты, и в частности, Д. Карнеги. Исследователь показал способы эффективной коммуникации, обосновал правила толерантности. И.А. Стернин обобщил достижения американского исследователя и пришёл к таким выводам: Д.Карнеги «показал, что в общении людей действуют правила и законы; показал, что некоторые правила, если их соблюдать, делают общение более эффективным; доказал, что взрослый человек в процессе обучения и размышления над собственным общением может повысить эффективность своего общения; разработал метод обучения взрослых речевому воздействию: рассказывать показательные случаи из жизни и выводить из них правила эффективного общения» [Стернин 2012: 5-6].

Вопросами речевого воздействия занимался и Г.П. Грайс. Исследователь ввёл в научный обиход коммуникативные постулаты, сформулировав их в виде основного принципа кооперации. По мнению исследователя, «коммуникативный вклад участников на каждом шаге должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога» [Грайс 1985: 222].

В США и Германии в середине XX века стала развиваться персуазивная коммуникация – направление, связанное с РВ, теорией массовых коммуникаций и психологией. Кроме того, американские учёные – Б. Скиннер, Дж. Уотсон и Э. Торндайк – воспользовались схемой «S (стимул) → R (реакция)» для пояснения принципов управления массами [Дзялошинский 2012: 7-8].

Необходимо отметить, что существуют широкий и узкий подходы к РВ.

При широком подходе РВ – «это произвольная и непроизвольная передача информации субъектом реципиенту (либо группе реципиентов) в процессе речевого общения в устной и письменной формах, которая осуществляется с помощью лингвистических, паралингвистических и нелингвистических символических средств и определяется сознательными и бессознательными интенциями адресанта и целями коммуникации: предметной, коммуникативной или информационной – а также пресуппозициями и конкретной знаковой ситуацией» [Шелестюк 2009: 10]. Таким образом, РВ в широком смысле

присутствует в любом речевом акте, т.е. высказывание всегда несёт в себе определённую интенцию автора, так как «нейтрально» выразиться невозможно.

При узком подходе РВ – это «тип воздействия в сфере равноправного сотрудничества, предполагающий регуляцию адресантом деятельности адресата, в определённой мере свободного в выборе своих действий и поступающего в соответствии со своими потребностями» [Желтухина 2004: 12]. Таким образом, при узком подходе РВ рассматривается как целенаправленный, намеренный акт общения.

В данном диссертационном исследовании под РВ мы будем понимать целенаправленное влияние на установки, намерения, сознание аудитории с целью моделирования реальности и внесение выгодных для коммуникатора изменений, сопровождающихся вербальными и невербальными средствами.

И.М. Дзялошинский выделяет следующие признаки РВ:

- адресант стремится изменить сознание и установки адресата, не собираясь меняться самому;
- результат такого взаимодействия – изменения в психических характеристиках адресата;
- воздействие имеет социальную природу;
- основное средство воздействия – знаки [Дзялошинский 2012: 14-15].

Исследователи различают две формы речевого воздействия – вербальное и невербальное.

Долгое время вербальное РВ считалось основным способом передачи информации. Для вербального РВ имеет важное значение выбор языковых единиц и содержание речи. Подтверждение этому мы находим у М.А. Дёминой: «Вербальное речевое воздействие осуществляется, как известно, при помощи собственно языковых средств, и успешность воздействия при этом зачастую в большей степени зависит от их подбора, нежели от содержания дискурса» [Дёмина 2012: 70].

В вербальной коммуникации для кодирования информации используется естественный звуковой язык. Именно инициатор речи выбирает из имеющегося

множества слов те, которые, по его мнению, наиболее соответствуют конкретной речевой ситуации, ясно передают информацию, а адресат в процессе слушания должен декодировать полученное сообщение.

Главное назначение вербального общения – установление и поддержание информационного контакта, сохранение внимания и интереса слушателя. Способствует этому такое качество речи, как выразительность, которая усиливает эффективность РВ на медиаадресата. Экспрессивность речи обеспечивается множеством языковых средств, среди которых тропы, фигуры речи, языковая игра (ЯИ), термины, пословицы, поговорки, фразеологизмы и др. Однако кроме перечисленных средств особый интерес с точки зрения прагматики представляют словообразовательные неологизмы. Новообразования обладают выразительностью, акцентируют внимание адресата на социально-политических проблемах, точно выражают мысль инициатора речи.

Невербальное РВ – это воздействие без использования словесных сигналов, т.е. передача информации с помощью паралингвистических средств (мимики, позы, акустического оформления речи и др.). Нельзя не согласиться с точкой зрения Г.Е. Крейдлина, что «многие невербальные, и прежде всего телесные, или, иначе, соматические, аспекты поведения людей <...> играют важную роль в диалогическом взаимодействии» [Крейдлин 2002: 100].

Таким образом, невербальные аспекты коммуникации – это полноценные составляющие общения, которые сопровождают речь и могут передавать цели адресанта. «Невербальное поведение участников общения можно рассматривать как потенциально коммуникативное, а точнее, коммуникативно-информативное» [Мартынова 2014: 229].

Невербальная коммуникация не поддается сознательному контролю, однако говорящий может воспользоваться ей целенаправленно и достичь эмоционального воздействия на аудиторию.

Очевидно, что невербальную составляющую необходимо рассматривать в совокупности с вербальными маркерами, так как анализ только одной группы параметров ведёт к ошибке в интерпретации. Нашу точку зрения подтверждает

Е.М. Мартынова, которая полагает, что «вербальный и невербальный каналы передачи информации тесно связаны и взаимозависимы, а отношения между ними сложны и часто противоречивы. Невербальные сигналы имеют особую ценность, поскольку являются спонтанными и бессознательными и, в отличие от слов, всегда искренними» [Мартынова 2014: 227].

Таким образом, сумму словесных и невербальных маркеров И.А. Стернин называет факторами РВ. Исследователь выделяет следующие факторы РВ: внешность адресанта, соблюдение коммуникативной нормы, установление контакта с собеседником, взгляд, стиль общения, языковое оформление и др. [Стернин 2008: 8].

Учёный объединяет данные факторы в три обобщающих мегафактора: фактор говорящего, фактор адресата, фактор сообщения. Кроме того, И.А. Стернин выделяет отдельно четвертый фактор – фактор жанра, т.е. правила эффективности определённого жанра речи [Стернин 2012: 48].

Удачно построенное словесное и невербальное РВ гарантирует эффективность общения. Как справедливо замечает Г.Р. Власян, «эффективное речевое воздействие, в том числе его агрессивная форма, может радикально изменить взгляды адресата, но для того чтобы речевое воздействие было действительно эффективным, необходимо владеть определёнными приёмами. Речевая коммуникация – это стратегический процесс, базисом для него является выбор оптимальных языковых ресурсов» [Власян 2007: 34].

РВ в СМИ может осуществляться с помощью определённых способов. В данном исследовании способ РВ мы будем понимать как «совокупность приёмов или операций практической деятельности, соотносимой с иллюкутивными целями воздействующего субъекта и подчинённых решению его конкретных задач» [Шелестюк 2009: 11].

Исследователи выделяют такие распространённые способы РВ, как убеждение и внушение.

1. Убеждение – основное средство социального воздействия на сознание личности, вселение в собеседника веры, что мысль доказана. Основу метода убеждения составляют логика и эмоции.

Необходимо отметить, что убеждение ориентировано на интеллектуально-познавательную сферу человеческой психики. Процесс убеждения представляет собой дискуссию, суть которой заключается в том, чтобы с помощью аргументации и обоснований добиться от адресата внутреннего согласия с определёнными умозаключениями, а затем сформировать новые установки и убедить объект воздействия принять точку зрения инициатора речи.

2. Внушение – информационно-психологическое РВ, которое влияет на подсознание личности (эмоции, чувства), побуждает коммуниканта поверить говорящему без размышления.

Основой внушения является неосознаваемый ввод информации в сознание адресата, поэтому внушение – самый эффективный способ манипулирования аудиторией. Кроме того, внушение дополняет собой убеждающую коммуникацию.

Следует добавить, что необходимо различать внушение и суггестию. Так, Е.В. Шелестюк справедливо полагает, что «внушение – широкое понятие, включающее как открытое прямое внушение (например, во время сеанса гипноза, психотерапии, аутотренинга), так и скрытое, замаскированное или косвенное внушение (суггестию). Содержание косвенного внушения (суггестии) включается в сообщаемую информацию в скрытом, замаскированном виде и характеризуется неосознанностью, незаметностью, произвольностью его усвоения» [Шелестюк 2009: 11-12].

Подводя итог, отметим, что предлагаемый в исследовании перечень способов речевого воздействия далеко не исчерпывающий. В работе мы выделили только типовые приёмы РВ, с помощью которых можно повлиять на адресата в конкретной коммуникативной ситуации, на его отношение к предмету речи. Овладение данными способами является важнейшим фактором эффективности РВ.

В последние десятилетия особую актуальность приобретает проблема языкового (речевого) манипулирования и его отношение к речевому воздействию.

Определяя такой вид РВ, как речевая манипуляция, Г.А. Копнина утверждает, что «речевая (языковая) манипуляция (манипулирование) – разновидность манипулятивного воздействия, осуществляемого путём искусного использования определённых ресурсов языка с целью скрытого влияния на когнитивную и поведенческую деятельность адресата» [Копнина 2008: 25]. Однако уточним, что «всякое речевое манипулирование является речевым воздействием, но не всякое речевое воздействие имеет целью манипулирование сознанием адресата» [Бубнова 2011: 19]. Таким образом, под манипуляцией (манипулятивным РВ) мы будем понимать скрытое воздействие на человека с целью изменения мышления, поведения, вопреки его собственному мнению.

Исследователи считают, что «речевое воздействие – это воздействие на человека при помощи речи с целью убедить его сознательно принять нашу точку зрения, сознательно принять решение о каком-либо действии, передаче информации и т.д. А манипулирование – это воздействие на человека с целью побудить его сообщить информацию, совершить поступок, изменить своё поведение и т.д. неосознанно или вопреки его собственному мнению, намерению» [Стернин 2001: 67]. Таким образом, критерием, разграничивающим термины «речевое воздействие» и «манипуляция», является сознательность или бессознательность действий читателя.

Следует отметить, что манипуляция имеет следующие признаки: скрытность и тайный характер намерений, использование адресата как средства достижения целей адресанта; стремление подчинить своей воле с получением одностороннего выигрыша; разрушающий, негативный эффект воздействия на личность адресата и опосредованно на личность адресанта [Желтухина 2004: 15]. По мнению Е.В. Денисюк, «представляется, что первым обязательным условием манипуляции является непризнание одним человеком равной ценности личности другого индивида по сравнению с собственной. Такое отношение проявляется в непризнании этим человеком равной ценности потребностей другого (говоря

бытовым языком, неуважение потребностей / желаний другого человека)» [Денисюк 2003: 22].

Учёные выделяют следующие тактики манипулятивного РВ: тактику фамильярного именованя лица или уничижительного обращения к нему; тактику сопоставления кого/чего-либо с заведомо негативно оцениваемыми лицами, тактику намёка; тактику снижения образа какого-либо деятеля при помощи создания иронического, сатирического или саркастического контекста, в который погружается объект дискредитации; тактику генерализации (неоправданного обобщения); тактику ухода от ответа на вопрос; тактику сведения какой-либо информации к абсурду; тактику отрицательной характеристики человека через перечисление позитивных дел, которые он не совершал и в принципе не обязан был совершать; тактику отрицательной характеристики человека путём указания на его внешность; тактику лести; тактику оперирования «идеологическими фантомами», т.е. словами и словосочетаниями с размытым значением и стереотипной позитивной или негативной коннотацией; тактику сокрытия манипулятором истинной цели под завесой декларируемых благовидных намерений или какой-либо иной информации; тактику искажения тех или иных значимых фактов, а также цитат; тактику ложного доказательства; тактику подмены понятий [Сковородников, Копнина 2012: 37-39].

Многие из указанных в научных трудах тактик активно используются в средствах массовой информации. Поэтому целесообразно обратиться к языку СМИ как сфере речевого воздействия.

### **1.1.2. СМИ как сфера речевого воздействия**

На рубеже XX-XXI веков динамическое развитие СМИ привело к созданию глобального информационного пространства. Медийная коммуникация стала важнейшим общественным институтом, оказывающим влияние на упорядочивание социально значимой информации, качество публичного дискурса, создание альтернативной реальности, формирование моральных норм,



эстетических вкусов, выстраивание иерархии ценностей. «Сообщения средств массовой информации служат одним из основных источников информирования аудитории о жизнедеятельности отдельных социальных общностей и о событиях внешнего мира, в том числе о тех, которые остаются за пределами индивидуального социального опыта реципиентов, что неизмеримо расширяет возможности их социальной ориентировки» [Чепкасов 2012: 63].

Журналистский текст представляет собой сложное целое. Он отличается одноразовостью и невозпроизводимостью (А.А. Волков), поликодовостью (Ю.В. Рождественский), открытостью для многочисленных интерпретаций (Ю.Д. Артамонова, В.Г. Кузнецов), особым характером обратной связи (В.Г. Костомаров) и т.д.

Основная функция медиакommunikации – донесение информации – стала вытесняться функцией воздействия. Это происходит потому, что в СМИ экспрессия вышла на первое место, усилилась индивидуализация, стилистическая «многогранность», интертекстуальность, распространились нормы разговорного стиля. Медийные тексты стали побудительными, нацеленными на оказание влияния, приблизились к читателям. «Стремление воздействовать на сознание адресата становится в современных СМИ главенствующей установкой, определяющей качественные характеристики медийного текста, и в частности медийного словотворчества. Установкой на воздействие объясняется глобальная тенденция к повышению экспрессивности текстов СМИ, увеличению их оценочной плотности» [Рацибурская 2017: 414]. Как отмечает М.Р. Желтухина, «основными характеристиками масс-медиального дискурса являются атональность, диалогичность, оценочность, эмоциональность, инсценированность, с которыми коррелирует суггестивность. Информативность и суггестивность масс-медиального дискурса тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены» [Желтухина 2004: 6].

В лингвистической литературе отмечается, что информационная функция в чистом виде встречается редко. «Текстам массовой коммуникации в наибольшей степени присуще “единство отражения и отношения”, когда адресату передается

не только некое сообщение о событии, но и (эксплицитно или имплицитно) позиция автора/инициатора текста, представляющая интерпретацию данного события. Именно массмедиа “призваны” способствовать оценке окружающей действительности, воздействуя на общественное сознание и моделируя соответствующую картину мира» [Володина 2015: 21].

Кроме того, аудитория часто не воспринимает СМИ критически, не оценивает достоверность информации, корректность её интерпретации. Это приводит к тому, что в сознание объекта воздействия внедряются образы и стереотипы, которые могут изменить его отношение к определённой ситуации или человеку. «Вместо того, чтобы расширять горизонты развития человеческого сознания, давать ему суверенность и независимость в суждениях, современные СМИ все жёстче манипулируют сознанием масс с помощью растиражированных стандартов поведения. Стараясь донести до потребителя информацию, СМИ выполняют свою важнейшую задачу – сделать так, чтобы в массовом сознании эта информация вызывала реакции, соответствующие требованиям заказчика, в лице которого могут выступать как частные лица, так и государство» [Конюхова 2005: 71].

Таким образом, СМИ, манипулируя информацией, умышленно искажают факты, создают квазиреальность, контролируют мнение людей, формируют ценностно-оценочную парадигму в сознании потребителей для того, чтобы адресат не мог критически относиться к действительности. «В массмедиа вербальный текст всё более замещается мультимедийным, его словесная составляющая иллюстрируется, дополняется, многократно усиливается медийным компонентом – рисунком, фотографией, видеорядом, особым шрифтом, и т.д., создавая визуальные образы, оказывающие мощное воздействие на сознание человека» [Добросклонская 2016: 14].

Несмотря на стремление журналистов к объективности и достоверной информации, все СМИ находятся в плоскости субъективного фактора, так как это обусловлено рядом факторов: провозглашением свободы слова, раскрепощением личности, типом издания и т.д. Вслед за М.Р. Желтухиной мы считаем, что

«важно также учитывать субъективность передаваемой медиаинформации. Антропоцентризм культуры и языка реконструирует консервативные медиаинституты, вскрывая всегда существующую субъективность этой сферы деятельности. К сожалению, немаловажный фактор времени не всегда и не всем позволяет помнить об этой характеристике дискурса массмедиа» [Желтухина 2013: 10].

Необходимо отметить, что медиатексты могут усложняться различными средствами речевого воздействия. Одним из таких приёмов является использование прецедентных феноменов (ПФ) – основных составляющих национальной когнитивной базы. Употребление ПФ в медиакоммуникации обусловлено стремлением к созданию информационно-образных эффектов, актуализации знаний адресата. Тексты, содержащие прецедентность, как правило, суггестивны, эмоционально окрашены. Адресат, обращаясь к собственному фонду фоновых знаний, становится как бы соавтором сообщения, что значительно повышает воздействующий потенциал прецедентных феноменов.

К средствам, повышающим прагматическое воздействие медийного текста, относятся и ключевые слова эпохи – смысловые доминанты текста. Данные единицы динамичны, располагают к коммуникативному контакту, способны изменять семантику, зависящую от социально-политической обстановки в стране, осуществляют постоянное воздействие на сознание адресата.

К видам речевого воздействия на адресата относят и вербальную агрессию. «Процесс расшатывания не только литературной нормы, но в целом представлений о “приличном” отражает употребление в СМИ инвективной (бранной) и обценной (непристойной) лексики, которая не только оскорбляет человека, ставшего объектом номинации, но и вызывает справедливую брезгливость у читателя, также становящегося в этом смысле жертвой агрессии» [Петрова, Рацибурская 2011: 43].

Кроме того, речевое воздействие медиакоммуникации может осуществляться с помощью ряда коммуникативных стратегий и тактик. Их суть состоит в изменении мнения, эмоций и поведения аудитории, её ценностей.

В данном диссертационном исследовании под стратегией мы вслед за О.С. Иссерс будем понимать комплекс речевых действий, с помощью которых достигается коммуникативная или практическая цель [Иссерс 2008: 54]. Тогда как тактика нами будет пониматься как речевое действие, направленное для реализации стратегии.

В разных работах обращается внимание на различные стратегии и тактики в СМИ и других коммуникативных сферах. В частности, О.С. Иссерс выделяет общие/частные стратегии и основные/вспомогательные стратегии. По мнению исследователя, «как и большинство лингвистических классификаций, имеющих в качестве объекта живую речь, эта имеет трудно устранимые недостатки – условность и приблизительность» [Иссерс 2008: 107].

А.С. Зотова в современном медиадискурсе выделяет игровую стратегию, стратегию оценки и стратегию разговорности. Исследователь отмечает, что «коммуникативные стратегии помогают журналисту не только передавать информацию, но и облекать эту информацию в такую языковую и речевую форму, чтобы максимально точно воздействовать на читателя, менять и корректировать его картину мира» [Зотова 2013а: 22].

В российском политическом дискурсе Н.Б. Руженцева выделяет следующие дискредитирующие тактики: 1) прямые тактики эмоционального воздействия (бездоказательное умаление авторитета, тактика агрессии, тактика создания образа врага и др.); 2) прямые социально ориентированные тактики (тактика создания антиимиджевого образа, тактика «все воруют» и др.); 3) тактики дискредитации (тактика отрицания прежних реалий, тактика негативного прогнозирования и др.); 4) косвенные дискредитирующие тактики (тактика «зацепки» за прецедентный текст, дискредитирующий намёк и др.) и др. [Руженцева 2004].

На основе анализа представленных в науке различных классификаций стратегий и тактик можно выделить следующие основные стратегии в СМИ.

1. Стратегия оценивания. Журналисты сообщают оценку событий адресату, формируют его мнение и взгляды к определённой проблеме. Это позволяет

адресанту привлечь читателя/слушающего на свою сторону, убедить его в правильности своей точки зрения.

Стратегия оценивания состоит в приписывании положительных либо отрицательных характеристик внеязыковому объекту. Как правило, для этого избираются экспрессивные языковые средства, так как они легче усваиваются адресатом. Поэтому для выражения оценки в современных СМИ журналисты чаще всего используют лексемы с отрицательной семантикой.

2. Стратегия разговорности. Для данной стратегии характерно насыщение медийного текста чертами разговорного стиля с целью «облегчения» слога, привлечения внимания адресата, сокращения дистанции общения с читателем и установление диалога с ним. Кроме того, употребление разговорных элементов в СМИ обуславливается их экспрессивной окраской и оценочностью.

3. Стратегия дискредитации. Данная стратегия является одной из центральных в медийном тексте. С помощью неё адресант подрывает авторитет оппонента, поэтому стратегия дискредитации может быть обозначена как лично-ориентированная.

Для реализации стратегии дискредитации журналисты в современных СМИ чаще всего используют тактики иллюстрирования отрицательного, выражения антипатии, иронизирования, создания «образа похорон» (Н.Б. Руженцева).

4. Стратегия театральности. В качестве реализаторов стратегии в современных СМИ выступают: тактика предупреждения, тактика презентации, тактика иронизирования. С помощью данной стратегии журналисты стремятся эмоционально воздействовать на адресата, «избежать» прямых оценок, предостеречь от возможных нежелательных событий. Конечная цель стратегии театральности – убеждение в своей правоте. Так, в СМИ театрализованный эффект создаётся за счёт эмоционально-оценочной лексики.

5. Стратегия популяризации действий. В медийной коммуникации стратегия достигается тактикой формирования положительного отношения к природе. С помощью данной тактики журналисты привлекают внимание к проблемам в области окружающей среды. Поэтому распространённым средством,

применяемым в данной стратегии, является экспрессивная лексика экологической тематики.

6. Игровая стратегия. Журналисты моделируют игровые ситуации для того, чтобы развлечь адресата, привлечь его внимание, подать часть смысла в компрессионном виде.

7. Стратегия привлечения и удержания внимания. Цель стратегии – сообщить читателю информацию в яркой, запоминающейся форме, обратить непроизвольное внимание адресата к тексту статьи. Так, различные способы графического оформления способствуют достижению тактики создания новизны.

8. Стратегия компрессии текста. С помощью данной стратегии журналисты обеспечивают лучшую запоминаемость медийного текста, передают наиболее сжато определённый объем информации.

9. Стратегия разоблачения. Цель стратегии – развенчать положительный образ объекта статьи.

10. Стратегия «свой круг». «Дихотомически противопоставленные концепты “свой” – “чужой” позволяют установить отношения между говорящим, его собеседником и третьими лицами. В этой системе координат автор осуществляет самопрезентацию, очерчивая “свой круг” и каждый раз заново (в соответствии с коммуникативной задачей и ситуацией) разграничивая “своих”, или “наших”, от “чужих”» [Иссерс 2008: 202].

11. Стратегия героизации. Цель стратегии – возвеличить в глазах адресата «спасителя».

Итак, учёными выделяются такие наиболее частотные стратегии в СМИ, как стратегия оценивания, стратегия разговорности, стратегия дискредитации, стратегия театральности, стратегия популяризации действий, игровая стратегия, стратегия привлечения и удержания внимания, стратегия компрессии текста, стратегия разоблачения, стратегия «свой круг», стратегия героизации. Однако необходимо отметить, что единой типологии коммуникативных стратегий пока не разработано. Сложность заключается в том, что отсутствуют однозначные

определения некоторых конкретных стратегий, многообразны сами коммуникативные ситуации.

## **1.2. Понятие и сущность словообразовательного неологизма**

### **1.2.1. Проблема определения и классификации неологизмов**

Новые номинации чрезвычайно многообразны и неоднородны. Поэтому существуют различные подходы к неологизмам. Так, с точки зрения психолингвистической концепции, возникновение нового слова связано «с проблемой появления нового знания. Новое является основополагающим признаком развития как такового и соответственно обладает социальной значимостью. Подход к новому слову с позиций индивидуального знания требует последовательного учёта основополагающих особенностей функционирования последнего как продукта постоянного взаимодействия многих психических процессов» [Тогоева 2014: 80].

В современной лингвистике для описания новых лексических единиц используются близкие по содержанию термины: «инновации», «новации», «новообразования», «неологизм», «потенциальное слово», «окказиональное слово» и др.

Под инновациями в данном исследовании мы будем понимать новые явления на всех уровнях языка. При этом необходимо отметить, что термины «инновации» и «новации» употребляются в качестве родовых обозначений новых единиц разных типов в языке и речи. Наиболее спорным является термин «неологизм».

С.И. Алаторцева отмечает, что термин «неологизм» впервые отметил Ф. Толь в «Настольном словаре для справок по всем отраслям знаний» (1864 г.). В пособии исследователь уподобляет понятия «неологизм» и «неология» [Алаторцева 1999: 11].

По мнению Е.В. Сенько, «неологизмы эксплицируют один из этапов развития – этап возникновения, которое обусловлено единым философским

законом: развитие осуществляется путём разрешения противоречий, в первую очередь противоречий во взаимоотношениях языка и общества, что выражается в несоответствии между возможностями системы в каждую историческую эпоху и стремлением носителей языка к более адекватному восприятию действительности, стилистически разнообразному выражению мыслей и чувств» [Сенько 2013: 182].

Хотя понятие неологизм давно известно, у него нет чёткой научной дефиниции. Приведём некоторые определения неологизма.

Неологизм - «1. Слово или оборот, созданные (возникшие) для обозначения нового (прежде неизвестного) предмета или для выражения нового понятия. 2. Новое слово или выражение, не получившее прав гражданства в общенародном языке и потому воспринимающееся как принадлежащее к особому, нередко сниженному стилю речи» [Ахманова 1969: 253]; «Слова, лексико-семантические варианты или словосочетания, созданные или заимствованные для обозначения новых (прежде неизвестных) предметов, явлений или понятий» [КРР 2003: 345]; «это “узуальное” новое слово» [Денисова, Немцева 2008: 120]; «это новые слова, т.е. слова, возникшие на памяти применяющего их поколения» [Головин 1978: 90]; «слова, значения слов или сочетания слов, появившиеся в определённый период в каком-либо языке или использованные один раз (окказионализмы) в каком-либо тексте или акте речи» [РЯЭ 1997: 262].

Согласно Т.В. Жеребило, неологизм – это «новое слово или новое значение и форма уже существующего слова. В широком смысле слова неологизм может быть лексическим, словообразовательным, фонетическим, морфологическим и синтаксическим. В узком смысле неологизмом называют лексическое или семантическое новообразование» [Жеребило 2015: 55]. По мнению Е.В. Розен, термин «неологизм» рассматривается слишком расплывчато в современной науке, так как к разряду «новых» стали относить не только материально новые слова, но и слова, старые по форме, но изменившие своё значение [Розен 1976: 42].

Другие исследователи под неологизмами понимают только слова, а единицы несловного характера (морфемы и словосочетания) не относят к



неологизмам. Так, например, данной позиции придерживается Л.В. Шалина. Исследователь полагает, что «“неслова” – морфемы и фраземы нужно исключить из числа неологизмов как единицы других уровней языка. Морфема и фраза не заключают в себе основных категориальных признаков слова – цельнооформленности и идиоматичности, а, следовательно, не могут обладать статусом слова» [Шалина 2007: 74]. Как отмечает Л.Ю. Касьянова, «данная точка зрения не в полной мере отражает лингвистическую природу неологизмов, поскольку при таком подходе охватывается не вся область нового в лексическом составе языка» [Касьянова 2008: 52].

Неологизмы как социально-исторический разряд характеризует С.И. Алаторцева. Исследователь справедливо отмечает, что узкий подход «характеризуется неоправданным ограничением разряда единиц, признаваемых неологизмами. Концепция нового слова, на которой базируются словари новаций русского языка, включает в себе широкое понимание неологизмов как новых слов, значений слов и устойчивых сочетаний» [Алаторцева 1999: 16]. Поэтому лингвист даёт следующую дефиницию языковой единице: «новыми в литературном языке N-го периода времени могут быть признаны слова, значения и сочетания, представляющие собой как новообразования данного периода, так и внешние и внутренние заимствования в нём, а также слова и сочетания, вновь ставшие актуальными в указанный период» [Алаторцева 1999: 16].

Широкого подхода к неологизму придерживается и Н.З. Котелова, выделяющая следующие критерии (конкретизаторы) неологизмов:

– «время»: неологизмы – это лексем, которые существуют в определённый период;

– «языковое пространство»: передвижение лексем из одной сферы употребления в другую, взаимодействие между литературным языком и языком профессий, диалектов и т.д. По данному параметру Н.З. Котелова выделяет следующие конкретизаторы: в языках вообще, в данном национальном языке, в литературном языке, в данном подъязыке.

– вид новизны языковой единицы: новым может быть лексема, значение слова, неразложимое сочетание слов (идиома);

– установление структурных признаков новизны самого слова, т.е. какие структурные признаки лексемы позволяют считать её неологизмом [Котелова 2015: 189-193].

Заметим, что выдвинутые Н.З. Котеловой критерии позволяют конкретизировать термин «неологизм».

По мнению Л.Ю. Касьяновой, также необходимо учитывать: «1) хронологический критерий, подтверждающий возникновение и функционирование неологизма в конкретный период развития общества и истории языка; 2) локальный критерий, обуславливающий сферы функционирования неологизма в системе языка; 3) психолингвистический критерий (ощущение носителями языка новизны слова, признак “свежести”, нестандартности формы и образования лексической единицы); 4) социолингвистический критерий (принимается во внимание социальная детерминированность появления нового слова, общественная роль обозначаемого); 5) функциональный критерий (выявление слов, созданных для обозначения нового, не известного ранее понятия); 6) статистический критерий (учёт частотности употребления неологизмов); 7) фиксация в неографических источниках; также принимается во внимание отсутствие слова или его значения в имеющихся толковых словарях» [Касьянова 2008: 56]. Таким образом, как отмечает исследователь, совокупность данных признаков позволяет отличить неологизм от других лексических единиц.

Кроме того, к признакам неологизмов относят следующие: индивидуальный характер образования и отсутствие связи с конкретным творцом, вхождение в систему языка в качестве необходимого элемента, постепенную утрату ощущения новизны слова, выполнение номинативной функции, возможность существования вне контекста, выполнение в процессе коммуникаций интеллектуально-коммуникативной функции [Ермакова 2012: 291].

Следует также добавить, что «новые слова и выражения (неологизмы) создаются для обозначения новых понятий, появляющихся в той или иной культуре» [Воронцова 2016: 112]. Они номинируют политические и социальные явления, называют реалии быта, медицины, моды и т.д.

Анализ исследований показывает, что причина неточности понятия «неологизм» содержится в семантической разветвленности базового слова «новый», что позволяет говорить о разнообразии подходов к изучению данной языковой единицы. «Сложность охвата, выделения и описания объектов, объединяемых понятием “неологизм”, заключается в относительности самих понятий “новое” и “старое”. Эти понятия историчны по своей сути, они означают изменчивость, реализацию движения» [Алаторцева 1999: 14].

В современной лингвистике неологизмы классифицируют, учитывая разнообразные признаки. Поэтому в нашем исследовании мы рассмотрим только основные типологии.

Так, Т.В. Попова, Л.В. Рацибурская и Д.В. Гугунава описывают классификацию неологизмов по способу образования [Попова, Рацибурская, Гугунава 2011: 43-52]. Различают неологизмы-заимствования, семантические неологизмы и словообразовательные неологизмы.

Под неологизмами-заимствованиями мы будем понимать слова, перешедшие из одного языка в другой. Однако необходимо отметить, что не все исследователи (Г.О. Винокур, Д.Я. Воробьёва и др.) согласны включать заимствования в понятие неологизм. В данной работе мы будем придерживаться точки зрения тех учёных, которые относят недавно вошедшие в язык заимствования к инновациям. Так, по утверждению Л.П. Крысина, «при изучении процесса заимствования в центре внимания исследователей-лингвистов чаще всего оказываются лексические неологизмы, иноязычность внешнего облика которых несомненна, а источник происхождения отыскивается сравнительно легко» [Крысин 2012: 52]. По мнению Е.В. Розен, «руководствуясь теми же соображениями, что и при рассмотрении других новых слов, можно и среди современных словарных заимствований определить неологизмы разного порядка»

[Розен 1976: 86]. Как справедливо отмечает Е.В. Маринова, «лингвисты в большинстве своём относятся к заимствованию нейтрально, а именно, как к объективному процессу, в результате которого язык пополняется новой лексикой» [Маринова 2014: 59].

Под семантическими неологизмами понимаются новые значения известных слов и фразеологизмов. «Понятие неологизма, согласно внутренней форме и этимологии этого термина, относится к единице лексики, слову. Закономерно оно охватывает и новое значение слова (лексико-семантический вариант слова, семолексу), также являющееся лексическим новообразованием; иногда его называют семантическим неологизмом» [Котелова 2015: 191]. Неосемемы могут образовываться путём метафоризации, сужения или расширения значения, метонимизации и др.

Под словообразовательными неологизмами мы будем понимать неологизмы, созданные в результате работы словообразовательного механизма русского языка. По мнению учёных, возникновение новых слов чаще происходит при помощи аффиксации (префиксации и суффиксации) и словосложения. Кроме того, мы солидарны с мнением Е.В. Мариновой, которая отмечает, что «в неологической лексике современного русского языка преобладают словообразовательные неологизмы. “Удельный вес” таких слов значительно превосходит “удельный вес” неологизмов всех других типов (семантических неологизмов, внешних и внутренних заимствований вместе взятых)» [Маринова 2008: 205].

С.И. Алаторцева при классификации неологизмов опирается на следующие параметры: «а) по форме языковой единицы (структурные типы неологизмов); б) по степени новизны (“сильные” неологизмы – “слабые”); в) по способу номинации (новообразованные единицы – готовые); г) по отношению к языку – речи (узуальные неологизмы – неузуальные); д) по продолжительности существования (входящие в языковую систему – историзмы современности)» [Алаторцева 1999: 17].

И.Б. Голуб классифицирует неологизмы в зависимости от различных критериев их оценки:

- по способу образования (лексические и семантические неологизмы);
- от условий создания (анонимные слова и индивидуально-авторские неологизмы);
- от целей создания (номинативные и стилистические неологизмы);
- в зависимости от того, входят ли неологизмы в язык или являются фактами речи (языковые и окказиональные неологизмы) [Голуб 2001: 92-96].

По мнению И.Б. Голуб, «в отличие от номинативных неологизмов, появление которых вызвано необходимостью назвать новое явление, предмет, научное открытие, стилистические неологизмы создаются как наименования уже известных понятий. Новое слово содержит его оценку, отражает отношение к нему говорящего. У стилистических неологизмов есть синонимы, которые обычно уступают им по интенсивности экспрессивной окраски. Однако частое употребление в речи неологизмов этого типа ведет к нейтрализации их стилистической окраски» [Голуб 2001: 95].

Резюмируя, отметим, что в связи с диффузным пониманием термина «неологизм» имеют место разнообразные классификации, которые учитывают различные параметры новых слов. «Проблема наличия разнообразных классификаций лексических инноваций в языке объясняется также отсутствием терминологического стандарта, а также многообразием лексических новообразований» [Кадырова 2014: 33].

В диссертационном исследовании мы будем рассматривать словообразовательные неологизмы, так как они составляют основной массив неономинаций и являются ярким экспрессивно-оценочным средством, средством речевого воздействия в текстах современных СМИ.

К словообразовательным неологизмам мы будем относить как новую узуальную лексику 90-х гг. XX в. – начала XXI в., отмеченную в словарях, так и неuzuальные новообразования.

### **1.2.2. Соотношение понятий «словообразовательный неологизм», «окказиональное слово», «потенциальное слово», «новообразование»**

Одним из спорных вопросов сферы неологии является вопрос о разграничении понятий «неологизм», «окказиональное слово», «потенциальное слово», «новообразование». Одни исследователи объединяют данные понятия, другие – разделяют.

Неологизмам как узуальным словам обычно противопоставляются окказиональные лексемы, которые возникают «по случаю», в конкретных условиях речевой коммуникации.

Впервые на окказионализмы указал Герман Пауль. «Г. Пауль говорил об окказиональном значении, отличая его от узуального значения. Среди основных отличий между окказиональным и узуальным значениями Г. Пауль выделял, с одной стороны, большее богатство окказионального, а с другой – его однозначность» [Нестерова, Поздеева 2014: 58].

В XX веке вопрос об окказиональности подняла Н.И. Фельдман. Исследователь справедливо отмечает, что «тесная связь слов – самоделок с контекстом, из которого они как бы вырастают, делает их уместными и особо выразительными на своём месте, однако вместе с тем, как правило, препятствует им оторваться от контекста и обрести жизнь вне его. Вот это основное их свойство позволяет назвать их, в отличие от неологизмов, т.е. новообразований, вошедших в язык, окказиональными словами» [Фельдман 195: 66].

Согласно С.И. Алаторцевой, Н.И. Фельдман «не исключала возможности вхождения таких слов в общее употребление, в систему языковых, узуальных единиц. Окказиональные слова – это факты речи, зарегистрированные на момент их квалификации как единичные употребления. Второй вывод, к которому приводит анализ работы “Окказиональные слова и лексикография”, такой: в разряд окказиональных слов входят, по мысли исследователя, факты индивидуального словоупотребления (так называемые индивидуально-авторские слова)» [Алаторцева 1999: 20].

Необходимо отметить, что данный термин широко используется в лингвистической литературе, однако общепризнанного определения нет. Для обозначения данного явления используются такие понятия, как: «творческий неологизм», «писательские новообразования», «слова-метеоры», «эгологизм», «слова-однодневки» и др. Нельзя не согласиться с Е.В. Сенько и Д.Ю. Дряевой, что «термин “окказионализм” представляется наиболее правомерным, поскольку он является в сравнении с другими более регулярным, подчеркивает внутреннюю форму новых слов данного типа и ассоциируется с их онтологическим признаком – принадлежностью речи» [Сенько, Дряева 2014: 188].

Т.В. Жеребило относит к окказионализмам «авторские, индивидуально-стилистические неологизмы, которые создаются для придания образности художественному тексту. Окказионализмы как бы “прикреплены” к контексту, имеют автора. Они могут создаваться по необычным моделям» [Жеребило 2016: 292].

В словаре «Культура русской речи» (2003) окказиональные слова (от лат. *occasio* – «случайность», «случайный») рассматриваются как «речевые явления, создаваемые под влиянием контекста, ситуации речевого общения для осуществления какого-либо актуального коммуникативного задания, главным образом для выражения смысла, а также экспрессивного оттенка, часто комического или иронического характера, необходимого в данном случае» [КРР 2003: 384].

В данной работе мы будем придерживаться точки зрения исследователей, которые говорят о том, что окказионализм – это чисто речевая единица, лишённая воспроизводимости, а значит, и исторической протяжённости своего существования, это слово не способно устаревать, в то время как понятие неологизма противопоставлено понятию архаизма [Лыков 1972: 19; Попова, Рацибурская, Гугунава 2011: 27].

О.А. Габинская выделяет две причины создания окказиональных слов: универсальная и факультативная. Причины первой группы воплощают в словесной форме наиболее общий семантический признак (предметности,

атрибутивности и пр.). Факультативные причины устраняют расчленённость наименования [Габинская 1981: 32].

Рассматривая окказионализмы как речевое новообразование, исследователи выделяют признаки (критерии), характерные для этих единиц. Так, А.Г. Лыков обращает внимание на такие основные признаки окказионального слова, как функциональная одноразовость, экспрессивность, ненормативность, принадлежность к речи, творимость, номинативная факультативность, словообразовательная производность, индивидуальная принадлежность, синхронно-диахронная диффузность [Лыков 1976: 11-35]. По мнению И.А. Нефляшевой, для окказионализмов характерны определённые когнитивные признаки: «А. Временные, локальные признаки, в большей степени самостоятельные и в меньшей степени связанные с субъектом; Б. Признаки, выражающие отношение к лицу, принадлежность к лицу; В. Качества, свойства лица и характеристики мира человека» [Нефляшева 2007: 42]. По словам Е.С. Грищевой, «главный критерий выделения окказиональных слов – их отсутствие в языке и словообразовательная производность. При таком подходе наиболее существенными признаками окказионального слова являются структурные признаки, указывающие на связь со словообразованием» [Грищева 2006: 28].

Н.И. Фельдман обращает внимание на то, что «неологизмы, т.е. новообразования, имеющие широкое хождение, несомненно, подлежат включению в словарь, поскольку этим фиксируется словарный состав языка в момент составления словаря. Напротив, окказиональные слова, т.е. индивидуальные словообразования, фигурирующие в словоупотреблении только одного или нескольких лиц <...>, включению в словарь не подлежат: они засоряют его, создавая неправильное представление о словарном составе языка» [Фельдман 1957: 72].

Необходимо также отметить, что окказиональные слова сохраняют эффект «новизны» независимо от реального времени их создания. «Окказионализмы не обязательно связаны с реалиями определённого общества и/или эпохи, они могут



относиться к универсальным вещам и явлениям, своеобразно увиденным и воссозданным творчески мыслящими людьми. Поэтому они обычно не устаревают, как не устаревают универсальные понятия и художественные образы» [Флоря 2000: 5].

По мнению учёных, «к окказиональным единицам не стоит относить речевые неправильности и ошибки» немотивированного характера; «спорным является вопрос об отнесении к окказионализмам необычных слов, появляющихся в речи детей» [Третьякова 2009: 134-138].

Отметим, что окказионализмы свободно и естественно возникают в речи в качестве эмоционально-оценочных лексем, сохраняют эффект «новизны», часто принадлежат отдельным лицам (например, писателям), не зафиксированы в лексикографических источниках, функционируют как речевые единицы.

Таким образом, разграничение терминов «узуальное» и «окказиональное» затруднено тем, что данные понятия относительны, так как до момента закрепления в узусе неологизм проходит окказионально-потенциальную стадию.

В современной лингвистике различают узкое и широкое понимание окказиональных слов.

Узкое трактование окказионализмов представлено в трудах Е.А. Земской, М.У. Калниязова, Э.И. Ханпиры и других. Лингвисты противопоставляют окказиональные и потенциальные лексемы по их отношению к словообразовательной норме. Противопоставление данных разрядов, – по мнению указанных исследователей, – «целесообразно, прежде всего, при словообразовательном аспекте исследования: потенциальные слова образуются по продуктивным словообразовательным моделям, а окказиональные – с отклонениями от существующих в языке словообразовательных стандартов, с нарушением словообразовательных норм (с отклонением от узуальных типов, моделей, по неuzuальным моделям и способам)» [Попова, Рацибурская, Гугунава 2011: 39-40].

Г.О. Винокур отмечает, что «в каждом языке, наряду с употребляющимися в повседневной практике словами, существуют, кроме того, своего рода

“потенциальные слова”, т.е. слова, которых фактически нет, но которые могли бы быть, если бы того захотела историческая случайность» [Винокур 1943: 15].

Согласно Е.А. Земской, «в тех случаях, когда морфемы имеют широкие связи с основами по отношению к отдельным словам, образованным с помощью этих морфем, бывает трудно установить, являются ли они новыми в языке или уже и ранее существовали в нём. Время появления таких слов установить невозможно. Они живут в языке под спудом, заключены в словообразовательных возможностях языка, но реально могут и не появляться, если в них нет нужды. Такие слова, имеющиеся в языке в потенции, называют потенциальными словами» [Земская 2011: 228]. Потенциальные слова «потенциально» есть в языке, поэтому нужен только внешний стимул для употребления их в речи. Такими словами, например, являются образования с приставками *не-*, *анти-*, *сверх-*, *супер-*, *от-* и др.

Исследователи справедливо отмечают отличия потенциализмов от окказионализмов. Так, «можно констатировать, что новизна является постоянным признаком окказиональных слов и преходящим у потенциальных. Кроме того, объем словообразовательного контекста минимален для потенциальных слов и максимален – для окказиональных» [Лаврова 2010б: 225].

Широкое понимание сущности окказионализмов представлено в трудах Е.Н. Ермаковой, В.В. Лопатина, А.Г. Лыкова, Л.В. Рацибурской и др. Лингвисты включают в состав окказиональных лексем потенциализмы и индивидуально-авторские слова. Таким образом, по отношению к лексической норме окказиональные слова как неузуальные лексемы противопоставляются узуальным. С этой точки зрения, потенциализмы – разновидность окказиональных слов.

В.В. Лопатин отмечает, что у потенциальных и индивидуально-авторских слов есть характерные черты сходства: формируются в момент речи; создаются автором в устной или письменной речи для нужд данного контекста; потенциализмы нередко несут на себе черты новизны, поэтому их далеко не

всегда можно отграничить от индивидуально-авторских слов; их также нет в толковых словарях [Лопатин 1973: 71].

По мнению Е.Н. Ермаковой, «объединение двух групп слов (окказионализмов и потенциальных слов) в один разряд (окказиональных слов) кажется наиболее оправданным, поскольку и те, и другие являются словами, отсутствующими в языковой традиции, создаваемыми в момент речи, тогда как все остальные слова в момент речи воссоздаются» [Ермакова 2015: 96-97].

Резюмируя, можно отметить, что понятия «неологизм», «окказиональное слово», «потенциальное слово», «новообразование» не имеют однозначных определений в современной неологии. Вариативность терминов, прежде всего, связана с различием выдвигаемых критериев и подходов к анализируемым единицам.

В данном диссертационном исследовании любая неузуальная лексема будет рассматриваться как окказиональная, а потенциальные слова в таком случае будут рассматриваться как вид окказиональных, созданных без отклонений от словообразовательных правил. Но и те и другие (окказионализмы и потенциальные слова) относятся к словообразовательным неологизмам неузуального характера, которые противопоставлены узуальным словообразовательным неологизмам.

В аспекте речевого воздействия мы будем использовать термин «словообразовательные неологизмы» или как его синоним термин «новообразование», под которым понимается неодериват, неолексема, созданная при помощи словообразовательного механизма языка (безотносительно к узусу).

## **Выводы**

В современной лингвистике существует узкое и широкое понимание речевого воздействия. Воздействие в широком смысле присутствует в любом высказывании, т.е. это сообщение информации автором адресату/группе

адресатов. Однако в современной науке придерживаются узкого толкования РВ, при котором автор текста совершает намеренное речевое действие.

Различают вербальное и невербальное речевое воздействие. Под первой формой мы будем понимать воздействие с помощью слов, под второй формой – воздействие без использования словесных сигналов. Одним из видов речевого воздействия является речевое манипулирование – скрытое принуждение, целью которого является стремление адресанта управлять и формировать когнитивную и поведенческую деятельность адресата.

Медиакоммуникация представляет собой важнейший общественный институт, обладающий рядом особенностей и оказывающий влияние на упорядочивание социально значимой информации. Креативный характер журналистского текста тесным образом связан с функцией речевого воздействия, так как СМИ не просто информируют нас о произошедших событиях, а создают определённый образ действительности.

При анализе РВ представляется вполне подходящим обращение к коммуникативным стратегиям и тактикам. Так, стратегия – это алгоритм действий для достижения цели, а тактика – совокупность действий, с помощью которых реализуется стратегия.

Реализовать речевое воздействие на адресата помогают такие способы, в которых могут быть задействованы словообразовательные неологизмы, как убеждение и внушение. С их помощью можно повлиять на аудиторию в конкретной коммуникативной ситуации.

В современных исследованиях наблюдается размытость лингвистических понятий «неологизм», «окказионализм» и «потенциальное слово», «новообразование». Поэтому в работе мы принимаем следующие дефиниции. Под неологизмами мы будем понимать как лексемы, так и новые значения уже существующих в языке слов. Под словообразовательными неологизмами понимается неодериват, неолексема, созданная при помощи словообразовательного механизма языка (безотносительно к узусу). Следует отметить, что в аспекте речевого воздействия мы будем использовать термин

«словообразовательные неологизмы» и как его синоним термин «новообразование». Понятие «окказионализм» мы будем употреблять по отношению к лексемам, которые возникают «по случаю», являются результатом разового словотворчества, не зафиксированы в словарях. В соответствии с широким пониманием сущности окказионализмов мы будем включать в состав окказиональных лексем потенциальные слова (как системные неузальные новообразования, созданные, как правило, в соответствии с закономерностями словообразовательной системы), а любую неузальную единицу рассматривать как окказиональную.

В следующей главе будет рассмотрена структурно-семантическая специфика словообразовательных неологизмов как средства речевого воздействия в текстах нижегородских СМИ.

## **ГЛАВА 2. СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ НЕОЛОГИЗМЫ В ТЕКСТАХ НИЖЕГОРОДСКИХ СМИ КАК СРЕДСТВО РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Специфика словообразовательных неологизмов как средства речевого воздействия во многом определяется словообразовательными способами, словообразовательной структурой и семантикой.

Система способов словообразования как в диахроническом, так и синхронном аспектах разрабатывалась в трудах В.В. Виноградова, Е.А. Земской, М.У. Калниязова, В.Н. Немченко, И.С. Улуханова, Н.М. Шанского, Н.А. Янко-Триницкой и др. В данном исследовании мы будем придерживаться классификации И.С. Улуханова, который комплексно рассмотрел узуальные и окказиональные способы словообразования. Учёный представляет «систему способов словообразования как систему взаимосвязанных единиц (клеток), потенциально возможных, но не всегда реализованных лексически» [Улуханов, 1996: 26].

### **2.1. Словообразовательные неологизмы узуальных способов словообразования**

#### **2.1.1. Словообразовательные неологизмы префиксального способа словообразования**

Словообразовательные процессы современного русского языка характеризуются активизацией префиксального словообразования, что связано с определёнными внутриязыковыми и экстралингвистическими факторами. Как справедливо отмечает Е.А. Жданова, «в русском языке на современном этапе наблюдается углубление следующего противоречия: с одной стороны, развитие языка и мышления приводит ко всё большей активности именных частей речи, с другой стороны, способы их образования ограничены самой языковой системой.

Думается, что естественным выходом из сложившейся ситуации является видоизменение некоторых элементов системы» [Жданова 2010: 57].

При рассмотрении активных процессов словообразования конца XX – начала XXI века исследователи обращают внимание на центральную роль именной префиксации в образовании словообразовательных неологизмов [Земская 2000: 110-118].

Необходимо отметить, что присоединение префикса к слову существенно не влияет на лексическое значение лексемы и лишь модифицирует семантику корня. «Префикс только модифицирует в каком-то отношении значение базового слова, но никогда не изменяет его полностью и не переводит основу в другой грамматический разряд» [Янко-Триницкая 2001: 306]. Кроме того, приставка не оказывает и существенного влияния на грамматические характеристики исходной лексемы. Поэтому префиксы преимущественно выполняют словообразовательную функцию, участвуя в образовании новых слов.

Префиксы вносят в новообразования оценочную семантику. «Оценочность – очевидное и закономерное свойство неологизма, обусловленное его прагматической функцией: новообразование содержит информацию не только о денотате, но и об отношении автора к нему» [Марьянчик 2006: 111]. В зависимости от качества оценки можно выделить приставки с негативной (пейоративной) и положительной (мелиоративной) семантикой.

К аффиксам с возможной негативной оценочностью можно отнести иноязычный префикс **анти-** со значением отрицания. С помощью данной морфемы образуются субстантивы с семантикой ‘что-либо противоположное, противопоставленное тому или направленное против того, что названо мотивирующим существительным’ [Лопатин, Улуханов 2016: 44]: **Антирекорд** (заголовок). *Количество случайных отравлений алкоголем в Нижегородской области за 2015 год выросло почти в 9 раз!* («Дзержинское время». 05.02.16) ← **анти-** + **рекорд**; *Семь нижегородских вузов попали в антирейтинг «Диссернета»* (заголовок) («Открытый Нижний». 17.03.16) ← **анти-** + **рейтинг**; **Антипремия** «Чёрная метка» (заголовок). *Сергей Белов «угнал» у зама авто и пообещал*

замену («Правда ПФО». 17.08.16) ← *анти-* + *премия*. Как видно из примеров, префиксальные дериваты *антирекорд*, *антирейтинг*, *антипремия* утрачивают положительную коннотацию и становятся негативно оцениваемыми производными. Таким образом, новообразования с префиксом ***анти-*** меняют знак исходного слова на полярный, приобретают негативно-оценочную окраску в микроконтексте.

Возможны случаи, когда префикс ***анти-*** сглаживает негативные семантические компоненты, содержащиеся в семантике исходного слова: *ГУММиД [Главное управление по строительству и ремонту метрополитена, мостов и дорожных сетей. – Авт.]*: вместо «***антитеррора***» – деньги на премии (заголовок) («Ленинская смена». 14.11.13) ← *анти-* + *террор*; «МегаФон» также запустил систему ***Анти-спам*** с целью предотвращения несанкционированных рассылок и систему автоматизированной обработки жалоб на спам («Аргументы и факты – Нижний Новгород». 26.03.15) ← *анти-* + *спам*; *Богородскую кожу погубили «**антисанкции**»* (заголовок) («Ленинская смена». 29.07.16) ← *анти-* + *санкции*; *Голосование за участки дорог, которые требуют ремонта в первую очередь по проекту «**АнтиЯма**», стартовало в Нижнем Новгороде* («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 09.04.18) ← *анти-* + *яма*. Лексемы *террор*, *спам*, *санкции*, *яма* обладают отрицательной коннотацией, а производные от них приобретают положительную оценочность.

Таким образом, для выражения негативного отношения к ситуации журналисты используют приставку ***анти-***. Поэтому в сознании адресата остаётся чёткий отрицательный образ, сформированный автором. Следует отметить, что с помощью префикса ***анти-*** адресант чаще всего реализует стратегию оценивания, которая поддерживается как посредством использования слов, вызывающих отрицательные ассоциации, так и микроконтекстом. По нашему мнению, стратегия оценивания представлена тактикой иллюстрирования отрицательного. Кроме того, речевое воздействие новообразований с префиксом ***анти-*** осуществляется с помощью убеждения. Тезисы, на которых строится данный способ, подкрепляются логическими и эмоциональными доводами.



Воздействие журналиста на адресата может осуществляться и с помощью новообразований с исконным префиксом **недо-** с семантикой 'кто-либо (что-либо), не обладающий(-ее) полностью признаками того, кто (что) назван(о) мотивирующим существительным' [Лопатин, Улуханов 2016: 124]: *А вот «недопосол» России в Украине до сих пор мыслит личностными и межличностными категориями* («Заноза». 09.12.16) ← *недо-* + *посол*. В новообразованиях, образованных по словообразовательной модели *недо-* + одушевлённое имя существительное, выражена отрицательная оценочность, сочетающаяся с экспрессией уничижительного отношения к называемому лицу. Следует отметить, что в текстах СМИ продуктивна и словообразовательная модель «*недо-* + неодушевлённое нарицательное существительное»: *Недоремонт и переавтомобилизация* (заголовок). *Через пять лет водителей ждёт коллапс-статистика* («Саров. Net». 16.06.17) ← *недо-* + *ремонт*.

Как видно из примеров, префикс **недо-** выступает как синонимичный приставке **не-**: «*недопосол*» – это человек, не соответствующий статусу посла; *недоремонт* – это недостаточный ремонт автодорог. Так, по словам О.А. Пацюковой «приставка *недо-* обязана своим появлением в языке именно частице *не*, на базе которой она и начала своё формирование. Это стало возможным потому, что до XIX века не было строгих правил правописания частицы *не* с другими словами, и частица нередко изображалась на письме слитно с глаголом и фактически выступала в роли приставки, выражающей отрицание» [Пацюкова 2012: 39].

Таким образом, можно говорить о том, что с помощью исконного префикса **недо-** в рамках стратегии оценивания реализуется тактика выражения антипатии. Основными средствами тактики выражения антипатии выступают оценочные новообразования с оттенком иронии. Следует отметить, что префикс **недо-** может соединяться как с одушевлёнными, так и с неодушевлёнными именами существительными.

Значительно активизировались в медийных текстах иноязычные префиксы **псевдо-**, **квази-** с семантикой ложности, фиктивности, неистинности.

В медиакоммуникации новообразования с префиксом *псевдо-* могут указывать на несоответствие тому, кто назван мотивирующим словом в сфере профессиональной деятельности: *Махинация удалась, и с декабря 2012 года по февраль 2013 года псевдо-врач проработала на должности участкового терапевта поликлиники...* («Аргументы и факты – Нижний Новгород». 08.08.13); *Псевдо-медик похитил у нижегородского пенсионера почти 170 тысяч рублей* («Про Город – Нижний Новгород». 12.03.15); *Об одном псевдо-историке* (заголовок). *Не люблю вступать в полемики с разного рода провокаторами, хоть и прикрываются они порой громкими званиями «историков» или «журналистов»* («Новое дело. Нижний Новгород». 09.09.16); *При этом псевдо-доктор до этого назначения работал в разных медицинских учреждениях – сначала трудился в Москве терапевтом, потом завотделением* («Версия в Нижнем Новгороде». 28.07.17).

Словообразовательные неологизмы с префиксами *псевдо-*, *квази-* могут содержать негативную оценку неодушевлённого предмета: *Псевдовыгоды* (заголовок). *Не по моему скромному мнению, которое ни в коем случае не является сколько-нибудь мощным, но по мнению многих компетентных крупных экономистов вступление Российской Федерации во Всемирную торговую организацию является, по большому счёту, авантюрой* («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 25.07.12); *В итоге в нашем парке хотят вырубить 3,4 Га зелёных насаждений (1,7 под псевдо-аквапарк и 1,7 под торговый центр)* («Зеркало». 24.04.15); *В Карачаево-Черкесии закрыли псевдо-банк* (заголовок) («Версия в Нижнем Новгороде». 06.06.16); *Прошло ещё около года, и Дума объявила тогдашнему сити-менеджеру псевдо-импичмент* («Зеркало». 15.12.16); *Напомним, именно он [Владимир Панов. – Авт.] отреагировал на итоги псевдоконкурсов, распорядившись провести проверку всех обстоятельств и личную роль работников горадминистрации в этом деле* («Репортёр-НН». 03.04.18); *Но это не его [Н. Лешкова. – Авт.] вина, а беда квазифронта, который забюрократизировали и засушили* («Зеркало». 16.10.15); *Предлагаю от фракции: первое – провести референдум 18 сентября 2016 года, и*

*спросить граждан, чего они хотят; второе – исключить Нижний Новгород из так называемого **квази-эксперимента**, на котором настаивает правительство («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 23.05.16).*

О расширении синтагматических возможностей префикса **квази-** говорит его сочетаемость с аббревиатурами: *Причём, подстрекательские разговорчики распространяются не столько в социальных сетях и маргинальных **квазиСМИ**, а непосредственно в коридорах власти («Заноза». 03.11.16).*

Как видно из примеров, префиксы **псевдо-**, **квази-** вносят в новообразования негативную оценочность, которая усиливается микроконтекстом и семантикой мотивирующего слова. С помощью данных морфем журналисты воздействуют на читателя, используя стратегию дискредитации, которую реализуют посредством тактики иллюстрирования отрицательного.

Мелиоративная экспрессивность характерна для новообразований с префиксом **супер-** с семантикой ‘что-кто-либо, обладающее(ий) в высшей или высокой степени признаками того, что (кто) назван(о) мотивирующим существительным (иногда с оттенком: главный по отношению к тому, кто назван мотивирующим существительным)’ [Лопатин, Улуханов 2016: 229]: *Даже акустика стала лучше! Нижегородский театр оперы и балета имени Пушкина встретил зрителя **суперремонт**ом и премьерой «Онегина» («Нижегородский рабочий». 05.10.16); Если это всё сделают, то и после чемпионата у нас будет **супервокзал** («Нижегородский рабочий». 29.03.17); Мы с сыном живем неподалёку от **супер-арены** («Нижегородский рабочий». 14.06.17); Дмитрий Рыболовлев строит новую **супер-яхту** длиной 110 метров и ценой 500 миллионов долларов («Версия в Нижнем Новгороде». 16.01.18).*

При помощи приставки **супер-** могут также образовываться адъективные новообразования с семантикой ‘обладающий в высшей или высокой (иногда чрезмерно) степени тем признаком, который назван мотивирующим прилагательным’ [Лопатин, Улуханов 2016: 230]: *Составлен топ-7 **суперкрутых** аттракционов на Покровке («Про Город. Нижний Новгород». 22.01.2016); Конечно, это была игра не столько дизайнерской, сколько инженерной мысли,*

*способ шокировать публику, супердорогое шоу («Нижегородский рабочий». 08.06.16).*

Обычно дериваты с префиксом *супер-* имеют положительную коннотацию, однако встречаются случаи, когда новообразования с данной морфемой могут быть переосмыслены и в микроконтексте приобрести иронический оттенок: *ЦСКА набрал 1 очко усилиями Кайла Хайнса, не особо зажигали и суперснейперы «горожан» («Нижегородский рабочий». 28.10.15).*

Словообразовательная активность префикса *супер-* привела к расширению его синтагматических возможностей, что проявилось в сочетаемости с именами собственными, так как в норме имена собственные не предполагают большей или меньшей степени проявления признака: *16 марта в кинотеатре СИНЕМА ПАРК в ТРЦ Фантастика состоится эксклюзивная Всероссийская премьера фантастической комедии «СуперБобровы», на 1 день раньше национального проката! («Нижегородский рабочий». 16.03.16); Как выглядит современный нижегородский супергерой? Плохо. Мужчинка с высшим образованием и трясущимися руками, который вроде и работает во власти, но всегда был обделен деньгами. Лицо его всегда мрачное, потому что ручейки с невероятным баблом всегда протекали мимо, а он стоял с сачком около дозволенной лужицы, пытаясь выловить хотя бы окурок. А сегодня в нём, видите ли, нуждаются, потому что все остальные ни бельмеса не понимают. Мало того, что не понимают – ещё и жутко боятся творить что-нибудь непопулярное и антикризисное, ведь так можно и электоральные очки на выборах растерять – так что, вперед и с песней «Супергаранин», «Суперкотельников» и «Супердранишников» – напяливайте маску, трико – пора геройствовать («Нижний сейчас». 21.06.16). Так, в первом случае префикс *супер-* обозначает сверхспособности, которые появились у семьи Бобровых в результате попадания метеорита в их дом. Во втором случае присутствует ирония, которая подразумевает, что поступки чиновников не соответствуют образу супергероев. Таким образом, у новообразований с префиксом *супер-* появляется добавочное негативное значение в случае присоединения данного префикса к антропониму. |*

Таким образом, активность словообразовательных неологизмов с приставкой *супер-* можно объяснить свойственной современному русскому языку тенденцией к выражению повышенной экспрессии. Очевидно, что включение оценочного компонента в структуру новообразования является одним из структурно-семантических приёмов речевого воздействия. По нашему мнению, новообразования с префиксом *супер-* участвуют в стратегии оценивания, которая реализуется в тактике само-возвышения.

«Амероглобализация» (Е.И. Коряковцева) способствовала возрастанию словообразовательной активности нового префикса *мега-* со значением 'высокая степень качества': *Как уже не раз сообщал «НР» [«Нижегородский рабочий» - Авт.], мегаарена – новый стадион «Нижний Новгород» на Стрелке – растёт с опережением графика* («Нижегородский рабочий». 01.02.17); *«Седьмое небо» приглашает нижегородцев 24 ноября на мега-акцию «Выгодная пятница – шопинг без границ»* («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 22.11.17).

Однако в нижегородских СМИ встречаются случаи, когда новообразование с данным префиксом несёт в себе отрицательную оценочность с оттенком иронии: *Мегасвинокомплекс в Вадском районе: о людях снова не подумали* (заголовок) («Ленинская смена». 16.01.2015); *«Школьный мегапроект»: 60 миллионов только за бумаги* (заголовок) («Нижний сейчас». 22.05.17). Как видно из примеров, новообразования созданы на базе нейтральных лексем, однако за счёт лексического окружения в контексте инновации приобретают негативную оценку. Кроме того, негативная оценочность новообразования с префиксом *мега-* может быть связана с тем, что мотивирующее слово является оценочным: *Блог редактора: «Мега-коррупция или сор из ОНФ-избы?»* («Нижний сейчас». 21.01.16).

Дериваты с префиксом *мега-* могут быть и средством выражения позитивной оценки: *Мегаград – город небольшой* (заголовок). *Саров – город небольшой. В то же время его вклад в развитие экономики страны, её научного и промышленного потенциала не меньше, чем у иных мегаполисов*

(«Нижегородская правда». 30.06.2015). Как видно из примера, мелиоративная окраска новообразования поддерживается контекстом и идейной направленностью публикации.

О расширении синтагматических возможностей приставки *мега-* свидетельствует её сочетаемость с одушевлёнными именами существительными: *Мега-Гердт* (заголовок). *Знаменитый актёр очень любил жениться* («Новое дело. Нижний Новгород». 29.09.16).

Таким образом, в медийных текстах журналисты используют новообразования с префиксом *мега-* для реализации стратегии оценивания. В качестве составляющей данной стратегии выступает тактика само-возвышения. Как справедливо отмечают Т.Б. Радбиль и Л.В. Рацибурская, «размерно-оценочные префиксы *супер-*, *гипер-*, *ультра-*, *мега-* и пр., проявляя активность в деривационных процессах на базе не только заимствованных, но и исконных слов, демонстрируют такую особенность, присущую русской ментальности, как установка на гипертрофию общей, моральной или эстетической оценки при номинации лиц, объектов и событий (“моральная страстность”, по А. Вежбицкой)» [Радбиль, Рацибурская 2017: 36].

Тенденцию к экономии языковых средств отражает приставка *экс-* с семантикой ‘бывший ранее тем, кто (что) назван(о) мотивирующим существительным’ [Лопатин, Улуханов 2016: 239]. Данная морфема активно употребляется со словами, указывающими на социальный статус или титул, но в последние десятилетия может сочетаться и со словами, обозначающими лицо по профессии, занятию, семейному положению: *Экс-продюсер «Ласкового мая» возглавил нижегородский банк* (заголовок) («Новое дело. Нижний Новгород». 09.10.2014); *Экс-капитан нижегородской «Губернии» Никита Лямин добился своего первого значимого успеха в пляжном волейболе* («Нижегородская правда». 16.10.14); *Экс-коллеги отправились за юбиляром в другой город. Сегодня в город Трёхгорный из Сарова приехала особая делегация: внишэфовцы поздравляют с юбилеем своего коллегу, спасавшего секретные площадки от пожаров в 2010 году* («Саров. Net». 02.02.17).

Под влиянием контекста префикс *экс-* может образовывать экспрессивные негативно-оценочные новообразования: *Экс-спикер досрочно объявил себя победителем, заявив, что если «предложат, я рассмотрю подобное предложение»* («Правда ПФО». 30.09.16); *Многодетная мать обвинила экс-супруга в размещении её фото на сайте секс-услуг* («Ленинская смена». 18.11.16); *Кроме того, предполагается, что сам Якимов с Антоновым не имеет связи, но на заместителя губернатора выходит «теневой лидер» оппозиции экс-депутат Госдумы Анатолий Шеин* («Заноза». 27.04.17).

Новообразования с префиксом *экс-* могут обладать негативной оценочностью благодаря стилистически-сниженным мотивирующим словам: *Осудили экс-зека, которого пригласила в гости «заочница»* (заголовок) («Криминальная хроника Нижегородской области». 30.03.17); *Суд арестовал второго фигуранта по делу Новоселова – экс-опера Романа Маркеева* (заголовок) («Криминальная хроника Нижегородской области». 06.03.18). Как видно из примеров, с помощью приставки *экс-* журналисты могут выражать негативную оценку лица, что позволяет им эмоционально воздействовать на адресата. По нашим наблюдениям, префикс *экс-* участвует в стратегии дискредитации. Данная стратегия реализуется в тактике создания «образа похорон», которая убеждает адресата в том, что перед ним лицо, утратившее свой социальный статус.

Подводя итог, заметим, что с помощью префиксальных новообразований журналисты могут влиять на общественное сознание, манипулировать носителями языка. Наиболее эффективным способом РВ является использование приставок *анти-*, *недо-*, *псевдо-*, *квази-*, *супер-*, *мега-*, *экс-* с яркой экспрессивно-оценочной коннотацией. Приведённые примеры доказывают, что эффективность префиксального словообразования как средства воздействия заключается в использовании различных коммуникативных стратегий (стратегия оценивания, стратегия дискредитации) и речевых тактик (тактика выражения антипатии, тактика иллюстрирования отрицательного, тактика само-возвышения, тактика создания «образа похорон»). С их помощью журналисты порождают оценочность

и мощный экспрессивный эффект, внушают объектам воздействия желаемые установки, концентрируют их внимание на определённых смыслах.

### 2.1.2. Словообразовательные неологизмы суффиксального способа словообразования

Суффиксальный способ словообразования – это способ образования новых лексем путём присоединения суффикса к мотивирующей основе. «При суффиксальном способе формант (суффикс) сочетается не с целым производящим словом, как при префиксальном способе, а с основой производящего слова» [Мусатов 2010: 252]. Как отмечают исследователи, «большинство суффиксов в русском языке благодаря их связи с окончаниями закреплено за определённой частью речи и выполняет тем самым классифицирующую функцию, указывая, к какой части речи относится слово» [Николина, Рацибурская 2013: 36].

Суффиксация является продуктивным способом словообразования в текстах нижегородских СМИ. Данный способ охватывает в основном именные части речи при незначительном количестве глаголов. «Имена существительные, прилагательные, наречия, категория состояния, глаголы имеют развитую суффиксальную систему. Эти части речи постоянно пополняются новыми словами, образованными путём суффиксации» [Филиппова 2009: 141]. Рассмотрим подробнее основные продуктивные суффиксы в текстах нижегородских СМИ.

Действенным средством оценки являются существительные с отвлечённой семантикой. От основ прилагательных могут создаваться словообразовательные неологизмы с разговорным суффиксом *-щин(а)* с семантикой ‘явление, характеризующееся признаком, названным мотивирующим словом (преимущественно с неодобрительной оценкой)’ [Лопатин, Улуханов 2016: 700]: *Отметим лишь, что главным итогом «полицейщины», по меткому замечанию «Коммерсанта», стали следующие цифры – в МВД резко возросло число штабных и тыловых подразделений, зато резко (до 30 – 50 %) уменьшилась*



*численность сотрудников оперативных структур* («Новое дело. Нижний Новгород». 07.06.12); *А вот о другом земляке-писателе Захаре Прилепине, вернее о его «военной» карьере в ДНР, Эдуард Лимонов сказал только, что ему не нравится, «что в этой истории слишком много «телевизионщины»* («Версия в Нижнем Новгороде». 07.03.17). Сочетаясь с нейтральными основами, экспрессивный аффикс участвует в создании производных единиц чаще всего с негативной оценкой. Отметим, что оценочное значение суффикса **-щин(а)** является средством РВ, направленным на формирование общественного мнения в отношении какого-либо факта, поступка. Журналисты формируют отрицательное отношение к объекту и практически навязывают видение событий в определённом ракурсе с целью побудить читателя к речепсихическим и иным действиям. Таким образом, можно говорить о том, что адресанты используют стратегию оценивания, которая реализуется через тактику иллюстрирования отрицательного.

Стилистически сниженные суффиксы используются и для образования конкретных одушевлённых и неодушевлённых существительных. Приметой современных нижегородских СМИ становится производство новообразований жаргонного характера с суффиксом **-л(а)** со значением ‘лицо, названное по характерному его действию, к которому оно склонно (с экспрессивной окраской, преимущественно неодобрительной; в разговорной речи)’ [Лопатин, Улуханов 2016: 477]: *Свидетели видели, как подозреваемый убежал из машины «бомбилы», но потерял сознание недалеко от машины убитого* («Pro Город – Нижний Новгород». 28.07.11); *«Решалы» в погонах* (заголовок). *Информация о том, что в Главном следственном управлении ГУ МВД России по Нижегородской области «нечисто играют», просачивалась давно* («Ленинская смена». 03.02.17); *И уж точно не второй Бабич, который действует как «понятийный решала», нарушающий любой общественный договор, когда ему это выгодно* («Заноза». 02.08.18). Активно жаргонизмы образуются с помощью суффикса **-ак(-як)** с семантикой ‘предмет – носитель признака, названного мотивирующим прилагательным’ [Лопатин, Улуханов 2016: 252]: *Отечественному же*

*«крупняку» страхового рынка подобная участь на самом деле уж точно не грозит* («Новое дело. Нижний Новгород». 08.11.13).

По мнению исследователей, «процесс демократизации стимулировал введение в литературный язык элементов жаргона и просторечия. Сниженные лексемы, несущие заряд резкой экспрессивности и оценочности, стали позволительными в литературной речи» [Вепрева, Купина 2012: 114]. Так, Л.И. Плотникова выделяет следующие причины экспансии сниженной лексики: «серьёзные сдвиги в сфере экономики и политики; низкий уровень речевой культуры; стремление некоторых газет завоевать популярность любым путём» [Плотникова 2012: 77]. Очевидно, что для усиления РВ журналисты часто используют те морфемы, которые способствуют выражению экспрессии грубости и ироничности. Таким образом, можно говорить о том, что адресанты используют стратегию разговорности, с помощью которой они не только высказывают своё мнение, но и влияют на оценку описываемых событий, сокращают дистанцию со своим адресатом и устанавливают с ним доверительные отношения. Следует отметить, что данная стратегия реализуется через тактику иллюстрирования отрицательного.

Одним из средств РВ являются разговорные новообразования, образующиеся при помощи суффикса *-ш(а)* со значением ‘лицо женского пола, характеризующееся отношением к тому, что названо (кто назван) мотивирующим словом’ [Лопатин, Улуханов 2016: 693]: *И наш герой окажется на необитаемом острове, в окружении трёх финалисток конкурса – принципиальной стервы, паникёрши и классической блондинки* («Pro Город – Нижний Новгород». 12.12.13); *Известная блогерша и журналистка Божена Рынска, обычно пишущая на тему, как захомутать богатого мужика, целую тираду в соцсетях посвятила скандалу в Нижнем Новгороде* («Новое дело. Нижний Новгород». 31.03.16); *Педофил познакомился со своей жертвой в онлайн-игре, долго «подготавливал» ребёнка, переписываясь в социальной сети, а затем снял квартиру, где совершил в отношении юной геймерши действия сексуального характера* («Pro Город – Нижний Новгород». 24.08.16); *Вспоминаю, что в 2006 году даже губернатор*

*Валерий Шанцев должен был считаться с председателем Совета Федерации Сергеем Мироновым, хотя тот был не так властен, как «Валя-стакан», как спикершу СФ называют в интернете («Заноза». 27.07.18).* Для наименования лица женского пола журналисты используют суффикс **-ш(а)** со сниженной коннотацией. По мнению А.М. Плотниковой, «существительные женского рода, называющие лица по профессии и роду занятий, зачастую характеризуются сниженной стилистической окраской...» [Плотникова 2015: 61]. На наш взгляд, основной коммуникативной стратегией, избираемой адресантами, является стратегия разговорности, которая реализуется с помощью тактики иллюстрирования отрицательного.

Нижегородским СМИ свойственно в целях воздействия на читателя/слушателя использовать размерно-оценочные суффиксы. «Разнообразные оттенки значений этих суффиксальных образований сказываются в многообразии названий самих суффиксов: уменьшительно-увеличительные, деминутивы, суффиксы субъективной оценки, эмоционально-оценочные, эмоционально-размерные. Такое многообразие связано с определёнными традициями использования подобных суффиксов со значениями, подчёркивающими объективные свойства денотата (объем, размер, степень интенсивности и т.д.) и в то же время развивающими особое значение, которое должно повлиять на восприятие предмета, его оценку» [Бронникова 2014: 277]: *Хоть бабла на этих журналишках зарабатываем!* («Новое дело. Нижний Новгород». 28.02.13). Новообразование *журналишки* содержит отрицательную оценку лица, которая передается с помощью суффикса **-у(ю)шк(и)-**. Поэтому можно говорить о том, что авторы текста используют стратегию дискредитации, которая реализуется через тактику иронизирования.

Активизировалось создание наречий, слов категории состояния с иронической оценкой ситуации: *Оперативненько...*(заголовок). *История дома № 77 по проспекту Циолковского, с тех пор как «Дзержинское время» впервые рассказало о нём и его жителях, объявивших войну управляющей компании «ДУК», успела превратиться в сериал* («Дзержинское время». 02.10.15);

*Бюджетненько* (заголовок). В Нижегородской области стало больше бюджетных мест («Новое дело. Нижний Новгород». 19.05.16); *Символичненько, конечно* («Заноза». 24.04.17). Необходимо отметить, что слова с размерно-оценочными суффиксами становятся актуальными в современной разговорной речи. Таким образом, стратегия оценивания реализуется посредством тактики иронизирования.

Экспрессивным средством речевого воздействия являются отыменные глаголы несовершенного вида с суффиксом *-и-* с семантикой ‘совершать действия, имеющие отношение к тому, что названо мотивирующим существительным’ [Лопатин, Улуханов 2016: 721]: *Кавинов – известный любитель «гламурить», лакировать, лавировать, красивые речевые обороты на трибунах заворачивать и даже шоу-программы на министерских корпоративах вести* («Ленинская смена». 29.01.16); *Он [Игорь Паньшин. – Авт.], если и «ураганил», то исключительно в метеорологическом значении* («Зеркало». 20.01.17); *Сити-менеджер Сергей Белов оказался в отпуске, правда, не так далеко, как когда-то Кондрашов, а потому его активно «жабили» в интернете катающимся на велосипеде по лужам* («Заноза». 10.07.17). Вышеприведённые примеры показывают, что новообразования разговорного характера обладают широким спектром семантики: *гламурить* от *демонстрировать гламур, гламурное поведение*; *ураганил* от *производить действие, подобное урагану*; *жабили* от *делать тем, что названо мотивирующим словом*. Как видно из примеров, суффикс *-и-* не является маркированным, однако для данных инноваций характерна отрицательная экспрессия. Это связано с тем, что негативный смысл идёт от мотивирующих имён нарицательных (ср. *гламур, ураган, жаба*). Можно говорить о том, «отыменные глаголы в языке СМИ являются, во-первых, средством номинации и, во-вторых, экспрессивным, игровым средством» [Ильясова, Амири 2015: 153]. На наш взгляд, журналисты используют стратегию оценивания, которая реализуется через тактику иллюстрирования отрицательного.

В заключение необходимо отметить, что нижегородские СМИ чутко реагируют на изменения, происходящие в жизни российского общества. Активным способом образования новых номинаций является суффиксация. С помощью неё журналисты формируют у читателей чаще всего негативные ассоциации. По мнению А.С. Зотовой, «в создаваемых номинациях “врождённая” оценочного смысла фиксирует изначальность выделения в психической сфере личности положительных или отрицательных эмоций-ощущений. Эти эмоции формируют отношение к новой картине мира, ориентируют на создание оценочных стереотипов, существующих в общественном сознании социума» [Зотова 2013б: 755]. Кроме того, суффиксация позволяет создавать экспрессивные единицы, благодаря следующим коммуникативным стратегиям: стратегия разговорности, стратегия оценивания, стратегия дискредитации. Основными тактиками, на наш взгляд, являются: тактика иронизирования и тактика иллюстрирования отрицательного.

### **2.1.3. Словообразовательные неологизмы, созданные способом аффиксоидации**

В последние годы увеличилась продуктивность образования инноваций с использованием аффиксоидов. Однако необходимо отметить, что лингвистическая наука до сих пор не выработала единой терминологии для обозначения данных морфем: полуаффиксы (М.Д. Степанова), словоэлемент (Ю.С. Сорокин), аффиксоид (В.Н. Немченко, Н.М. Шанский), относительно свободные/связанные морфемы (Е.С. Кубрякова) и др.

Так, В.В. Лопатин под аффиксоидом понимает «компонент сложного или сложносокращённого слова, повторяющийся в составе ряда слов и приближающийся по своей словообразовательной функции (способность образовывать новые слова с тем же компонентом) к аффиксу-суффиксу (для последних компонентов сложений) или префиксу (для первых компонентов)» [Лопатин 1997: 43]. Согласно этой точке зрения, аффиксоиды – переходные

морфемы, которые могут употребляться и в качестве корня, и в качестве аффиксов.

Однако в данном диссертационном исследовании мы будем придерживаться точки зрения Е.А. Левашова и Н.А. Янко-Триницкой. Исследователи считают, что аффиксоиды – фонетически протяжённые морфемы, которые не могут употребляться в виде корней простых слов. «Особенностью аффиксоидов является то, что, уподобляясь аффиксам по своему положению в слове, в содержательном плане они, будучи “обломками” породивших их слов, наследуют их значение, то есть несут самостоятельную корневую нагрузку» [Левашов 2008: 51].

Образование новых номинаций с использованием аффиксоидов традиционно рассматривается как сложение, однако в данной работе мы будем выделять такой способ, как аффиксоидация. «Аффиксоидация, как и её разновидности (префиксоидация и суффиксоидация), не может быть причислена ни к аффиксальной деривации (префиксации или суффиксации), ни к композиции (к т.н. «чистому словосложению»). Это самостоятельный способ словопроизводства. Действуя наряду со словосложением и аффиксацией, аффиксоидация всё интенсивнее развивается в славянских языках, свидетельствуя о динамизме их словообразовательных систем» [Коряковцева 2016: 128]. Как справедливо отмечает Е.В. Маринова, «многочисленны также новообразования, созданные путём аффиксоидации (присоединением аффиксоида). <...> а общее количество неологизмов, образованных этим способом, составляет сотни слов» [Маринова 2011: 122].

Значительную роль в современных СМИ играют префиксоиды, которые используются в экспрессивном словообразовании и отражают изменения внелингвистической реальности.

В выражении социальной оценки участвует префиксоид *лже-* с семантикой неистинности, ложности: *Лже-билеты*. *Через пару остановок водитель начал ругаться, что ему не передают за проезд <...>. Билеты, которые давал парень были синего цвета, а у водителя серого. К этому времени лже-кондуктор уже*

покинул маршрутку («Pro Город – Нижний Новгород». 25.03.14); Более того, таких **лжекандидатов** власть с удовольствием использует против, например, сильных оппонентов из значимых партий («Заноза». 13.09.16); Нижегородские чиновники забыли обезвредить **лже-отельеров** и оставили десятки болельщиков без крыши над головой («Версия в Нижнем Новгороде». 22.06.18). Таким образом, можно утверждать, что оценочный элемент **лже-** участвует в стратегии театральности, которая реализуется в тактике предупреждения.

Проблемы экологии находят отражение в новообразованиях с префиксоидом **эко-** в значении ‘связанный с охраной природы, окружающей среды’ [Козулина, Левашов, Шагалова 2009: 278]: **Эко-взгляд** (заголовок). *Общественная организация «Патриоты Нижнего» во время акции «Красивый берег» собрала около 500 подписей в поддержку прекращения строительства на Нижне-Волжской набережной («Нижегородская правда». 26.09.13); С вечера кладёте крупу, наливаете воду или молоко, включаете таймер и... утром, проснувшись от того, что в доме аппетитно пахнет свежеприготовленной вкусной кашей, вы в прекрасном настроении добавляете в неё свежие фрукты и зовёте семью к столу на питательный и полезный **эко-завтрак!** («Аргументы и факты – Нижний Новгород». 16.09.14); Акция проходила в формате **эко-пикника**, после уборки всех ждал горячий чай и шашлык («Нижний сейчас». 12.10.15); Как сообщают организаторы, V ежегодная церемония вручения премии **ЭКОПОЗИТИВ-2015**, учреждённой движением ЭКА с 2011 года, прошла в субботу («Зеркало». 06.12.15); **Небанальный выходной: казахский колорит в эко-ауле под Нижним** (заголовок) («Нижний сейчас». 30.04.16); Совместно с Союзом архитекторов России решено провести международный конкурс в рамках фестиваля **«Эко-Берег»** в сентябре («Нижний сейчас». 23.05.17); **Пройдёт эко-праздник 3 и 4 июня** («Аргументы и факты – Нижний Новгород». 23.05.17); **Научно-технический фестиваль «Эковолна»** пройдёт в Нижнем Новгороде 14 июля («Курс Н». 13.07.18).*

Таким образом, в медийных текстах экологической тематики журналисты активно используют стратегию популяризации действий, которая реализуется в

тактике формирования положительного отношения к природе и закрепления норм «экологически грамотного» поведения [Зайцева 2014а: 86]. Но встречаются случаи, когда для новообразований с префиксоидом *эко-* характерна негативная экспрессия: *500 млн рублей получил регион на ликвидацию объектов накопленного экоущерба в Дзержинске* (заголовок) («Нижний сейчас». 24.04.17). Как видно из примера, отрицательная экспрессия связана с семантикой мотивирующего имени существительного (ср. *ущерб*). Отметим, что новообразование участвует в стратегии оценивания и тактике иллюстрирования отрицательного.

Популяризация компьютерных технологий привела к активному использованию префиксоида *кибер-* для обозначения высокотехнологичных явлений: *Вес новинки всего полкило, а все операции кибер-доктор проводит прямо в теле космонавта, проникая внутрь через пупок* («Новое дело. Нижний Новгород». 10.04.14) – в значении ‘компактный робот, который сможет проскользнуть в тело человека через небольшой надрез’; *27 апреля Адаптация Пчёл выступит в Нижнем Новгороде с презентацией новой кибер-рок программы «Сны из Тюбика»* («Pro Город – Нижний Новгород». 24.04.14) – в значении ‘новое направление в музыке’; *5 августа СИНЕМА ПАРК Фантастика приглашает на Всероссийскую премьеру остросюжетного кибер-триллера «КТО Я»* («Аргументы и факты – Нижний Новгород». 31.07.15) – в значении ‘фильм, в котором рассказывается о кибер-преступлениях’; *В Приволжском федеральном округе соответствующая современная аппаратура, называемая «Кибер-нож»* (линейный ускоритель *Novalis TX* фирмы *Varian*, США и система навигации *Brainlab*, Германия), и сертифицированные специалисты имеются только в Нижегородском областном онкологическом диспансере («Аргументы и факты – Нижний Новгород». 09.06.16) – в значении ‘методика лучевой терапии, используемая при лечении опухолей’. Кроме того, данная морфема может сочетаться с основами собственных существительных: *Накануне КиберБеркут взломал несколько десятков рекламных билбордов в Киеве, чтобы «напомнить народу Украины о бесполезности фарсовых выборов»* («Зеркало». 25.10.14) – в значении ‘хакерская организация’. Как видно из примеров, данные



новообразования с префиксоидом **кибер-** выполняют номинативную функцию, так как обозначают новые реалии.

Следует отметить, что для некоторых новообразований с префиксоидом **кибер-** характерна негативная экспрессия: *Не желая жить в жёстких рамках системы, они совершают череду дерзких **кибер-преступлений*** («Аргументы и факты – Нижний Новгород». 31.07.15); *Нижегородские полицейские рассказали, как не стать жертвой **кибер-мошенников*** («Pro Город – Нижний Новгород». 06.01.16); *Понимая, что такие вложения за короткий срок недоступны многим организациям, «Ростелеком» запустил управляемые сервисы информационной безопасности (MSS), которые позволяют с минимумом затрат за 1-2 месяца значительно увеличить устойчивость организации к **кибер-атакам**, а также застраховать **кибер-риски** для обеспечения непрерывности бизнеса* («Pro Город – Нижний Новгород». 30.06.17); *«Ростелеком» рассказал о способах защиты от **киберугроз** на конференции «Код информационной безопасности», состоявшейся в Нижнем Новгороде 30 ноября <...> В ходе дискуссии ведущие представители отрасли обсудили главные тренды и события завершающегося года. Среди них названы блокчейн, импортозамещение в сфере ИТ, новые требования регулятора, а также вопросы, связанные с вирусами-шифровальщиками и **кибертерроризмом*** («Pro Город – Нижний Новгород». 01.12.17). Как показывают наши наблюдения, отрицательная экспрессия создаётся семантикой мотивирующих имён существительных (ср. *преступление, мошенники, атаки, риски, угрозы, терроризм*).

Таким образом, влияние Запада и развитие информационных технологий привели к активизации морфемы **кибер-**. Новообразования с данным префиксоидом могут приобретать экспрессивность и оценочность в определённом контексте, усиливая речевое воздействие. Следует отметить, что словообразовательные неологизмы с префиксоидом **кибер-** могут участвовать в стратегии оценивания, которая реализуется с помощью тактики иллюстрирования отрицательного.

Экстралингвистические факторы повлияли на популярность в языке современных СМИ префиксоида **нано-** с семантикой ‘имеющий мельчайшие, микроскопические размеры’ [Козулина, Левашов, Шагалова 2009: 161]: *Для тех, кто устал от традиционных японских роллов, завернутых в водоросли нори, или уже перепробовал все классические роллы, мы предлагаем что-то абсолютно новое – **нано-роллы**. Шарики из риса, в каждом из которых спрятана своя начинка со специально подобранным соусом, поэтому **нано-роллы** не требуют соевого соуса* («Выкса. РФ». 27.06.13). В данном случае новообразование **нано-роллы** выполняет номинативную функцию, так как используется для номинации инновационной технологии.

Новообразования с данным префиксоидом могут использоваться в ироническом контексте: *Народная новость: «**наноасфальт**» на дорогах (заголовки). Ладно, со скрипом ещё можно понять, когда дороги латают брусчаткой (хотя выглядит это жалко). Но ямы, засыпанные ПЕСКОМ! Или у нас в мегаполисе с населением больше миллиона это должно называться «**наноасфальт**»? («Нижний сейчас». 02.07.15); **Нано-протезы** для Шарика (Нижегородский госпиталь для животных на базе приюта не имеет аналогов в России) («Город и горожане». 30.09.2015).*

Таким образом, новообразования с **нано-** помимо номинативной функции могут выполнять и экспрессивно-оценочную функцию. Согласно нашим наблюдениям, новые номинации с префиксоидом **нано-** участвуют в стратегии оценивания, которая реализуется посредством тактики иронизирования.

В современных СМИ активизировался префиксоид-англицизм **топ-** с семантикой ‘лучший’: *Нижегородское «Торпедо» перед паузой, связанной с Евротуром, сыграло два матча против **топ-команд** Востока: «Салавата Юлаева» из Уфы и магнитогорского «Металлурга» («Нижегородский рабочий». 04.11.15); Инициатор народного голосования **топ-блогер** Сергей Никитский признался, что результат рейтинга совпадает с его личными впечатлениями («Нижегородский рабочий». 08.02.17); *Что касается нематериального наследия, то в Нижнем пройдёт четыре матча группового этапа и два в плей-офф. В**

городе выступают **топ-сборные** – Аргентина и Англия. По имеющимся на сегодня данным, около 53 процентов билетов приобрели иностранцы («Нижегородский рабочий». 18.04.18). Как видно из примеров, в семантике префиксоида **топ-** уже заложена мелиоративная экспрессивность.

Таким образом, продуктивный словообразовательный элемент **топ-** эффективно воздействует на эмоциональную сферу адресата. Популярность данного префиксоида можно объяснить модой на иноязычность, социальным заказом и легкостью порождения. Полагаем, что с помощью морфемы **топ-** коммуникатор стремится представить кого-либо (что-либо) в привлекательном виде, т.е. использует стратегию театральности, которую реализует через тактику презентации.

Далее рассмотрим суффиксоиды, которые характерны для текстов нижегородских СМИ. Так, для распространения негативной информации журналисты используют заимствованную из английского языка морфему **-гейт** с семантикой 'политический скандал'. Данный суффиксоид может сочетаться с основами как собственных, так и нарицательных существительных: **Сопин-гейт** (заголовок). *История с отстранением от должности мэра Дзержинска Виктора Сопина достойна быть увековеченной!* («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 29.11.12); **Приваловгейт** (заголовок). *Я убеждён, что в «деле Привалова» и подобных делах никто не хочет разбираться и делать соответствующие выводы* («Заноза». 20.06.16); **«Слуцкий-гейт»** (заголовок). *Думская комиссия по депутатской этике сегодня вынесла решение, признав несостоятельными обвинения в сексуальных домогательствах, выдвинутые тремя журналистками парламентского пула против главы комитета Госдумы по международным делам Леонида Слуцкого* («Версия в Нижнем Новгороде». 21.03.18); *В Нижнем вполне может развернуться собственный «шпионгейт»...* («Ленинская смена». 29.09.17).

Собственное имя может быть личным именем, а может быть топонимом: *Впрочем, не будем сильно ругать профессионального энергетика Ушакова, к которому, говорят, после **Панамагейта** стало пристально присматриваться*

*начальство* («Зеркало». 17.11.16); Нижегородский *«Майамигейт»*: *ждать ли продолжения?* (заголовок). *История с флоридскими квартирами семьи Ивана Карнилина в своей нынешней фазе напоминает качели, застывшие в верхней точке* («Нижний сейчас». 26.12.16).

Следует добавить, что в 80-е гг. XX века элемент *-гейт* утратил статус корневой морфемы, поэтому в данном диссертационном исследовании мы рассматриваем его как суффиксоид вслед за Е.И. Коряковцевой: «элемент *-гейт/-gate*, заимствованный славянскими языками с помощью СМИ, этимологически, действительно, является корневым, однако в 80-е гг. XX века ещё в английском языке-источнике он утратил корневую семантику. Следовательно, есть все основания считать этот элемент суффиксоидом в славянских языках-реципиентах» [Коряковцева 2013: 18]. Как показывают примеры, продуктивными являются модели, где суффиксоид *-гейт* сочетается с онимными основами, поскольку данная морфема содержит в своём составе пейоративную оценку, оказывающую мощное воздействие на адресата. Таким образом, с помощью суффиксоида *-гейт* журналисты реализуют стратегию дискредитации и тактику иллюстрирования отрицательного.

Использование греко-латинского суффиксоида *-ман*, указывающего на чрезмерное пристрастие, представляет собой ещё одно средство РВ. В новообразованиях с суффиксоидом *-ман* может возникать мелиоративная оценка, которая связана с представлением лица в привлекательном виде: *Подарок для выксунских ролломанов* (заголовок). *Отличные новости для любителей японской кухни. Кафе «Необычайное» приглашает выксунских ролломанов попробовать новые блюда – нано-роллы, гунканы и спринг-роллы* («Выкса. РФ». 27.06.13). Таким образом, новообразование *ролломанов* участвует в стратегии оценивания, которая реализуется с помощью тактики презентации.

Итак, «объект пристрастия в подобного рода словах назван в первой части слова, а вторая составная часть этих слов называет не просто субъект, а страстного любителя того, что/кто названо/назван в первой части слова» [Плотникова 2017: 318].

К суффиксоидам функционально тяготеет и компонент **-мания** в составе сложных слов: *INSTA-мания: Нижегородцы снимают цветы* (заголовок) («Про Город – Нижний Новгород». 29.07.13); *Покемания* (заголовок). *В нижегородском кремле завелись покемоны* («Новое дело. Нижний Новгород». 28.07.16). В подобных случаях в новообразованиях развивается негативная оценочность, связанная с указанием на чрезмерное пристрастие. Исходными словами для новообразований с компонентом **-мания** нередко служат фамилии известных политиков: *Особенно категоричны были опальные перевозчики, пообещавшие дойти до Москвы и побороть нижегородскую «гойхмоманию»* («Зеркало». 17.05.17). В приведённом тексте стратегия дискредитации реализуется через использование негативно-оценочной лексики (*категоричны, опальные, побороть*).

В последние годы в нижегородских СМИ усилилась словообразовательная активность новообразований на **-фобия** с семантикой ‘боязнь чего-либо’: *Нижний охватывает «терактофобия»* (заголовок) («Ленинская смена». 04.12.15); *Клинтомания и трампофобия* (заголовок). *Всё было бы просто, не наблюдайся в американской предвыборной кампании такой нервозности и истерики...* («Нижегородская правда». 29.09.16).

Анализ примеров показывает, что многие новообразования с суффиксоидами **-ман**, **-фоб**, а также суффиксоидными компонентами **-мания**, **-фобия** имеют негативную коннотацию и участвуют в стратегии дискредитации и тактике иллюстрирования отрицательного. Кроме того, психологические проблемы современного социума приводят к росту продуктивности моделей с данными элементами.

Как показывают наши наблюдения, при создании новообразований могут использоваться разнообразные префиксоиды и суффиксоиды. «Появление в языке таких морфем, как аффиксоиды, складывающиеся между ними системные отношения, их не только исконно русский, но и заимствованный характер, освоение их языком, проникновение в живую разговорную речь – всё это говорит о развитии языка, о новом этапе его становления, об активном взаимодействии с

другими языками и обогащении лексики» [Русакова 2013: 22]. Кроме того, с помощью аффиксоидации журналисты могут создавать экспрессивные номинации, благодаря следующим коммуникативным стратегиям и тактикам: стратегия дискредитации (тактика иллюстрирования отрицательного), стратегия оценивания (тактика иронизирования, тактика иллюстрирования отрицательного, тактика презентации), стратегия театральности (тактика предупреждения, тактика презентации), стратегия популяризации действий (тактика формирования положительного отношения к природе и закрепления норм «экологически грамотного» поведения).

#### **2.1.4. Сложные словообразовательные неологизмы**

Одним из продуктивных способов образования новых номинаций в современных СМИ является сложение. Так, по мнению З.И. Минеевой, «закон экономии языковых средств является одним из наиболее актуальных, универсальных, присущих разным языкам мира, этим объясняется количественный рост композитов и их качественное разнообразие» [Минеева 2012: 68].

На материале нижегородских СМИ рассмотрим основные разновидности сложения.

1. Сложносоставной способ (словосложение) – это образование производных слов путём сложения самостоятельных знаменательных лексем без помощи интерфикса. Кроме того, сложносоставные слова характеризуются смысловым единством, одним основным ударением, закреплённым порядком следования компонентов.

Сложносоставные слова необходимо отличать от конструкций с приложениями. Как отмечают исследователи, «конструкция с приложением выявляется на основании морфолого-синтаксических признаков: имена, которые выступают в качестве приложения, <...> используются в качестве определения основного слова. Иначе говоря, возможность перестановки компонентов без

изменения семантики соединения внутри предложения невозможна» [Иванова, Аржанцева 2012: 33].

В нижегородских СМИ активно образуются сложные составные имена существительные, которые строятся по модели «определяемое + определяющее»: **Гол-компания** (заголовок). *Депутат обнаружил противоречия в действиях администрации* («Саров. Net». 25.11.16); **Мужество леди-мэра** (заголовок). *19 января состоялось заседание думы по нескольким вопросам, связанным с недавним уходом с поста мэра города Татьяны Юрьевны Парусовой. Обязанности мэра города на нём исполнял заместитель председателя Думы Михаил Львович Мухин* («Arzamas.center». 20.01.17); **Челомин-фонд** (заголовок). *Бывший министр строительства Владимир Челомин намерен возглавить Фонд капремонта МКД [многоквартирных домов. – Авт.] Нижегородской области* («Заноза». 23.01.17).

Сложные составные имена существительные могут использоваться в метафорическом значении и приобретать оценочный характер: **Ленивый кот-желе** *покорил пользователей сети* (радио «Европа плюс. Нижний Новгород». 03.06.16); **Партия Роста в нижегородском варианте это «вери импотант пати»**, *только не важная, а партия-импотент* («Заноза». 07.07.16).

Кроме того, сложносоставные новообразования могут использоваться в ироническом контексте: **Школа-ресторан** (заголовок)? *Под прикрытием создания нового меню в школах города рассчитывают существенно поднять стоимость питания* («Ленинская смена». 23.03.18); **Регион-хоспис** (заголовок). *Трудно сказать, как в сентябре 2017 года была сформулирована задача по Нижегородской области. Была конкретика или просто резолюция «навести порядок». Полицейско-корпоративный режим понял указание так, что надо «до основания разрушить». Полицейская часть работы получится, корпоративная — вряд ли* («Заноза». 19.04.18).

Следует отметить, что при словосложении чаще всего объединяются два компонента, однако возможно и большее их число: *Вот и слетел наш меценат-олигарх-депутат – сначала с одного кресла, а потом со второго* («Зеркало».

01.12.16). По мнению исследователей, «структурной предпосылкой экспрессивности можно назвать многословность новообразований» [Рацибурская, Самыличева, Шумилова 2015: 100].

Полагаем, что с помощью словосложения журналисты прибегают к стратегии оценивания, которая реализуется с помощью двух основных тактик: тактика иллюстрирования отрицательного и тактика иронизирования.

Нельзя не согласиться с исследователями, что «компоненты составного существительного характеризуются высокой степенью формальной и смысловой автономности, что проявляется в способности некоторых из них к самостоятельному словоизменению» [Николина, Фролова, Литвинова 2005: 101]. Необходимо отметить, что в лингвистической литературе представлена точка зрения, при которой сложносоставной способ рассматривается в рамках чистого сложения в связи с признанием нулевых интерфиксов.

2. Чистое сложение (основосложение) – «способ образования слов, при котором опорный (последний) компонент равен целому слову, а предшествующий ему компонент (или компоненты) представляет собой чистую основу. В состав словообразовательного форманта при чистом сложении входят: а) интерфикс, указывающий на связь компонентов сложного слова и сигнализирующий об утрате морфологического значения предшествующего компонента; б) закреплённый порядок компонентов; в) единое основное ударение, преимущественно на опорном компоненте» [РГ 1980: 137]. В зависимости от характера синтаксических отношений между производящими основами различают два типа сложных слов.

К первому типу относятся новообразования с равноправными смысловыми отношениями между первым и вторым компонентами (отношения сочинения): *«Футбольно-инвестиционный» тренд (заголовок). Судя по характеру заявок, заседание Инвестсовета при губернаторе Нижегородской области, состоявшееся на прошлой неделе, можно назвать жилищно-коммунальным: строительство многоэтажек, объектов соцкультбыта, городской инфраструктуры...* («Нижегородская правда». 06.09.16) ← *футбольный +*



*инвестиционный*. В данном тексте новообразование «*футбольно-инвестиционный*» выполняет номинативную функцию.

С помощью сложных новообразований нередко выражается негативная оценка, связанная с семантикой основ: ***Стадно-стадионное счастье*** (заголовок). *Бледный визит зампреда Правительства РФ Игоря Шувалова и министра спорта РФ Виталия Мутко в Нижегородскую область подсветили местными свечочами аналитической мысли из числа «юродствующих ради пиару и имиджу Нижегородской области»* («Зеркало». 03.12.14) ← *стадный* + *стадионный*; ***Элитно-обшарпанный*** *Нижегородский район традиционно на выборы ходит вяло* («Заноза». 21.09.16) ← *элитно* + *обшарпанный*; *Он [Вадим Булавинов. – Авт.] стартовал с продвижения глянцево-скандальной предпринимательницы Ольги Никитиной* («Заноза». 23.10.17) ← *глянцево* + *скандальный*. Таким образом, журналисты используют стратегию оценивания и тактику иллюстрирования отрицательного.

Нередко при основосложении сочетаются слова, обозначающие логически несовместимые понятия: ***Финансово-депутатская неприкосновенность*** (заголовок). *Уходя на летние каникулы, депутаты городской Думы Нижнего Новгорода решили себя немного побаловать. В частности, они фактически не стали отказывать себе в праве иметь иностранные вклады за рубежом. Действительно, зачем отказываться от иностранных счетов в горячую пору жарких летних отпусков, когда депутатская душа просит красивых пляжей и костюмов цвета маренго, и знойных андалусских вечеров, и прохладную пинаколаду под карибским солнцем? Да и вообще, зачем отказываться от иностранных сбережений?* («Зеркало». 06.07.16) ← *финансовый* + *депутатский*. Объединение в одном слове несовместимых понятий *финансовый* и *депутатский* (последнее подразумевает бескорыстное служение народу) служит средством иронической характеристики объекта. Так, с помощью новообразований с равноправными смысловыми отношениями между первым и вторым компонентами журналисты иронически характеризуют действительность.

Поэтому словообразовательные неологизмы участвуют в стратегии оценивания и тактике иронизирования.

Негативная оценочность новообразований может возникать и под влиянием контекста: *Он вечен, пока в нашей стране имеют место выборы с **гречнево-административным** привкусом, где избирателю ничего больше подачи сухпайка не нужно* («Зеркало». 14.07.16) ← *гречневый + административный*; *Другая громкая «**федерально-нижегородская**» новость недели – отказ прокуратуры Нижнего Новгорода возбудить дело против мэра города Ивана Карнилина по запросу Алексея Навального* («Зеркало». 25.02.17) ← *федеральный + нижегородский*.

Как видно из примеров, новообразования с равноправными смысловыми отношениями основ представлены в основном именами прилагательными. Однако в медийных текстах встречаются и существительные с равноправными синтаксическими отношениями основ: *Нижегородец предложил ещё один талисман ЧМ-2018 – символом футбольной феерии должен стать **Крысо-Кот!*** («Нижний сейчас». 31.01.17) ← *крыса + кот*.

Ко второму типу сложных слов относятся новообразования с неравноправными синтаксическими отношениями основ (отношения подчинения): *Там присутствовали не только сорокинские, которых надо было убедить окончательно и бесповоротно в пользу компромисса, но и их **полпредоориентированные** коллеги* («Заноза». 14.10.16) ← *ориентированные на полпреда*; *Надо отметить, второй «**губернаторопарад**» прошёл весьма корректно* («Ленинская смена». 10.11.17) ← *парад губернаторов*; *Если с Вадимом Булавиновым и могло случиться что-то **карьероубийственное**, это должно было выглядеть именно так* («Нижний сейчас». 04.12.17) ← *убийственное для карьеры*. В подобных случаях негативная оценка связана с семантикой основ (*карьероубийственное*), а также с их сочетаемостью (*полпредоориентированные, губернаторопарад*). Созданию иронической тональности могут способствовать исходные слова, относящиеся к криминальному сленгу: *Ну, осуществили они «конкретно-авторитетную» или*

*какую там революцию в Арзамасе, так, что Гайдар-старший позавидовал бы («Заноза». 02.11.16) ← конкретно + авторитетный.*

Таким образом, в новообразованиях, созданных с помощью чистого сложения, используется стратегия оценивания, которая реализуется посредством тактики иллюстрирования отрицательного и тактики иронизирования.

3. СложносUFFIXальный способ словообразования – способ образования сложных слов путём сложения производящих основ, сопровождаемого присоединением суффикса. При данном способе основными словообразовательными средствами являются единое главное ударение, интерфикс, закреплённый порядок производящих основ и словообразовательный суффикс (в том числе и нулевой): *Между тем на самом деле проблема для региональной повестки нешуточная. Контингент на воскресных антикоррупционных митингах значительно отличался от «белоленточников» на Болотной площади. На сей раз на улицах появилась молодёжь, а не «офисный планктон». У молодых изначально заложен настрой на протест, и они готовы идти далеко. Сегодня это мирная демонстрация, а завтра будут разбитые витрины, горящие покрышки («Ленинская смена». 07.04.17) ← белая лента + суффикс -ник-. Как видно из примера, тактика иллюстрирования отрицательного используется для оценивания ситуации.*

4. Под влиянием английского языка активизировались сложносоставные наименования с препозиционной постановкой несогласованного определения. «Продуктивность композитообразования с заимствованными формантами в настоящий период определяется не только потребностями номинации новых реалий, но и коммуникативно-прагматическими факторами: престижем английского языка и глобализационными процессами» [Петрухина 2017: 180]: *Я бывала на многих фестивалях, часто в жюри, видела много дебютов, а веб-сериалы – это, можно сказать, дебют жанра, новое направление («В городе N». 10.08.18); Открыли секс-кинотеатр с виртуальной реальностью (заголовок) («Новое дело. Нижний Новгород». 02.03.17); Бизнес-ёлка, организованная при поддержке Регионального кадрового центра и правительства Нижегородской*

области, познакомила между собой людей из различных сфер бизнеса, содействуя таким образом развитию деловых связей («Курс Н». 23.12.16); **Бизнес-ралли** (заголовок). В ЦПП [центр поддержки предпринимательства. – Авт.] выбрали лучших среди двадцати коммерсантов («Саров. Net». 29.05.17).

Новообразования с препозиционной постановкой несогласованного определения могут выражать ироническую оценку, которая создаётся контекстом: *В общем, за своё **бизнес-счастье** опальные предприниматели пообещали бороться – вплоть до жалоб в Москву* («Зеркало». 17.05.17); *Мероприятия в лектории фестиваля начнутся 10 августа в 14:00 с лекции Дмитрия Павлова «**Онлайн-фермерство. Как завести корову, не вставая с дивана**»* («В городе N». 10.08.18); ***Секс-перекличка**, или держите меня семеро* (заголовок). *В секс-рейтинг она попала неслучайно: в министерстве, где средний возраст чиновников приблизился к 60 годам, на неё повесили буквально все проекты, доклады и отчеты. Пожилые коллеги Забегаловой работать, может быть, и хотят, но уже не могут* («Зеркало». 06.03.17). Таким образом, данные новообразования участвуют в стратегии оценивания, реализуемой при помощи тактики иронизирования.

Негативная оценочность может быть связана с семантикой мотивирующих слов: *Выборы под **веб-прицелом*** (заголовок) («Нижегородская правда». 13.03.12); *Украинки пригрозили российским мужчинам «**секс-бойкотом**»* – *Foreign Policy* (заголовок). *Две украинские журналистки запустили кампанию с говорящим названием «Не дай русскому», сообщает RussiaToday со ссылкой на «Foreign Policy»* («Зеркало». 25.03.14); *Убил за **секс-беспредел*** (заголовок). *В Сорновском райсуде скоро будет слушаться дело 40-летнего Алексея Л., прирезавшего любовника жены во время его соития с последней* («Ленинская смена». 15.01.16); *Политические уроки **секс-атаки** на Кёльн для России* (заголовок) («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 15.01.16); ***Секс-скандал** в нижегородской школе: учителя заподозрили в рассылке порно ученикам* (заголовок) («В городе N». 08.05.18); *Прокуратура Автозаводского района требует закрыть 15 **онлайн-казино*** («Зеркало». 13.02.17); *20-летний немецкий*

*онлайн-наркобарон* приговорён к семи годам тюрьмы (заголовок) («Версия в Нижнем Новгороде». 03.11.15); *Онлайн-судимые* (заголовок). *Татарстан снова вошёл в число регионов с высоким уровнем цензуры в интернете* («Версия в Нижнем Новгороде». 08.02.17); *Около 100 детей из нескольких стран стали жертвами онлайн-изнасилования* («Версия в Нижнем Новгороде». 05.09.17); *Таким образом, интернет-паникёрам, наверное, надо успокоиться* («Нижний сейчас». 21.02.17).

Негативная оценочность новообразований может быть обусловлена и контекстуальным окружением: *Прокуратура обжаловала приговор «секс-учительнице» из Альметьевска* (заголовок). *Надзорное ведомство считает, что суд вынес слишком мягкое решение в отношении педагога, которая вступила в половую связь с 15-летней ученицей, да ещё и нанесла ей травму* («Версия в Нижнем Новгороде». 14.12.16); *Наукоград оказался в хвосте рейтинга онлайн-открытости* («Саров. Net». 17.05.17). Данные новообразования участвуют в стратегии оценивания и тактике иллюстрирования отрицательного.

Как видно из примеров, в нижегородских СМИ укрепляются следующие модели, представленные агглютинативными структурами с препозиционной постановкой несогласованного определения: *веб-, секс-, бизнес-, онлайн-, интернет-*. По утверждению Л.Ю. Касьяновой, «многие слова с такого рода компонентами обозначают понятия, в целом известные и ранее, однако передававшиеся описательно; лексические единицы с иноязычными компонентами в большинстве своём служат иллюстрациями использования в процессах неологизации русского языка интернационального лексического фонда» [Касьянова 2012б: 89].

Кроме того, в составе сложных новообразований могут использоваться аббревиатуры: *Парковка для vip-автомобилей может появиться в Канавинском районе* (заголовок) («В городе N». 27.02.15); *На рассмотрении Инвестсовета также находится проект строительства vip-парковки в Канавинском районе* («В городе N». 12.03.15); *К тому же туроператоры готовы предложить VIP-туристам путешествия в железнодорожных вагонах повышенной*

комфортности – с ресторанным залом, рабочим кабинетом, индивидуальным санузлом («Нижегородская правда». 20.03.17); На сайте FIFA FUN FEST сообщается, что вход на фестиваль свободный для всех болельщиков в игровые дни. Однако нижегородцам предлагается купить билеты на **vip-трибуну** («Pro Город – Нижний Новгород». 15.06.18). Обычно подобные сложные словообразовательные неологизмы выполняют номинативную функцию. Однако в медийных текстах под влиянием контекста возможно появление негативной оценки: **ВИП-рейсами** Шанцева заинтересовался Народный фронт (заголовок). Нижегородские чиновники с начала 2015 года потратили на чартерные рейсы более 20 млн рублей. На расточительные перелёты обратили внимание в ОНФ [Общероссийский Народный фронт. – Авт.] («Зеркало». 01.09.15); А ведь кому как не коменданту было знать, что он вместе с посетительницей замахнулся на самое святое, что было у Ингликова. Ещё на посту директора МП «КРУН» он распорядился, чтобы на нижегородских кладбищах были созданы так называемые **ВИП-кварталы**, или, как их именуют в народе, «киоски Ингликова», за получение места в которых от комендантов требовали взимать дополнительную плату («Нижегородский рабочий». 17.01.18).

Отрицательная оценка описываемого явления может усиливаться семантикой основ: **Красный террор, или пиар-бандитизм** (заголовок). На днях спокойная и провинциальная жизнь Арзамаса была буквально взорвана очередной провокационной вылазкой наёмников-политтехнологов, действующих под брендом «Новой команды КПРФ» («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 05.03.11); **Пиар-уклон** (заголовок). При смене власти на пиар и на общественные связи очень часто приходят новые люди, а старую команду безжалостно убирают («Заноза». 11.07.17); Для Москвина главная задача на сегодня – нарисовать картину единства. Думаю, он нарисует её. Нет никакого резона показывать глубину конфликта. Это типичная **пиар-проблема**, думаю, Москвин в состоянии сделать вид, что её решает, – резюмировал Лысов («Патриоты Нижнего». 07.02.18). В целом, по нашим

наблюдениям, журналисты используют стратегию оценивания, реализуемую тактикой иллюстрирования отрицательного.

Следует отметить, что с помощью сложных новообразований может выражаться не только негативная, но и положительная оценка: *Инфраструктура Alfa Future People – это лучшая в России фестивальная инфраструктура. Горячие души, комфортабельные **ВИП-кемпинги caravan** и полностью бесконтактная система оплаты на фестивале – далеко не все сюрпризы, которые ждут посетителей фестиваля* («Нижегородский рабочий». 08.08.18). Таким образом, новообразование участвует в стратегии оценивания и тактике презентации.

Кроме того, с помощью наименований с препозиционной постановкой несогласованного определения журналисты создают краткие номинации новых явлений и процессов действительности, т.е. используют стратегию компрессии текста и тактику привлечения внимания. «Одной из наиболее значительных тенденций, проявляющихся в русском языке в последнее время, продолжает оставаться тенденция к языковой экономии. Она находит проявление в значительном увеличении количества композитов различных типов» [Плотникова 2017: 311].

Таким образом, развитие составных наименований с препозиционной постановкой несогласованного определения свидетельствует о росте в современном русском языке элементов аналитизма. Поэтому в лингвистической литературе представлена точка зрения, при которой подобные компоненты могут рассматриваться как аналитические прилагательные.

Подводя итоги, можно говорить о том, что композиты экономно выражают понятия. В текстах нижегородских СМИ присутствуют следующие способы сложения: словосложение, чистое сложение, сложносuffixальный способ. Проявлением прагматических свойств композитов является их социальная ориентированность, оценочность и экспрессивность. Таким образом, мы полагаем, что воздействующий эффект достигается с помощью стратегии оценивания (тактика иронизирования, тактика иллюстрирования отрицательного,

тактика презентации) и стратегии компрессии текста (тактика привлечения внимания).

## **2.2. Словообразовательные неологизмы неузуальных способов словообразования**

### **2.2.1. Словообразовательные неологизмы, созданные путём гибридизации**

Одним из характерных признаков современных СМИ является образование гибридных новообразований, которые служат ярким средством языковой игры (далее – ЯИ). Данные номинации нередко отражают актуальные социально-политические реалии нашей жизни.

В нижегородских СМИ встречаются новообразования, созданные при помощи следующих видов гибридизации: контаминации, междусловного наложения и графической гибридизации. Рассмотрим их более подробно.

#### **2.2.1.1. Словообразовательные неологизмы, созданные путём контаминации**

Ряд лингвистов рассматривает контаминацию как узуальный способ словообразования, который представляет собой разновидность сложения. «Если раньше контаминация рассматривалась преимущественно как способ окказионального словопроизводства, используемый в основном при языковой игре, то применительно к современной русской речи уже можно говорить об узуальном, причём продуктивном способе словообразования, который представляет собой разновидность сложения» [Николина 2013: 171-172]. Таким образом, исследователи считают, что контаминация существует не только в речи, но и в языке. И.В. Пекарская пишет об этом следующее: «контаминация присутствует и на языковом (на всех уровнях языка), и на речевом уровнях» [Пекарская 2013: 90]. Г. Пауль отмечает, что «благодаря повторяемости явлений и столкновению особенностей отдельных людей индивидуальное постепенно может стать узуальным» [Пауль 1960: 91].



Однако в данном диссертационном исследовании мы будем рассматривать контаминацию как способ окказионального словообразования. «Результаты контаминации языковых единиц не выходят за пределы сферы речи и воспринимаются носителями языка как разновидность речевых ошибок. Такого их восприятия не может поколебать даже широкая употребительность и известная устойчивость отдельных результатов контаминации» [Ицкович, Шварцкопф 1971: 96].

Необходимо отметить, что лингвисты используют различную терминологию при характеристике процесса контаминации: «гибридизация» (В.М. Костюков), «диффузия» (Н.М. Шанский), «графическое словообразование» (И.П. Изотов), «телескопия» (В.М. Лейчик), «контаминация» (Е.А. Земская) и др.

В рамках нашего исследования мы будем говорить о контаминации на словообразовательном уровне. Как справедливо отмечает А.Ф. Журавлёв, «контаминация как разновидность словообразования принадлежит к явно искусственным, если она намеренна, или к “патологическим”, если она бессознательна, способам номинации» [Журавлёв 1982: 86]. Поэтому в данной диссертационной работе мы будем определять контаминацию как «проникновение первой части (не обязательно морфемы) одного слова в другое и вытеснение из этого другого слова его начала» [Намиотокова 1986: 135]. Следует отметить, что применительно к подобным случаям контаминации некоторые учёные используют термин «скорнение». По мнению В.П. Григорьева, «скорнение – способ образования производных слов, который ещё не получил в современной науке устоявшегося обозначения: для его характеристики используются термины: “вставочное образование”, “наложение”, “гибридизация”, “телескопия”, наконец, “контаминация”» [Григорьев 1986: 114]. Под скорнением мы будем понимать «значимое соположение основ нескольких слов без участия какого-либо форманта» [Шишкарёва 2009: 15].

Кроме того, необходимо отличать контаминацию от междусловного наложения, при котором на финаль одной исходной лексемы накладывается омонимичное начало другой узуальной лексемы. Мы солидарны с мнением

Е.А. Зайцевой, которая говорит о том, что «контаминация отличается от междусловного наложения механизмом объединения лексических единиц. Если в базовых узуальных словах отсутствуют общие графические или фонетические сегменты, в таком случае, очевидно, имеет место не наложение одного слова на другое, а так называемое скрещивание лексических единиц, когда одна основа начальной части вытесняет другую: *путиномика* ← *Путин* + *(эко)номика* – «экономика при В.В. Путине», представляющая, по мнению Ю. Латыниной, “гибрид социализма и капитализма”; *терактарбайтер* ← *теракт* + *(гаст)арбайтер* – “наёмный эмигрант, занимающийся подготовкой и проведением терактов”» [Зайцева 2014б: 51].

В текстах нижегородских СМИ подобные случаи контаминации не представлены, зато в большом количестве представлены случаи междусловного наложения.

### **2.2.1.2. Словообразовательные неологизмы, созданные путём междусловного наложения**

За последние годы в текстах современных СМИ появилось большое количество новообразований, созданных междусловным наложением. Согласно И.С. Улуханову, «междусловное наложение (термин Н.А. Янко-Триницкой), или междусловное совмещение, – такое соединение двух слов в одно, в котором полностью сохраняются оба соединяющихся слова, но определённый фонемный отрезок нового слова принадлежит одновременно обоим мотивирующим частям» [Улуханов 1996: 52].

Лексемы, участвующие в образовании новых номинаций способом междусловного наложения, могут сохраняться в производном слове полностью. Так, одной из активных деривационных моделей является модель «нарицательное существительное + собственное существительное (антропоним)»: <...> *раздался из толпы сладкий голос Валерия Мармеладзе* («Новое дело. Нижний Новгород». 28.02.13) ← *мармелад* + (Валерий) *Меладзе*. На наш взгляд, пренебрежительное

отношение к поп-музыке и к её представителям выражается в шутивно-презрительных номинациях. В приведённом примере речевое воздействие осуществляется с помощью внушения, так как воздействующий эффект текста строится на использовании эмоциональных компонентов. Кроме того, новообразование *Мармеладзе* участвует в стратегии дискредитации, которая реализуется с помощью тактики иронизирования.

Для нижегородских СМИ актуальна модель «имя нарицательное + имя нарицательное»: *Нижегородская филармония им. Ростроповича отметит Старый новый год «Карнавальсом», сообщает пресс-служба филармонии* («NewsNN.ru». 11.01.16) ← *карнавал* + *вальс*; *«Дебаты»* (заголовок). *Парадокс заключается в том, что именно кандидаты от «Единой России» в последнее время откровенно игнорировали участие в дебатах, хотя их визави из оппозиционных партий были бы рады встретиться с ними в эфире* («Патриоты Нижнего». 13.01.16) ← *дебат(ы)* + *баты*; *Универсамоуправство* (заголовок). *В спор между коммерческими структурами бизнес-партнеров Евгения Осокина и Андрея Климентьева вмешалась полиция. Она расследует дело о самоуправстве. Пытаясь получить долги за аренду своего универсама «Нижегородский», Андрей Климентьев закрыл торговый комплекс и удерживает в нём оборудование и товары коммерческих структур Евгения Осокина* («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 15.06.16) ← *универсам* + *самоуправство*. Реже в нижегородских СМИ встречается модель «имя прилагательное + имя нарицательное»: *Ох уж эти снежности* (заголовок). *Как Нижний Новгород справлялся с рекордными снегопадами?* («Новое дело. Нижний Новгород». 05.02.15) ← *снежные* + *нежности*. Как видно из примеров, новообразования, созданные на основе междусловного наложения, обладают повышенной экспрессивностью, снижают категоричность и служат для иронического обозначения понятий. Кроме того, с помощью новых номинаций журналисты реализуют лингвокреативные способности. На наш взгляд, в анализируемых выше примерах, журналисты реализуют игровую стратегию с помощью тактики использования языковой игры.

Кроме того, при междусловном наложении возможны формальные замены графем в новообразованиях: **Турдом** (заголовок). *Как турфирмы обманывают нижегородцев* («Новое дело. Нижний Новгород». 20.08.15) ← *тур(фирма) + дурдом*; **Беженцы Европы** (заголовок). *Уже несколько недель Европу буквально штурмуют сотни тысяч мигрантов из стран Ближнего Востока. Через Италию, Грецию, Сербию, Македонию и Венгрию они пытаются достичь Германии, Франции и Британии, чтобы осесть там на постоянное место жительства* («Новое дело. Нижний Новгород». 10.09.15) ← *беженный + беженцы*; **Шуровая молния** (заголовок). *Глава Канавинского района Дмитрий Шуров, дважды с громким скандалом потерявший свой пост, оказался в центре нового конфликта* («Новое дело. Нижний Новгород». 24.09.15) ← *Шуров + шаровая (молния)*; **Запоросило за окном** (заголовок). *В нижегородской области начинается строительство крупного свиного комплекса* («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 12.02.16) ← *запорошило + пороситься*; **Лоббитрясы** (заголовок). *Есть такой национальный вид спорта – лоббизмом мериться* («Свободная пресса – Нижний Новгород». 15.04.16) ← *лобби + лоботрясы*; **За всё заплачено** (заголовок). *Чтобы выйти из кризиса, правительство решило сэкономить на наших зарплатах* («Новое дело. Нижний Новгород». 12.05.16) ← *зарплата + заплачено*; **Паулиний хвост** (заголовок). *Как Паулине Андреевой удалось увести Бондарчука из семьи* («Новое дело. Нижний Новгород». 08.09.16) ← *Паулина + павлиний (хвост)*; **Олегарх** (заголовок). *Олегу Валентиновичу Сорокину сегодня – 50* («Репортёр- НН». 15.11.17) ← *Олег + олигарх*. Следует отметить, что игровая стратегия предполагает экспериментирование над языком, актуализацию скрытых смыслов слов, привлечение внимания, установку на комический эффект. Кроме того, такие тексты следует признать наиболее эффективными, так как в восприятии адресата возникают различные ассоциации и оценки.

При междусловном наложении может наблюдаться усечение одной из лексем: **Аламасленица** (заголовок). <...> *Наш специальный корреспондент в Аламасове предоставил нам фото и видео масленичных гуляний, которые проходили у наших соседей в Аламасове* («Колочий Саров». 08.03.14) ←

*Аламас(ово) + масленица; Снеговир<sup>ус</sup>* (заголовок). <...> *В минувшую субботу отчаянные Уара и Титания решили в очередной раз устроить снеговиковый флешмоб. Вышли в театральный сквер, подтянули друзей и налетели всяких разных снеговиков («Колючий Саров». 06.12.15) ← снегов<sup>и</sup>(к) + вир<sup>ус</sup>*; <...> *Только если Брэда за его непоседливость и энергичность называли просто Питтлер, Анджелине повезло чуть меньше (радио «Европа плюс. Нижний Новгород». 15.04.16) ← Питт + (Г)итлер*. Таким образом, данные новообразования употребляются для юмористического осмысления действительности.

В некоторых случаях при междусловном наложении возможно графическое выделение одного из компонентов слова: *Перед школьным балЛом* (заголовок). *Завтра, 27 мая, для выпускников школ начинается самая ответственная пора за все годы учёбы – Единые государственные экзамены («Нижегородская правда». 26.05.16) ← бал + балл*; *Вернуть мамМу* (заголовок). *Глядя на фото обнажённой по пояс женщины с роскошным бюстом, невозможно определить, которая из её молочных желёз своя... («Нижегородская правда». 26.04.17) ← мамм(олог) + маму*. Как видно из примеров, необычная форма данных новообразований активизирует внимание читателя, выполняет функцию компрессии, является мощным средством воздействия на зрительное восприятие. Таким образом, эффективно воздействовать на адресата помогает стратегия компрессии текста и тактика привлечения внимания.

Итак, в новообразованиях, созданных с помощью междусловного наложения, материально есть два корня. Такие инновации обладают эмоционально-эстетической окраской, оценочностью, оригинальностью, смысловой уплотнённостью. Посредством междусловного наложения авторы реализуют игровую стратегию (тактика использования языковой игры), стратегию дискредитации (тактика иронизирования), стратегию компрессии текста (тактика привлечения внимания). «Новообразования-гибриды отличаются не только произвольным характером внутрисловных, межморфемных границ, но и увеличением семантического объёма, семантической компрессией, что отражает

стремление автора к максимальной информационной ёмкости текста в рамках ограниченного пространственно-временного континуума, а также желание автора достичь определённого стилистического (в частности, комического) эффекта. В связи с этим многие сложные дериваты, созданные невузальными способами, отмечены явной установкой на языковую игру и имеют оценочный характер» [Рацибурская 2003: 115].

### **2.2.1.3. Словообразовательные неологизмы, созданные путём графической гибридации**

В текстах современных СМИ всё большую популярность приобретает графическая игра (далее – ГИ), т.е. использование букв других алфавитов, прописной буквы, надстрочных и подстрочных значков, символов, пунктуации, написание без пробелов, графическое деление слова по усмотрению пишущего и т.д.

Наибольшее распространение в языке современных СМИ получили номинации с графически выделенным сегментом. Однако в лингвистической литературе нет единого обозначения данных новообразований: «неологизмы-написания», «визуальные неологизмы» (Е.В. Маринова), «графическое словообразование» (В.П. Изотов), «графические гибриды» (Л.В. Рацибурская), «графодеривация» (Т.В. Попова) и др.

В диссертационном исследовании под графической гибридацией мы будем понимать результат создания новообразований, в которых используется графическое выделение сегмента. В настоящее время исследователи [Попова 2009: 125] выделяют разновидности графической гибридации. Рассмотрим подробнее графодериваты в региональных (нижегородских) масс-медиа.

Большую часть наших примеров составляет такая разновидность графической гибридации, как капитализация – употребление в вузальном слове прописных букв. «Капитализация – графическое выделение сегмента слова» [Ильясова, Амири 2015: 67]. Необходимо отметить, что в инновациях может

актуализироваться реальная мотивация, т.е. совпадение сегмента с производящей основой исходного слова: **ОБЪЕКТИВный** взгляд на мир (заголовок). Публикация первых работ читателей, включившихся в наш «Фотокросс», вызвала новый всплеск творческой активности нижегородцев. Среди участников как новички, так и опытные фотографы. Мы же, отбросив в сторону профессиональные рассуждения о качестве снимков, постараемся отнестись к их оценке, слушая сердце («Нижегородская правда». 25.04.13); **ЭПОХАльный** показ (заголовок). <...> > Посвящённая 300-летию Нижегородской губернии экспозиция создавалась два года назад к 250-летию восшествия императрицы на российский престол («Нижегородская правда». 13.03.14); **СОВЕТчики**: ЖКХ контролируем сами (заголовок). В Ярославле продолжается работа по созданию советов многоквартирных домов («Саров». 11.07.14); **ДИПЛОМная** работа (заголовок). Рабочий у станка с вузовским дипломом нынче не редкость («Нижегородская правда». 22.10.15); Кредитная линия «**СТРОЙка**» предлагается на покупку земельных участков, строительство или ремонт жилых и дачных домов («Выкса. РФ». 26.02.16); **ЭКСПОнируется** Нижний (заголовок). Нижний Новгород вошёл в число российских городов-претендентов на проведение ЭКСПО-2025 [всемирной выставки. – **Авт.**] («Нижегородская правда». 16.08.16); **ОБЩЕгородской** корпоратив (заголовок). Ресторан «Адмираль» приглашает всех на новогодние корпоративы («Твой Бор». 28.12.16); **РасПЛАТА** за мусор (заголовок)? Полагаю, далеко не каждый знает, сколько платит за мусор («Курс Н». 31.03.17); **НеСНОСные** жители (заголовок). <...> 6 августа 2014 года администрация Нижнего Новгорода издала постановление № 3078 «Об утверждении муниципальной адресной программы сноса и реконструкции ветхого и сноса аварийного жилищного фонда в городе Нижнем Новгороде». Согласно этому документу, пятьдесят домов в Карповке (это Ленинский район) были включены в перечень домов, подлежащих сносу («Нижний сейчас». 09.06.17); **НеСНОСные** дома (заголовок). В Нижнем Новгороде градозащитники были вынуждены вызвать полицию, обнаружив, что на Стрелке строители

сносят здание Ярмарочной водокачки, которое является объектом культурного наследия («Версия в Нижнем Новгороде». 02.08.17).

В текстах нижегородских СМИ представлена капитализация с формальными видоизменениями: **ЦЕНАобразование** (заголовок). *Стоимость обучения в нижегородских вузах достигает 160 тысяч рублей в год* («Новое дело. Нижний Новгород». 07.08.14). В данном примере воздействующий эффект строится на использовании рациональных аргументов (*160 тысяч рублей в год*), поэтому в тексте выражено убеждение.

Нельзя не согласиться с исследователями, что «реальная мотивация встречается относительно редко, так как она обладает слабым экспрессивным эффектом» [Ильясова, Амири 2015: 68].

К переходным случаям между реальной мотивацией и псевдомотивацией мы будем относить игру с узуальными омонимами: **ДомоСТРОЙ** по-тоншаевски (заголовок). *Каждый день наблюдая, как на их глазах ряд за рядом растут вверх стены новенькой двухэтажки на улице Больничной, всё больше верят в лучшее жители поселка Буреполом в Тоншаевском районе* («Нижегородская правда». 30.10.14); **Комфортный домоСТРОЙ** (заголовок). *Новенькая трёхэтажка в микрорайоне Ветлуги строится приличными темпами* («Нижегородская правда». 09.04.16). Как известно, «Домострой» – это книга, содержащая свод правил по всем направлениям жизни человека. Однако авторы статей рассказывают о строительстве новых домов в Тоншаевском районе и микрорайоне Ветлуги. Таким образом, актуализация отрезка **СТРОЙ** приводит к эффекту обманутого ожидания.

Игровой характер приобретают новообразования с псевдомотивацией, так как она позволяет переосмыслить словообразовательную структуру лексемы по-новому. «Чаще всего графическое выделение используется с целью псевдомотивации, когда формируется новый контекст для существующего слова, создаются новые связи между словами. Псевдомотивированные новообразования более экспрессивны и ярче выражают индивидуальное начало» [Самыличева 2010: 192]: **РОКовые** деньги (заголовок). *В российском шоу-бизнесе разгорелся*



грандиозный скандал. Легенде рока Юрию Шевчуку не понравилось, что престижный журнал «Форбс», который ежегодно составляет рейтинг самых богатых звёзд, поставил его на 45-е место и оценил доходы рок-музыканта в миллион долларов («Новое дело. Нижний Новгород». 01.09.11); **ФИГУральное** значение (заголовок). <...> И несмотря на то, что выбор, наконец, был сделан в пользу Плющенко, споры по этому поводу не утихают до сих пор. Противники Плющенко утверждают, что знаменитый спортсмен находится не в лучшей форме («Новое дело. Нижний Новгород». 30.01.14); **ЗаСТОлье** реального сектора (заголовок). Объём отгруженной продукции всех промышленных предприятий Нижегородской области в 2013 году превысил заветный рубеж и составил 1,034 трлн рублей («Нижегородская правда». 04.02.14); Летняя **ПАРКовка** (заголовок). Ещё несколько лет назад городские парки выглядели заброшенными и неуютными. Сегодня ситуация постепенно меняется: во многих зеленых зонах появились новые аттракционы для детей и взрослых, на смену пивнушкам пришли современные кафе, ушли в прошлое и стихийные пикники («Нижегородский рабочий». 04.06.14); **ЗаПАРКовались** (заголовок). Выпуском первой детали автомобильного крепежа ознаменовалось открытие нового завода «А.Раймонд РУС» французской группы компаний «А.Раймонд». Предприятие открылось в промышленном парке «Дзержинск-Восточный» («Нижегородская правда». 14.07.15); **МАГНИТная** аномалия (заголовок). Целый год мы спим не больше двух-трёх часов в сутки, постоянно болит голова, давление, упадок сил, усталость. Не жизнь, а ад! – говорит Надежда Головнова из дома № 28 по проспекту Ленина в Нижнем Новгороде, где расположен продовольственный магазин «Магнит» («Нижегородская правда». 23.10.14); **СУдбоносные** строки (заголовок). Российский блогер написал трогательное стихотворение, посвящённое сбитому самолёту Су-24 («Новое дело. Нижний Новгород». 10.12.15); Жировки **вСПЕНИлись**. В октябрьских платёжках будут начислены долги за неуплату по статье «капремонт» (заголовок) («Нижегородский рабочий». 28.09.16); **БОЛЬше** не надо (заголовок). Острая, тянущая, жгучая... Боль – тяжёлый симптом различных заболеваний, порой

*причиняющая человеку большие страдания («Нижегородская правда». 12.07.17); Не **вРЕМЕННЫЕ** штрафы (заголовок). Госавтоинспекция Нижегородской области приняла решение наказать пассажиров, которые ехали в автобусе, не пристегнувшись ремнями безопасности («Версия в Нижнем Новгороде». 08.12.17); Про **ТЕСТное** настроение. Карина Мишулина доказала, что Тимур Еремеев ей не брат (заголовок) («Новое дело – Нижний Новгород». 21.02.18).*

Иногда при помощи графического выделения происходит актуализация этимологических связей: **ТРУДный** муж (заголовок). *Жить с мужем, главной любовью и смыслом жизни которого является работа, крайне сложно («Новое дело. Нижний Новгород». 17.03.11); ТРУДная* доля (заголовок). *<...> А Нине Михайловне 23 декабря 85 годков исполнится. И дай ей Бог побыть ещё рядом с нами. Хотя бы для того, чтобы у сегодняшних школьников подольше был перед глазами пример истинного труда и искренней любви к родной земле («Нижегородская правда». 01.12.16); **НеуДАЧА** Баталова (заголовок). Известный актёр Алексей Баталов судится с соседом из-за 100 тысяч евро. Именно столько стоят две сотки дачной земли в Переделкино («Новое дело. Нижний Новгород». 28.11.13).*

Как видно из примеров, графические гибриды особенно востребованы в заголовках современных СМИ. Новые номинации обладают яркой экспрессией и новизной, привлекают внимание адресата, отражают авторские оценки. С помощью графической гибридизации журналисты реализуют стратегию компрессии текста и тактику привлечения внимания. «Экономия речевых средств достигается при графической гибридизации, когда автор, не выходя за рамки формальных границ слова, предъявляет адресату ещё одно, существующее в исходном» [Рацибурская, Самыличева, Шумилова 2015: 122].

Разновидностью графической игры является игра с именами или фамилиями известных общественно-политических деятелей: *По **МАКСИМУму** (заголовок). Елена и Сергей Захаровы из Павлово стали настоящими знаменитостями в родном городе. А всё потому, что в минувшие выходные на канале «Россия» вышло шоу Максима Галкина «10 миллионов» с их участием («Новое дело.*

Нижний Новгород». 02.02.12); **МАКСИМ**альная искренность (заголовок). На прошлой неделе на сцене концертного зала «Юпитер» выступила Максим. Молодая певица порадовала своих нижегородских поклонников проверенными хитами и новыми песнями («Новое дело. Нижний Новгород». 29.05.12); **ГУС**иная история (заголовок). Почему Гус Хиддинк вернулся в Россию? («Новое дело. Нижний Новгород». 24.02.12); **ДИКИЙ** тренер (заголовок). Дик Адвокат огорошил футбольных болельщиков неожиданным заявлением. Главный тренер сборной России объявил, что покидает свой пост после Евро-2012 («Новое дело. Нижний Новгород». 03.05.12); **ИСХУДА**лла (заголовок). Алла Пугачёва помолодела на 30 лет («Новое дело. Нижний Новгород». 06.09.12); **НАЛИЧ**ная музыка (заголовок). В конце минувшего года музыкальный коллектив Петра Налича (МКПЛ) отметил пятилетие («Нижегородская правда». 04.04.13); **ЧЕЛО**битная для Пугачёвой (заголовок). Сергей Челобанов считает, что он может быть отцом детей Примадонны («Новое дело. Нижний Новгород». 22.09.16); **ШАРОВА**я молния (заголовок). Скандал вокруг и.о. главы Канавинского района Михаила Шарова грянул несколько дней назад («Новое дело. Нижний Новгород». 09.03.17). Подобные языковые явления ориентированы на внимательного читателя, так как чаще всего только текст статьи помогает адресату соотнести новообразования-антропонимы с именами или фамилиями известных фигур. «Таким образом, рассмотренный материал позволяет утверждать, что в современном газетном тексте экспрессивное ономоупотребление, в том числе употребление онимов с целью придания особой экспрессивности такому тексту, представлено достаточно широко. В его основе всегда лежит определённая номинативно-прагматическая интенция автора, направленная в первую очередь, что справедливо, на реализацию таких понятных установок, как достижение информационно-оценочной насыщенности и эмоционально-экспрессивной выразительности газетного материала» [Молдованова 2012: 426].

Стремление к экспрессивности может приводить к формальным изменениям исходного слова: **МЯЧ**татели (мяч + мечтатели) (заголовок). **Министры**

правительства Нижегородской области сменили деловые костюмы на футбольную форму. На прошлой неделе они сразились со звёздами шоу-бизнеса в футболе («Новое дело. Нижний Новгород». 30.06.11); **УМАрили** (Ума(турман) + уморили) (заголовок). Песня «Гороскоп» группы «Уматурман» взорвала Интернет. В ней музыканты повествуют о неприятностях, которые ожидают представителей всех знаков зодиака, кроме Весов («Новое дело. Нижний Новгород». 16.02.12); **ЧАСный** (часы + частный) случай (заголовок). В центре Нижнего Новгорода появилась новая достопримечательность. На площади Горького установили часы, отсчитывающие время до зимней Олимпиады в Сочи («Новое дело. Нижний Новгород». 14.02.13); **КВИЛТэссенция** (квилт + квинтэссенция) счастья (заголовок). Нижегородка Татьяна Мамугина из обрезков ткани делает «пиццу» («Нижегородская правда». 22.05.14); **ГРАНТиозная** (грант + грандиозная) ферма (заголовок). <...> Программы поддержки начинающих фермеров и семейных животноводческих ферм работают в Нижегородской области с 2012 года. По итогам конкурсов победители получают гранты до 4 миллионов рублей: на строительство ферм, покупку скота, оборудования («Нижегородская правда». 14.08.14); **Не оГРИБи** (гриб + огреб(ать)) (заголовок). Как собирать и готовить грибы без вреда для здоровья («Новое дело. Нижний Новгород». 06.10.16); **АбСАЛЮТный** (абсолютный + салют) приговор (заголовок). Организатору шоу фейерверков в Дзержинске, в результате которого пострадали люди и погибла женщина, вынесен приговор («Версия в Нижнем Новгороде». 01.08.17). «Такие, казалось бы, безобидные игры вызывают тревогу исследователей, “ибо так называемая орфографическая ошибка” может закрепиться в сознании читательской аудитории» [Ильясова 2011а: 108].

Анализ языкового материала показывает, что графические гибриды являются эффективным средством воздействия в медийном тексте. Слова-«матрёшки» «создают смысловую многоплановость слова, усиливают авторские эмоции, оценки, участвуют в создании иронии и, как итог, усиливают изобразительность текста» [Самыличева 2010: 194].

Графическим средством РВ является парентезис. Под ним мы будем понимать такую разновидность графической игры, при которой сегмент слова заключается в скобки. По мнению Т.В. Поповой, парентезис – «разбиение слова скобками на части, что обуславливает модификацию его значения» [Попова 2013: 165]. Как справедливо отмечает Д.В. Гугунава, «формант заключён в скобки – происходит виртуализация форманта и самого процесса» [Гугунава 2002: 81].

Необходимо отметить, что с помощью парентезиса журналисты передают дополнительную информацию. Так, при двойном прочтении новообразования между словами могут возникать либо антонимические отношения (*Вчерашний **(не)санкционированный** митинг против коррупции, что состоялся на площади Маркина и немного дальше по центру города, прошёл без форс-мажоров* («Зеркало». 27.03.17); ***(Не)целевое** расходование* (подзаголовок). <...> *А какое вообще отношение имеет газета «Нижегородская правда», живущая за счёт областного бюджета, к конкурсу «Правда и справедливость»? Нет, ну понятно, слово «правда» и там и там (ха-ха), но победители вообще-то получают деньги из Фонда поддержки — внимание! – независимых региональных СМИ. Как же так? Налицо нецелевое расходование «фронтовых» средств, или нам кажется?* («Зеркало». 07.04.17); ***(Не)голодающие** «дети» Поволжья* (заголовок). *В конце майских праздников нижегородским мещанам дозволили приложиться к замочной скважине кремля, сквозь которую те рассмотрели доходы областных чиновников* («Зеркало». 10.05.17)), либо отношение негативного результата действия и негативной реакции на него (*Вятская **(за)трещина*** (заголовок). *Причины, почему жилое здание в Приокском районе пошло трещинами, отображены сразу в шести экспертизах, где чёрным по белому написано, что разрушение несущих конструкций связано с ошибками при проектировании и нарушениями при производстве строительно-монтажных работ* («Репортёр-НН». 28.04.18)), либо указание на дополнительные качества, свойства объектов с негативной оценкой (*Девятое место среди мужчин занял **(с)экс-градоначальник Олег Кондрашов*** («Новое дело. Нижний Новгород». 06.03.17)), либо негативная оценка указанного явления (***(Де)монстрация по-нижегородски*** (заголовок). <...>

*Ну, а жирную точку в череде праздничных развлечений поставили организаторы первой в Нижнем Новгороде «монстрации» – пародийного шествия с абсурдно-юмористическими лозунгами, один из которых – «Мясо! Фарш! Пельмени!» – на вечерней Рождественской выкрикивали даже активнее, чем официальное «Мир! Труд! Май!» на утренних демонстрациях («Нижний сейчас». 01.05.16); Дело тут в, скажем так, особенностях нашей нынешней гор(е)администрации вообще и чудного ведомства по имени КУГИ [Комитет по управлению городским имуществом. – Авт.] в частности («Зеркало». 13.01.17); Жить кр(ас)иво (заголовок)! И ведь дом номер 15, а не 13. Но сути дела это не меняет – траектория здания пошла по кривой, вместе с траекторией судьбы его жителей. А название-то у улицы какое – Ломоносова! Вот только никто здесь не знает ничего ни о каком светлом будущем, лишь только кое-что о тёмном прошлом («Нижний сейчас». 17.11.17)).*

Парентезис находит широкое распространение в современных нижегородских СМИ. Можно утверждать о том, что парентезис выступает как экспрессивное средство создания иронической тональности, так как без него заголовки лишь сообщает об информации. С помощью данного вида графической гибридизации читатель имеет возможность разного прочтения слова. Как справедливо отмечают исследователи, главная функция парентезиса – «создание двух параллельных смысловых планов; причём второй смысловой план, создаваемый парентезой, позволяет передать самые разнообразные оттенки экспрессии, связанные с субъективной точкой зрения или переживаниями автора текста» [Сковородников 2014: 424]. Таким образом, парентезис участвует в стратегии театральности и тактике иронизирования.

В качестве средства речевого воздействия журналисты используют дефисацию – «разбиение слова дефисами на части или слоги с приданием ему другого значения» [Попова 2013: 165]: **Пре-красный** день календаря (заголовок). *Уже совсем скоро замечательный во всех отношениях Международный женский день – праздник весны, время томительного ожидания подарков для прекрасного пола и приятных хлопот для пола сильного («Патриоты Нижнего». 04.03.15); **Не-***

*опера-тивное* строительство (заголовок). Ещё в 2008 году началась разработка проекта, а в 2011-м Валерий Шанцев объявил, что в ближайшие три года новое здание театра оперы и балета будет построено («Патриоты Нижнего». 25.11.15); Евстигнеев. *Ев-Гений* (заголовок). У Евстигнеева – сложная и извилистая судьба («Курс Н». 20.04.18). Как видно из примеров, представленных в текстах современных СМИ, дефисация направлена на игру со смыслами. Так, в первом примере дефисное написание указывает на отрезок *красный*, который служит для выражения иронии. Таким образом, в тексте речь идёт о «красном дне календаря» – Международном женском дне – и его оценке. Во втором случае название заголовка на первый взгляд отражает особую запись лексемы *неоперативное*. Однако использование дефисации придаёт слову новый смысл. Отрезок *опера* указывает на неоперативное строительство оперы. Необходимо отметить, что большинство словообразовательных неологизмов с дефисацией обладают пейоративной окраской, но есть новые номинации и с положительной оценкой. Так, в третьем примере обыгрывается имя *Евгений*. Слово поделено таким образом, что в его составе выделяется лексема *гений*. Таким образом, новообразование указывает на гениальность актера театра и кино Евгения Евстигнеева. Поэтому можно говорить о мелиоративной экспрессивности. Анализ языкового материала позволяет сделать вывод о том, что новообразования с дефисацией участвуют в стратегии оценивания (тактика иронизирования, тактика презентации).

Кроме того, в исследуемом корпусе встречаются немногочисленные примеры квотации [Попова 2011: 162] – разбиения слова кавычками: *«Мир»овое* соглашение. С 1 июля бюджетники и пенсионеры будут получать только карты «Мир» (заголовок) («Нижегородский рабочий». 05.07.17); *«МиГ»нуть* не успеете (заголовок). Новые МиГи-35 будут собирать на заводе «Сокол» в Нижнем Новгороде, правда, не более половины операций по производству («Патриоты Нижнего». 26.07.17). В первом случае квотация служит средством выделения из вербального ряда названия кредитной карты «Мир», во втором – данная разновидность ГИ указывает на самолётостроительную корпорацию «МиГ». На

наш взгляд, приведённые выше новообразования оказывают сильное речевое воздействие на адресата и участвуют в стратегии компрессии текста, которая реализуется в тактике привлечения внимания.

Разновидностью графической гибридизации является голофразис [Попова 2011: 162]. Под ним обычно понимается слияние словосочетания или предложения в одну языковую единицу.

В нижегородских СМИ можно выделить несколько вариантов графической фиксации голофразиса:

– слитное написание строчными буквами: *Если бы сказать в 2005 году, что пройдёт десяток лет, и региональный парламент станет не отдельной ветвью власти, а департаментом согласования **всегочегожелаетгубернатор** Нижегородской области и будет слабее гордумы Нижнего Новгорода – никто бы не поверил* («Заноза». 24.07.17). Необходимо отметить, что в данном примере голофразис является средством РВ и средством создания комического эффекта;

– полуслитное написание строчными буквами: *Публичные **никого-не-слушания*** (заголовок). *Вечером 10 ноября в досуговом центре Автозаводского района давали комедию, в которой (в качестве статистов) приняла участие вся пришедшая публика. Требовалось внимательно слушать. <...> В общем, состоялись наконец публичные слушания по новой дороге до аэропорта* («Зеркало». 11.11.16). В данном примере журналист создаёт эффект неожиданности. Кроме того, РВ новообразования связано с отрицательным отношением адресанта к описываемой ситуации;

– полуслитное написание прописными буквами сегментов голофразиса, соотносимых с именами собственными, и строчными буквами сегментов голофразиса, соотносимых с именами нарицательными: *Пик карьеры **Каргина-почти-политика** пришёлся на предвыборный период в 2015 году. Тогда он мог собрать митинг в несколько тысяч человек и пугал до нервной икотки соперников по родному Сормово. ... ..Но **Каргин-почти-политик** политиком так и не стал – сдулся, не начавшись, на последнем рывке проиграв выборы в Гордуму* («Зеркало». 23.11.16). В данном примере голофразис создаёт комический образ



Каргина. «Смех, возникающий в результате неканонического использования языка в рамках иронии, юмора, сатиры и сарказма, относится к прагматическому аспекту языка, так как является средством воздействия» [Сорокина 2016: 89]. Полагаем, что с помощью голофразиса адресант реализует стратегию разоблачения и тактику иронизирования. Кроме того, на выбранную стратегию указывает текст статьи, содержащий информацию о несоответствии ожидаемого и действительного, что порождает мотив разочарования.

К особым случаям можно отнести следующий пример. Так, присоединение Крыма к Российской Федерации отразилось в появлении неизменяемого слова *крымнаш*. Исследователь Е.Я. Шмелёва говорит о том, что «по-видимому, можно зафиксировать первое, но, вероятно, не последнее русское слово, пришедшее в русский язык из интернет-символа (тега), который, в свою очередь, образован из “склеенного” в одно слово словосочетания» [Шмелёва 2015: 50]. По мнению Н.Н. Кошкарновой, «в случае с номинацией “крымнаш” экспрессивность, детерминированная нарушением частеречного условия словообразования, усиливается экстралингвистическими факторами, а именно отражением той реальности, которая объективировалась в слове, претендующим на роль патриотического концепта» [Кошкарнова 2016: 41]. Таким образом, новообразование *крымнаш* стало выступать в качестве слова-образца, где местоимение *наш* стало уподобляться суффиксоиду: **КосмосНаш** (заголовок). *День космонавтики и Нижегородчина. Пожалуй, большинство вспомнит в этом контексте разве что единственного нашего земляка из отряда космонавтов, уроженца Бора Героя Советского Союза Вячеслава Зудова («Нижегородская правда». 12.04.16).* Журналисты используют стратегию «свой круг», которую реализуют посредством тактики «свой-чужой». Маркером данной тактики служит местоимение *наш*.

Таким образом, в текстах современных СМИ чаще всего встречаются голофрастические новообразования, состоящие из двух – четырёх компонентов. В самом тексте данные конструкции могут употребляться как через тире, так и слитно. С помощью голофразиса (слияния) авторы воздействуют на читателя,

более экспрессивно передают свои мысли, представляют новое содержание, оживляют повествование. Однако в текстах нижегородских СМИ голофразис представлен весьма незначительно.

Журналисты активно включают в тексты СМИ кодографикацию [Сагилова, Попова 2017: 209] – употребление единиц неязыковых кодовых систем: **ПРО100** *ссорит банкиров* (заголовок). *Для банковского приложения УЭК [УЭК – универсальная электронная карта – Авт.] используется система ПРО100, которая, вполне возможно, и станет платформой для замены Visa и MasterCard* («Нижегородская правда». 08.04.14); **ПРАВДА сильнее об100ятельств** (заголовок). *Совсем скоро «Нижегородской правде» исполняется 100 лет: уже 17 июня мы вместе с друзьями газеты отметим юбилей* («Нижегородская правда». 11.01.17); **До100яние поколений** (заголовок). *Передовица «Программа великих работ» повествует, как трудящиеся встречают пятилетку: «Строгальщик автозавода тов. Гилев, работая на трёх станках, выполнил более 13 норм. В течение 8 часов фрезеровщик тов. Соколовский выполнил полумесячную норму... Сталевары завода „Красное Сормово” за один день дали 19 тонн стали сверх плана»* («Нижегородская правда». 22.03.17). Как видно из примеров, журналисты используют разновидность кодографикации – нумерографикацию. По мнению Т.В. Поповой, «нумерографикация (буква + цифра) – замена буквы цифрой, контур которой похож на неё» [Попова 2013: 168]. Необходимо отметить, что структура слова нарушается графически, однако звучание лексемы сохраняется.

Таким образом, с помощью нумерографикации журналисты усиливают зрительное восприятие информации, поэтому можно говорить о стратегии привлечения и удержания внимания и тактике создания новизны. «Во-первых, визуальная информация лучше воспринимается, особенно, когда речь идёт о цифрах, статистике. Во-вторых, во время информационной компрессии, инфографика – это возможность познакомить читателя с большим количеством информации, причём сделать это в ненавязчивой форме. В-третьих, это

возможность внести в сухие знаки и тексты дизайнерскую изюминку, привлекая таким образом читателей» [Горайнова, Симакова 2010: 73].

Влияние компьютерных технологий повлекло за собой использование в медиатекстах названия доменов (ru, net). Данный способ образования лексем, сегментными средствами которого являются интернет-символы называется инетографиксацией. Как справедливо отмечает Т.В. Попова, инетографиксация – это «замена буквы элементом Интернет-языка, контур которого похож на неё» [Попова 2013: 168]: **Фильмов.NET** (заголовок). *Что грозит нижегородцам, скачивающим фильмы из интернета* («Новое дело. Нижний Новгород». 07.11.13); **Тайны.net** (заголовок). *Как за нами следят наши телефоны и компьютеры?* («Новое дело. Нижний Новгород». 07.05.15); *По словам активистов движения «ЯМ.NET», таким образом они не только предупреждают водителей об опасности, но и дают «сигнал» людям, ответственным за состояние городских дорог* («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 18.06.15); **СВАЛКА.RU** (заголовок). *В стране огромное количество экологических проблем* («Нижегородская правда». 19.04.17). Каламбурные новообразования с элементом *net* могут быть прочитаны двояко, так как данный домен омонимичен слову *нет* с отрицанием. Таким образом, с помощью интернет-символов журналисты актуализируют название, влияют на оценку адресата. По нашему мнению, адресанты используют стратегию оценивания и тактику иронизирования. «Оценка выполняет побудительную функцию, через высказывание призывает, стимулирует, склоняет к совершению какого-либо действия в форме наставления или указания» [Гукасова 2016: 9].

Взаимодействие Российской Федерации с другими странами отразилось в лексике русского языка. В текстах современных СМИ журналисты стали активно употреблять сложение кириллических и латинских элементов. Такую разновидность графических гибридов исследователи стали называть поликодификацией или графогибридизацией. Как справедливо отмечает И.А. Нефляшева, «графогибридизация представляется нам термином слишком широким для обозначения этой понятийной области, т.к. все графодериваты

являются графическими гибридами <...>, а в случае использования латиницы релевантна фиксация слова несколькими графическими системами. Термин поликодификация также не вполне адекватен вследствие очевидных ассоциаций с процессом кодификации как деятельности по установлению литературной нормы, поскольку слова, использующие иноязычную графику, как и остальные окказионализмы, несомненно ненормативны» [Нефляшева 2011: 92]. Поэтому в данном диссертационном исследовании мы будем использовать термин «полиграфикация» (А.П. Галактионов, Т.В. Попова), под которым будем понимать «создание новообразований с помощью графических средств разных языков» [Попова 2013: 164].

Иноязычные элементы могут соединяться в исконной графике: ***STAR**ость в радость* (заголовок). *Золотой голос России Николай Басков недавно удивил коллег по шоу-бизнесу неожиданной новостью. По словам певца, Пугачёва, несмотря на свой звёздный статус, получает мизерную пенсию. Государство ежемесячно официально перечисляет легендарной певице около 3750 рублей (93 евро)* («Новое дело. Нижний Новгород». 29.11.12) ← *star* (англ. – звезда) + *старость*; ***РазVISA**лись?* (заголовок). *Visa разослала членам международной платёжной системы (МПС) письмо, в котором сообщила, что с 1 октября отказывается от гарантированного обслуживания операций по картам российских банков* («Нижегородская правда». 06.10.15) ← *VISA* + *развязались*; ***FIFA**нтастика* (заголовок). *Подготовка к Чемпионату мира по футболу 2018 года не прекращается в Нижнем Новгороде ни на минуту* («Нижегородский рабочий». 13.04.16) ← *FIFA* + *фантастика*. Как видно из примеров, для нижегородских СМИ характерна латинографикация – «оформление новообразований с помощью графических средств, основанных на кириллице и латинице» [Попова 2013: 167]. Кроме того, «резкий сдвиг в значениях таких полиграфикатов обычно связан с тем, что латинизированный элемент совпадает с самостоятельным словом или морфемой» [Попова 2012: 213].

В современных СМИ встречаются новообразования, где латиницей выделен какой-либо отдельный элемент: *Определены участники вечера актёрской*

импровизации *«Наузнанку»*, который состоится 15 мая в 19.00 в Центре театрального мастерства (ул. Варварская, 32) («Патриоты Нижнего». 26.04.17). В исследуемом корпусе не встретилось случаев использования других графем. Поэтому нельзя не согласиться с Л.П. Амири, что «лидером графического иноязычия <...> является литера z. Для большей экспрессивности литера может быть выделена другим цветом или большим размером шрифта» [Амири 2011: 58].

Интересны новообразования, созданные с использованием элемента **-off**: *Макар-off*. Ещё немного на заданную тему (заголовок). Пожалуй, самый серьёзный удар по репутации губернатора и правительства Нижегородской области нанесло уголовное дело против министра госимущества и земельных ресурсов Александра Макарова, умудрившегося за бесценок (130 тыс. руб.) продать стоянку автобусов «Нижегородпассажиравтотранса» («Зеркало». 06.08.13). С помощью данного элемента в медиатекстах обыгрывается русский фамильный суффикс **-ов** и тем самым привлекается внимание аудитории.

Таким образом, журналисты используют латинский алфавит как средство РВ, а также для привлечения внимания, создания дополнительных оттенков и особой выразительности. Однако употребление графически не ассимилированных элементов в СМИ может привести к коммуникативной неудаче, если адресат не обладает необходимой лингвистической компетенцией.

Среди сложных новообразований распространены структуры с графически неадаптированными элементами: *Как сообщается на сайте Думы, народные избранники выйдут на VIP-забег на тысячу метров* («Саров. Net». 23.09.11); *VIP-новости в лицах* (заголовок). В 2015 году строительство третьей очереди Южного обхода будет завершено на 95 процентов, – заявил вице-губернатор Нижегородской области Владимир Иванов («Нижегородская правда». 21.04.15); *Vip-факт и комментарий* (заголовок). В ходе рабочей поездки губернатор Валерий Шанцев проверил реализацию программы развития производительных сил в Ардатовском районе: в частности, посетил карьер Писаревского месторождения стекольных песков, лесоперерабатывающее предприятие «Шервуд» («Нижегородская правда». 21.07.15); В ноябре 2015 года торговый

центр «Этажи» проводит специальную акцию под названием «**VIP-доступ в мир роскоши**» («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 05.11.15); На Чемпионата RSBK представители Repsol разыграют **VIP-приглашение в Испанию на МOTO GP!** («Аргументы и Факты – Нижний Новгород». 13.05.16); **VIP-лекторий** для пассивариетов (заголовок). Предпринимателю комфортно только с предпринимателем. Может, это такой профессиональный шовинизм, но это так, – уверен организатор форума молодых миллионеров Барии Алибасов-младший («Нижегородская правда». 13.09.16); В этот не для всех сытый год нижегородские чиновники потратили на **VIP-перелёты** более 20 млн рублей («Заноза». 18.04.17); Нововведением 2017 года станет улучшенный **VIP-кемпинг**: на территории «Альфа-Кемпинга» будет создана отдельная зона палаточной гостиницы под открытым небом *Caravan*, которая предусматривает полностью оборудованные палатки, круглосуточную стойку регистрации, камеры хранения, умывальники и душевые кабины с горячим водоснабжением («Нижегородский рабочий». 26.06.17); Недремлющее **IT-око** (заголовок). Если вы припарковались в неразрешённом месте, к примеру, на тротуаре, но эвакуатор ваш автомобиль не увёз, не спешите радоваться («Нижегородский рабочий». 04.03.15); Организаторы надеются, что **IT-Джем** станет творческим пространством для представителей различных отраслей экономики, госсектора, малого и среднего бизнеса, собравшихся вместе, чтобы в атмосфере джаза познакомиться и услышать друг друга («Нижегородская правда». 05.04.16); Соответственно, все сведения о подобных конкурсах наш **IT-гений**, как и все остальные люди, черпает из средств массовой информации («Зеркало». 02.11.16); Депутаты Законодательного собрания решили провести выездную инспекцию работы **IT-парка** «Анкудиновка» в Нижнем Новгороде («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 07.12.16); **SMS-мошенников**, снявших деньги с банковской карты 68-летнего пенсионера, ищут полицейские в Нижнем Новгороде, сообщает ГУ МВД по Нижегородской области («Pro Город – Нижний Новгород». 15.04.15). По нашему мнению, журналисты используют стратегию компрессии текста и тактику привлечения внимания, так как с помощью

аббревиатур возникают экономные и выразительные новообразования. Кроме того, аббревиатуры можно считать графическим средством речевого воздействия. Они чаще всего выделяются размером на общем фоне текста и тем самым привлекают внимание аудитории.

Подводя итог, отметим, что графическая игра получила широкое распространение в современных масс-медиа. Журналисты активно используют в текстах нижегородских СМИ капитализацию. Это связано с формированием некоего игрового приёма, механизмом которого является создание инновации и извлечение из неё дополнительного смысла.

Для усиления воздействующей функции графических гибридов журналисты используют следующие коммуникативные стратегии и тактики: стратегия компрессии текста (тактика привлечения внимания), стратегия разоблачения (тактика иронизирования), стратегия привлечения и удержания внимания (тактика создания новизны), стратегия оценивания (тактика иронизирования, тактика презентации), стратегия театральности (тактика иронизирования), стратегия «свой круг» (тактика «свой-чужой»). Данные коммуникативные стратегии и тактики влияют на зрительное восприятие адресата, заставляют его подсознательно фиксировать в памяти новообразование, усиливают экспрессию текста, отражают реалии современной действительности. «Включая в себя огромный набор знаков, графо-стилистические приёмы делают текст эмоциональнее. Кроме того, при помощи изобразительных и выразительных графических средств можно управлять восприятием читателей и прогнозировать необходимую трактовку рекламного сообщения» [Ласкова, Попова 2013: 80]. Таким образом, инновации, образованные с помощью графической гибридизации, отличаются оригинальностью, стирают границы между единицами разных кодовых систем, разных языков, оказывают мощное воздействие на зрительное восприятие, вызывают интерес аудитории и побуждают её к действиям. Однако слишком широкое употребление графико-орфографических новообразований в медиатекстах не всегда оправдано, поэтому журналистам стоит задумываться о целесообразности графодериватов. Не стоит забывать о том, что основная доля

потенциальных потребителей – грамотные люди и ненужное искажение письменной формы может быть воспринято ими как неуважение. «Сегодня антиорфография является не более чем преднамеренной игрой в неграмотность, очередной интернет-забавой, смысл которой может быть адекватно воспринят только при условии владения нормой. Вместе с тем антиорфография как социальный и коммуникативный феномен таит в себе опасность непредсказуемых последствий, поскольку с неизбежностью влияет на массовые представления о норме» [Дедова 2010: 34].

### 2.2.2. Словообразовательные неологизмы, созданные путём заменительной деривации

Ярким средством создания речевого воздействия в современных медиатекстах является заменительная деривация. Суть субституции заключается в том, что при ней происходит замена корневого или другого неформантного компонента в узуальном сложном слове. По мнению А.Ф. Журавлёва, заменительное словообразование – это окказиональный способ деривации, который «состоит в подстановке одной морфемы на место другой морфемы или произвольного сегмента в готовом слове» [Журавлев 1982: 73].

Необходимо отметить, что есть исследователи, которые безоговорочно признают субституцию (А.Ф. Журавлёв, М.У. Калниязов), не выделяют (В.Н. Немченко) или частично признают (Р.Ю. Намитокова) заменительную деривацию как способ словообразования. «Сторонники “несуществования” субституции утверждают, что в этих случаях имеет место сначала отбрасывание одного словообразовательного аффикса, а потом присоединение другого, т.е. никакой замены нет» [Изотов 1998: 64].

Заменительное словообразование необходимо отграничивать, например, от образования слов по конкретному образцу («предсказамус-приёма»): *Безбюджетники* (заголовок). *Почему в вузах исчезают бюджетные места?* («Новое дело. Нижний Новгород». 11.08.11). Новообразование *безбюджетники*



создано по конкретному образцу узуальной лексемы *безбилетники* при помощи приставки *без-* и суффикса *-ник-*. Кроме того, установлению связи новой номинации со словом-образцом *безбилетники* способствует сходная семантика: 'отсутствие билетов' и 'отсутствие бюджетных мест'. Как справедливо отмечает О.А. Шишкарёва, «разграничивая деривацию по конкретному образцу и заменительное словообразование, отметим, что при деривации по конкретному образцу формант слова-образца воспроизводится, а производящая основа меняется. При заменительном словообразовании осуществляется мена аффикса при том же корне в случае трансаффиксации или мена одного из корней в сложном слове при трансрадикации» [Шишкарёва 2009: 18].

Наиболее продуктивна в текстах региональных (нижегородских) СМИ такая разновидность морфемно-морфемной субституции, как трансрадикация (замена корневой части другим корнем): *Шоу-банкинг* (заголовок). *Шоумен и бывший продюсер группы «Ласковый май» Андрей Разин стал акционером и президентом Объединённого национального банка (ОНБ), зарегистрированного в Нижнем Новгороде* («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 02.10.14) – ср. исходное *интернет-банкинг*; *Маршрут-бросок* (заголовок). *Автобусов в Нижнем Новгороде станет меньше* («Новое дело. Нижний Новгород». 12.11.15) – ср. исходное *марш-бросок*; *Мост-бросок* (заголовок). *Второй Борский мост заработает до конца этого года* («Новое дело. Нижний Новгород». 21.07.16) – ср. исходное *марш-бросок*; <...> *Законодательное Собрание Нижегородской области за 11 шанцевских лет изменилось до неузнаваемости. Как небо и земля. Реальное Заксобрание превратилось в виртуальное Штампсобрание* («Заноза». 29.08.16) – ср. исходное *Заксобрание*; *«ОРВИ-бум» прогремел в Нижегородской области: за неделю заболеваемость выросла почти на 60%* (заголовок) («Твой Бор». 20.01.17) – ср. исходное *беби-бум*; *Так, фирма «МАГ групп», принадлежащая тандему «Ж – А», является учредителем наиболее крупного мусорного перевозчика «РЭП-2», с которым нижегородское «пятидучье» неизменно заключает контракты* («Зеркало». 23.01.17) – ср. исходное *пятилучье*. Как видно из примеров, словообразовательные неологизмы созвучны узуальным

лексемам и построены на эффекте обманутого ожидания. Поэтому для адекватного понимания данных новообразований необходимо ознакомиться с текстом публикации. Таким образом, с помощью намеренной двусмысленности журналисты достигают комического эффекта посредством стратегии театральности, воздействуют на читателя. «Новообразования при заменительной деривации нередко являются средством иронической оценки, а также средством создания комического эффекта» [Ращибуурская 2016: 207].

Негативный характер экспрессии в новообразованиях может быть обусловлен мотивирующими словами: **Рособоронвор** (заголовок). *На нижегородские оборонные предприятия поставляют контрафактную продукцию* («Новое дело. Нижний Новгород». 09.02.12) – ср. исходное *Рособоронзаказ + вор*; **Гей-подряд** (заголовок). *Почему известные люди стали один за одним признаваться в гомосексуализме?* («Новое дело. Нижний Новгород». 20.11.14) – ср. исходное *гей-парад + подряд*. Таким образом, в новообразованиях, созданных путём заменительной деривации, может использоваться стратегия оценивания и тактика иронизирования.

Кроме того, с помощью замены одного из компонентов сложного слова образуются и имена прилагательные: **Финансово-оздоровительный** комплекс (заголовок). *Министерство инвестиционной политики Нижегородской области разработало программу развития инвестиционного климата региона на 2015–2020 годы* («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 19.06.14) – ср. исходное *физкультурно-оздоровительный (комплекс)*; **Ценнометаллические** бумаги (заголовок). *Кулебакский «Русполимет» намерен в будущем году выпустить биржевые облигации на сумму до 15 млрд руб. со сроком обращения не более пяти лет. Средства от размещения ценных бумаг пойдут на финансирование текущих инвестпроектов и погашение кредитов комбанков* («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 04.12.15) – ср. исходное *цельнометаллические*. Как видно из примеров, новообразования являются средством создания комического образа.

Реже встречаются случаи с транспрефиксацией (заменой префикса префиксом): **Гособороннаказ** (заголовок). *Вчера в правительстве*

*Нижегородской области подвели итоги исполнения государственного оборонного заказа (ГОЗ) в 2011 году («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 23.05.12) – ср. исходное гособоронзаказ; Приветственное **руконажатие** (заголовок). В Нижегородский аэропорт уже прибыло дактилоскопическое оборудование для оперативной проверки прибывающих иностранцев. Теперь всего за две секунды пограничный контроль установит нелегального мигранта («Нижегородский рабочий». 08.04.15) – ср. исходное рукопожатие; **Роскомпозор** (заголовок)? В Нижегородской области всё больше и больше начинает пахнуть цензурой! («Ленинская смена». 26.05.15) – ср. исходное роскомнадзор.*

Языковой материал показывает, что встречаются единичные случаи мены префиксоида: **Ситименеджеровидение. Шансы и надежды** (заголовок). Как я и предсказывал пару статей назад, конкурс на замещение вакансии главы городской администрации в ближайшее время точно не состоится («Нижний сейчас». 03.11.15) – ср. исходное «Евровидение» (конкурс).

Проанализированный материал позволяет сделать вывод о том, что при заменительном словообразовании происходит обновление значения слова. Однако адресат может легко восстановить производящую лексему, если инновация будет соотноситься в сознании читателя с узуальной единицей. Кроме того, замена корневых или аффиксальных компонентов вызывает усиление экспрессии новообразований, делает их средством эмоционального воздействия.

Таким образом, журналисты, создавая новообразования с помощью заменительной деривации, активно используют две основные стратегии: стратегия театральности (тактика иронизирования) и стратегия оценивания (тактика иронизирования). На наш взгляд, адресант предпочитает категоричным номинациям мягкую непрямую форму. Поэтому употребление таких инноваций позволяет автору выразить собственное отношение к определённой ситуации, избежать «прямых» оценок, указать на проблему читателю, предлагая ему как бы самостоятельно сделать вывод. Занимая промежуточное положение между шуткой и сарказмом, ирония выполняет функцию разрядки обстановки и создаёт непринуждённую атмосферу. Однако журналистам необходимо помнить об

этических нормах. Ирония не должна переходить в сарказм и нарушать принципы вежливости и сотрудничества. «Авторы креативом постоянно балансируют на грани эстетики языковой игры и эмоциональной экологичности/неэкологичности порождаемых обозначений. Они должны координировать соотношение экологичных и неэкологичных речем, чтобы негативное эмоциональное поле языка не стало преобладающим в социальной коммуникации» [Шаховский 2014: 165].

### Выводы

Словообразовательные неологизмы в текстах нижегородских СМИ образуются узуальными и неузуальными способами словопроизводства. Их многообразие позволяет журналистам реализовать воздействующий эффект на аудиторию с целью получения желаемого результата. В региональной (нижегородской) медиакommunikации преобладают узуальные способы (58 %). С их помощью адресанты акцентируют внимание на общественных проблемах, формируют у адресатов ассоциации (положительные или отрицательные), связанные с определённой ситуацией или личностью.

Словообразовательные неологизмы в региональных (нижегородских) текстах СМИ активно образуются с помощью следующих узуальных способов словообразования: префиксация (30 %), суффиксация (10 %), аффиксоидация (27 %), сложение (33 %). Количественные данные подтверждают, что сложение и префиксация преобладают над другими способами деривации. Это связано прежде всего с активизацией процесса заимствования, со стремлением журналистов к более компактным формам выражения. Продуктивными при образовании сложных слов являются модели с препозиционной постановкой несогласованного определения: *веб-, секс-, бизнес-, онлайн-, интернет-* и др.

Продуктивны в текстах современных СМИ следующие неузуальные (окаzionaliальные) способы словообразования: междусловное наложение (16 %), графическая гибридизация (72 %), заменительная деривация (12 %).

Новообразования-гибриды, таким образом, являются распространёнными средствами речевого воздействия. Это можно объяснить тем, что гибриды характеризуются игровой природой, привлекают внимание адресата, стимулируют его фантазию, делают текст более выразительным.

Новообразования образуются в пределах следующих частей речи: имени существительного (78 %), имени прилагательного (16 %), глагола (4 %), наречия (2 %). Таким образом, в современных СМИ преобладают новообразования-субстантивы над номинациями других частей речи. Имя существительное – самая неогенная часть речи, поскольку журналистам необходимы в первую очередь новые номинации реалий социума.

Словообразовательные неологизмы узуальных и неузуальных способов образования помогают журналистам более эффективно реализовать определённую прагматическую интенцию: усилить оценочность текста, отразить современные реалии, воздействовать на адресата.

Анализ текстов показал, что в нижегородских СМИ используются следующие коммуникативные стратегии и тактики: игровая стратегия (тактика использования языковой игры), стратегия компрессии текста (тактика привлечения внимания), стратегия разоблачения (тактика иронизирования), стратегия привлечения и удержания внимания (тактика создания новизны), стратегия оценивания (тактика иронизирования, тактика иллюстрирования отрицательного, тактика само-возвышения, тактика выражения антипатии, тактика презентации), стратегия театральности (тактика предупреждения, тактика презентации, тактика иронизирования), стратегия дискредитации (тактика иллюстрирования отрицательного, тактика создания «образа похорон», тактика иронизирования), стратегия «свой круг» (тактика «свой-чужой»), стратегия разговорности (тактика иллюстрирования отрицательного), стратегия популяризации действий (тактика формирования положительного отношения к природе и закрепления норм «экологически грамотного» поведения).

### ГЛАВА 3. КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЕ ФУНКЦИИ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ КАК СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ТЕКСТАХ НИЖЕГОРОДСКИХ СМИ НАЧАЛА XXI ВЕКА

#### 3.1. Словообразовательные неологизмы на базе прецедентных феноменов как средство воздействия на адресата

Термин «прецедентный текст» принадлежит Ю.Н. Караулову. Под прецедентными текстами лингвист понимает «тексты, (1) значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, (2) имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и окружению данной личности, включая и предшественников и современников, и, наконец, такие, (3) обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [Караулов 1987: 216]. Ю.Н. Караулов выделяет способы ввода прецедентного текста в дискурс языковой личности: заглавие, цитата, имя персонажа, имя автора [Там же: 218].

Сторонники когнитивного подхода распространили определение Ю.Н. Караулова на прецедентные феномены (ПФ) в целом. Поэтому в настоящей работе, вслед за В.В. Красных, считаем, что прецедентные феномены – это феномены, «хорошо известные всем представителям национально-лингво-культурного сообщества («имеющие сверхличностный характер»); актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане; обращение (апелляция) к которым постоянно возобновляется в речи представителей того или иного национально-лингво-культурного сообщества» [Красных 2003: 170]. Исследователь отмечает, что «едва ли не главной дифференцирующей характеристикой ПФ является их способность 1) выполнять роль эталона культуры; 2) функционировать как свернутая метафора; 3) выступать как символ какого-либо феномена или ситуации (взятых как совокупность некоторого набора дифференциальных признаков)» [Там же: 171].

Исследователи выделяют вербальные (тексты) и невербальные (музыкальные произведения, произведения живописи, архитектуры и т.д.) ПФ. Вербальные ПФ подразделяются в свою очередь на собственно вербальные (прецедентное имя, прецедентное высказывание) и вербализуемые (прецедентная ситуация и прецедентный текст) [Красных 2003: 171-172].

Таким образом, исследователи предлагают классификацию ПФ, выделяя прецедентный текст, прецедентное высказывание, прецедентную ситуацию и прецедентное имя.

Прецедентный текст (ПТ) – это «любая характеризующаяся цельностью и связностью последовательность знаковых единиц, обладающая ценностной значимостью для определённой культурной группы» [Слышкин 2000: 28].

Исследователи предлагают различные классификации прецедентных текстов. Так, Г.Г. Слышкин классифицирует ПТ следующим образом: политические плакаты, исторические афоризмы, классические и близкие к классическим произведения русской и зарубежной литературы, включая Библию, сказки, анекдоты и т.д. [Слышкин 2000: 77].

Е.А. Земская предложила следующую классификацию сфер-источников: стихотворные и прозаические цитаты, названия художественных произведений, кинофильмов, пословицы и поговорки, устойчивые выражения, политические лозунги, цитаты из произведений марксизма-ленинизма, библейские выражения [Земская 1996: 159].

По нашему мнению, наличие множества классификаций говорит о том, что теория прецедентности стремительно развивается. Кроме того, отнесение ПТ к той или иной сфере-источнику зачастую носит достаточно условный характер, так как некоторые единицы могут быть отнесены к разным источникам.

Как справедливо отмечают исследователи, «между прецедентными феноменами не существует фиксированных границ. Так, прецедентное высказывание, став автономным от породившего его прецедентного текста, начинает функционировать как прецедентный текст, а прецедентный текст, если

он выражен несколькими высказываниями, может перейти в разряд прецедентных высказываний» [Завьялова 2014: 40].

Прецедентная ситуация (ПС) – это «ситуация прошлого, хранящаяся в памяти носителей языка в силу своей способности отражать как негативные, так и положительные ценности и использоваться для описания ситуаций реальной действительности» [Золотарёв 2016: 43].

Прецедентное имя (ПИ) – это индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом или с прецедентной ситуацией [Красных 2003: 172].

Таким образом, ПФ – это родовое понятие по отношению к прецедентным текстам, высказываниям, ситуациям, именам.

Активное словотворчество на базе прецедентных феноменов свидетельствует о тенденции к интеллектуализации языка СМИ, бурном развитии современных средств массовой коммуникации, об усилении личностного начала [Л.П. Амири 2015; С.В. Ильясова 2015, 2018; В.В. Красных 2003; Л.А. Мардиева 2016; Л.В. Рацибурская 2016; Н.А. Самыличева 2011 и др.].

Так, в текстах нижегородских СМИ средством речевого воздействия являются новообразования на базе прецедентных текстов. Выделим основные источники ПТ в нашем исследовании.

Анализ языкового материала показал, что по частотности употребления одну из лидирующих позиций занимают прецедентные тексты со сферой-источником «Литература».

В медийном тексте может быть представлена лексическая трансформация названия художественного литературного или фольклорного произведения: *Гуси-kozyри... Арзамаса* (заголовок). Смысл заголовка становится понятен только после прочтения подзаголовка: *День пудинга в Англии и Ночь редиса в Мексике, фестиваль оливок в Испании и булочек – в Китае, испанская La Tomatina и итальянская Pizzafest, даже фестиваль дикой еды в Новой Зеландии – эти и многие другие международные праздники аппетита основательно наполняют не только животы гостей, но и городскую, а в некоторых случаях и государственную казну. Наш корреспондент попыталась на собственном опыте*



проверить, сможет ли «Арзамасский гусь», единственный в регионе фестиваль кулинарного искусства, вписаться в календарь мировых гастрономических событий («Нижегородская правда». 09.06.15). Данный заголовок не только отсылает читателя к названию русской народной сказки «Гуси-лебеди», но и вызывает у адресата иронию, создаёт художественный подтекст, активизирует воображение. Очевидно, что новообразование *гуси-kozyри* образовано путём субституции. Трансформированная инновация воздействует на эмоциональную и на интеллектуальную сферу носителя языка. Таким образом, данный пример свидетельствует о том, что журналист использует стратегию театральности, которая реализуется в тактике иронизирования.

Не менее интересным является пример трансформации названия книги Б. Акунина «Турецкий гамбит»: *Турецкий негамбит* (заголовок). <...> *На самом деле, Бабич подходит для Украины, но не подходит для Турции. Как российскому руководству пришла в голову «перспективная» идея сделать Михаила Бабича послом в Украине?* («Заноза». 28.12.16). Новообразование появилось в результате префиксального способа словообразования с помощью приставки *не-* с семантикой 'отрицания'. Необходимо отметить, что слово *гамбит* имеет отношение к шахматам. Это название хода, при котором игрок жертвует своей фигурой, приобретая более выгодное положение. Новообразование противоречит значению прецедентного феномена, так как в статье говорится о том, что политик не подходит для турецкого посольства. Журналист намеренно подрывает доверие к Михаилу Бабичу, понижает его значимость на политической арене. Таким образом, адресант прибегает к стратегии дискредитации и тактике создания «образа похорон».

Литературное название «Божественная комедия» угадывается в следующем заголовке: *Божественная комедия* (заголовок). *Чем светская журналистка Божена Рынска покоряла миллионеров* («Новое дело. Нижний Новгород». 31.03.16) ← *Божена (Рынска) + Божественная (комедия)*. Как видно из примера, новообразование появилось в результате междусловного наложения. Сравнение Божены Рынски с божеством приводит к ироническому эффекту, так как в прессе

отражены многочисленные скандалы, связанные с российской журналисткой. По нашему мнению, адресант использует приём «абсурд-иронии», «основанной на доведении иронического высказывания до демонстративного абсурда, когда упоминаемые факты, действия и обоснования просто не могут быть таковыми в пределах нормальной логики, противоречат общеизвестным фактам и представлениям о реальности или являются просто фантазией» [Сергеева 2014: 233].

Журналисты активно используют в своих текстах трансформированные библейские слова и выражения: *Параноев ковчег* (заголовок). *Политсовет НРО «Единой России» сформировал оргкомитет по проведению праймериз для выдвижения кандидатов в депутаты Госдумы РФ. Формально в этот ковчег собрали всё видовое разнообразие партии власти в регионе, включая городских. А на деле – отфильтровали так, что оргкомитет получился истинно прогубернаторским* («Заноза». 03.07.15). Новообразование *параноев* возникло в результате междусловного наложения: *паранойя* + *Ноев (ковчег)*. С помощью трансформированного ПФ журналист оценивает ситуацию, связанную с выдвижением кандидатов в депутаты Государственной Думы, в ироническом ключе, так как устойчивое сочетание *Ноев ковчег* имеет семантику ‘переполненное обитателями помещение’. Как видно из примера, автор использует квазицитацию [Земская 2004: 554], т.е. воспроизведение библейского выражения в умышленно изменённом виде. Таким образом, с помощью новообразования *параноев (ковчег)* журналист осмысливает актуальное событие современности через эстетические ценности библейского образа, усиливает воздействие на адресата яркой выразительностью.

Источником создания ПФ нередко служит цитата из художественного текста: *Отмывальников начальник* (заголовок). *Политическое зазеркалье в нашем городе и регионе давно дошло до той стадии, что сценарии и сюжетные линии пишутся не отталкиваясь от реальной работы руководителя, а под пером его пиарщиков и технологов* («Зеркало». 12.02.16). Трансформированная цитата «*умывальников начальник*» из детской сказки «Мойдодыр» К.И. Чуковского

удачно вписывается в текст статьи. С помощью данного заголовка журналисты снижают имидж директора департамента общественных связей, поскольку заголовок вызывает ассоциацию с комической ситуацией «Мойдодыра» и комическим начальником умывальников и командиром мочалок. Отметим, что инновация *отмывальников* возникла в результате мены префикса. Таким образом, для новообразования характерна ироническая окраска и стратегия театральности. «Одним из распространённых в СМИ способов непрямого выражения негативной оценки становится ирония, в основе которой лежит создание двойного смысла, выражение сомнения под видом насмешки, осмеяния» [Рацибурская 2008: 61].

Интересна графически трансформированная цитата из произведения А.С. Грибоедова «Горе от ума»: *АСУДДьи кто* (заголовок)? *Администрация Нижнего Новгорода определилась с подрядчиком по созданию проекта автоматизированной системы управления дорожным движением (АСУДД) в столице Приволжья* («Нижний сейчас». 09.11.16). В результате гибридизации аббревиатуры *АСУДД* и союза *а* с существительным *судьи* возникло новообразование *АСУДДьи*. Кроме того, цитата «*А судьи кто?*» обычно используется в значении ‘презрение к чьему-либо мнению’. Таким образом, журналисты вызывают у читателей ироничное отношение к администрации Нижнего Новгорода, а графический облик новообразования *АСУДДьи* фокусирует на себе внимание адресата. По нашему мнению, автор статьи использует стратегию привлечения и удержания внимания, которая реализуется с помощью тактики риторических вопросов. Риторический вопрос в заголовке помогает расставить в тексте смысловые акценты, указывает читателю, на что необходимо обратить внимание.

Источником прецедентного текста может быть и фольклор: *Эвакуировали-эвакуировали, да не выэвакуировали* (заголовок). *В понедельник, 9 ноября, состоялось очередное заседание постоянной комиссии по транспорту и связи за председательством Алексея Гойхмана. Комиссия выдалась достаточно жаркой, дискуссия не утихла все три с половиной часа, но при этом... при этом всё было до боли скучно и обыденно* («Нижний сейчас». 09.11.15). Новообразование

*выэвакуировали*, образованное префиксальным способом, отсылает читателя к исходному варианту скороговорки: «Тридцать три корабля лавировали, лавировали, да не вылавировали». Таким образом, инновация приобрела шуточно-иронический оттенок и политическую интерпретацию, так как в статье идёт речь о транспортных проблемах Нижнего Новгорода.

В ходе анализа было выявлено, что трансформированные ПФ со сферой-источником «Литература» придают медийному тексту нарочитую двусмысленность, создают иронический эффект, позволяют выразить отношение к описываемому событию или лицу. С помощью данных инноваций можно взглянуть на современные события через призму литературных, библейских и фольклорных произведений, вызвать эмоциональную реакцию читателя, быстро установить с ним контакт, а значит усилить воздействие журналистского текста.

Особого внимания, на наш взгляд, заслуживают прецедентные тексты на базе фразеологизмов и афоризмов.

Одним из главных языковых средств усиления выразительности медийного текста являются трансформированные фразеологические единицы: *Горе ДУКовое* (заголовок). *В Нижнем Новгороде дошло до суда первое уголовное дело о подложных энергопаспортах на многоквартирные дома. По версии следствия, городу как соучредителю районных домоуправляющих компаний в результате фиктивного энергоаудита был нанесен ущерб на сумму свыше 16 млн руб* («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 26.02.13). В заголовке обыгрывается широко известный фразеологизм *горе луковое*, имеющий значение ‘рассеянный, несобранный человек, вызывающий жалость’. Данное устойчивое сочетание стало источником для окказионального *ДУКовое*, образованного с помощью гибридизации аббревиатуры *ДУК* и прилагательного *луковое*. Так, известность фразеологизма *горе луковое* позволяет читателю понять ироническое отношение журналиста к ситуации о подложных энергопаспортах. По нашему мнению, адресант использует стратегию театральности, которая реализуется в тактике иронизирования.

Для нижегородских СМИ характерно обращение к мифологическим источникам. Так, удачным примером является трансформация фразеологизма *гордиев узел* с семантикой ‘сложная проблема, запутанное сплетение обстоятельств’: *Власть хочет разрубить «**каргиев** узел»* (заголовок). <...> *Прочитав номера маршрутов, наша башковитая фэйсбучная общественность заволновалась: 71-й маршрут? Как же так? Ведь именно на нём ведётся бесконечная война опального перевозчика Дмитрия Каргина с администрацией города! Неужели решили окончательно «разъяснить» вопрос и пустить по маршруту только муниципальный транспорт?* («Нижний сейчас». 03.07.15). Фразеологическая инновация *каргиев* возникла с помощью междусловного наложения. Таким образом, трансформированная единица приобретает негативную оценочную семантику, так как мотивирующий фразеологизм является оценочным. Поэтому можно говорить о том, что журналист использует стратегию оценивания и тактику иронизирования.

В медийном тексте могут присутствовать трансформированные крылатые выражения: *Разделяй и **ФАС**твуй* (заголовок). *Девятый арбитражный апелляционный суд вчера признал законным решение ФАС [Федеральной Антимонопольной Службы. – Авт.] России, которая в ноябре прошлого года аннулировала итоги торгов по земельному участку площадью 453 га под застройку в Нижнем Новгороде* («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 31.07.13). Новообразование *ФАС*твуй возникло путем гибридизации аббревиатуры *ФАС* и глагола *властвуй*. Воздействие на читателя осуществляется через отсылку адресата к принципу государственной власти «Разделяй и властвуй». Журналист сообщает потребителю, что у областных властей возникли противоречия с Федеральной Антимонопольной Службой по поводу продажи земельных участков в Нижнем Новгороде. Новообразование *ФАС*твуй выполняет экспрессивную и компрессивную функцию, тем самым создавая эффект новизны и яркости заголовка. Таким образом, журналист использует стратегию компрессии текста и тактику привлечения внимания.

Как видно из примеров, трансформированные единицы на базе фразеологизмов, афоризмов рассчитаны на быструю узнаваемость. Новообразования придают журналистскому тексту выразительность, оценочность, служат средством иронии, создают некий новый смысл, активизируют мыслительную деятельность читателя. Таким образом, авторы статей реализуют стратегию театральности (тактика иронизирования), стратегию оценивания (тактика иронизирования) и стратегию компрессии (тактика привлечения внимания).

Используются также в нижегородских СМИ трансформированные тексты со сферой-источником «Кинематограф»: *Кремлинальное чтиво* (заголовок). *Читательский анализ одного высокопоставленного интервью («Заноза». 26.10.17) ← Кремль + криминальное (чтиво)*. Инновация *кремлинальное* возникла в результате междусловного наложения. Для данного новообразования характерна негативная экспрессивность, так как оно образовано на базе разговорной лексемы. Инновация снимает автоматизм восприятия, побуждает читателя с бóльшим вниманием относиться к форме подачи материала. По нашему мнению, деавтоматизирующая функция усиливает эффективность стратегии привлечения и удержания внимания.

Что касается прецедентных имён в текстах нижегородских СМИ, то их источниками является в большинстве своём «Литература» и «Шоу-бизнес».

В современных медиатекстах активно создаются словообразовательные неологизмы на основе прецедентного онима. В региональных (нижегородских) СМИ широко востребованы имена собственные из литературы, но получившие известность благодаря кинематографу. Так, интересен случай трансформации прецедентного имени с отрицательной коннотацией: *«Гриб-потрошитель»* (заголовок). *В недалёком будущем нижегородцы могут напрочь лишиться своих «зелёных друзей». Угрозу для озеленения областного центра представляет... опёнок осенний – гриб, поражающий сначала ослабленные деревья, а потом, благодаря своей способности распространяться через корни и внешние повреждения, – и все остальные* («Нижегородская правда». 28.03.13). Инновация,

возникшая в результате заменительной деривации, вызывает ассоциацию с серийным убийцей Джеком-потрошителем. В данной статье трансформированное имя собственное указывает на гриб как символ жестокости, разрушительного воздействия. Таким образом, новообразование участвует в реализации стратегии оценивания и тактике иллюстрирования отрицательного.

Другое новообразование на основе прецедентного онома отражает склонность героя произведения Я. Флеминга к сексуальным похождениям: *Секс-бонд* (заголовок). *У Джеймса Бонда в нынешнем году юбилей. Ровно 50 лет назад вышел на экраны первый фильм про супер-шпиона, положивший начало «бондиане». <...> Своей невероятной популярностью виртуальный Джеймс Бонд давно уже затмил своего литературного творца – английского писателя Яна Флеминга* («Новое дело. Нижний Новгород». 18.10.12). Как видно из текста, новообразование создано в результате субституции. С помощью данной инновации журналист реализует стратегию привлечения и удержания внимания, так как новая номинация создает иллюзию близости между адресантом и адресатом.

Отметим, что возможно функционирование прецедентных феноменов с отнесением их к нескольким сферам-источникам. Например, источниками трансформированных прецедентных имён *«Гриб-потрошитель»* и *Секс-бонд* являются как художественные произведения, так и кинофильмы.

В современных СМИ также функционируют трансформированные имена собственные со сферой-источником «Шоу-бизнес»: *Суровые мужчины о чём-то перешептывались и поглядывали на небольшую сцену, где в этот момент появился известный вор в законе Ляпс* («Новое дело. Нижний Новгород». 28.02.13) ← *ляп* + (Григорий) *Лепс*, ср. – Григорий *Лепс*; *Точно! Задолбали журналисты проклятые! – тут же поддержал его другой авторитет Стас Михайлов, известный любитель романтических песен для одиноких женщин* («Новое дело. Нижний Новгород». 28.02.13) ← *махать* + (Стас) *Михайлов*, ср. – Стас *Михайлов*. Как видно из примеров, при междусловном наложении может происходить мена графем. Так, с помощью совмещения узувальных слов и

формального видоизменения графического облика одной из исходных лексем журналисты вкладывают в медийный текст дополнительную информацию. По нашему мнению, журналист использует игровую стратегию, которая реализуется с помощью тактики языковой игры.

Таким образом, в региональных медиатекстах трансформированное имя собственное может принадлежать сферам-источникам «Литература» и «Шоу-бизнес» и выполнять экспрессивно-оценочную функцию.

Проведённое исследование позволяет говорить о том, что в региональных (нижегородских) медиатекстах журналисты активно используют ПФ. В ходе обработки результатов выборки нами были выделены следующие типы прецедентности в нижегородских СМИ: прецедентный текст и прецедентное имя.

Анализ языкового материала показал, что в современных СМИ преобладают прецедентные тексты со сферой-источником «Литература». Это может быть связано, с одной стороны, с тем, что художественная литература изучается в системе школьного литературного образования, а с другой – отражает ментальность русского народа. Поэтому журналисты рассчитывают на образованного читателя, который без труда сможет вспомнить и восстановить в памяти исходные ПФ.

Рассмотренные словообразовательные неологизмы функционируют как средство интертекстуальности. Без опознания адресатом цитаты, названия, библейского слова и т.д. невозможно восприятие всего медийного текста.

Подводя итог, отметим, что прецедентные феномены являются средством речевого воздействия. С их помощью журналисты создают новообразования, которые придают текстам СМИ образность, выразительность, создают иронический подтекст, служат средством привлечения внимания читателя, актуализируют его культурологические знания. Кроме того, прецедентным феноменам свойственна полифункциональность: они выполняют экспрессивно-оценочную, деавтоматизирующую и компрессивную функцию. Следует отметить, что для словообразовательных неологизмов на базе прецедентных феноменов характерны следующие коммуникативные стратегии и тактики: стратегия



театральности (тактика иронизирования), стратегия дискредитации (тактика создания «образа похорон»), стратегия привлечения и удержания внимания (тактика риторических вопросов), стратегия оценивания (тактика иронизирования, тактика иллюстрирования отрицательного), стратегия компрессии текста (тактика привлечения внимания), игровая стратегия (тактика использования языковой игры).

### **3.2. Словообразовательные неологизмы на базе ключевых элементов социокультурного и деривационного пространств как средство речевого воздействия**

Один из способов конструирования действительности – это использование ключевых слов эпохи, которые номинируются терминами «символы эпохи», «высокочастотные слова», «концептуальные слова» и др. С учётом социально-временных факторов можно в подобных случаях предложить термин – «ключевые элементы социокультурного пространства». Данное понятие отражает значимость подобных слов для социально-политической и культурной сфер современного социума. Следует отметить, что границы социокультурного пространства могут различаться в разных социумах, в частности, общероссийском, столичном, региональном.

В диссертационной работе под ключевыми элементами социокультурного пространства мы будем понимать актуальные лексемы, характерные для определённого периода развития социума, отражающие национально-культурные особенности народа, обладающие высокой частотностью употребления. По мнению О.С. Иссерс, «суть её [концепции «ключевых слов». – Авт.] заключается в том, что некоторые лексические единицы можно рассматривать в качестве индикаторов социальных изменений, поскольку они являются “вершинами” концептов, маркерами мировоззрения, системы ценностей» [Иссерс 2013: 47].

Т.В. Шмелёва выделяет следующие признаки данной категории слов: использование лексемы в качестве заголовка, расширение возможностей

метафорического употребления, модификация синонимических и антонимических отношений, употребление в качестве онимов, активизация грамматических возможностей и т.д. [Шмелева 2009: 63].

По-видимому, можно говорить не только о ключевых элементах социокультурного пространства, но и о ключевых словообразовательных моделях, способах, средствах, которые мы предлагаем называть ключевыми элементами деривационного пространства в определённый период времени. Критерием их выделения является продуктивность соответствующих элементов словообразовательного механизма и соответственно большое количество производных [Нефляшева 2009: 178-179]. Кроме того, нередко ключевые слова социокультурного пространства создаются по моделям, которые являются, таким образом, ключевыми элементами деривационного пространства.

В качестве ключевых слов социокультурного пространства могут выступать имена собственные, в частности имена политических и общественных деятелей, деятелей культуры и искусства, если они вызывают устойчивые ассоциации с культурными концептами эпохи, символами, политическими идеями и т.д. Такие имена собственные, в силу своих богатых смысловых связей, обладают определённым деривационным потенциалом, который реализуется в журналистской практике.

В медийных текстах активно используются имена собственные как базовые основы для новых номинаций, образованных суффиксальным способом. Так, в медийном словотворчестве средством РВ являются отвлечённые субстантивные инновации с суффиксом *-щин(а)* с семантикой ‘бытовое или общественное явление, идейное или политическое течение, исторический период, характеризующиеся отношением к лицу, названному мотивирующим существительным’ [Лопатин, Улуханов 2016: 701]: *В народе заговорили, что все эти куцевские образы воплотились не только в глушковщине (как прозвали люди творящийся в Балахне бардак), но и в попытках победить её* («Свободная пресса – Нижний Новгород». 05.04.14); *Коммунисты – единственная база борьбы против «сорокиницы» в Нижнем Новгороде* («Зеркало». 26.08.14); *А ведь*

*сейчас чувствуется, что «шанцевщина» исчерпала себя полностью («Зеркало». 17.04.15); Очень важно, что жидилёвщина людей унижает («Зеркало». 01.09.15); Именно так делается «киселёвщина» на ТВ, основном доселе инструменте пропаганды («Нижегородская правда». 20.04.17). По нашему мнению, исходные антропонимы у данных новообразований являются ключевыми только для регионального социума. Однако в нижегородских СМИ представлены новообразования с суффиксом **-щин(а)**, исходные антропонимы которых являются ключевыми не только для регионального, но и для общероссийского социума: Имея специфический опыт работы в Москве («лужковско-батурицкий амфир»), Шанцев, как талантливый копировальщик, решил продублировать «лужковщину» в Нижегородской области («Зеркало». 17.04.15); Россию в очередной раз эпатировали крикливой жириновщиной («КПРФ в Нижнем Новгороде». 07.10.16); Что касается «навальновщины» как таковой, в том числе, нижегородского митинга, то это политическая провокация «пчёл против мёда» («Заноза». 28.03.17). Проведённый анализ показал, что новообразования с суффиксом **-щин(а)** довольно часто производятся от онимов (А. Глушков, О. Сорокин, Ю. Лужков, В. Шанцев, Ю. Жиделёв, В. Жириновский, А. Навальный, Д. Киселёв). В данных примерах актуализируется модель «имя собственное (антропоним) + суффикс **-щин(а)**». Неодобрительная оценочность инноваций с суффиксом **-щин(а)** обусловлена словообразовательным аффиксом и контекстом. Таким образом, новообразования с суффиксом **-щин(а)** выполняют оценочно-экспрессивную функцию и участвуют в создании стратегии оценивания, которая реализуется с помощью тактики выражения антипатии.*

Обращает на себя внимание активное использование в медийных текстах новообразований с суффиксом **-ец** с семантикой ‘лицо, принадлежащее к общественному течению, направлению, организации, учреждению, связанному с фамилией лица, названного мотивирующим существительным’ [Лопатин, Улуханов 2016: 325]: *Согласен быть на уровне плинтуса, – значит, ты истинный шанцевец («Зеркало». 25.08.15); Представим, что областной центр*

действительно нуждается в некоей защите от внешней «оккупации» со стороны Белого дома, и **сорокинцы** – единственные подлинные «патриоты Нижнего», которые хотят вернуть город его горожанам («Зеркало». 27.04.16); Хорошо в Дзержинске издревле живут только представители местных кланов: **«артамоновцы»**, **«воронинцы»** и прочие – узкий кружок депутатов-коммерсантов местной думы («Зеркало». 12.05.16); В целом, **бочкарёвцы**, удачно проведя выборную кампанию 2015 года в Нижнем Новгороде, решили ничего не менять и на выборах в Госдуму и ЗСНО («Заноза». 22.09.16); Вне местного политсовета остались экс-мэр Арзамаса Анатолий Мигунов и многие старые члены партии, которых условно можно назвать **мигуновцами** – Бадин, Плотицкий («Заноза». 20.12.16); В считанные сутки осады водоканала со стороны городских **«байеровцы»** слили авансовый платёж в 600 миллионов на счета московского ООО «Веград Инжиниринг» («Зеркало». 26.01.17); Но никаких **«аверинцев»** на пьедестале не обнаружилось («Зеркало». 31.05.17); Акция довольно рядовая по замыслу и исполнению (мы в Нижнем ровно то же самое наблюдали в разгар антикаргинской кампании от доблестной кондрашовской администрации – когда ключевых координаторов протеста пытались взломать, создавали от их имени страницы-фейки и пытались сбить с толку рядовых **«каргинцев»**) («Зеркало». 09.06.17); Все **«барклевыцы»**, понятное дело, аффилированы с областным правительством, но именно Попову выпало рулить Водоканалом во время «большого передела» между «шанцевскими» и «сорокинскими» («Зеркало». 01.08.17); Поэтому «Волга» и **«глушковцы»** договорились рулить районом 50 на 50 («Заноза». 29.06.18); Напомним, на минувшей неделе главой администрации Балахнинского района был назначен активист ОНФ Алексей Левкович, один из главных противников клана Глушковых, и ранее подробно рассказавший о том, как **«глушковцы»** почти полностью разворовали нижегородскую Балахну («Версия в Нижнем Новгороде». 31.07.18). Отметим, что в нижегородских СМИ журналисты используют в качестве исходных слов для неодериватов ключевые фамилии, характерные и для общероссийского социума: **Маткин** «укусил» **прохоровцев** (заголовок). Два

*мелких политика Маткин и Досаев устроили борьбу за власть («Ленинская смена». 31.10.13); В качестве «третьей силы» кириенковцы могут злоеюще вторгнуться в наш регион («Заноза». 10.10.16); Фестиваль оперившихся «хабенцев» (заголовок) («Патриоты Нижнего». 08.03.17); Впрочем, Шатилов по неведомой квоте фактически пришёл в Приокскую администрацию на место Исаева – следовательно, бывших жириновцев не бывает («Нижний сейчас». 24.04.17); Во многих городах на владельцев самых разных бизнесов (от типографий до арендодателей помещений), с которыми пытаются договориться «навальновцы», дают служивые люди в штатской с «рекомендациями»... («Зеркало». 09.06.17); Товарищи из полпредства проявили бдительность, доложили наверх, что раскрыли «заговор немцовцев», которые под личиной твердокаменных единокороссов окопались не где-нибудь, а во главе Нижнего Новгорода («Заноза». 14.07.17).* Как видно из примеров, с помощью данного форманта в основном образуются оценочные инновации-агенты. Очевидно, что контекст, в котором используются новообразования на **-еи**, довольно часто оказывается субъективно окрашенным. Журналисты создают предпосылки негативного восприятия социального имиджа общественных деятелей и ставят в унижительное положение лиц, поддерживающих того или иного политика. Таким образом, не подлежит сомнению, что новообразования с суффиксом **-еи** выполняют оценочно-экспрессивную функцию и участвуют в стратегии «свой круг» и тактике «свой-чужой». Отметим, что суффикс **-еи** продуктивен в составе ключевой словообразовательной модели «антропоним + суффикс **-еи**».

На базе антропонимов создаются префиксальные инновации. Особая словообразовательная семантика наблюдается у новых номинаций с приставкой **анти-**, так как в норме имена собственные не предполагают развитие семантики отрицания: *Нет ни «АнтиШанцева», ни «АнтиСорокина», ни «АнтиКондрашова», ни даже собирательного «АнтиДепутата Городской Думы» («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 30.12.13); Нужен альтернативный отчёт – «антисорокин» (заголовок). Антихитом*

прошлой недели стал отчёт главы МСУ Нижнего Новгорода – председателя городской думы Олега Сорокина («Зеркало». 25.03.14). Кроме того, ключевой как для регионального, так и общероссийского социума является фамилия *Навальный*: Кремль после «серого кардинала» Владислава Суркова не продумал эту маленькую деталь для создания **«антинавального»**, считая, что Владимир Путин – это герой для всех, это и есть Россия («Заноза». 14.06.17). Как видно из примеров, новообразования созданы по деривационной модели «префикс *анти-* + антропоним».

Приставка **анти-** может присоединяться к потенциальным новым прилагательным: Тем более что Шанцев наверняка тоже был удивлён **«антиаверинскими»** действиями Сорокина: когда среди «своих» происходит такое, надо наказывать очень строго («Зеркало». 17.11.14); **Антишанцевский «сити»** хотя бы начнёт биться с областным правительством за интересы города... («Ленинская смена». 25.12.15); После **антикондрашовской «революции»** или «переворота», комиссия Пушкина [Василия Пушкина. – Авт.] стала работать намного активнее и требовательнее («Заноза». 18.01.16); Я вообще не очень верю в то, что **«антиникулинский»** план сработает, хотя мимо него пройти защите просто невозможно («Заноза». 12.07.16); Пару недель назад я написал о том, что КПРФ надо либо сконцентрировать все силы в Нижнем Новгороде, заняв чётко выраженную **антисорокинскую** позицию, либо попытаться с ним договориться («Заноза». 13.07.16); Чтобы не усиливать внутривнутрипартийный скандал **антибочкарёвская** оппозиция не пытается взломать офис («Заноза». 08.12.16); В Белом доме посчитали: недовольство митингующих направлено главным образом против городских властей (акция затронула Нижний Новгород, там присутствовали **антикарнилинские** плакаты) («Ленинская смена». 07.04.17); После этого на Носкова вылили ушаты грязи из бердниковского «идеологического блока». Когда Иван Николаевич прибыл в Нижний Новгород и стал смотрящим за «старой администрацией города», а его имя начали упоминать в интернете, сразу мощно потекла по трубам **антиносковская** пропаганда со ссылками на Иркутск («Заноза». 17.05.18). Таким

образом, инновации образованы по словообразовательной модели «префикс *анти-* + прилагательное».

На базе префиксальных прилагательных узуального и неузуального характера могут возникать наречия: *Что касается нижегородцев среднего возраста, то Шанцев этим людям просто неинтересен. Они не настолько глупы и неопытны, чтобы верить в него, но не настолько политически грамотны и активны, чтобы быть настроенными даже не столько **антишанцевски**, сколько антивластно* («Зеркало». 09.09.14); *В итоге, коммунисты попали под перекрёстный огонь, когда Шанцев был настроен **антибулановски**, а Сорокин – **антикузнецовски*** («Заноза». 13.07.16); *В итоге, все 9 депутатов от этих партий настроены **антиантоновски*** («Заноза». 21.09.16). Таким образом, новообразования с префиксом *анти-* выполняют экспрессивную функцию, которая усиливается за счёт нарушения словообразовательной нормы. В приведённых примерах стратегия дискредитации реализуется через тактику выражения антипатии. С помощью данной стратегии журналисты подрывают авторитет политиков.

Префиксально-суффиксальным способом образуются прилагательные-инновации по модели «*про-* + антропоним + *-ск(ий)*» с семантикой «действующий, осуществляемый в пользу того, что названо мотивирующим существительным» [Лопатин, Улуханов 2016: 202]: *Ответ **прошанцевским** провокаторам* (заголовок)! *Есть опасения, что под флагом провокации в СМИ осуществляется захват рейдерами площадки ведущего нижегородского предприятия «Термаль»* («Ленинская смена». 16.01.14); *И ведь забавно, что, по сути, весь сценарий сложился благодаря расколовшейся «Единой России» – **прошанцевский** Бочкарёв и **просорокинский** Буланов* («Зеркало». 11.08.15); ***Прогойхмановские** кадры продолжают удерживать контроль над вопросами городского транспорта* («Заноза». 08.11.16). Необходимо отметить, что довольно популярная модель в сфере политики «*про-* + оним + *-ск(ий)*» послужила для образования оценочных инноваций с отрицательной коннотацией. Таким образом, данные

прилагательные-новообразования выполняют оценочную функцию и участвуют в стратегии оценивания.

С помощью чистого сложения образуются имена прилагательные, которые возникают на базе отантропонимических прилагательных: *Большинство депутатов его молчаливо поддерживали, но была и «сорокинско-кондрашовско-аверинская оппозиция», которая выступала за сотрудничество с областью («Ленинская смена». 16.02.12); Сегодня «банку с раствором» вновь встряхнули и обнаружилось, что кристаллики, желающие участвовать в построении более или менее устойчивых кристаллов власти могут занимать более причудливые конструкции, будь то местоположение на «полпредской» ветке, на «хинштейно-булавиновской», на «шанцевской» или на какой-то иной («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 26.08.13); Так что кондрашовско-сорокинское освоение бюджетных средств на Нижневолжскую набережную – это ни о чём («Зеркало». 22.07.14); Потёмкинско-шанцевская эффективность (заголовок). Судя по пропаганде главы Нижегородской области Валерия Шанцева, он, как минимум, Прометей («Зеркало». 29.09.14); «ЕР» [фракция «Единая Россия». – Авт.] – это мираж в шанцевско-кондрашовской пустыне (заголовок) («Зеркало». 08.05.15); Шанцевско-булавиновские СМИ взвыли: опять деньги решили всё! («Заноза». 11.01.16); А ведь шанцевско-лебедевская команда всюду повторяет о том, что должность председателя Законодательного Собрания чисто представительская («Заноза». 30.09.16); Потому что нет в ЗСНО-2016 [Законодательном Собрании Нижегородской области. – Авт.] шанцевско-антоновского большинства («Заноза». 30.09.16); Кондрашовско-антоновские лжеэксперты пытаются сделать себе известность говоря, что городское руководство неизвестно жителям Нижнего Новгорода («Заноза». 05.06.17); Пример – городская Дума Нижнего Новгорода. Полтора года назад она была разобцена, в ней активно действовали несколько групп влияния: шанцевская, кондрашовско-жижгинская, группа «Сорокин и К<sup>о</sup>», «амельченковско-карнилинская» и прочие, более мелкие группировки. <...> По сути, «отмороженной» в области остаётся только одна группировка –*



**антоновско-аверинская** («Ленинская смена». 16.06.17). Необходимо отметить, что значение подобных инноваций-прилагательных понятно читателю без контекста и позволяет ему безошибочно определить о ком идёт речь в статье.

На базе отантропонимических прилагательных с помощью префиксально-суффиксального способа образуются наречия-новообразования с приставкой **по-** и суффиксом **-и**: *Развод **по-аверински** (заголовок). Тему второго пришествия во власть «лакшери-боя» Антона Аверина обсудили все кому не лень, но хочется сказать пару слов напоследок («Зеркало». 08.10.13); Расправа **по-сорокински** (заголовок). В июне 2013 года с должности председателя постоянной комиссии по экологии гордумы Нижнего Новгорода был смещён депутат Михаил Барковский. Это был акт борьбы главы МСУ – председателя гордумы Олега Сорокина с независимым, самостоятельным депутатом («Зеркало». 02.06.14); Разводки **по-кондрашовски** (заголовок). Глава администрации Нижнего Новгорода Олег Кондрашов не является мастером территориального управления, зато достиг больших высот в интригах («Зеркало». 20.08.14); Дайвинг в пучину рейтингов **по-шанцевски** (заголовок). <...> Поэтому в наших арясилах все дюже напряглись, когда в низовьях рейтинговых таблиц обнаружили Валерия Шанцева («Нижний сейчас». 15.10.15).* Как видно из примеров, данные инновации опосредованно мотивированы онимами. С помощью новообразований журналисты выражают отношение к политическим деятелям. Характеризуя наречия-инновации, можно отметить, что в языке современных СМИ они участвуют в стратегии дискредитации и тактике иллюстрирования отрицательного. Однако необходимо отметить, что новообразования с приставкой **по-** и суффиксом **-и** могут участвовать и в создании стратегии героизации: *Разворот **по-никитински** (заголовок). Начало года для Нижегородского региона и областного центра проходит под знаком реформ и ожидания масштабных обновлений. «Новое во всем» и «Лучшее – враг хорошего» – эти принципы управления врио губернатора Глеб Никитин исповедует одновременно. В целом, за месяц утверждены структура и кадровый состав облправительства, запущен процесс формирования администрации Нижнего Новгорода. Единая и*

*предсказуемая для граждан вертикаль власти, за которую с самого начала ратовал врио губернатора, становится реальностью, набирает обороты («Выксунский рабочий». 07.02.18).* Для достижения целей и задач стратегии героизации журналист использует тактику «Он – профессионал». В рамках данной тактики адресант стремится преподнести с выгодной стороны профессиональные качества политика.

Из всего сказанного следует вывод о том, что в современные тексты СМИ активно включаются новообразования, образованные с помощью суффиксации, префиксации, чистого сложения, префиксально-суффиксального способа. Инновации, мотивированные именами собственными, свидетельствуют об усилении личностного начала, обладают прагматическим потенциалом, стремятся развлечь читателя, оценить описываемые реалии. В текстах современных СМИ новообразования на базе онимов обрастают всё новыми коннотациями, чаще всего пейоративными. Это может говорить об отношении общества к политическим событиям, об уровне свободы в языковом коллективе и о том, что имя собственное обладает социокультурными и идеологическими характеристиками даже вне зависимости от контекста. Таким образом, с помощью инноваций на базе имён собственных журналисты реализуют следующие функции: экспрессивно-оценочную и информативную.

В текстах нижегородских СМИ журналисты активно используют новообразования на базе ключевых элементов социокультурного пространства, представленных именами нарицательными. Так, украинский кризис 2014 года вызвал появление целого ряда новых номинаций: *К тем, кто сейчас прорывается во власть, отношение у многих «майданищиков» весьма скептическое* («Новое дело. Нижний Новгород». 27.02.14); *Говорят, что сотрудники милиции, которые имели несчастье попасть в плен к майдановцам, подвергались жестоким пыткам* («Новое дело. Нижний Новгород». 09.01.15); *А водитель «скорой» умело ушёл от активистов автомайдана, которые начали преследовать его машину* («Новое дело. Нижний Новгород». 09.01.15); *21 февраля по всей стране прошли митинги «антимайдан»* («Борское информационное агентство». 25.02.15);

*Постмайданье в собственном соку* (заголовок). С 1 января 2016 года приостановлено действие договора о зоне свободной торговли России и Украины («Нижегородская правда». 26.01.16); Далее Вострикова убедили, что протестный митинг устроили «*майданистики*», которые сделали ложные вбросы о 300 погибших («Заноза». 13.06.18). В современных СМИ активизировался украинизм *майдан*, на базе которого производные активно образуются путём суффиксации, префиксоидации, префиксации, префиксально-суффиксальным способом. В новообразованиях, созданных узуальными способами, экспрессия может быть «связана с мотивирующей семантикой, а также с семантикой формантов» [Рацибурская 2015: 39].

Ключевые элементы социокультурного пространства могут присутствовать в новообразованиях в сокращённом виде: *Настоящий укроп – это злобное, неадекватное и бешеное чудовище, вечно завидующая России, голова которого работает исключительно на впитывание сведений из укроСМИ* («Новое дело. Нижний Новгород». 10.06.16) ← *Украина/украинский + СМИ*. Таким образом, новообразования, возникшие на базе ключевых слов украинского кризиса, имеют уничижительное или оскорбительное значение, вызывают неприятные ассоциации с трагическими событиями на Майдане. Политические инновации участвуют в создании стратегии оценивания и тактике выражения антипатии, выполняют экспрессивно-оценочную функцию, так как их основная цель – наделить сторонников государственного переворота всевозможными отрицательными качествами.

Новые слова создаются также на базе ключевых лексем социокультурного пространства как общероссийского, так и регионального значения *выборы, дума, мэр*: *Однако этого было явно недостаточно, так как истинные организаторы лжевыборов остались безнаказанными* («КПРФ в Нижнем Новгороде». 23.04.16); *А тут восторженное восприятие того, что выборы делает **недовыборами*** («Заноза». 13.09.16); *Он [О.В. Сорокин. – Авт.] сам в своё время формировал в Думе-2005 **антимэрскую оппозицию** в борьбе с Вадимом Булавиновым* («Заноза». 19.04.17); *Мама-мэр. Сколько часов в ваших сутках? Успеваете работать*

мамой? («Аргументы и факты – Нижний Новгород». 28.06.17); *Тут есть пример экс-мэра областного центра Вадима Булавинова, который был в нулевые годы широко известен по всей области как успешный городской руководитель, и вроде как в нижегородской провинции готовы были поддержать его на губернаторских выборах* («Заноза». 25.07.17). Указанные новообразования появились соответственно в результате префиксоидации (*лже-*), префиксации (*недо-*, *анти-*, *экс-*), сложения (*мама-мэр*).

В рамках игровой стратегии журналисты в современных СМИ используют междусловное наложение: *Мэротворческая миссия* (заголовок). *В Нижегородской области снова предлагают вернуться к «одноглавой» системе МСУ во избежание конфликтов на местах* («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 19.05.16) ← *мэр* + *миротворческая*.

Итак, в качестве исходных ключевых элементов социокультурного пространства могут выступать также имена нарицательные. Особенно активно употребляются в языке СМИ лексемы, значимые для российского социума и связанные с событиями общественно-политического характера на Украине. Подобные новообразования могут создаваться с помощью узуальных (суффиксация, сложение, префиксация, префиксоидация) и неuzuальных (междусловное наложение) способов словообразования. Кроме того, инновации придают тексту выразительность, оценочность, отражают национальные специфические реалии, интерпретируют действительность. Таким образом, новообразования, мотивированные именами нарицательными, выполняют экспрессивно-оценочную функцию и являются средством речевого воздействия.

В связи с социально-политическими переменами, происходящими в обществе, и с развитием техники в текстах современных СМИ активизировались аббревиатуры как базовые слова для новообразований. «Основной процесс использования аббревиации можно датировать концом XIX в., а пик его широкого применения и употребления – это XX в., что можно объяснить развитием человечества и его продвижением в различных областях науки и техники, с

новыми открытиями, с расширением международных, межкультурных отношений» [Костюшкина, Шагланова 2015: 27].

При аббревиации в качестве словообразовательных формантов «выступают неморфемное усечение слов и закреплённый порядок компонентов» [Николина, Фролова, Литвинова 2005: 102]. Аббревиатура обычно сохраняет лексическое значение производящей базы.

Согласно утверждению С.В. Ильясовой, «в ЯИ вовлекаются, как правило, актуальные аббревиатуры, которые можно назвать ключевыми словами текущего момента» [Ильясова 2018: 227]. Так, с помощью суффиксации образованы следующие отаббревиатурные новообразования: *Хотя если у наших людей при слове оппозиция всплывает фигура **КПРФщика** Перова, значит и Ахмахов вполне себе состоявшийся борец «с кровавым режимом» Шанцева и Сорокина («Нижний сейчас». 06.08.15); Когда конкуренты устраивают масштабные пресс-конференции, включаются в решение резонансных проблем, организывают свои фестивали и шествия, **ЛДПРовцы** копошатся...* («Нижний сейчас». 06.08.15); *Ну а **ОБЭПовцы** Петров и особенно его заместитель Никитин – герои не одной публикации на Зеркале («Зеркало». 11.08.17).* Как видно из примеров, новообразования экономно выражают мысль, устраняют избыточную информацию, а значит, участвуют в стратегии компрессии текста и тактике привлечения внимания, являются средством РВ.

Отаббревиатурные новообразования могут быть образованы и неузуальными способами. Так, в языке СМИ создаются новые номинации с помощью графической гибридизации: ***РАНеное** сердце учёного* (заголовок). *Правительство России предложило деконструировать последнее, что осталось от советской науки, – структуру российских академий наук* («Нижегородская правда». 04.07.13); ***ГаРАНтия** успеха* (заголовок). *Директор Федерального исследовательского центра «Институт прикладной физики Российской академии наук» (ИПФ РАН) академик Александр Сергеев – один из главных претендентов на пост президента РАН* («Нижегородская правда». 22.05.17); *По стойке **СМИрно*** (заголовок). *Если дальше так дело пойдёт, то читателями*

газет скоро останутся только работники пресс-служб («Новое дело. Нижний Новгород». 17.10.13); *На **ФОКстроте*** (заголовок). Губернатор потребовал достроить «проблемные» ФОКи в Нижнем Новгороде («Новое дело. Нижний Новгород». 21.05.15); ***ФОКус-группа*** (заголовок). Пять ФОКов и два ледовых дворца откроются в регионе в этом году («Новое дело. Нижний Новгород». 28.05.15); ***ФОКус** не удался* (заголовок). Проект саровского ФОКа, скорее всего, придётся переделывать или переоборудовать («Саров. Net». 18.03.16); *Спортивное «**сРАЖение**»* (заголовок). Организатор мероприятия – бойцовский клуб РАЖ [название бойцовского клуба «РАЖ» расшифровывается как «Радость активной жизни». – *Авт.*] («Светский». 25.05.15); ***СмотрИТе*** (заголовок)! *Вы отлично вышли!* – участники форума информационных технологий «ITFORUM 2020/IT-Джем» принимают комплименты и фотографии от... рекламно-информационного робота («Нижегородская правда». 19.04.16); *Занимательная **УФОлогия*** (заголовок). Сити-менеджер Нижнего Новгорода Сергей Белов не исключил, что исполнения контракта по монтажу оборудования ультрафиолетовой очистки стоков (УФО) подрядчиком «Нижегородского водоканала» – ООО «Веград Инжиниринг» придётся добиваться с помощью правоохранительных органов («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 24.01.17); *Поддай **ГАЗку*** (заголовок)! Впервые за последние четыре года «Группа ГАЗ» закончила год с прибылью, по данным за 2016 год по МСФО [международным стандартам финансовой отчётности. – *Авт.*] («Патриоты Нижнего». 07.06.17); *«**ГАЗель**» до Турции доведёт* (заголовок). В Сакарье открывается дочка «Группы ГАЗ» («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 18.08.17). В данных случаях можно отметить языковую игру, которая построена на совпадении по звучанию узуальных лексем и аббревиатур. Таким образом, новообразования участвуют в игровой стратегии.

В целях выразительности возможны формальные видоизменения графем при графической гибридизации: *Операция по **АСКОПлению*** (заголовок). *Очень, ну очень хотят городские чиновники, чтобы в Нижнем Новгороде воцарилась автоматическая система контроля оплаты проезда (АСКОП)* («Свободная

пресса – Нижний Новгород». 19.11.15) ← *АСКОП* + *оскопление*; *Сергею Белову не СМИшно* (заголовок). Глава администрации Нижнего Новгорода Сергей Белов пока не намерен выполнять одно из первых своих обещаний – сделать кремлёвские оперативки, которые обычно проходят в первый день рабочей недели, открытыми для прессы («Нижний сейчас». 18.01.16) ← *СМИ* + *смешно*; *СМИщение* акцентов (заголовок). Наше журналистское сообщество – субстанция крайне нервная и переменчивая, как котировки мировых бирж («Нижний сейчас». 16.02.17) ← *СМИ* + *смещение*; *Фоковая терапия* (заголовок). Почему заниматься в ФОКах оказалось дороже, чем в элитных фитнес-клубах («Новое дело. Нижний Новгород». 08.09.16) ← *ФОК* + *шоковая (терапия)*; *ВИЧно* живой (заголовок). Молодой нижегородец рассказал, как ему живётся с неизлечимым диагнозом («Новое дело. Нижний Новгород». 25.05.17) ← *ВИЧ* + *вечно*.

Для оценки социальных реалий в качестве исходных слов может привлекаться разговорная лексика с отрицательной экспрессией: *Массовая вузня* (заголовок). Поступить в вуз будет проще («Новое дело. Нижний Новгород». 04.06.15) ← *вуз* + *возня*.

Кроме того, негативная экспрессия может быть связана с семантикой мотивирующего слова: *Городской «ПАЗор»* (заголовок). Кто заинтересован в том, чтобы нижегородцев возили «убитые пазики» («Новое дело. Нижний Новгород». 14.11.13) ← *ПАЗ* + *позор*; *ГОЗизмена* (заголовок). В Нижнем Новгороде обсудили новые поправки к нашумевшему закону о гособоронзаказе («Ленинская смена». 28.04.16) ← *ГОЗ* + *госизмена*. Как видно из примеров, данные инновации участвуют в стратегии оценивания и являются средством РВ.

Проанализированный материал показал, что отаббревиатурные инновации создаются с помощью суффиксации, графической гибридизации. По нашим наблюдениям, новообразования служат средством выражения оценочности, воздействуют на эмоциональную сферу читателя, могут отражать политическую направленность, используются как зрительная помеха. Таким образом,

аббревиатуры-инновации выполняют компрессивную и экспрессивную функцию, тем самым повышая возможность достижения прагматической цели.

Анализ языкового материала позволяет сделать вывод о том, что ключевые элементы социокультурного пространства могут быть представлены именами существительными собственными и нарицательными, аббревиатурами: *Шанцев, Сорокин, Кондрашов, мэр, майдан, выборы, дума, ФОК, СМИ, УФО, ГАЗ* и др. К ключевым можно также отнести не только самостоятельные слова, но и ключевые словообразовательные модели: «антропоним + суффикс *-щин(а)*», «антропоним + суффикс *-ец*», «префикс *анти-* + антропоним», «префикс *анти-* + антропонимическое прилагательное» и др. «Причём, в отличие от ключевых слов текущего момента, которые проявляют словообразовательную активность практически одномоментно и рост новых производных происходит лавинообразно, ключевые модели словообразования требуют длительного периода наблюдений и широкого репрезентативного материала» [Нефляшева 2009: 179]. Отметим, что прагматический эффект инноваций может усиливаться благодаря экспрессивно-оценочной, компрессивной и игровой функциям.

Таким образом, ключевые элементы социокультурного пространства и ключевые элементы деривационного пространства выступают многослойными образованиями, так как в них отражается ценностное отношение коммуникантов к общественно-политической жизни, личностное начало, а также национальные специфические реалии.

### **3.3. Словообразовательные неологизмы как средство инвективизации и вульгаризации речи**

Медиакоммуникация является сегодня основным инструментом воздействия на читателя в современном мире. Влияние СМИ может осуществляться с помощью выражения собственной оценки (чаще всего унижительной) и «подталкивания» аудитории к определённому типу поведения.



Порой такое речевое общение формирует вербальную агрессию как форму коммуникации.

Необходимо отметить, что среди лингвистов нет единого определения вербальной агрессии. Так, речевую агрессию рассматривают как «негативизирующее речевое поведение, реализующееся в деструктивных формах» [Воронцова 2010: 93], «проявление словесной грубости, выражение отрицательных эмоций и намерений в неприемлемой в данной ситуации и оскорбительной для собеседника форме» [Щербинина 2011: 126].

Кроме того, вербальную агрессию трактуют как способ речевого воздействия. «Основанием для трактовки вербальной агрессии как способа речевого воздействия является тот факт, что в основе речевой агрессии, с точки зрения прагматики, лежит однонаправленное эмоциональное негативизирующее речевое воздействие на адресата (суггестия). При использовании речевой агрессии отправитель высказывания делает ставку на эмоциональное воздействие» [Шамне, Карякин 2011: 206].

Подводя итог всем названным определениям, предлагаем понимать под вербальной (речевой) агрессией мотивированное поведение, нарушающее этико-речевую норму, нацеленное на оскорбление, а также перенасыщение текста отрицательной информацией.

Одним из способов реализации вербальной агрессии является инвективизация и вульгаризация речи с использованием соответствующей лексики. «К указанной лексике относятся слова и выражения, заключающие в своей семантике, экспрессивной окраске и оценочном компоненте содержания намерение говорящего или пишущего унижить, оскорбить, обесчестить, опозорить адресата речи в как можно более резкой и циничной форме» [Петрова, Рацибурская 2011: 43-44].

Так, новообразования могут ассоциироваться с инвективной, обценной лексикой: *Потреблятство* (заголовок). *В кого мы превращаемся, проводя часы и дни в торговых центрах?* («Новое дело. Нижний Новгород». 11.07.13); *«Косметика» вместо «перетрахивания»* (заголовок). *Очевидно, что за девять*

лет правления Валерия Шанцева правительство Нижегородской области постарело, утратило мобильность и эффективность («Зеркало». 30.09.14); Когда в 2014 году на востоке Украины жителей Донбасса порошковские **ВСУчата** и ПСы попытались раскатать танками, наш журналист не колебался ни секунды («Ленинская смена». 05.05.17); Кризис в моей жизни закончился... наступил полный **стабилиздец!** (заголовок) («Новое дело. Нижний Новгород». 11.05.17); По всем отечественным электронным СМИ <...> с чудовищным напором распространилась радостная волна: наш-то, Валерий-то Павлиныч, не просто теперь **губернахтор** («Зеркало». 03.07.17); Зато этим «чумачечим» **ездюком** заинтересовался первый же встречный патруль ДПС («Ленинская смена». 14.07.17); Ритмичное движение пассажирского транспорта по графикам так и осталось мечтой **«пассажира-идиота»** («Заноза». 10.08.17); Арбитраж поставил точку в «деле о шахунской шубе» (заголовок). Эта история попала в федеральный эфир, ведущий Владимир Соловьёв отреагировал новым выражением: **«Ошахуньели!»** («Репортёр-НН». 07.08.18). Данные инновации возникли в результате междусловного наложения (с возможными формальными видоизменениями) (*потреблятельство*, «перетрахивания», *ВСУчата*, *стабилиздец*, *ездюком*), тмезиса, при котором одно из узуальных слов вставляется в другое (*губернахтор*, «*ошахуньели*»), чистого сложения («*пассажира-идиота*»). Как видно из примеров, словообразовательные неологизмы участвуют в стратегии оценивания и тактике иллюстрирования отрицательного. Необходимо отметить, что новообразования эмоциональны, экономичны, однако наносят моральный урон адресату, понижают его социальный статус. Такие номинации находятся на грани допустимого, поэтому журналисты не должны демонстрировать низкий уровень культуры речи и коммуникативную неграмотность. Кроме того, новообразования, употреблённые в инвективной функции, могут стать основаниями для судебных разбирательств.

Использование агрессивных номинаций в современных СМИ следует признать неуместным. Неправильно выбранные языковые средства или тактики и стратегии адресанта могут привести к коммуникативной неудаче, «осечке» (по

Дж. Остину). Под ней мы будем понимать сбой в общении, недостижение цели говорящим.

Так, например, неудачной может показаться следующая инновация: **ЗдрaвоЗахоронение** (заголовок). *К 2021 году в России будет столько же больниц, сколько было в 1913 году!* («КПРФ в Нижнем Новгороде». 02.08.17), ср. исходное *здравоохранение*. Данная статья посвящена сокращению больниц в Российской Федерации. Автор говорит о том, что россияне стали всё чаще умирать, не дождавшись бригады врачей, а также в дороге. При создании иронического заголовка *ЗдрaвоЗахоронение*, образованного с помощью заменительной деривации с графически выделенным сегментом, журналисты не учли морально-нравственных ограничений.

Неуместным также следует признать следующее новообразование, созданное с помощью междусловного наложения: *Скинуться на блага для наших олигархов от ЖКХ, мусора и энергетики – давно почётная обязанность нищегородцев* («Зеркало». 07.07.16) ← *нищие* + *нижегородцы*. В статье журналист путём словесных манипуляций осуществляет дискурсивное конструирование ненависти к представителям власти, нарушает этические нормы, используя речевой акт иронии в качестве завуалированного выражения отрицательных агрессивных эмоций. Таким образом, автор статьи, критикуя существующее положение дел в городе, преступает нравственную границу, после которой информация приобретает негативную коннотацию. На наш взгляд, журналист использует стратегию оценивания.

Анализ текстов современных региональных (нижегородских) СМИ показывает, что довольно часто в статьях используется информация, насыщенная отрицательным содержанием, так как для достижения своих целей журналисты проявляют вербальную агрессию. Данный феномен реализуется с помощью сниженной, инвективной лексики.

Агрессивные новообразования свидетельствуют о лингвокреативной составляющей современных нижегородских СМИ, однако грубые и не всегда корректные лексемы могут затруднять эффективность общения, усложнять обмен

информацией, обострять противоречия, исказить восприятие адресата. Цель данного феномена – привлечь внимание аудитории, побудить её к действиям, оказать психологическое воздействие на читателя, понизить статус противника.

Однако необходимо отметить, что «речевая агрессия, как доминирующее поведение журналиста в постсоветских СМИ, резко осуждалась и осуждается российскими исследователями массмедиа, что имеет положительный эффект: современные качественные СМИ “культивируют” качественный литературный язык. Градус речевой агрессии заметно снизился и в массовой прессе» [Клушина 2014: 62].

Проанализировав словообразовательные неологизмы как средство инвективизации и вульгаризации речи в нижегородских СМИ, мы можем сказать, что вербальная агрессия реализуется с помощью стратегии оценивания (тактика иллюстрирования отрицательного, тактика иронизирования). Многие новообразования двусмысленны, не рассчитывают на интеллектуальную подготовку читателя, поэтому выполнение той или иной функции во многом зависит от структурных особенностей инноваций.

## **Выводы**

В данной главе на материале текстов региональных СМИ начала XXI века были исследованы когнитивно-дискурсивные функции словообразовательных неологизмов как средства речевого воздействия.

В региональном медиатексте выявлены такие типы прецедентных феноменов, как прецедентный текст и прецедентное имя. Источниками прецедентности являются сферы «Литература», «Фразеологизмы, афоризмы», «Шоу-бизнес». Более частотными в текстах современных СМИ являются прецедентные тексты со сферой-источником «Литература». Это связано, на наш взгляд, с системой школьного литературного образования.

Многоаспектность теории прецедентности позволяет актуализировать в региональных СМИ широкий спектр функций прецедентных феноменов.

Наиболее значимыми являются экспрессивно-оценочная, деавтоматизирующая и компрессивная функции. В современных СМИ прецедентные феномены связаны преимущественно со следующими стратегиями: стратегия театральности (тактика иронизирования), стратегия дискредитации (тактика создания «образа похорон»), стратегия привлечения и удержания внимания (тактика риторических вопросов), стратегия оценивания (тактика иронизирования, тактика иллюстрирования отрицательного), стратегия компрессии текста (тактика привлечения внимания), игровая стратегия (тактика использования языковой игры).

В региональных СМИ активно используются имена собственные, имена нарицательные, аббревиатуры, словообразовательные модели как базовые основы для новых номинаций.

Под ключевыми элементами социокультурного пространства мы будем понимать актуальные лексемы, характерные для определённого периода развития социума, отражающие национально-культурные особенности народа, обладающие высокой частотностью употребления.

Можно говорить не только о ключевых элементах социокультурного пространства, но и о ключевых словообразовательных моделях, способах, средствах, которые мы предлагаем называть «ключевыми элементами деривационного пространства» в определённый период времени. Критерием их выделения является продуктивность соответствующих элементов словообразовательного механизма и соответственно большое количество производных [Нефляшева 2009: 178-179].

Кроме того, нередко ключевые слова социокультурного пространства создаются по моделям, которые являются, таким образом, ключевыми элементами деривационного пространства.

В текстах современных СМИ инновации на базе ключевых элементов социокультурного пространства и по ключевым словообразовательным моделям могут быть образованы с помощью узуальных (суффиксация, префиксация, префиксально-суффиксальный способ, чистое сложение, префиксоидация) и

неузуальных (междусловное наложение, графическая гибридизация) способов деривации.

Словообразовательные неологизмы на базе ключевых элементов социокультурного и деривационного пространств связаны не столько с экспрессивно-оценочной, игровой, компрессивной функцией, сколько со стратегией оценивания (тактика выражения антипатии), стратегией «свой круг» (тактика «свой-чужой»), стратегией дискредитации (тактика выражения антипатии, тактика иллюстрирования отрицательного), стратегией героизации (тактика «Он – профессионал»), игровой стратегией (тактика использования языковой игры), компрессии текста (тактика привлечения внимания).

Результатом реализации инвективной функции словообразовательной игры в ряде случаев является вербальная агрессия. Употребление новообразований как средства инвективизации и вульгаризации речи связано со стратегией оценивания (тактика иллюстрирования отрицательного, тактика иронизирования).

Вербальная агрессия недопустима с морально-этической точки зрения, так как она затрудняет эффективность общения, порождает страхи и фобии, усложняет обмен информацией, обостряет противоречия, повышает конфликтность коммуникации, искажает восприятие адресата.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведённого исследования были выявлены структурно-функциональные особенности словообразовательных неологизмов как средства речевого воздействия на сознание носителей языка в текстах нижегородских СМИ начала XXI века. Выбор языкового материала был обусловлен востребованностью инноваций в современной медиакommunikации.

Под речевым воздействием в данном исследовании понимается целенаправленное влияние на установки, намерения, сознание аудитории с целью моделирования реальности и внесение выгодных для коммуникатора изменений, сопровождающихся вербальными и невербальными средствами.

Кроме того, в работе обосновывается целесообразность выделения языковой (речевой) манипуляции как вида речевого воздействия. Основным признаком, разграничивающим РВ и манипуляцию, является сознательность или бессознательность действий читателя.

Основой речевого воздействия является стратегический подход, подразумевающий обращение к коммуникативным стратегиям и тактикам. Коммуникативная стратегия в работе трактуется как комплекс речевых действий, с помощью которых достигается коммуникативная или практическая цель. Тогда как тактика нами будет пониматься как речевое действие, направленное для реализации стратегии.

Анализ новообразований в текстах нижегородских СМИ свидетельствует о том, что современная медиакommunikация создаёт широкие возможности для реализации узуальных способов словообразования (58 %), в рамках которых с помощью префиксации образовано 30 % новообразований, суффиксации – 10 %, аффиксоидации – 27 %, сложения – 33 %. Ведущими способами производства словообразовательных неологизмов являются сложение и префиксация. Это можно объяснить активизацией процесса заимствования, стремлением журналистов к более компактным формам выражения.

Анализ узуальных словообразовательных неологизмов показал преобладание новообразований, реализующих следующие коммуникативные стратегии: стратегия оценивания («антисанкции», «антиЯма», «телевизионщина»), стратегия дискредитации (*недопосол*, *квазиСМИ*, *псевдо-банк*, *журналюшки*, *Панамагейт*), стратегия разговорности («крупняк», *геймерша*), стратегия театральности (*лже-билеты*, *топ-блогер*), стратегия популяризации действий («эко-Берег», *эко-завтрак*), стратегия компрессии текста (*партия-импотент*).

В региональных СМИ широко представлены такие словообразовательные неологизмы, которые созданы неузуальными способами (42 %), в рамках которых путём гибридизации образовано 88 % новообразований, заменительной деривации – 12 %.

Активность процесса гибридизации можно объяснить тем, что гибриды привлекают внимание адресата, стимулируют его фантазию, делают текст более выразительным. Основными разновидностями гибридизации являются: междусловное наложение (*Мармеладзе*, «*дебатлы*»), графическая гибридизация (*ОБЪЕКТИВный*, *(де)монстрация*, *пре-красный*).

Прагматика использования словообразовательных неологизмов, созданных неузуальными способами, разнообразна и состоит в реализации следующих стратегий: игровая стратегия (*Шуровая*, *универсамоуправство*), стратегия компрессии текста (*ТРУДный*, *IT-гений*), стратегия разоблачения (*Каргин-почти-политик*), стратегия «свой круг» (*КосмосНаш*), стратегия привлечения и удержания внимания (*об100ятельств*, *до100яние*), стратегия оценивания («*ЯМ.NET*», *тайны.net*), стратегия театральности (*финансово-оздоровительный*, «*ОРВИ-бум*»), стратегия дискредитации (*Мармеладзе*).

СМИ являются важнейшим средством воздействия на аудиторию, так как журналисты не только информируют о произошедших событиях, но и создают необходимый образ действительности, управляют общественным мнением. В ходе исследования были выявлены следующие средства речевого воздействия: прецедентные феномены, ключевые элементы социокультурного пространства и



ключевые элементы деривационного пространства, средства инвективизации и вульгаризации речи.

Рассмотренный материал свидетельствует о том, что в региональных СМИ в качестве деривационной базы используются два основных типа прецедентных феноменов: прецедентный текст и прецедентное имя. При этом источниками прецедентности являются сферы «Литература», «Фразеологизмы, афоризмы», «Шоу-бизнес». В региональном дискурсе СМИ наиболее актуальными стимулами для речетворческой деятельности являются прецедентные тексты со сферой-источником «Литература». Это связано, на наш взгляд, с системой школьного литературного образования и ментальностью русского народа.

В региональных СМИ представлен широкий спектр функций прецедентных феноменов. Наиболее значимыми являются экспрессивно-оценочная, деавтоматизирующая и компрессивная функции. Данные функции реализуются в шести основных стратегиях – театральной (*гуси-kozyри, ДУКовое*), дискредитации (*негамбит*), привлечения и удержания внимания (*АСУДДьи, кремлинальное*), оценивания («*каргиев*», «*Гриб-потрошитель*»), компрессии текста (*ФАСтвуй*), игровой (*Ляпс, Махайлов*).

Используя прецедентные феномены, адресанты создают словообразовательные неологизмы, которые придают текстам СМИ эмоциональную насыщенность, иронический подтекст, служат средством привлечения внимания читателя, актуализируют его культурологические знания.

Ключевые слова эпохи рассматриваются с учётом социально-временного фактора как ключевые элементы социокультурного пространства. Под ключевыми элементами социокультурного пространства понимаются актуальные лексемы, характерные для определённого периода развития социума, отражающие национально-культурные особенности народа, обладающие высокой частотностью употребления. Вводится понятие ключевых элементов деривационного пространства. Под ключевыми элементами деривационного пространства мы предлагаем понимать наиболее востребованные, продуктивные словообразовательные модели, способы, средства создания новообразований, а

также те части словообразовательного механизма, которые участвуют в реализации словообразовательного потенциала ключевых элементов социокультурного пространства.

Ключевые элементы социокультурного пространства могут выполнять экспрессивно-оценочную, информативную, компрессивную и игровую функции. Кроме того, были выявлены прагматические особенности функционирования ключевых элементов деривационного пространства и ключевых элементов социокультурного пространства в региональных СМИ, связанные со стратегиями оценивания («киселевщина», прощанцевским, ГОЗизмена), «свой круг» («баклевцы», «навальновцы»), дискредитации (антиантоновски, антишанцевски), героизации (по-никитински), игровой (мэротворческая, ГАЗку), компрессии текста (КПРФщика).

Анализ словообразовательных неологизмов в региональных СМИ свидетельствует о том, что журналисты довольно часто проявляют вербальную агрессию. Мы попытались показать, что вербальная (речевая) агрессия – мотивированное поведение, нарушающее этико-речевую норму, нацеленное на оскорбление, а также перенасыщение текста отрицательной информацией. Наиболее значимой является инвективная функция, которая реализуется в стратегии оценивания (ВСУчата, губернахтор, «пассажир-идиот»).

Систематизация различных классификаций стратегий и тактик позволила выделить основные стратегии и тактики, используемые журналистами в текстах региональных СМИ: стратегия дискредитации (тактика иллюстрирования отрицательного, тактика создания «образа похорон», тактика иронизирования, тактика выражения антипатии), стратегия оценивания (тактика иронизирования, тактика иллюстрирования отрицательного, тактика выражения антипатии, тактика само-возвышения, тактика презентации), стратегия разговорности (тактика иллюстрирования отрицательного), стратегия театральности (тактика предупреждения, тактика презентации, тактика иронизирования), стратегия популяризации действий (тактика формирования положительного отношения к природе и закрепления норм «экологически грамотного» поведения), стратегия

компрессии текста (тактика привлечения внимания), игровая стратегия (тактика использования языковой игры), стратегия разоблачения (тактика иронизирования), стратегия привлечения и удержания внимания (тактика создания новизны, тактика риторических вопросов), стратегия «свой круг» (тактика «свой-чужой»), стратегия героизации (тактика «Он – профессионал»).

Исследование позволило выявить связи между структурно-семантическими особенностями словообразовательных неологизмов и реализацией с их участием соответствующих стратегий и тактик, что также отражено в приложении.

Представляется целесообразным дальнейшее выявление закономерных связей между ключевыми элементами социокультурного и деривационного пространств. Кроме того, описанные в настоящем исследовании принципы анализа когнитивно-дискурсивных функций речевого воздействия могут быть использованы при исследовании других типов дискурса.

**БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК****Источники*****Периодические печатные издания:***

1. «Аргументы и факты – Нижний Новгород». 2013-2017.
2. «Версия в Нижнем Новгороде». 2015-2018.
3. «Выксунский рабочий». 2018.
4. «Город и горожане». 2015.
5. «Дзержинское время». 2015-2016.
6. «Колючий Саров». 2014-2015.
7. «Коммерсантъ – Нижний Новгород». 2012-2014; 2016-2017.
8. «КПРФ в Нижнем Новгороде». 2016-2017.
9. «Курс Н». 2016-2018.
10. «Ленинская смена». 2012-2018.
11. «Нижегородская правда». 2012-2017.
12. «Нижегородский рабочий». 2014-2017.
13. «Новое дело. Нижний Новгород». 2011-2018.
14. «Патриоты Нижнего». 2015-2017.
15. «Светский». 2015.
16. «Свободная пресса – Нижний Новгород» (ранее – «Новая газета в Нижнем Новгороде»). 2014-2016.
17. «Pro Город – Нижний Новгород». 2011; 2013-2016.

***Интернет-издания:***

18. «Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 2012-2013; 2015-2018.
19. «Борское информационное агентство». 2015
20. «Выкса. РФ». 2013; 2016.
21. «В городе N». 2015; 2018.
22. «Заноза». 2015-2018.
23. «Зеркало». 2013-2017.

24. «Криминальная хроника Нижегородской области». 2018.
25. «Нижний сейчас». 2015-2017.
26. «Открытый Нижний». 2016.
27. «Правда ПФО». 2016.
28. «Репортёр-НН». 2017-2018.
29. «Саров». 2014-2015.
30. «Саров. Net». 2011; 2016-2017.
31. «Твой Бор». 2016-2017.
32. «Arzamas.center». 2017.
33. «NewsNN.ru». 2016.

***Телекомпания:***

34. «Волга». 2013.

***Радио:***

35. «Европа плюс. Нижний Новгород». 2016.

### **Научная и научно-методическая литература**

36. Ажигова Т.М. Неономинии начала XXI века в современном русском языке (на материале региональной прессы): автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01. – Ставрополь, 2009. – 23 с.
37. Акимова Ю.В., Лебедев А.А., Минеева З.И. Актуальное словообразование в свете новых информационных технологий // Учёные записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2014. – № 1. – С. 172-178.
38. Акопянц А.М. К вопросу о коммуникативно-прагматической валидности лексических новообразований в дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 5-1(59). – С. 30-33.
39. Алаторцева С.И. Проблемы неологии и русская неография: автореф. дис. ...д-ра филол. наук: 10.02.01. – Санкт-Петербург, 1999. – 42 с.

40. Амири Л.П. Графическая окказиональность как стилеобразующее средство в текстах рекламного дискурса (на материале XX-XXI вв.) // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г.Белинского. – 2012. – № 27. – С. 176-182.

41. Амири Л.П. Феномен иноязычности в текстах современной рекламной коммуникации как способ стилеобразования и создания экспрессивности // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. – 2011. – № 16. – С. 53-64.

42. Анисимова Л.А. Лексические особенности языка современной российской качественной и массовой прессы. Неологизмы: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. – Москва, 2010. – 19 с.

43. Артамонова Ю.Д., Кузнецов В.Г. Герменевтический аспект языка СМИ // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. – С. 99-117.

44. Бабенко Н.Г. Типология поэтических неологизмов конца XX – начала XXI века // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. – 2011. – № 8. – С. 84-91.

45. Балахонская Л.В., Сергеева Е.В. Лингвистика речевого воздействия и манипулирования. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2017. – 352 с.

46. Басенко Г.В. К вопросу об эффективности речевого воздействия в психолингвистическом аспекте // Психология и педагогика XXI века: теория, практика и перспективы. – 2015. – С. 264-265.

47. Беданокова З.К. Словообразовательная игра: к вопросу о функционально-стилевом статусе рекламы // Научная мысль Кавказа. – 2010. – № 3 (63). – С. 177-183.

48. Беданокова З.К. Эвокативность как когнитивно-семиотическая и речезыковая форма (на примере российской рекламы): дис. ...д-ра филол. наук: 10.02.19; 10.02.01. – Майкоп, 2017. – 415 с.

49. Божко Н.А. Индивидуально-авторские преобразования фразеологических единиц в языке художественной прозы (на материале произведений В. Токаревой): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Тюмень, 2015. – 198 с.
50. Борисова С.С. Персуазивные стратегии в аналитических жанрах медиатекста: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Орёл, 2016. – 250 с.
51. Брагина А.А. Неологизмы в русском языке. – М.: Просвещение, 1973. – 224 с.
52. Бронникова Ю.О. Словообразовательные средства выражения оценки в русском языке // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2014. – № 12-1. – С. 276-279.
53. Бубнова Н.А. Ключевые слова социального словаря как инструмент речевого воздействия и манипуляции сознанием в аналитической публицистике: автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01. – Москва, 2012. – 23 с.
54. Бубнова Н.А. Речевое воздействие и манипулирование сознанием: соотношение понятий // Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом. – 2011. – № 1. – С. 16-19.
55. Будниченко Л.А. Внушение как способ речевого воздействия и знаки препинания // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 2. История. – 2003. – № 4. – С. 117-119.
56. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М.: Логос, 2003. – 304 с.
57. Вальтер Х. Лексические и фразеологические неологизмы: общее и различное // Мир русского слова. – 2011. – № 2. – С. 14-19.
58. Вахтель Н.М. Речевые акты эмоционального воздействия в позиции газетного заголовка // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2004. – № 2. – С. 47-49.
59. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов / Пер. с англ. А. Д. Шмелева. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.

60. Вепрева И.Т., Купина Н.А. Респект и уважуха // Русский язык за рубежом. – 2012. – № 2(231). – С. 113-116.
61. Вердербер Р., Вердербер К. Психология общения. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2003. – 320 с.
62. Винокур Г.О. Маяковский – новатор языка. – М.: Советский писатель, 1943. – 136 с.
63. Власян Г.Р. Природа речевого воздействия // Вестник Челябинского государственного университета. – 2007. – № 20. – С. 31-34.
64. Власян Г.Р. Различные подходы к определению лингвистической вежливости // Вестник Нижневартковского государственного университета. – 2010. – № 3. – С. 29-39.
65. Воеводина Г.А. Функциональная специфика интернационализмов в современном русском языке // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – № 4(144). – С. 154-157.
66. Волков А.А. Филология и риторика массовой информации // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. – С. 118-132.
67. Волков С.С., Сенько Е.В. Неологизмы и внутренние стимулы языкового развития // Новые слова и словари новых слов. – Л.: Наука, 1983. – С. 43-57.
68. Володина М.Н. Социальная и информационно-языковая роль текстов массовой коммуникации // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе / под ред. А.Г. Пастухова. – Орел: Орловский государственный институт культуры. – 2015. – С. 20-26.
69. Воробьев В.В. Культурологическая парадигма русского языка. Теория описания языка и культуры во взаимодействии. – М.: ИРЯП, 1994. – 76 с.
70. Воронцова Т.А. Речевая агрессия как вторжение в когнитивное пространство // Социо- и психолингвистические исследования. – 2010. – № 14. – С. 91-99.



71. Воронцова Т.А. Речевая агрессия: коммуникативно-дискурсивный подход: автореф. дис. ...д-ра филол. наук: 10.02.19. – Челябинск, 2006. – 43 с.
72. Воронцова Ю.А. Неология и неологизмы // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 2-1. – С. 111-114.
73. Габинская О. А. Типология причин словотворчества. – Воронеж: Издательство Воронежского университета, 1981. – 152 с.
74. Гак В.Г. Новые слова и новые словари // Новые слова и словари новых слов. – Л.: Наука, 1983. – С. 15-29.
75. Гак В.Г. Сопоставительная лексикология (на материале французского и русского языков): монография. – М.: Международные отношения, 1977. – 264 с.
76. Галактионов А.П., Попова Т.В. Морфемные типы номинативных полиграфиксатов-симплексов в современном русском языке // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2011. – № 5-1. – С. 313-317.
77. Глинчевский Э.И. Средства речевого воздействия в языке СМИ // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2005. – № 4. – С. 18-27.
78. Головин Б.Н. Введение в языкознание. – М.: Высшая школа, 1978. – 321 с.
79. Голуб И. Б. Стилистика русского языка. – М.: Рольф, 2001. – 448 с.
80. Горло Е.А. Прямое речевое воздействие в стихотворном тексте // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2006. – № 24. – С. 554-563.
81. Горячев А.А. Моделирование речевого воздействия в рекламной коммуникации: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.19. – Санкт-Петербург, 2010. – 296 с.
82. Горяйнова А.В., Симакова С.И. Инфографика – современный подход к визуализации журналистских материалов // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2010. – Т. 2. – № 6. – С. 68-73.

83. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. – М.: Прогресс, 1985. – С. 217-238.

84. Григоренко О.В. Новые словообразовательные гнезда с вершиной-неологизмом со значением лица // Известия Уральского федерального университета. Серия 2: Гуманитарные науки. – 2011. – № 1. – С. 145-155.

85. Григорьев В.П. Словотворчество и смежные проблемы языка поэта. – М.: Наука, 1986. – 253 с.

86. Гридина Т.А. Произвольная мотивация как механизм языковой игры // Известия Уральского университета. – 2000. – № 17. – С. 51-56.

87. Гришечко Е.Г. Определение понятия речевого воздействия и виды этого воздействия // Гуманитарные и социальные науки. – 2008. – № 4. – С. 53-59.

88. Грищева Е.С. К вопросу о статусе графической окказиональности в современном русском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2012. – №7-2 (18). – С. 68-70.

89. Грищева Е.С. Структурно-семантическое и функциональное описание лексических окказионализмов в рамках теории элокутивного поля: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Абакан, 2006. – 232 с.

90. Гугунава Д.В. (Идео)графическое словообразование? // Преподавание и изучение русского языка и литературы в контексте современной языковой политики России: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции Российского общества преподавателей русского языка и литературы. – Нижний Новгород: Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2002. – С. 79-81.

91. Гукасова М.В. Оценочная модальность английских фразеологических единиц и способы её реализации в контексте эмоционально-предметной направленности: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Пятигорск, 2016. – 23 с.

92. Гулыга Е.В., Розен Е.В. Новое и старое в лексике и грамматике немецкого языка. – Л.: Просвещение, 1977. – 160 с.

93. Дедова О.В. О языке интернета // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. – 2010. – № 3. – С. 25-38.
94. Дейк Т.А. ван. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации: монография. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. – 344 с.
95. Денисова Э.С., Немцева Е.В. Стратегии идентификации нового слова (на материале свободного ассоциативного эксперимента) // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2008. – № 2 (34). – С. 120-126.
96. Денисюк Е.В. Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01. – Екатеринбург, 2003. – 200 с.
97. Дёмина М.А. Медиавоздействие и его составляющие: когнитивно-прагматический анализ // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2012. – № 1 (634). – С. 65-77.
98. Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии: монография. – М.: НИУ ВШЭ. – 2012. – 572 с.
99. Добросклонская Т.Г. Методы анализа видео-вербальных текстов // Медиалингвистика. – 2016. – № 2 (12). – С. 13-25.
100. Ермакова Е.Н. Окказиональность как проявление инновационных процессов в сфере слово- и фразообразования современного русского языка // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2015. – Т. 21. – № 6. – С. 95-99.
101. Ермакова Е.Н. Отфразеологическая деривация как инновационный процесс в современном русском языке // Актуальные проблемы филологии. – 2015. – С. 51-58.
102. Ермакова Е.Н. Преобразовательные возможности современного русского языка: окказиональные и потенциальные слова и фразеологизмы // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2012. – № 3. – С. 289-298.
103. Жданова Е.А. Особенности именного префиксального словообразования в русском языке конца XX века // Вестник Волгоградского

государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2010. – Т.2. – № 2-12. – С. 56-61.

104. Жданова Е.В. Взаимодействие речевых стратегий и психолингвистического типажа коммуникантов // Наука. Инновации. Технологии. – 2007. – № 6. – С. 136-140.

105. Желтухина М.Р. Медиавоздействие на сознание и поведение адресата // Вестник Центра международного образования Московского государственного университета. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. – 2014. – № 4. – С. 65-73.

106. Желтухина М.Р. Медiateксты в современной массовой коммуникации // Вестник Центра международного образования Московского государственного университета. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. – 2013. – Т. 3. – С. 7-11.

107. Желтухина М.Р. Современный медиадискурс и медиакультура воздействия // Верхневолжский филологический вестник. – 2016. – № 4. – С. 154-159.

108. Желтухина М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: автореф. дис. ...д-ра филол. наук: 10.02.19. – Москва, 2004. – 45 с.

109. Желтухина М.Р., Шмелёва О.Д. Адресованность в медиарекламе: адресант и адресат // Проблемы современной науки. – 2014. – № 13. – С. 67-74.

110. Журавлёв А.Ф. Технические возможности русского языка в области предметной номинации // Способы номинации в современном русском языке. – М.: Наука, 1982. – С. 45–109.

111. Заварзина Г.А. Русская лексика государственного управления: история формирования и современные процессы развития: дис. ...д-ра филол. наук: 10.02.01. – Воронеж, 2014. – 409 с.

112. Заварзина Г.А. Словообразовательные общественно-политические неологизмы в русском языке новейшего периода // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. – 2009. – №2. – С. 5-10.

113. Завьялова Г.А. Особенности функционирования прецедентных феноменов в детективном дискурсе (на материале английского и русского языков): дис. ...канд. филол. наук: 10.02.19. – Кемерово, 2014. – 185 с.

114. Загоровская О.В. Русский язык на рубеже XX-XXI веков: исследования по социолингвистике и лингвокультурологии: монография. – Воронеж: Научная книга, 2013. – 232 с.

115. Загоровская О.В., Насер Фалих М.Н. Сильные и слабые инновации в дипломатической лексике русского языка на рубеже XX-XXI вв. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 12-2(30). – С. 75-77.

116. Зайцева А.В. Типология текстов экологического дискурса ФРГ: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.04. – Смоленск, 2014а. – 253 с.

117. Зайцева Е.А. О некоторых способах образования окказиональных слов (на материале современных СМИ) // Самарский научный вестник. – 2014б. – №1(6). – С. 50-53.

118. Земская Е.А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия (1985–1995) / отв. ред. Е.А. Земская. – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 90-141.

119. Земская Е.А. Современный русский язык. Словообразование. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 328 с.

120. Земская Е.А. Цитация и виды её трансформации в заголовках современных газет // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. Памяти Татьяны Григорьевны Винокур. – М.: Наука, 1996. – С. 157-168.

121. Земская Е.А. Язык как деятельность. Морфема. Слово. Речь. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 688 с.

122. Земская Е.А., Китайгородская М.В., Ширяев Е.Н. Русская разговорная речь. Общие вопросы. Словообразование. Синтаксис. – М.: Наука, 1981. – 276 с.

123. Золотарёв М.В. Лингвопрагматические особенности прецедентных феноменов в современном молодёжном дискурсе (на материале английского и русского языков): дис. ...канд. филол. наук: 10.02.19. – Саратов, 2016. – 176 с.

124. Зотова А.С. Актуальные словообразовательные модели в современном медиадискурсе (на примере политических и экономических номинаций): автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.01.10. – Москва, 2013а. – 24 с.

125. Зотова А.С. Коммуникативные стратегии в современном медиадискурсе и деривационные способы их реализации // Современные проблемы науки и образования. – 2013б. – № 6. – С. 752-757.

126. Иванова К.В. Концепции лингвистического исследования речевого воздействия // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2012. – № 5. – С. 88-91.

127. Иванова Т.К., Аржанцева Н.В. Терминосистема сопоставительного словосложения русского, немецкого и английского языков // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – № 2 (257). – С. 30-37.

128. Изотов В.П. Параметры описания системы способов русского словообразования: монография. – Орёл: Орловский государственный университет, 1998. – 149 с.

129. Ильясова С.В. Игровая аббревиация и отаббревиатурное словотворчество как активные процессы в языке современных российских СМИ // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. – 2018. – № 2. – С. 224-231.

130. Ильясова С.В. Игровые способы и приёмы выражения социальной оценочности в языке современных российских СМИ // Политическая лингвистика. – 2014. – № 1. – С. 60-64.

131. Ильясова С.В. Об одном модном приёме языковой игры // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2011а. – № 13. – С. 107-111.

132. Ильясова С.В. Феномен лавинообразного словотворчества (на материале языка современных СМИ) // Актуальные проблемы современного словообразования. Кемерово: Изд-во Кемеровский государственный университет. – 2011б. – С. 499-503.

133. Ильясова С.В. Языковая игра с иноязычностью в языке современных российских СМИ // Теория и практика ономастических и дериватологических исследований: коллективная монография / Науч. ред. В.И. Супрун, С.В. Ильясова. – Майкоп: Изд-во «Магарин О.Г.», 2017. – С. 423-439.

134. Ильясова С.В. Языковая игра: словообразовательная, графическая, орфографическая (на материале текстов современных российских СМИ) // Медиалингвистика. – 2015. – №1 (6). – С. 91-100.

135. Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. – М.: Флинта: Наука, 2015. – 296 с.

136. Иссерс О.С. Диалог как ключевое слово дискурса о гражданском обществе в современной России // Славянские чтения: материалы Всероссийской научно-практической конференции / под ред. Т.П. Рогожниковой. – Омск: Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. – 2013. – С. 44-51.

137. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: монография. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.

138. Иссерс О.С. Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью». – М.: Флинта: Наука, 2009. – 224 с.

139. Ицкович В.А., Шварцкопф Б.С. О контаминации и смежных с ней явлениях // Памяти академика В.В. Виноградова. – М.: МГУ. – 1971. – С. 90–96.

140. Кадыров Ф.Ф. Проблемы письменной адаптации производных с морфемой *нано-* // Филология и культура. – 2012. – № 1(27). – С. 35-37.

141. Кадырова Л.Д. Гибридные неономинации в современном масс-медийном дискурсе: семантико-деривационный аспект: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Симферополь, 2014. – 208 с.

142. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 263 с.

143. Караулов Ю.Н., Чулкина Н.Л. Русская языковая личность: интегративный аспект в условиях межкультурных коммуникаций. – М.: РУДН, 2008. – 139 с.

144. Карепанова Л.В. Способы речевого воздействия, эффективные в студенческой среде // Вологдинские чтения. – 2006. – № 60. – С. 47-49.
145. Касьянова Л.Ю. Когнитивно-дискурсивные аспекты словообразовательной неологизации // Гуманитарные исследования. – 2012а. – № 2. – С. 83-87.
146. Касьянова Л.Ю. Коннотативно-прагматическое содержание неологизма // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И.Герцена. – 2007. – Т.7. – № 28. – С. 36-49.
147. Касьянова Л.Ю. Сложение как продуктивное средство неологизации в русском языке конца XX-начала XXI в. // Гуманитарные исследования. – 2012б. – № 2. – С. 87-92.
148. Касьянова Л.Ю. Современное состояние и перспективы развития неологии // Гуманитарные исследования. – 2008. – № 4. – С. 51-61.
149. Клушина Н.И. Гуманитарные стратегии современных СМИ // Век информации. – 2016. – № 2. – С. 296-299.
150. Клушина Н.И. Этические аспекты массовой коммуникации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. – 2014. – № 1. – С. 59-66.
151. Конюхова Т.В. Влияние СМИ на массовое сознание в информационном обществе // Фундаментальные исследования. – 2005. – № 3. – С. 71.
152. Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. – М.: Флинта, 2008. – 176 с.
153. Кормилицына М.А. Стилистическая контаминация в современном медиадискурсе (на материале печатных СМИ) // Проблемы речевой коммуникации: межвузовский сборник научных трудов / под ред. М.А. Кормилицыной. – Саратов: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, 2015. – С. 23-37.



154. Коряковцева Е.И. Очерки о языке современных славянских СМИ (семантико-словообразовательный и лингвокультурологический аспекты). – Siedlce: Instytut Filologii Polskiej i Lingwistyki Stosowanej, 2016. – 152 с.

155. Коряковцева Е.И. Словообразовательные ресурсы новых функциональных стилей славянских языков // Słowotwórstwo in nowe style funkcjonalne języków słowiańskich. Word-formation and the new functional styles of Slavic languages. International Slavistic Committee Commission on word-formation. Papers in thematic Session. XV International Congress of Slavists. – Sedlce, 2013. – С. 9-38.

156. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.

157. Костомаров В.Г. Язык текущего момента: понятие нормы // Мир русского слова. – 2012. – № 4. – С. 13-19.

158. Костюшкина Г.М., Шагланова Е.А. Компрессия информации как проявление закона экономии в языке (на материале текстов рекламы) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – № 3(714). – С. 23-39.

159. Котелова Н.З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов // Избранные работы. – СПб.: Нестор-История, 2015. – С. 181-199.

160. Котелова Н.З. Словообразование без образования слов? // Новые слова и словари новых слов. – Л.: Наука, 1983. – С. 71-81.

161. Котик О.В. Неологизмы в рекламном тексте (на материале русского и английского языков) // Культурная жизнь юга России. – 2007. – № 6. – С. 79-80.

162. Котов А.А. Механизмы речевого воздействия в публицистических текстах СМИ: автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.19. – Москва, 2003. – 24 с.

163. Кошкарова Н.Н. Новообразования русского языка как когнитивно-дискурсивный феномен // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. – 2016. – Т. 13. – № 4. – С. 40-45.

164. Кошкарлова Н.Н. Новые слова российской политической действительности // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 1(292). – С. 83-86.

165. Кошкарлова Н.Н. Речевое воздействие в современной политической коммуникации // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева. – 2011. – № 2. – С. 192-196.

166. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М.: ИТДГК Гнозис, 2003. – 375 с.

167. Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык: монография. – М.: Новое литературное обозрение, 2002. – 592 с.

168. Крейдлин Г.Е. Семиотическая концептуализация тела и проблема мультимодальности // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – № 2. – С. 100-120.

169. Крысин Л.П. О некоторых новых типах слов в русском языке: слова-«кентавры» // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2010. – № 4 (2). – С. 575-579.

170. Крысин Л.П. Слова-чужестранцы в русском обличье // Русская речь. – 2012. – № 4. – С. 52-57.

171. Крысин Л.П. Современный русский язык. Лексическая семантика. Лексикология. Фразеология. Лексикография: учеб. пособие. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 240 с.

172. Лаврова Н.А. К вопросу о неологической лексике и о месте контаминантов среди неолексем // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2010а. – № 9. – С. 211-216.

173. Лаврова Н.А. Оказиональные образования и их место в языковой системе // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2010б. – № 9. – С. 224-228.

174. Лаврова Н.А. Специфика значения и функции окказионального слова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2010в. – № 10. – С. 161-164.

175. Ласкова М.В., Попова Ю.В. Лингвокультурные особенности языковой игры в рекламной картине мира. – Ростов-на-Дону: ИПО ЮФУ, 2013. – 128 с.
176. Левашов Е.А. Ещё раз об аффиксоидах // Русская речь. – 2008. – № 3. – С. 50-52.
177. Леви Ю.Э. К вопросу о речевом воздействии: политический дискурс // Человеческий капитал. – 2016. – № 1(85). – С. 20-25.
178. Леонтьев А.А. Основные направления прикладной психолингвистики в СССР // Речевое воздействие. Проблемы прикладной психолингвистики / под ред. А.А. Леонтьева. – Москва: Наука, 1972. – С. 7-24.
179. Лопатин В.В. Аффиксоид // Русский язык. Энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Российская энциклопедия, Дрофа, 1997. – 722 с.
180. Лопатин В.В. Рождение слова: неологизмы и окказиональные образования. – М.: Наука, 1973. – 151 с.
181. Лыков А.Г. Русское окказиональное слово: дис.... д-ра филол. наук: 10.02.01. – Москва, 1972. – 531 с.
182. Лыков А.Г. Современная русская лексикология (русское окказиональное слово). – М.: Высшая школа, 1976. – 120 с.
183. Мардиева Л.А. Социокультурная реальность и её интерпретации в медиатекстах. Опыт интегративного исследования. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – 358 с.
184. Маринова Е.В. «Вечный вопрос» о заимствованиях // Русская речь. – 2014. – № 3. – С. 58-61.
185. Маринова Е.В. Иноязычная лексика современного русского языка: учеб. пособие. – М.: Флинта; Наука, 2012. – 288 с.
186. Маринова Е.В. Основные понятия и термины неологии // Языки профессиональной коммуникации. – Челябинск. – 2003. – С. 243-247.
187. Маринова Е.В. Словообразовательная деривация на базе иноязычных слов как источник новых номинаций (на материале русского языка рубежа XX-XXI вв.) // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2008. – № 4(60). – С. 205-209.

188. Маринова Е.В. Так говорили в 90-е... Размышления над страницами нового словаря // Русская речь. – 2011. – № 5. – С. 118-125.

189. Мартынова Е.М. Невербальная коммуникация: теории и мнения // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2014. – № 8. – С. 227-233.

190. Марьянчик В.А. О словаре медиа-политических неологизмов современной эпохи // Русская академическая неография (к 40-летию научного направления): материалы международной конференции / отв. редакторы Т.Н. Буцева, О.М. Карева. – СПб.: Наука, 2006. – С. 111–115.

191. Маслова В.А. Введение в лингвокультурологию. – М.: Наследие, 1997. – 208 с.

192. Машанова К.В. Языковые средства воздействия в публицистических текстах бизнес-тематики (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Москва, 2015. – 172 с.

193. Мертёхин А.А. Интернет-зависимое поведение и перегрузка информацией // Северо-Кавказский психологический вестник. – 2012. – Т.10. – № 3. – С. 24-27.

194. Минеева З.И. Контаминация в образовании номинаций человека // Вестник Удмуртского университета. – 2015. – № 4(2). – С. 58-68.

195. Минеева З.И. Сложные агентивы современного русского языка // Учёные записки Петрозаводского государственного университета. – 2012. – № 7 – 2(128). – С. 68-72.

196. Мищук О.Н. Речевое воздействие в рекламной дискурсе // *Lingua mobilis*. – 2014. – № 4(50). – С. 32-43.

197. Молдованова Л.И. Онимы в современном газетном тексте: структура и особенности функционирования // Язык. Текст. Дискурс. – 2012. – № 10. – С. 416-426.

198. Музычук Т.Л. Невербальный дискурс как речевая деятельность // Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом. – 2010. – № 1-2. – С. 62-67.

199. Мусатов В.Н. Русский язык: морфемика, морфонология, словообразование: учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 360 с.
200. Намитокова Р.Ю. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект. – Ростов н/Д.: Изд-во Рост. ун-та, 1986. – 156 с.
201. Намитокова Р.Ю., Шеватлохова Е.Д. Некоторые научные и познавательные-воспитательные аспекты новой лексики // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Филология и искусствоведение. – 2014. – № 1 (134). – С. 75-79.
202. Нахимова Е.А. Историческая динамика прецедентных онимов: окказионализмы, неологизмы, архаизмы и историзмы // Политическая лингвистика. – 2012. – № 1. – С. 144-146.
203. Нестерова Н.М., Поздеева Е.В. «Диктат» языка и «новое слово» // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – № 23 (352). – С. 55-63.
204. Нефляшева И.А. Иноязычные графические элементы в структуре окказионального слова // Наука. Инновации. Технологии. – 2011. – № 5-1. – С. 91-99.
205. Нефляшева И.А. Ключевые слова и словообразовательные модели современного дискурса // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2009. – № 2. – С. 177-183.
206. Нефляшева И.А. Окказиональные слова со значением признака в масс-медийных текстах: когнитивно-прагматический аспект // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2007. – № 2. – С. 42-46.
207. Николина Н.А. Активные процессы в сфере сложения в современном русском языке // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2013. – № 6-2. – С. 171-173.
208. Николина Н.А., Рацибурская Л.В. Современный русский язык. Морфемика: учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2013. – 144 с.

209. Николина Н.А., Фролова Е.А., Литвинова М.М. Словообразование современного русского языка. – М.: Академия, 2005. – 160 с.

210. Никулина Е.А., Лаврова Н.А. Контаминация как один из аспектов рекламного дискурса // Преподаватель XXI век. – 2009. – № 2-2. – С. 305-312.

211. Овсепян Р.П. Региональная журналистика в условиях глобализации (на материалах нижегородской прессы) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2008. – № 6. – С. 9-18.

212. Паршина О.Н. Российская политическая речь: теория и практика. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 232 с.

213. Пасечная Л.А., Попова Т.В. К проблеме дефиниции нового слова в современной лингвистике // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2005. – № 11. – С. 167-171.

214. Пауль Г. Принципы истории языка / [Пер. с нем. под ред. А.А. Холодовича]. – М.: Изд-во иностр. лит-ры, 1960. – 500 с.

215. Пацюкова О.А. Суффикс -истик/а/: своеобразие структуры и семантики // Научное наследие Б.Н. Головина в свете актуальных проблем современного языкознания: материалы международной научной конференции. – Н.Новгород: ННГУ им. Лобачевского. – 2016. – С. 340-344.

216. Пацюкова О.А. Приставка *недо-* в языке и в речи // Русская речь. – 2012. – № 1. – С. 39-44.

217. Пекарская И.В. Лексическая контаминация как принцип и орнаментальный элокутив: к проблеме соотношения понятий и типологии // Вестник Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова. – 2013. – № 4. – С. 90-98.

218. Петрова Н.Е., Рацибурская Л.В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии: учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 160 с.

219. Петрухина Е.В. Актуальные тенденции в русском словообразовании и глобализация // Русский язык в поликультурном мире. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство типография «Ариал», 2017. – С. 179-186.

220. Петрухина Е.В. Грамматико-словообразовательные комплексы русского глагола // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. – Санкт-Петербург: Общество преподавателей русского языка и литературы, 2016. – № 5. – С. 445-450.

221. Плахотная Ю.И. Речевое воздействие в диалогическом политическом дискурсе // Политическая лингвистика. – 2011. – № 4. – С. 121-124.

222. Плотникова А.М. Вокативность как словарная и прагматическая характеристика слова // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2015. – № 2 (24). – С. 58-65.

223. Плотникова Л.И. Лексические новообразования в русском языке // Теория и практика ономастических и дериватологических исследований: коллективная монография / Науч. ред. В.И. Супрун, С.В. Ильясова. – Майкоп: Изд-во «Магарин О.Г.», 2017. – С. 304-324.

224. Плотникова Л.И. Лексические новообразования в текстах газетной публицистики: лингвокреативная специфика // Человек. Культура. Образование. – 2012. – № 5. – С. 72-82.

225. Плотникова Л.И. Словотворчество в дискурсе повседневности // Языковой дискурс в социальной практике: сборник научных трудов Международной научно-практической конференции / под ред. Н.А. Комина. – Тверь: Тверской государственный университет. – 2016. – С. 179-181.

226. Полякова Л.С. Речевое воздействие: теоретические аспекты // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2010. – № 12. – С. 118-121.

227. Помырляну Н.А. Речевое воздействие в отечественной и зарубежной лингвистике // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2012. – № 2. – С. 114-120.

228. Попова Т.В. Графикация как новое явление в языке и научной когниции // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 24. – С. 160-163.

229. Попова Т.В. Креолизованные дериваты как элемент русской письменной коммуникации рубежа XX-XXI вв. // Лингвистика креатива-1 / под ред. Т.А. Гридиной. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2013. – С. 147-176.

230. Попова Т.В. Новое в изучении графодеривации // Лингвистика креатива-4 / под ред. Т.А. Гридиной. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2018. – С. 229-269.

231. Попова Т.В. Мутационные и модификационные субстантивные дериваты в русском языковом сознании (по данным ассоциативного эксперимента) // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. – 2004. – № 2. – С. 91-105.

232. Попова Т.В. Новые словообразовательные форманты современного русского языка (на материале графодериватов) // Славянские языки и культуры в современном мире: междунар. науч. симпоз. филол. фак. МГУ им. М. В. Ломоносова, 24–26 марта 2009. – М.: МАКС Пресс. – 2009. – С. 124–125.

233. Попова Т.В. Русская неология и неография. – Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2005. – 96 с.

234. Попова Т.В. Современные графо-орфографические игры: коммуникативные удаchi и неудачи (на материале графиксатов русского языка рубежа XX-XXI вв.) // Лингвистика креатива-2 / под ред. Т.А. Гридиной. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2012. – С. 199-233.

235. Попова Т.В., Рацибурская Л.В., Гугунава Д.В. Неология и неография современного русского языка. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 168 с.

236. Радбиль Т.Б., Рацибурская Л.В. Словообразовательные инновации на базе заимствованных элементов в современном русском языке: лингвокультурологический аспект // Мир русского слова. – 2017. - № 2. – С. 33-39.

237. Радченко М.В. Новообразования в языке современных СМИ // Вестник Университета Российской академии образования. – 2013. – № 1(64). – С. 106-109.



238. Радченко М. В. Словообразовательные неологизмы в современном русском и хорватском языках // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2009. – № 2. – С. 140-144.

239. Радченко М.В., Вискович И. Окказионализмы в заголовках российской и хорватской прессы // Рациональное и эмоциональное в русском языке / отв. ред. П.А. Лекант. – М.: Московский государственный областной университет. – 2015. – С. 273-278.

240. Радченко М.В., Грцич А. Окказионализмы в российской и хорватской рекламе // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. – 2018. – № 2. – С. 66-76.

241. Рацибурская Л.В. Динамические аспекты интернационализации в современном медийном словотворчестве // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2014. – № 5. – С. 25-31.

242. Рацибурская Л.В. Медийные новообразования в отражении актуальных политических событий // Проблемы речевой коммуникации: межвузовский сборник научных трудов / под ред. М.А. Кормилицыной. – Саратов: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, 2015. – С. 37-45.

243. Рацибурская Л.В. Новообразования в СМИ как средство выражения оценки // Семантика и функционирования языковых единиц в разных типах речи: сборник научных статей / под ред. Е.Н. Лагузовой. – Ярославль: Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского. – 2008. – С. 55-63.

244. Рацибурская Л.В. Особенности новообразований в современных средствах массовой информации // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: филология. – 2003. – № 1. – С. 111-116.

245. Рацибурская Л.В. Сложные новообразования в современных медийных текстах // Интерпретация текста: лингвистический, литературоведческий и методический аспекты. – Чита: Забайкальский государственный университет. – 2011. – № 2. – С. 209-213.

246. Рацибурская Л.В. Сложные новообразования как игровая составляющая современных медиатекстов // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. – 2016. – № 2. – С. 205-213.

247. Рацибурская Л.В. Экспрессивные способы словообразования в современном медийном словотворчестве // Теория и практика ономастических и дериватологических исследований: коллективная монография / Науч. ред. В.И. Супрун, С.В. Ильясова. – Майкоп: Изд-во «Магарин О.Г.», 2017. – С. 414-423.

248. Рацибурская Л.В., Самыличева Н.А. Специфика воздействия в современном медийном словотворчестве // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2013. – № 2. – С. 162-167.

249. Рацибурская Л.В., Самыличева Н.А., Шумилова А.В. Специфика современного медийного словотворчества. – М.: Флинта, Наука, 2015. – 136 с.

250. Рождественский Ю.В. Введение в общую филологию. – М.: Высшая школа, 1979. – 224 с.

251. Розен Е.В. Новое в лексике немецкого языка. – М.: Просвещение, 1976. – 174 с.

252. Руженцева Н.Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе: монография. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2004. – 294 с.

253. Русакова О.В. Аффиксоиды в деривационной системе русского языка: автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01. – Орёл, 2013. – 25 с.

254. Сагилова Э.К., Попова Т.В. Способы создания графиксатов-эргонимов торговых центров Екатеринбурга // Актуальные вопросы филологической науки XXI века: сборник статей V Международной научной конференции молодых учёных / под ред. Ж.А. Храмушина, А.С. Поршнева, А.А. Ширшикова, М.А. Чистякова. – Екатеринбург: ООО «Издательство УМЦУПИ», 2017. – С. 207-211.

255. Самыличева Н.А. Окказиональные слова как средство экспрессивизации газетного текста (на материале нижегородских СМИ): автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01. – Нижний Новгород, 2011. – 25 с.

256. Самыличева Н.А. Особенности графического словообразования в современных СМИ // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2010. – Т. 2. – № 2-12. – С. 191-194.

257. Сенько Е.В. Языковое обновление в аспекте философской категории движения // Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени Коста Левановича Хетагурова. – 2013. – № 2. – С. 181-184.

258. Сенько Е.В., Дряева Д.Ю. Система метаязыка современной неологии // Инновационное развитие современной науки. – 2014. – С. 187-192.

259. Сергеева Е.В. Языковая картина мира современных оппозиционных интернет-СМИ: значимость иронии как приёма речевого воздействия // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления: материалы Международной научной конференции / под ред. А.П. Чудинова. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2014. – С. 232-236.

260. Серёгина М.А. Паремии в дискурсе речевого воздействия // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2011. – № 11. – С. 300-308.

261. Сидорова Т.А. Деривационно-смысловое пространство текста как результат концептуализации мира деривационными средствами // Когнитивные исследования языка. – 2016. – № 24. – С. 616-626.

262. Сидорова Т.А. Деривационные смыслы как способ восприятия и интерпретации художественного текста в экстралингвистическом аспекте // Интерпретация текста: лингвистический, литературоведческий и методический аспекты. – Чита: Забайкальский государственный университет, 2017. – С. 89-94.

263. Сиротинина О. Б. Русский язык: система, узус и создаваемые ими риски. – Саратов: Издательство Саратовского университета, 2013. – 116 с.

264. Сковородников А.П. Парентеза // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник / под ред. А.П. Сковородникова. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. – 852 с.
265. Сковородников А.П., Копнина Г.А. Способы манипулятивного речевого воздействия в российской прессе // Политическая лингвистика. – 2012. – № 3(41). – С. 36-42.
266. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. – М.: Academia, 2000. – 128 с.
267. Сметанина С.И. Коммуникативные провокации в СМИ // Век информации. – 2017. – Т. 1. – № 2. – С. 167-168.
268. Солганик Г.Я. О речевых неологизмах (на материале публицистики) // Медиалингвистика. – 2013. – Т. 1. – С. 187-196.
269. Солганик Г.Я. О современной культурно-речевой ситуации // Актуальные проблемы стилистики. – 2016. – № 2. – С. 23-30.
270. Сорокина А.А. Устойчивые сочетания как средства речевого манипулирования в американском предвыборном дискурсе: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Саранск, 2016. – 209 с.
271. Спиридонов А.В., Фатхутдинова В.Г. Экспрессивно-оценочная функция индивидуально-авторских новообразований в текстах романов Василия Аксёнова // Филология и культура. – 2014. – № 1(35). – С. 110-114.
272. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. – Воронеж: Истоки, 2001. – 252 с.
273. Стернин И.А. Общение с дошкольниками. – Воронеж: Истоки, 2011. – 83 с.
274. Стернин И.А. Основы речевого воздействия: учебное издание. – Воронеж: Истоки, 2012. – 178 с.
275. Стернин И.А. Практическая риторика: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 272 с.

276. Стернин И.А. Фактор адресата в речевом воздействии // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2004. – № 1. – С. 171-178.

277. Субботина М.В. Тенденция к интернационализации и современные деривационные процессы // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2011. – № 3(1). – С. 349-355.

278. Тогоева С.И. «Пространство» для нового слова // Слово и текст: психолингвистический подход. – 2014. – № 14. – С. 79-83.

279. Тогоева С.И. Психолингвистические проблемы неологии: монография. – Тверь: ТГУ, 2000. – 155 с.

280. Тойтукова А.О. Неологизмы семантической группы «внешность человека» // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П.Астафьева. – 2008. – № 2. – С. 122-127.

281. Токарев Г.В. Лингвокультурология. – Тула: Изд-во ТГПУ им. Л.Н.Толстого, 2009. – 135 с.

282. Третьякова И.Ю. К проблеме границ окказиональности фразеологизмов // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А.Некрасова. – 2009. – Т.15. – № 2. – С. 134-138.

283. Тугуз Э.А. Лингводискурсивные особенности неологизмов в спортивном дискурсе (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Майкоп, 2014. – 22 с.

284. Тугуз Э.А. Лингводискурсивные особенности неологизмов в спортивном дискурсе (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Майкоп, 2014. – 271 с.

285. Туманова Г.А. Коммуникативная стратегия убеждения и особенности её реализации в политическом дискурсе (на материале русского и немецкого языков): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. – Москва, 2015. – 283 с.

286. Туранина Н.А. Стихия слова, понимание и речевое воздействие // Наука. Искусство. Культура. – 2014. – № 3. – С. 103-107.

287. Улуханов И.С. Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация. – М.: Русские словари, 1996. – 221 с.
288. Улуханов И.С. О новых заимствованиях в русском языке // Русский язык в школе. – 1994. – № 1. – С. 70-75.
289. Усанова О.Г. Модели речевого воздействия в тексте современной телерекламы // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2008. – Т.14. – № 1. – С. 18-21.
290. Ухова Л.В. Эффективность рекламного текста: монография. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2012. – 393 с.
291. Фатхутдинова В.Г. Комплексные единицы словообразования в сопоставительном освещении (на материале русского и татарского языков) // Учёные записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2006. – Т. 148. – № 2. – С. 152-163.
292. Фатхутдинова В.Г., Ачаева М.С. Лексико-словообразовательные гнезда параметрических прилагательных в межъязыковом сравнении: монография. – Казань: Казан. ун-т, 2014. – 196 с.
293. Фатхутдинова В.Г., Красильникова Л.В. Словообразовательная семантика глаголов поведения в русском языке // Филология и культура. – 2016. – № 1(43). – С. 133-139.
294. Фельдман Н.И. Окказиональные слова и лексикография // Вопросы языкознания. – 1957. – № 4. – С. 64-73.
295. Филиппова Л.С. Современный русский язык. Морфемика. Словообразование. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 248 с.
296. Филиппова О.А. О некоторых приёмах эмоционального речевого воздействия в рекламе // Сервис в России и за рубежом. – 2011. – № 7(26). – С. 252-259.
297. Флоря А.В. К вопросу о русской неологии // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2000. – № 2. – С. 4-8.
298. Химик В.В. Феномен гиперболических оценок в русском модификационном словообразовании // Оценки и ценности в современном

научном познании: сборник научных трудов / Под ред. С.С. Ваулиной, В.И. Грешных, 2009. – С. 31-38.

299. Чепкасов А.В. О некоторых аспектах воздействия СМИ на массовое сознание // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. – 2012. – Т.11. – № 6. – С. 63-67.

300. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 136 с.

301. Шакар Р. Особенности реализации словообразовательного поля одушевлённости в русском языке начала XXI века // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 9-2 (63). – С. 189-197.

302. Шалина Л.В. К вопросу о сущности неологизма в современной лингвистике // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г.Белинского. – 2007. – № 8. – С. 73-77.

303. Шамне Н.Л., Карякин А.В. Речевая агрессия как нарушение экологичности политического дискурса // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2011. – Т.2. – № 1-13. – С. 204-207.

304. Шанский Н.М. Очерки по русскому словообразованию и лексикологии. – М.: Учпедгиз, 1959. – 248 с.

305. Шаталова Ю.Н. Новообразования-субстантивы в живой разговорной речи: узуальные способы деривации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2012. – № 5. – С. 204-210.

306. Шаховский В.И. Креатемы как индикатор бесконечных потенциалов языкового развития // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – № 2. – С. 162-171.

307. Шелестюк Е.В. Комплексная методика исследования речевого воздействия произведения письменной речи // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008а. – № 20. – С. 166-176.

308. Шелестюк Е.В. Психолингвистические факторы консенсусного речевого взаимодействия // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – № 26 (355). – С. 133-143.

309. Шелестюк Е.В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования: автореф. дис. ...д-ра филол. наук: 10.02.19. – Челябинск, 2009. – 43 с.

310. Шелестюк Е.В. Текстовые категории аргументативности, суггестивности и императивности как отражение способов речевого воздействия // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008б. – № 30. – С. 170-175.

311. Шишикина А.А. Активные процессы современного словопроизводства и их отражение в текстах СМИ // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2010. – № 2-1. – С. 302-307.

312. Шишкарёва О.А. Новообразования как проявление языковой игры: структурно-функциональный аспект (на материале нижегородской прессы начала XXI в.): автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01. – Нижний Новгород, 2009. – 26 с.

313. Шумилова А.В. Новообразования в газетном заголовке: структурно-функциональный аспект (на материале нижегородских СМИ): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Нижний Новгород, 2011. – 24 с.

314. Шкварцова Т.В. Словообразование как источник повышения креативности публицистического текста // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. – 2015. – № 1. – С. 32-37.

315. Шмелёва Е.Я. Интернет-коммуникация: новые тенденции в русском словообразовании // Верхневолжский филологический вестник. – 2015. – № 2. – С. 46-52.

316. Шмелёва Т.В. Кризис как ключевое слово текущего момента // Политическая лингвистика. – 2009. – № 28. – С. 63-67.



317. Щербинина Ю.В. Речевая агрессия в оценке православия // Философские науки. – 2011. – № 6. – С. 126-133.
318. Якубович Т.Д. Новые слова. – М. – Л.: Просвещение, 1966. – 64 с.
319. Янко-Триницкая Н.А. Словообразование в современном русском языке. – М.: Индрик, 2001. – 504 с.
320. Crystal D. Language and the Internet. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 175 p.
321. Leech G. Principles of Pragmatics. – London: Longman, 1983. – 256 p.
322. Shedletsky L.J. Human Communication on the Internet. – New York: Pearson Education, 2004. – 304 p.

***Список использованных словарей с условными сокращениями***

323. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская энциклопедия, 1969. – 608 с.
324. Жеребило Т.В. Введение в языкознание: словарь-справочник. – Назрань: Кеп, 2015. – 156 с.
325. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов и понятий. – Назрань: ООО «Пилигрим», 2016. – 610 с.
326. Козулина Н.А., Левашов Е.А., Шагалова Е.Н. Аффиксоиды русского языка. Опыт словаря-справочника / отв. ред. Е.А. Левашов. – СПб.: Нестор-История, 2009. – 288 с.
327. **КРР**: Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 840 с.
328. Лопатин В.В., Улуханов И.С. Словарь словообразовательных аффиксов современного русского языка. – М.: Издательский центр «Азбуковник», 2016. – 812 с.
329. Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века: В 2 т. / Отв. ред. Т.Н. Буцева. Ин-т

лингвистических исследований РАН. – Т.1. – СПб.: Дмитрий Буланин, 2009. – 816 с.

330. Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века: в 3 т. / под ред. Т.Н. Буцевой (отв. ред.) и Е.А. Левашова. Ин-т лингвистических исследований РАН. – Т.2. – СПб.: Дмитрий Буланин, 2014. – 1392 с.

331. Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века: в 3 т. / под ред. Т.Н. Буцевой (отв. ред.) и Е.А. Левашова. Ин-т лингвистических исследований РАН. – Т.3. – СПб.: Дмитрий Буланин, 2014. – 1360 с.

332. **РГ-80**: Русская грамматика: В 2-х т. / гл. ред. Н.Ю. Шведова. Фонетика. Фонология. Ударение. Интонация. Словообразование. Морфология. – Т.1. – М.: Наука, 1980. – 789 с.

333. **РЯЭ**: Русский язык: энциклопедия / гл. ред. Ю.Н. Караулов. – М.: Большая Российская энциклопедия: Дрофа, 1997. – 721 с.

334. Словарь новых слов русского языка (середина 50-х – середина 80-х гг.) / под ред. Н.З. Котеловой. – СПб.: Дмитрий Буланин, 1995. – 876 с.

335. **СССРЛ**: Сводный словарь современной русской лексики: в 2 т. / АН СССР; Ин-т рус. яз.; под ред. Р. П. Рогожниковой. – Т.1. – М.: Рус. яз., 1991. – 800 с.

336. **СССРЛ**: Сводный словарь современной русской лексики: в 2 т. / АН СССР; Ин-т рус. яз.; под ред. Р. П. Рогожниковой. – Т.2. – М.: Рус. яз., 1991. – 739 с.

337. **ТС-2000**: Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г.Н. Складневской. РАН, Ин-т лингвистических исследований. – СПб.: Фолио-Пресс, 2000. – 700 с.

338. **ТС-2008**: Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г.Н. Складневской. – М.: Эксмо, 2008. – 1136 с.

339. Ширшов И.Я. Толковый словообразовательный словарь русского языка. – М.: ООО «Издательство АСТ»; ООО «Издательство Астрель»; ООО «Издательство «Русские словари»»; ЗАО НПП «Ермак», 2004. – 1022 с.

**СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ НЕОЛОГИЗМЫ  
В СООТНОШЕНИИ СО СТРАТЕГИЯМИ И ТАКТИКАМИ РЕЧЕВОГО  
ВОЗДЕЙСТВИЯ**

**I. СТРАТЕГИЯ ДИСКРЕДИТАЦИИ**

**1. ТАКТИКА ИЛЛЮСТРИРОВАНИЯ ОТРИЦАТЕЛЬНОГО**

**Словообразовательные неологизмы  
узуальных способов словообразования**

**Префиксация**

*В Карачаево-Черкесии закрыли **псевдо-банк** (заголовок) («Версия в Нижнем Новгороде». 06.06.16);*

*Махинация удалась, и с декабря 2012 года по февраль 2013 года **псевдо-врач** проработала на должности участкового терапевта поликлиники... («Аргументы и факты – Нижний Новгород». 08.08.13);*

*Напомним, именно он [Владимир Панов. – Авт.] отреагировал на итоги **псевдоконкурсов**, распорядившись провести проверку всех обстоятельств и личную роль работников администрации в этом деле («Репортёр-НН». 03.04.18);*

*Но это не его [Н. Лешкова. – Авт.] вина, а беда **квазифронта**, который забюрократизировали и засушили («Зеркало». 16.10.15);*

*Об одном **псевдо-историке** (заголовок). Не люблю вступать в полемики с разного рода провокаторами, хоть и прикрываются они порой громкими званиями «историков» или «журналистов» («Новое дело. Нижний Новгород». 09.09.16);*

*Предлагаю от фракции: первое – провести референдум 18 сентября 2016 года, и спросить граждан, чего они хотят; второе – исключить Нижний Новгород из так называемого **квази-эксперимента**, на котором настаивает*

*правительство («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 23.05.16);*

*При этом **псевдо-доктор** до этого назначения работал в разных медицинских учреждениях – сначала трудился в Москве терапевтом, потом заведованием («Версия в Нижнем Новгороде». 28.07.17);*

*Причём, подстрекательские разговорчики распространяются не столько в социальных сетях и маргинальных **квазиСМИ**, а непосредственно в коридорах власти («Заноза». 03.11.16);*

*Прошло ещё около года, и Дума объявила тогдашнему сити-менеджеру **псевдо-импичмент** («Зеркало». 15.12.16);*

***Псевдо-медик** похитил у нижегородского пенсионера почти 170 тысяч рублей («Про Город – Нижний Новгород». 12.03.15); В итоге в нашем парке хотят вырубить 3,4 Га зелёных насаждений (1,7 под **псевдо-аквапарк** и 1,7 под торговый центр) («Зеркало». 24.04.15);*

***Псевдовыгоды** (заголовок). Не по моему скромному мнению, которое ни в коем случае не является сколько-нибудь мощным, но по мнению многих компетентных крупных экономистов вступление Российской Федерации во Всемирную торговую организацию является, по большому счёту, авантюрой («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 25.07.12).*

### **Префиксально-суффиксальный способ**

*Дайвинг в пучину рейтингов **по-шанцевски** (заголовок). <...> Поэтому в наших арысилах все дюже напряглись, когда в низовьях рейтинговых таблиц обнаружили Валерия Шанцева («Нижний сейчас». 15.10.15);*

*Развод **по-аверински** (заголовок). Тему второго пришествия во власть «лакшери-боя» Антона Аверина обсудили все кому не лень, но хочется сказать пару слов напоследок («Зеркало». 08.10.13);*

*Разводки **по-кондрашовски** (заголовок). Глава администрации Нижнего Новгорода Олег Кондрашов не является мастером территориального управления, зато достиг больших высот в интригах («Зеркало». 20.08.14);*

*Расправа по-сорокински* (заголовок). В июне 2013 года с должности председателя постоянной комиссии по экологии гордумы Нижнего Новгорода был смещен депутат Михаил Барковский. Это был акт борьбы главы МСУ – председателя гордумы Олега Сорокина с независимым, самостоятельным депутатом («Зеркало». 02.06.14).

### **Суффиксоидация**

*В Нижнем вполне может развернуться собственный «шпионгейт»...* («Ленинская смена». 29.09.17);

*Впрочем, не будем сильно ругать профессионального энергетика Ушакова, к которому, говорят, после **Панамагейта** стало пристально присматриваться начальство* («Зеркало». 17.11.16);

***Клинтомания и трампофобия** (заголовок). Всё было бы просто, не наблюдайся в американской предвыборной кампании такой нервозности и истерики...* («Нижегородская правда». 29.09.16).

*Нижегородский «**Майамигейт**»: ждать ли продолжения?* (заголовок). *История с флоридскими квартирами семьи Ивана Карнилина в своей нынешней фазе напоминает качели, застывшие в верхней точке* («Нижний сейчас». 26.12.16);

*Нижний охватывает «**терактофобия**»* (заголовок) («Ленинская смена». 04.12.15);

*Особенно категоричны были опальные перевозчики, пообещавшие дойти до Москвы и побороть нижегородскую «**гойхмоманию**»* («Зеркало». 17.05.17);

***Приваловгейт** (заголовок). Я убеждён, что в «деле Привалова» и подобных делах никто не хочет разбираться и делать соответствующие выводы* («Заноза». 20.06.16);

*«**Слуцкий-гейт**» (заголовок). Думская комиссия по депутатской этике сегодня вынесла решение, признав несостоятельными обвинения в сексуальных домогательствах, выдвинутые тремя журналистками парламентского пула против главы комитета Госдумы по международным делам Леонида Слуцкого* («Версия в Нижнем Новгороде». 21.03.18);

**Сопин-гейт** (заголовок). *История с отстранением от должности мэра Дзержинска Виктора Сопина достойна быть увековеченной!* («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 29.11.12).

### **Чистое сложение**

*А ведь шанцевско-лебедевская команда всюду повторяет о том, что должность председателя Законодательного Собрания чисто представительская* («Заноза». 30.09.16);

*Большинство депутатов его молчаливо поддерживали, но была и «сорокинско-кондрашовско-аверинская оппозиция», которая выступала за сотрудничество с областью* («Ленинская смена». 16.02.12);

*«ЕР» [фракция «Единая Россия». – Авт.] – это мираж в шанцевско-кондрашовской пустыне* (заголовок) («Зеркало». 08.05.15);

*Кондрашовско-антоновские лжеэксперты пытаются сделать себе известность говоря, что городское руководство неизвестно жителям Нижнего Новгорода* («Заноза». 05.06.17);

*Потому что нет в ЗСНО-2016 [Законодательном Собрании Нижегородской области. – Авт.] шанцевско-антоновского большинства* («Заноза». 30.09.16);

*Пример – городская Дума Нижнего Новгорода. Полтора года назад она была разобщена, в ней активно действовали несколько групп влияния: шанцевская, кондрашовско-жижгинская, группа «Сорокин и К<sup>о</sup>», «амельченковско-карнилинская» и прочие, более мелкие группировки. <...> По сути, «отмороженной» в области остаётся только одна группировка – антоновско-аверинская* («Ленинская смена». 16.06.17);

*Сегодня «банку с раствором» вновь встряхнули и обнаружилось, что кристаллики, желающие участвовать в построении более или менее устойчивых кристаллов власти могут занимать более причудливые конструкции, будь то местоположение на «полпредской» ветке, на «хинштейно-булавиновской», на «шанцевской» или на какой-то иной* («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 26.08.13);

*Так что кондрашовско-сорокинское освоение бюджетных средств на Нижневолжскую набережную – это ни о чём («Зеркало». 22.07.14); Потёмкинско-шанцевская эффективность (заголовок). Судя по пропаганде главы Нижегородской области Валерия Шанцева, он, как минимум, Прометей («Зеркало». 29.09.14);*

*Шанцевско-булавиновские СМИ взвыли: опять деньги решили всё! («Заноза». 11.01.16).*

## **2. ТАКТИКА СОЗДАНИЯ «ОБРАЗА ПОХОРОН»**

### **Словообразовательные неологизмы узуальных способов словообразования**

#### **Префиксация**

*Кроме того, предполагается, что сам Якимов с Антоновым не имеет связи, но на заместителя губернатора выходит «теневой лидер» оппозиции экс-депутат Госдумы Анатолий Шейн («Заноза». 27.04.17);*

*Многодетная мать обвинила экс-супруга в размещении её фото на сайте секс-услуг («Ленинская смена». 18.11.16);*

*Осудили экс-зека, которого пригласила в гости «заочница» (заголовок) («Криминальная хроника Нижегородской области». 30.03.17);*

*Суд арестовал второго фигуранта по делу Новоселова – экс-опера Романа Маркеева (заголовок) («Криминальная хроника Нижегородской области». 06.03.18);*

*Турецкий негамбит (заголовок). <...> На самом деле, Бабич подходит для Украины, но не подходит для Турции. Как российскому руководству пришла в голову «перспективная» идея сделать Михаила Бабича послом в Украине? («Заноза». 28.12.16);*

*Экс-спикер досрочно объявил себя победителем, заявив, что если «предложат, я рассмотрю подобное предложение» («Правда ПФО». 30.09.16).*

## **3. ТАКТИКА ИРОНИЗИРОВАНИЯ**

### **Словообразовательные неологизмы**



## узуальных способов словообразования

### Суффиксация

*Хоть бабла на этих журналюшках заработаем!* («Новое дело. Нижний Новгород». 28.02.13).

### Словообразовательные неологизмы

## неузуальных способов словообразования

### Междусловное наложение

<...> *раздался из толпы сладкий голос Валерия Мармеладзе* («Новое дело. Нижний Новгород». 28.02.13).

#### 4. ТАКТИКА ВЫРАЖЕНИЯ АНТИПАТИИ

### Словообразовательные неологизмы

## узуальных способов словообразования

### Префиксация

*Антишанцевский «сити» хотя бы начнёт биться с областным правительством за интересы города...* («Ленинская смена». 25.12.15);

*В Белом доме посчитали: недовольство митингующих направлено главным образом против городских властей (акция затронула Нижний Новгород, там присутствовали антикарнилинские плакаты)* («Ленинская смена». 07.04.17);

*В итоге, все 9 депутатов от этих партий настроены антиантоновски* («Заноза». 21.09.16);

*В итоге, коммунисты попали под перекрёстный огонь, когда Шанцев был настроен антибулановски, а Сорокин – антикузнецовски* («Заноза». 13.07.16);

*Кремль после «серого кардинала» Владислава Суркова не продумал эту маленькую деталь для создания «антинавального», считая, что Владимир Путин – это герой для всех, это и есть Россия* («Заноза». 14.06.17);

*Нет ни «АнтиШанцева», ни «АнтиСорокина», ни «АнтиКондрашова», ни даже собирательного «АнтиДепутата Городской Думы»* («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 30.12.13);

*Нужен альтернативный отчёт – «**антисорокин**» (заголовок). Антихитом прошлой недели стал отчёт главы МСУ Нижнего Новгорода – председателя городской думы Олега Сорокина («Зеркало». 25.03.14);*

*Пару недель назад я написал о том, что КПРФ надо либо сконцентрировать все силы в Нижнем Новгороде, заняв чётко выраженную **антисорокинскую** позицию, либо попытаться с ним договориться («Заноза». 13.07.16);*

*После **антикондрашовской** «революции» или «переворота», комиссия Пушкина [Василия Пушкина. – Авт.] стала работать намного активнее и требовательнее («Заноза». 18.01.16);*

*После этого на Носкова вылили ушаты грязи из бердниковского «идеологического блока». Когда Иван Николаевич прибыл в Нижний Новгород и стал смотрящим за «старой администрацией города», а его имя начали упоминать в интернете, сразу мощно потекла по трубам **антиносковская** пропаганда со ссылками на Иркутск («Заноза». 17.05.18);*

*Тем более что Шанцев наверняка тоже был удивлён **антиаверинскими** действиями Сорокина: когда среди «своих» происходит такое, надо наказывать очень строго («Зеркало». 17.11.14);*

*Что касается нижегородцев среднего возраста, то Шанцев этим людям просто неинтересен. Они не настолько глупы и неопытны, чтобы верить в него, но не настолько политически грамотны и активны, чтобы быть настроенными даже не столько **антишанцевски**, сколько **антивластно** («Зеркало». 09.09.14);*

*Чтобы не усиливать внутривластный скандал **антибочкарёвская** оппозиция не пытается взломать офис («Заноза». 08.12.16);*

*Я вообще не очень верю в то, что **антиникулинский** план сработает, хотя мимо него пройти защите просто невозможно («Заноза». 12.07.16).*

## **II. СТРАТЕГИЯ ОЦЕНИВАНИЯ**

### **1. ТАКТИКА ИРОНИЗИРОВАНИЯ**

**Словообразовательные неологизмы  
узуальных способов словообразования**

### Префиксация

*«Школьный мегапроект»*: 60 миллионов только за бумаги (заголовки) («Нижний сейчас». 22.05.17);

*Мегасвинокомплекс в Вадском районе: о людях снова не подумали* (заголовок) («Ленинская смена». 16.01.2015);

*ЦСКА набрал 1 очко усилиями Кайла Хайнса, не особо зажигали и суперснайперы «горожан»* («Нижегородский рабочий». 28.10.15).

### Суффиксация

*Бюджетненько* (заголовок). В Нижегородской области стало больше бюджетных мест («Новое дело. Нижний Новгород». 19.05.16);

*Оперативненько...* (заголовок). История дома № 77 по проспекту Циолковского, с тех пор как «Дзержинское время» впервые рассказало о нём и его жителях, объявивших войну управляющей компании «ДУК», успела превратиться в сериал («Дзержинское время». 02.10.15);

*Символичненько, конечно* («Заноза». 24.04.17).

### Префиксоидация

*Нано-протезы для Шарика* (Нижегородский госпиталь для животных на базе приюта не имеет аналогов в России) («Город и горожане». 30.09.2015);

*Народная новость: «наноасфальт» на дорогах* (заголовок). Ладно, со скрипом ещё можно понять, когда дороги латают брусчаткой (хотя выглядит это жалко). Но ямы, засыпанные ПЕСКОМ! Или у нас в мегаполисе с населением больше миллиона это должно называться «наноасфальт»? («Нижний сейчас». 02.07.15).

### Чистое сложение

*В общем, за своё бизнес-счастье опальные предприниматели пообещали бороться – вплоть до жалоб в Москву* («Зеркало». 17.05.17);

*Вот и слетел наш меценат-олигарх-депутат – сначала с одного кресла, а потом со второго* («Зеркало». 01.12.16);

*Мероприятия в лектории фестиваля начнутся 10 августа в 14:00 с лекции Дмитрия Павлова «Онлайн-фермерство. Как завести корову, не вставая с дивана» («В городе N». 10.08.18);*

*Ну, осуществили они «конкретно-авторитетную» или какую там революцию в Арзамасе, так, что Гайдар-старший позавидовал бы («Заноза». 02.11.16);*

***Регион-хоспис** (заголовок). Трудно сказать, как в сентябре 2017 года была сформулирована задача по Нижегородской области. Была конкретика или просто резолюция «навести порядок». Полицейско-корпоративный режим понял указание так, что надо «до основания разрушить». Полицейская часть работы получится, корпоративная – вряд ли («Заноза». 19.04.18);*

***Секс-переключка, или держите меня семеро** (заголовок). В секс-рейтинг она попала неслучайно: в министерстве, где средний возраст чиновников приблизился к 60 годам, на неё повесили буквально все проекты, доклады и отчеты. Пожилые коллеги Забегаловой работать, может быть, и хотят, но уже не могут («Зеркало». 06.03.17);*

***Стадно-стадионное счастье** (заголовок). Бледный визит зампреда Правительства РФ Игоря Шувалова и министра спорта РФ Виталия Мутко в Нижегородскую область подсветили местными светочами аналитической мысли из числа «юродствующих ради пиару и имиджу Нижегородской области» («Зеркало». 03.12.14);*

***Финансово-депутатская неприкосновенность** (заголовок). Уходя на летние каникулы, депутаты городской Думы Нижнего Новгорода решили себя немного побаловать. В частности, они фактически не стали отказывать себе в праве иметь иностранные вклады за рубежом. Действительно, зачем отказываться от иностранных счетов в горячую пору жарких летних отпусков, когда депутатская душа просит красивых пляжей и костюмов цвета маренго, и знойных андалусских вечеров, и прохладную пинаколаду под карибским солнцем? Да и вообще, зачем отказываться от иностранных сбережений? («Зеркало». 06.07.16);*

**Школа-ресторан** (заголовок)? *Под прикрытием создания нового меню в школах города рассчитывают существенно поднять стоимость питания («Ленинская смена». 23.03.18).*

## **Словообразовательные неологизмы неузуальных способов словообразования**

### **Заменительная деривация**

**Гей-подряд** (заголовок). *Почему известные люди стали один за одним признаваться в гомосексуализме? («Новое дело. Нижний Новгород». 20.11.14);*

**Гособороннаказ** (заголовок). *Вчера в правительстве Нижегородской области подвели итоги исполнения государственного оборонного заказа (ГОЗ) в 2011 году («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 23.05.12);*

**ЗдрравоЗахоронение** (заголовок). *К 2021 году в России будет столько же больниц, сколько было в 1913 году! («КПРФ в Нижнем Новгороде». 02.08.17);*

**Приветственное руконажатие** (заголовок). *В Нижегородский аэропорт уже прибыло дактилоскопическое оборудование для оперативной проверки прибывающих иностранцев. Теперь всего за две секунды пограничный контроль установит нелегального мигранта («Нижегородский рабочий». 08.04.15);*

**Роскомпозор** (заголовок)? *В Нижегородской области всё больше и больше начинает пахнуть цензурой! («Ленинская смена». 26.05.15);*

**Рособоронвор** (заголовок). *На нижегородские оборонные предприятия поставляют контрафактную продукцию («Новое дело. Нижний Новгород». 09.02.12);*

**Ситименеджеровидение**. **Шансы и надежды** (заголовок). *Как я и предсказывал пару статей назад, конкурс на замещение вакансии главы городской администрации в ближайшее время точно не состоится («Нижний сейчас». 03.11.15);*

**Финансово-оздоровительный комплекс** (заголовок). *Министерство инвестиционной политики Нижегородской области разработало программу развития инвестиционного климата региона на 2015–2020 годы («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 19.06.14);*

**Ценнометаллические** бумаги (заголовок). Кулебакский «Русполимет» намерен в будущем году выпустить биржевые облигации на сумму до 15 млрд руб. со сроком обращения не более пяти лет. Средства от размещения ценных бумаг пойдут на финансирование текущих инвестпроектов и погашение кредитов комбанков («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 04.12.15).

### **Междусловное наложение**

**Божественная** комедия (заголовок). Чем светская журналистка Божена Рынска покоряла миллионеров («Новое дело. Нижний Новгород». 31.03.16);

*Власть хочет разрубить «каргиев узел»* (заголовок). <...> Прочитав номера маршрутов, наша башковитая фэйсбучная общественность заволновалась: 71-й маршрут? Как же так? Ведь именно на нём ведётся бесконечная война опального перевозчика Дмитрия Каргина с администрацией города! Неужели решили окончательно «разъяснить» вопрос и пустить по маршруту только муниципальный транспорт? («Нижний сейчас». 03.07.15);

**Параноев** ковчег (заголовок). Политсовет НРО «Единой России» сформировал оргкомитет по проведению праймериз для выдвижения кандидатов в депутаты Госдумы РФ. Формально в этот ковчег собрали всё видовое разнообразие партии власти в регионе, включая городских. А на деле – отфильтровали так, что оргкомитет получился истинно прогубернаторским («Заноза». 03.07.15);

*Скинуться на блага для наших олигархов от ЖКХ, мусора и энергетики – давно почётная обязанность нищегородцев* («Зеркало». 07.07.16).

### **Графическая гибридизация**

**FIFАнтастика** (заголовок). Подготовка к Чемпионату мира по футболу 2018 года не прекращается в Нижнем Новгороде ни на минуту («Нижегородский рабочий». 13.04.16);

**STARость** в радость (заголовок). Золотой голос России Николай Басков недавно удивил коллег по шоу-бизнесу неожиданной новостью. По словам певца, Пугачёва, несмотря на свой звёздный статус, получает мизерную пенсию.

*Государство ежемесячно официально перечисляет легендарной певице около 3750 рублей (93 евро) («Новое дело. Нижний Новгород». 29.11.12);*

***Не-опера-тивное** строительство (заголовок). Ещё в 2008 году началась разработка проекта, а в 2011-м Валерий Шанцев объявил, что в ближайшие три года новое здание театра оперы и балета будет построено («Патриоты Нижнего». 25.11.15);*

*По словам активистов движения «**ЯМ.NET**», таким образом они не только предупреждают водителей об опасности, но и дают «сигнал» людям, ответственным за состояние городских дорог («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 18.06.15);*

***Пре-красный** день календаря (заголовок). Уже совсем скоро замечательный во всех отношениях Международный женский день – праздник весны, время томительного ожидания подарков для прекрасного пола и приятных хлопот для пола сильного («Патриоты Нижнего». 04.03.15);*

***РазVISAлись?** (заголовок). Visa разслала членам международной платёжной системы (МПС) письмо, в котором сообщила, что с 1 октября отказывается от гарантированного обслуживания операций по картам российских банков («Нижегородская правда». 06.10.15);*

***СВАЛКА.RU** (заголовок). В стране огромное количество экологических проблем («Нижегородская правда». 19.04.17);*

***Тайны.net** (заголовок). Как за нами следят наши телефоны и компьютеры? («Новое дело. Нижний Новгород». 07.05.15);*

***Фильмов.NET** (заголовок). Что грозит нижегородцам, скачивающим фильмы из интернета («Новое дело. Нижний Новгород». 07.11.13).*

## **2. ТАКТИКА ИЛЛЮСТРИРОВАНИЯ ОТРИЦАТЕЛЬНОГО**

### **Словообразовательные неологизмы**

#### **узуальных способов словообразования**

##### **Префиксация**

«МегаФон» также запустил систему **Анти-спам** с целью предотвращения несанкционированных рассылок и систему автоматизированной обработки жалоб на спам («Аргументы и факты – Нижний Новгород». 26.03.15);

**Антипремия** «Чёрная метка» (заголовок). Сергей Белов «угнал» у зама авто и пообещал замену («Правда ПФО». 17.08.16);

**Антирекорд** (заголовок). Количество случайных отравлений алкоголем в Нижегородской области за 2015 год выросло почти в 9 раз! («Дзержинское время». 05.02.16);

Богородскую кожу погубили **«антисанкции»** (заголовок) («Ленинская смена». 29.07.16);

Голосование за участки дорог, которые требуют ремонта в первую очередь по проекту **«АнтиЯма»**, стартовало в Нижнем Новгороде («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 09.04.18);

ГУММиД [Главное управление по строительству и ремонту метрополитена, мостов и дорожных сетей. – **Авт.**]: вместо **«анти терро́ра»** – деньги на премии (заголовок) («Ленинская смена». 14.11.13);

Семь нижегородских вузов попали в **антирейтинг** «Диссернета» (заголовок) («Открытый Нижний». 17.03.16).

### Суффиксация

А вот о другом земляке-писателе Захаре Прилепине, вернее о его «военной» карьере в ДНР, Эдуард Лимонов сказал только, что ему не нравится, «что в этой истории слишком много **«телевизионщины»** («Версия в Нижнем Новгороде». 07.03.17);

Кавинов – известный любитель **«гламурить»**, лакировать, лавировать, красивые речевые обороты на трибунах заворачивать и даже шоу-программы на министерских корпоративах вести («Ленинская смена». 29.01.16);

Он [Игорь Панышин. – **Авт.**], если и **«ураганил»**, то исключительно в метеорологическом значении («Зеркало». 20.01.17);

Отметим лишь, что главным итогом **«полицейщины»**, по меткому замечанию «Коммерсанта», стали следующие цифры – в МВД резко возросло



число штабных и тыловых подразделений, зато резко (до 30 – 50 %) уменьшилась численность сотрудников оперативных структур («Новое дело. Нижний Новгород». 07.06.12);

Сити-менеджер Сергей Белов оказался в отпуске, правда, не так далеко, как когда-то Кондрашов, а потому его активно **«жабили»** в интернете катающимся на велосипеде по лужам («Заноза». 10.07.17).

### Префиксация

«Ростелеком» рассказал о способах защиты от **киберугроз** на конференции «Код информационной безопасности», состоявшейся в Нижнем Новгороде 30 ноября <...> В ходе дискуссии ведущие представители отрасли обсудили главные тренды и события завершающегося года. Среди них названы блокчейн, импортозамещение в сфере ИТ, новые требования регулятора, а также вопросы, связанные с вирусами-шифровальщиками и **кибертерроризмом** («Pro Город – Нижний Новгород». 01.12.17);

500 млн рублей получил регион на ликвидацию объектов накопленного **экоущерба** в Дзержинске (заголовок) («Нижний сейчас». 24.04.17);

Не желая жить в жёстких рамках системы, они совершают череду дерзких **кибер-преступлений** («Аргументы и факты – Нижний Новгород». 31.07.15);

Нижегородские полицейские рассказали, как не стать жертвой **кибер-мошенников** («Pro Город – Нижний Новгород». 06.01.16);

Понимая, что такие вложения за короткий срок недоступны многим организациям, «Ростелеком» запустил управляемые сервисы информационной безопасности (MSS), которые позволяют с минимумом затрат за 1-2 месяца значительно увеличить устойчивость организации к **кибер-атакам**, а также застраховать **кибер-риски** для обеспечения непрерывности бизнеса («Pro Город – Нижний Новгород». 30.06.17).

### Чистое сложение

20-летний немецкий **онлайн-наркобарон** приговорён к семи годам тюрьмы (заголовок) («Версия в Нижнем Новгороде». 03.11.15);

*А ведь кому как не коменданту было знать, что он вместе с посетительницей замахнулся на самое святое, что было у Ингликова. Ещё на посту директора МП «КРУН» он распорядился, чтобы на нижегородских кладбищах были созданы так называемые **ВИП-кварталы**, или, как их именуют в народе, «киоски Ингликова», за получение места в которых от комендантов требовали взимать дополнительную плату («Нижегородский рабочий». 17.01.18);*

***ВИП-рейсами** Шанцева заинтересовался Народный фронт (заголовок). Нижегородские чиновники с начала 2015 года потратили на чартерные рейсы более 20 млн рублей. На расточительные перелёты обратили внимание в ОНФ [Общероссийский Народный фронт. – Авт.] («Зеркало». 01.09.15);*

*Выборы под **веб-прицелом** (заголовок) («Нижегородская правда». 13.03.12);*

*Для Москвина главная задача на сегодня – нарисовать картину единства. Думаю, он нарисует её. Нет никакого резона показывать глубину конфликта. Это типичная **пиар-проблема**, думаю, Москвин в состоянии сделать вид, что её решает, – резюмировал Лысов («Патриоты Нижнего». 07.02.18);*

*Другая громкая **«федерально-нижегородская»** новость недели – отказ прокуратуры Нижнего Новгорода возбуждать дело против мэра города Ивана Карнилина по запросу Алексея Навального («Зеркало». 25.02.17);*

*Если с Вадимом Булавиновым и могло случиться что-то **карьероубийственное**, это должно было выглядеть именно так («Нижний сейчас». 04.12.17);*

*Красный террор, или **пиар-бандитизм** (заголовок). На днях спокойная и провинциальная жизнь Арзамаса была буквально взорвана очередной провокационной вылазкой наёмников-политтехнологов, действующих под брендом «Новой команды КПРФ» («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 05.03.11);*

*Ленивый **кот-желе** покорила пользователей сети (радио «Европа плюс. Нижний Новгород». 03.06.16);*

*Надо отметить, второй «губернаторопарад» прошёл весьма корректно («Ленинская смена». 10.11.17);*

*Наукоград оказался в хвосте рейтинга **онлайн-открытости** («Саров. Net». 17.05.17);*

*Нижегородец предложил ещё один талисман ЧМ-2018 – символом футбольной феерии должен стать **Крысо-Ком!** («Нижний сейчас». 31.01.17);*

*Около 100 детей из нескольких стран стали жертвами **онлайн-изнасилования** («Версия в Нижнем Новгороде». 05.09.17);*

*Он [Вадим Булавинов. – Авт.] стартовал с продвижения **глянцево-скандальной** предпринимательницы Ольги Никитиной («Заноза». 23.10.17);*

*Он вечен, пока в нашей стране имеют место выборы с **гречнево-административным** привкусом, где избирателю ничего больше подачи сухпайка не нужно («Зеркало». 14.07.16);*

***Онлайн-судимые** (заголовок). Татарстан снова вошёл в число регионов с высоким уровнем цензуры в интернете («Версия в Нижнем Новгороде». 08.02.17);*

*Партия Роста в нижегородском варианте это «вери импотант пати», только не важная, а **партия-импотент** («Заноза». 07.07.16);*

***Пиар-уклон** (заголовок). При смене власти на пиар и на общественные связи очень часто приходят новые люди, а старую команду безжалостно убирают («Заноза». 11.07.17);*

*Политические уроки **секс-атаки** на Кёльн для России (заголовок) («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 15.01.16);*

*Прокуратура Автозаводского района требует закрыть 15 **онлайн-казино** («Зеркало». 13.02.17);*

*Прокуратура обжаловала приговор «**секс-учительнице**» из Альметьевска (заголовок). Надзорное ведомство считает, что суд вынес слишком мягкое решение в отношении педагога, которая вступила в половую связь с 15-летней ученицей, да ещё и нанесла ей травму («Версия в Нижнем Новгороде». 14.12.16);*

*Ритмичное движение пассажирского транспорта по графикам так и осталось мечтой «**пассажира-идиота**» («Заноза». 10.08.17);*

*Секс-скандал в нижегородской школе: учителя заподозрили в рассылке порно ученикам (заголовок) («В городе N». 08.05.18);*

*Таким образом, интернет-паникёрам, наверное, надо успокоиться («Нижний сейчас». 21.02.17);*

*Там присутствовали не только сорокинские, которых надо было убедить окончательно и бесповоротно в пользу компромисса, но и их полпредоориентированные коллеги («Заноза». 14.10.16);*

*Убил за секс-беспредел (заголовок). В Сормовском райсуде скоро будет слушаться дело 40-летнего Алексея Л., прирезавшего любовника жены во время его соития с последней («Ленинская смена». 15.01.16);*

*Украинки пригрозили российским мужчинам «секс-бойкотом» – Foreign Policy (заголовок). Две украинские журналистки запустили кампанию с говорящим названием «Не дай русскому», сообщает RussiaToday со ссылкой на «Foreign Policy» («Зеркало». 25.03.14);*

*Элитно-обшарпанный Нижегородский район традиционно на выборы ходит вяло («Заноза». 21.09.16).*

### **Сложносуффиксальный способ**

*Между тем на самом деле проблема для региональной повестки нешуточная. Контингент на воскресных антикоррупционных митингах значительно отличался от «белоленточников» на Болотной площади. На сей раз на улицах появилась молодёжь, а не «офисный планктон». У молодых изначально заложен настрой на протест, и они готовы идти далеко. Сегодня это мирная демонстрация, а завтра будут разбитые витрины, горящие покрышки («Ленинская смена». 07.04.17).*

### **Словообразовательные неологизмы**

#### **неузуальных способов словообразования**

##### **Заменительная деривация**

*«Гриб-потрошитель» (заголовок). В недалёком будущем нижегородцы могут напрочь лишиться своих «зелёных друзей». Угрозу для озеленения областного центра представляет... опёнок осенний – гриб, поражающий сначала*

*ослабленные деревья, а потом, благодаря своей способности распространяться через корни и внешние повреждения, - и все остальные («Нижегородская правда». 28.03.13).*

### **Междусловное наложение**

*«Косметика» вместо «перетрахи́вания» (заголовок). Очевидно, что за девять лет правления Валерия Шанцева правительство Нижегородской области постарело, утратило мобильность и эффективность («Зеркало». 30.09.14);*

*Зато этим «чумачечим» **ездюком** заинтересовался первый же встречный патруль ДПС («Ленинская смена». 14.07.17);*

*Когда в 2014 году на востоке Украины жителей Донбасса порошковские **ВСУчата** и ПСы попытались раскатать танками, наш журналист не колебался ни секунды («Ленинская смена». 05.05.17);*

*Кризис в моей жизни закончился... наступил полный **стабилиздец!** (заголовок) («Новое дело. Нижний Новгород». 11.05.17);*

*Массовая **вузня** (заголовок). Поступить в вуз будет проще («Новое дело. Нижний Новгород». 04.06.15);*

***Потребля́тельство** (заголовок). В кого мы превращаемся, проводя часы и дни в торговых центрах? («Новое дело. Нижний Новгород». 11.07.13).*

### **Тмезис**

*Арбитраж поставил точку в «деле о шахунской шубе» (заголовок). Эта история попала в федеральный эфир, ведущий Владимир Соловьёв отреагировал новым выражением: «**Ошахуньели!**» («Репортёр-НН». 07.08.18);*

*По всем отечественным электронным СМИ <...> с чудовищным напором распространилась радостная волна: наш-то, Валерий-то Павлиныч, не просто теперь **губернахтор** («Зеркало». 03.07.17).*

### **Графическая гибридизация**

***ГОЗизмена** (заголовок). В Нижнем Новгороде обсудили новые поправки к нашумевшему закону о гособоронзаказе («Ленинская смена». 28.04.16);*

*Городской «ПАЗор» (заголовок). Кто заинтересован в том, чтобы нижегородцев возили «убитые пазики» («Новое дело. Нижний Новгород». 14.11.13).*

### **3. ТАКТИКА ВЫРАЖЕНИЯ АНТИПАТИИ**

#### **Словообразовательные неологизмы узуальных способов словообразования**

##### **Префиксация**

*21 февраля по всей стране прошли митинги «антимайдан» («Борское информационное агентство». 25.02.15);*

*А вот «недопосол» России в Украине до сих пор мыслит личностными и межличностными категориями («Заноза». 09.12.16);*

*А тут восторженное восприятие того, что выборы делает **недовыборам** («Заноза». 13.09.16);*

***Недоремонт** и переавтомобилизация (заголовок). Через пять лет водителей ждёт коллапс-статистика («Саров. Net». 16.06.17);*

*Он [О.В. Сорокин. – Авт.] сам в своё время формировал в Думе-2005 **антимэрскую** оппозицию в борьбе с Вадимом Булавиновым («Заноза». 19.04.17);*

*Тут есть пример **экс-мэра** областного центра Вадима Булавинова, который был в нулевые годы широко известен по всей области как успешный городской руководитель, и вроде как в нижегородской провинции готовы были поддержать его на губернаторских выборах («Заноза». 25.07.17).*

##### **Суффиксация**

*А ведь сейчас чувствуется, что «**шанцевщина**» исчерпала себя полностью («Зеркало». 17.04.15);*

*В народе заговорили, что все эти куцевские образы воплотились не только в **глушковщине** (как прозвали люди творящийся в Балахне бардак), но и в попытках победить её («Свободная пресса – Нижний Новгород». 05.04.14);*

*Говорят, что сотрудники милиции, которые имели несчастье попасть в плен к **майдановцам**, подвергались жестоким пыткам («Новое дело. Нижний Новгород». 09.01.15);*

Далее Вострикова убедили, что протестный митинг устроили «майданщики», которые сделали ложные вбросы о 300 погибших («Заноза». 13.06.18);

Именно так делается «киселёвщина» на ТВ, основном доселе инструменте пропаганды («Нижегородская правда». 20.04.17);

Имея специфический опыт работы в Москве («лужковско-батурицкий ампир»), Шанцев, как талантливый копировальщик, решил продублировать «лужковщину» в Нижегородской области («Зеркало». 17.04.15);

К тем, кто сейчас прорывается во власть, отношение у многих «майданщиков» весьма скептическое («Новое дело. Нижний Новгород». 27.02.14);

Коммунисты – единственная база борьбы против «сорокинщины» в Нижнем Новгороде («Зеркало». 26.08.14);

Очень важно, что жидилёвщина людей унижает («Зеркало». 01.09.15);

Россию в очередной раз эпатировали крикливой жириновщиной («КПРФ в Нижнем Новгороде». 07.10.16);

Что касается «навальнощины» как таковой, в том числе, нижегородского митинга, то это политическая провокация «пчёл против мёда» («Заноза». 28.03.17).

### **Префиксально-суффиксальный способ**

И ведь забавно, что, по сути, весь сценарий сложился благодаря расколовшейся «Единой России» – прошанцевский Бочкарёв и просорокинский Буланов («Зеркало». 11.08.15);

Ответ прошанцевским провокаторам (заголовок)! Есть опасения, что под флагом провокации в СМИ осуществляется захват рейдерами площадки ведущего нижегородского предприятия «Термаль» («Ленинская смена». 16.01.14);

Постмайданье в собственном соку (заголовок). С 1 января 2016 года приостановлено действие договора о зоне свободной торговли России и Украины («Нижегородская правда». 26.01.16);

*Прогойхмановские* кадры продолжают удерживать контроль над вопросами городского транспорта («Заноза». 08.11.16).

### **Префиксоидация**

*А* водитель «скорой» умело ушёл от активистов **автомайда**на, которые начали преследовать его машину («Новое дело. Нижний Новгород». 09.01.15);

Однако этого было явно недостаточно, так как истинные организаторы **лжевыборов** остались безнаказанными («КПРФ в Нижнем Новгороде». 23.04.16).

### **Чистое сложение**

**Мама-мэр**. Сколько часов в ваших сутках? Успеваете работать мамой? («Аргументы и факты – Нижний Новгород». 28.06.17);

*Настоящий* укроп – это злобное, неадекватное и бешеное чудовище, вечно завидующая России, голова которого работает исключительно на впитывание сведений из **укроСМИ** («Новое дело. Нижний Новгород». 10.06.16).

## **4. ТАКТИКА САМО-ВОЗВЫШЕНИЯ**

### **Словообразовательные неологизмы**

#### **узуальных способов словообразования**

### **Префиксация**

Составлен **топ-7 суперкрутых аттракционов** на Покровке («Pro Город. Нижний Новгород». 22.01.2016);

Конечно, это была игра не столько дизайнерской, сколько инженерной мысли, способ шокировать публику, **супердорогое шоу** («Нижегородский рабочий». 08.06.16);

Мало того, что не понимают – ещё и жутко боятся творить что-нибудь непопулярное и антикризисное, ведь так можно и электоральные очки на выборах растерять – так что, вперёд и с песней **«Супергаранин»**, **«Суперкотельников»** и **«Супердранишников»** – напяливайте маску, трико – пора геройствовать («Нижний сейчас». 21.06.16);

Даже акустика стала лучше! Нижегородский театр оперы и балета имени Пушкина встретил зрителя **суперремонтом** и премьерой **«Онегина»** («Нижегородский рабочий». 05.10.16);



*Если это всё сделают, то и после чемпионата у нас будет **супервокзал*** («Нижегородский рабочий». 29.03.17);

*Мы с сыном живем неподалёку от **супер-арены*** («Нижегородский рабочий». 14.06.17);

*Дмитрий Рыболовлев строит новую **супер-яхту** длиной 110 метров и ценой 500 миллионов долларов* («Версия в Нижнем Новгороде». 16.01.18);

***Мегаград** – город небольшой (заголовок). Саров – город небольшой. В то же время его вклад в развитие экономики страны, её научного и промышленного потенциала не меньше, чем у иных мегаполисов* («Нижегородская правда». 30.06.2015);

***Мега-Гердт** (заголовок). Знаменитый актёр очень любил жениться* («Новое дело. Нижний Новгород». 29.09.16);

*Как уже не раз сообщал «НР» [**«Нижегородский рабочий» - Авт.**], **мегаарена** – новый стадион «Нижний Новгород» на Стрелке – растёт с опережением графика* («Нижегородский рабочий». 01.02.17);

*16 марта в кинотеатре СИНЕМА ПАРК в ТРЦ Фантастика состоится эксклюзивная Всероссийская премьера фантастической комедии **«СуперБобровы»**, на 1 день раньше национального проката!* («Нижегородский рабочий». 16.03.16);

*«Седьмое небо» приглашает нижегородцев 24 ноября на **мега-акцию** «Выгодная пятница – шопинг без границ»* («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 22.11.17).

## **5. ТАКТИКА ПРЕЗЕНТАЦИИ**

### **Словообразовательные неологизмы**

#### **узуальных способов словообразования**

##### **Суффиксоидация**

*Подарок для выксунских **ролломанов** (заголовок). Отличные новости для любителей японской кухни. Кафе «Необычайное» приглашает выксунских **ролломанов** попробовать новые блюда – **нано-роллы**, **гунканы** и **спринг-роллы*** («Выкса. РФ». 27.06.13).

### Чистое сложение

*Инфраструктура Alfa Future People – это лучшая в России фестивальная инфраструктура. Горячие души, комфортабельные **ВИП-кемпинги caravan** и полностью бесконтактная система оплаты на фестивале – далеко не все сюрпризы, которые ждут посетителей фестиваля («Нижегородский рабочий». 08.08.18).*

### Словообразовательные неологизмы неузуальных способов словообразования

#### Графическая гибридизация

*Евстигнеев. **Ев-Гений** (заголовок). У Евстигнеева – сложная и извилистая судьба («Курс Н». 20.04.18).*

### III. СТРАТЕГИЯ РАЗГОВОРНОСТИ

#### 1. ТАКТИКА ИЛЛЮСТРИРОВАНИЯ ОТРИЦАТЕЛЬНОГО

### Словообразовательные неологизмы узуальных способов словообразования

#### Суффиксация

*«**Решалы**» в погонах (заголовок). Информация о том, что в Главном следственном управлении ГУ МВД России по Нижегородской области «нечисто играют», просачивалась давно («Ленинская смена». 03.02.17);*

*Вспоминаю, что в 2006 году даже губернатор Валерий Шанцев должен был считаться с председателем Совета Федерации Сергеем Мироновым, хотя тот был не так властен, как «Валя-стакан», как **спикершу** СФ называют в интернете («Заноза». 27.07.18);*

*И наш герой окажется на необитаемом острове, в окружении трёх финалисток конкурса – принципиальной стервы, **паникёрши** и классической блондинки («Про Город – Нижний Новгород». 12.12.13);*

*И уж точно не второй Бабич, который действует как «понятийный **решала**», нарушающий любой общественный договор, когда ему это выгодно («Заноза». 02.08.18);*

*Известная блогерша и журналистка Божена Рынска, обычно пишущая на тему, как захомутать богатого мужика, целую тираду в соцсетях посвятила скандалу в Нижнем Новгороде («Новое дело. Нижний Новгород». 31.03.16);*

*Отечественному же «крупняку» страхового рынка подобная участь на самом деле уж точно не грозит («Новое дело. Нижний Новгород». 08.11.13);*

*Педофил познакомился со своей жертвой в онлайн-игре, долго «подготавливал» ребёнка, переписываясь в социальной сети, а затем снял квартиру, где совершил в отношении юной геймерши действия сексуального характера («Pro Город – Нижний Новгород». 24.08.16);*

*Свидетели видели, как подозреваемый убежал из машины «бомбилы», но потерял сознание недалеко от машины убитого («Pro Город – Нижний Новгород». 28.07.11).*

#### **IV. СТРАТЕГИЯ ТЕАТРАЛЬНОСТИ**

##### **1. ТАКТИКА ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ**

###### **Словообразовательные неологизмы**

###### **узуальных способов словообразования**

###### **Префиксоидация**

*Более того, таких лжекандидатов власть с удовольствием использует против, например, сильных оппонентов из значимых партий («Заноза». 13.09.16);*

*Лже-билеты. Через пару остановок водитель начал ругаться, что ему не передают за проезд <...>. Билеты, которые давал парень были синего цвета, а у водителя серого. К этому времени лже-кондуктор уже покинул маршрутку («Pro Город – Нижний Новгород». 25.03.14);*

*Нижегородские чиновники забыли обезвредить лже-отельеров и оставили десятки болельщиков без крыши над головой («Версия в Нижнем Новгороде». 22.06.18).*

##### **2. ТАКТИКА ПРЕЗЕНТАЦИИ**

###### **Словообразовательные неологизмы**

###### **узуальных способов словообразования**

### Префиксоидация

*Инициатор народного голосования **топ-блогер** Сергей Никитский признался, что результат рейтинга совпадает с его личными впечатлениями («Нижегородский рабочий». 08.02.17);*

*Нижегородское «Торпедо» перед паузой, связанной с Евротуром, сыграло два матча против **топ-команд** Востока: «Салавата Юлаева» из Уфы и магнитогорского «Металлурга» («Нижегородский рабочий». 04.11.15);*

*Что касается нематериального наследия, то в Нижнем пройдёт четыре матча группового этапа и два в плей-офф. В городе выступят **топ-сборные** – Аргентина и Англия. По имеющимся на сегодня данным, около 53 процентов билетов приобрели иностранцы («Нижегородский рабочий». 18.04.18).*

## 2. ТАКТИКА ИРОНИЗИРОВАНИЯ

### Словообразовательные неологизмы

#### узуальных способов словообразования

##### Префиксация

*Эвакуировали-эвакуировали, да не **выэвакуировали** (заголовок). В понедельник, 9 ноября, состоялось очередное заседание постоянной комиссии по транспорту и связи за председательством Алексея Гойхмана. Комиссия выдалась достаточно жаркой, дискуссия не утихала все три с половиной часа, но при этом... при этом всё было до боли скучно и обыденно» («Нижний сейчас». 09.11.15).*

### Словообразовательные неологизмы

#### неузуальных способов словообразования

##### Заменительная деривация

*<...> Законодательное Собрание Нижегородской области за 11 шанцевских лет изменилось до неузнаваемости. Как небо и земля. Реальное Заксобрание превратилось в виртуальное **Штампсобрание** («Заноза». 29.08.16);*

*«**ОРВИ-бум**» прогремел в Нижегородской области: за неделю заболеваемость выросла почти на 60% (заголовок) («Твой Бор». 20.01.17);*

**Гуси-kozyри...** Арзамаса (заголовок). День пудинга в Англии и Ночь редиса в Мексике, фестиваль оливок в Испании и булочек – в Китае, испанская *La Tomatina* и итальянская *Pizzafest*, даже фестиваль дикой еды в Новой Зеландии – эти и многие другие международные праздники аппетита основательно наполняют не только животы гостей, но и городскую, а в некоторых случаях и государственную казну («Нижегородская правда». 09.06.15);

**Маршрут-бросок** (заголовок). Автобусов в Нижнем Новгороде станет меньше («Новое дело. Нижний Новгород». 12.11.15);

**Мост-бросок** (заголовок). Второй Борский мост заработает до конца этого года («Новое дело. Нижний Новгород». 21.07.16);

**Отмывальников начальник** (заголовок). Политическое зазеркалье в нашем городе и регионе давно дошло до той стадии, что сценарии и сюжетные линии пишутся не отталкиваясь от реальной работы руководителя, а под пером его пиарщиков и технологов» («Зеркало». 12.02.16);

Так, фирма «МАГ групп», принадлежащая тандему «Ж – А», является учредителем наиболее крупного мусорного перевозчика «РЭП-2», с которым нижегородское «пятидучье» неизменно заключает контракты («Зеркало». 23.01.17);

**Шоу-банкинг** (заголовок). Шоумен и бывший продюсер группы «Ласковый май» Андрей Разин стал акционером и президентом Объединённого национального банка (ОНБ), зарегистрированного в Нижнем Новгороде («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 02.10.14).

### **Графическая гибридизация**

**(Де)монстрация по-нижегородски** (заголовок). <...> Ну, а жирную точку в череде праздничных развлечений поставили организаторы первой в Нижнем Новгороде «монстрации» – пародийного шествия с абсурдно-юмористическими лозунгами, один из которых – «Мясо! Фарш! Пельмени!» – на вечерней Рождественской выкрикивали даже активнее, чем официальное «Мир! Труд! Май!» на утренних демонстрациях («Нижний сейчас». 01.05.16);

**(Не)голодающие** «дети» Поволжья (заголовок). В конце майских праздников нижегородским мещанам позволили приложиться к замочной скважине кремля, сквозь которую те рассмотрели доходы областных чиновников («Зеркало». 10.05.17);

**(Не)целевое** расходование (подзаголовок). <...> А какое вообще отношение имеет газета «Нижегородская правда», живущая за счёт областного бюджета, к конкурсу «Правда и справедливость»? Нет, ну понятно, слово «правда» и там и там (ха-ха), но победители вообще-то получают деньги из Фонда поддержки — внимание! – независимых региональных СМИ. Как же так? Налицо нецелевое расходование «фронтовых» средств, или нам кажется? («Зеркало». 07.04.17);

Вчерашний **(не)санкционированный** митинг против коррупции, что состоялся на площади Маркина и немного дальше по центру города, прошёл без форс-мажоров («Зеркало». 27.03.17);

Вятская **(за)трещина** (заголовок). Причины, почему жилое здание в Приокском районе пошло трещинами, отображены сразу в шести экспертизах, где чёрным по белому написано, что разрушение несущих конструкций связано с ошибками при проектировании и нарушениями при производстве строительно-монтажных работ («Репортёр-НН». 28.04.18);

Горе **ДУКовое** (заголовок). В Нижнем Новгороде дошло до суда первое уголовное дело о подложных энергопаспортах на многоквартирные дома. По версии следствия, городу как соучредителю районных домоуправляющих компаний в результате фиктивного энергоаудита был нанесен ущерб на сумму свыше 16 млн руб («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 26.02.13);

Девятое место среди мужчин занял **(с)экс-градоначальник** Олег Кондрашов («Новое дело. Нижний Новгород». 06.03.17);

Дело тут в, скажем так, особенностях нашей нынешней **гор(е)администрации** вообще и чудного ведомства по имени КУГИ [Комитет по управлению городским имуществом. – Авт.] в частности («Зеркало». 13.01.17);

*Жить **кр(ас)иво** (заголовок)! И ведь дом номер 15, а не 13. Но сути дела это не меняет – траектория здания пошла по кривой, вместе с траекторией судьбы его жителей. А название-то у улицы какое – Ломоносова! Вот только никто здесь не знает ничего ни о каком светлом будущем, лишь только кое-что о тёмном прошлом («Нижний сейчас». 17.11.17).*

## **V. СТРАТЕГИЯ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ДЕЙСТВИЙ**

### **ТАКТИКА ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОТНОШЕНИЯ К ПРИРОДЕ И ЗАКРЕПЛЕНИЯ НОРМ «ЭКОЛОГИЧЕСКИ ГРАМОТНОГО» ПОВЕДЕНИЯ**

#### **Словообразовательные неологизмы**

#### **узуальных способов словообразования**

##### **Префиксоидация**

*Акция проходила в формате **эко-пикника**, после уборки всех ждал горячий чай и шашлык («Нижний сейчас». 12.10.15);*

*Как сообщают организаторы, V ежегодная церемония вручения премии **ЭКОПОЗИТИВ-2015**, учреждённой движением ЭКА с 2011 года, прошла в субботу («Зеркало». 06.12.15);*

*Научно-технический фестиваль **«Эковолна»** пройдёт в Нижнем Новгороде 14 июля («Курс Н». 13.07.18);*

*Небанальный выходной: казахский колорит в **эко-ауле** под Нижним (заголовок) («Нижний сейчас». 30.04.16);*

*Пройдёт **эко-праздник** 3 и 4 июня («Аргументы и факты – Нижний Новгород». 23.05.17);*

*С вечера кладёте крупу, наливаете воду или молоко, включаете таймер и... утром, проснувшись от того, что в доме аппетитно пахнет свежеприготовленной вкусной кашей, вы в прекрасном настроении добавляете в неё свежие фрукты и зовёте семью к столу на питательный и полезный **эко-завтрак!** («Аргументы и факты – Нижний Новгород». 16.09.14);*

Совместно с Союзом архитекторов России решено провести международный конкурс в рамках фестиваля «Эко-Берег» в сентябре («Нижний сейчас». 23.05.17);

*Эко-взгляд* (заголовок). Общественная организация «Патриоты Нижнего» во время акции «Красивый берег» собрала около 500 подписей в поддержку прекращения строительства на Нижне-Волжской набережной («Нижегородская правда». 26.09.13).

## VI. СТРАТЕГИЯ КОМПРЕССИИ ТЕКСТА

### 1. ТАКТИКА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ

#### Словообразовательные неологизмы узуальных способов словообразования

##### Суффиксация

Когда конкуренты устраивают масштабные пресс-конференции, включаются в решение резонансных проблем, организуют свои фестивали и шествия, *ЛДПРовцы* копошатся... («Нижний сейчас». 06.08.15);

Ну а *ОБЭПовцы* Петров и особенно его заместитель Никитин – герои не одной публикации на Зеркале («Зеркало». 11.08.17);

Хотя если у наших людей при слове оппозиция всплывает фигура *КПРФщика* Перова, значит и Ахмахов вполне себе состоявшийся борец «с кровавым режимом» Шанцева и Сорокина («Нижний сейчас». 06.08.15).

#### Словообразовательные неологизмы неузуальных способов словообразования

##### Междусловное наложение

Вернуть *мамМу* (заголовок). Глядя на фото обнажённой по пояс женщины с роскошным бюстом, невозможно определить, которая из её молочных желёз своя... («Нижегородская правда». 26.04.17);

Перед школьным *балЛом* (заголовок). Завтра, 27 мая, для выпускников школ начинается самая ответственная пора за все годы учёбы – Единые государственные экзамены («Нижегородская правда». 26.05.16).



## Графическая гибридизация

**«МиГ»нуть** не успеете (заголовок). Новые МиГи-35 будут собирать на заводе «Сокол» в Нижнем Новгороде, правда, не более половины операций по производству («Патриоты Нижнего». 26.07.17);

**«Мир»овое** соглашение. С 1 июля бюджетники и пенсионеры будут получать только карты «Мир» (заголовок) («Нижегородский рабочий». 05.07.17);

**SMS-мошенников**, снявших деньги с банковской карты 68-летнего пенсионера, ищут полицейские в Нижнем Новгороде, сообщает ГУ МВД по Нижегородской области («Про Город – Нижний Новгород». 15.04.15);

**VIP-лекторий** для пассионариев (заголовок). Предпринимателю комфортно только с предпринимателем. Может, это такой профессиональный шовинизм, но это так, – уверен организатор форума молодых миллионеров Барии Алибасов-младший («Нижегородская правда». 13.09.16);

**VIP-новости** в лицах (заголовок). В 2015 году строительство третьей очереди Южного обхода будет завершено на 95 процентов, – заявил вице-губернатор Нижегородской области Владимир Иванов («Нижегородская правда». 21.04.15);

**Vip-факт** и комментарий (заголовок). В ходе рабочей поездки губернатор Валерий Шанцев проверил реализацию программы развития производительных сил в Ардатовском районе: в частности, посетил карьер Писаревского месторождения стекольных песков, лесоперерабатывающее предприятие «Шервуд» («Нижегородская правда». 21.07.15);

**АбСАЛЮТный** приговор (заголовок). Организатору шоу фейерверков в Дзержинске, в результате которого пострадали люди и погибла женщина, вынесен приговор («Версия в Нижнем Новгороде». 01.08.17);

**БОЛЬше** не надо (заголовок). Острая, тянущая, жгучая... Боль – тяжёлый симптом различных заболеваний, порой причиняющая человеку большие страдания («Нижегородская правда». 12.07.17);

*В ноябре 2015 года торговый центр «Этаж» проводит специальную акцию под названием «VIP-доступ в мир роскоши» («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 05.11.15);*

*В этот не для всех сытый год нижегородские чиновники потратили на VIP-перелёты более 20 млн рублей («Заноза». 18.04.17);*

***ГРАНТ**иозная ферма (заголовок). <...> Программы поддержки начинающих фермеров и семейных животноводческих ферм работают в Нижегородской области с 2012 года. По итогам конкурсов победители получают гранты до 4 миллионов рублей: на строительство ферм, покупку скота, оборудования («Нижегородская правда». 14.08.14);*

***ГУС**иная история (заголовок). Почему Гус Хиддинк вернулся в Россию? («Новое дело. Нижний Новгород». 24.02.12);*

*Депутаты Законодательного собрания решили провести выездную инспекцию работы **IT-парка** «Анкудиновка» в Нижнем Новгороде («Агентство политических новостей – Нижний Новгород». 07.12.16);*

***ДИК**ий тренер (заголовок). Дик Адвокат огорошил футбольных болельщиков неожиданным заявлением. Главный тренер сборной России объявил, что покидает свой пост после Евро-2012 («Новое дело. Нижний Новгород». 03.05.12);*

***ДИПЛОМ**ная работа (заголовок). Рабочий у станка с вузовским дипломом ныне не редкость («Нижегородская правда». 22.10.15);*

***ДомоСТРОЙ** по-тоншаевски (заголовок). Каждый день наблюдая, как на их глазах ряд за рядом растут вверх стены новенькой двухэтажки на улице Больничной, всё больше верят в лучшее жители поселка Буреполом в Тоншаевском районе («Нижегородская правда». 30.10.14);*

*Жировки **вСПЕНИ**лись. В октябрьских платёжках будут начислены долги за неуплату по статье «капремонт» (заголовок) («Нижегородский рабочий». 28.09.16);*

***ЗаПАРК**овались (заголовок). Выпуском первой детали автомобильного крепежа ознаменовалось открытие нового завода «А.Раймонд РУС»*

*французской группы компаний «А.Раймонд». Предприятие открылось в промышленном парке «Дзержинск-Восточный» («Нижегородская правда». 14.07.15);*

***ЗаСТОлье** реального сектора (заголовок). Объём отгруженной продукции всех промышленных предприятий Нижегородской области в 2013 году превысил заветный рубеж и составил 1,034 трлн рублей («Нижегородская правда». 04.02.14);*

***ИсхудаЛЛа** (заголовок). Алла Пугачёва помолодела на 30 лет («Новое дело. Нижний Новгород». 06.09.12);*

*Как сообщается на сайте Думы, народные избранники выйдут на **VIP-забег** на тысячу метров («Саров. Net». 23.09.11);*

***КВИЛТэссенция** счастья (заголовок). Нижегородка Татьяна Мамугина из обрезков ткани делает «пиццу» («Нижегородская правда». 22.05.14);*

***Комфортный домоСТРОЙ** (заголовок). Новенькая трёхэтажка в микрорайоне Ветлуги строится приличными темпами («Нижегородская правда». 09.04.16);*

*Кредитная линия **«СТРОЙка»** предлагается на покупку земельных участков, строительство или ремонт жилых и дачных домов («Выкса. РФ». 26.02.16);*

*Летняя **ПАРКовка** (заголовок). Ещё несколько лет назад городские парки выглядели заброшенными и неудобными. Сегодня ситуация постепенно меняется: во многих зеленых зонах появились новые аттракционы для детей и взрослых, на смену пивнушкам пришли современные кафе, ушли в прошлое и стихийные пикники («Нижегородский рабочий». 04.06.14);*

***МАГНИТная** аномалия (заголовок). Целый год мы спим не больше двух-трёх часов в сутки, постоянно болит голова, давление, упадок сил, усталость. Не жизнь, а ад! – говорит Надежда Головнова из дома № 28 по проспекту Ленина в Нижнем Новгороде, где расположился продовольственный магазин «Магнит» («Нижегородская правда». 23.10.14);*

**МАКСИМ**альная искренность (заголовок). На прошлой неделе на сцене концертного зала «Юпитер» выступила Максим. Молодая певица порадовала своих нижегородских поклонников проверенными хитами и новыми песнями («Новое дело. Нижний Новгород». 29.05.12);

**МЯЧ**татели (заголовок). Министры правительства Нижегородской области сменили деловые костюмы на футбольную форму. На прошлой неделе они сразились со звёздами шоу-бизнеса в футболе («Новое дело. Нижний Новгород». 30.06.11);

На Чемпионата RSBK представители Repsol разыграют **VIP-приглашение** в Испанию на МOTO GP! («Аргументы и Факты – Нижний Новгород». 13.05.16);

**НАЛИЧ**ная музыка (заголовок). В конце минувшего года музыкальный коллектив Петра Налича (МКПЛ) отметил пятилетие («Нижегородская правда». 04.04.13);

Не **вРЕМЕННЫЕ** штрафы (заголовок). Госавтоинспекция Нижегородской области приняла решение наказать пассажиров, которые ехали в автобусе, не пристегнувшись ремнями безопасности («Версия в Нижнем Новгороде». 08.12.17);

Не **оГРИБИ** (заголовок). Как собирать и готовить грибы без вреда для здоровья («Новое дело. Нижний Новгород». 06.10.16);

Недремлющее **IT-око** (заголовок). Если вы припарковались в неразрешённом месте, к примеру, на тротуаре, но эвакуатор ваш автомобиль не увёз, не спешите радоваться («Нижегородский рабочий». 04.03.15);

**НеСНОС**ные дома (заголовок). В Нижнем Новгороде градозащитники были вынуждены вызвать полицию, обнаружив, что на Стрелке строители сносят здание Ярмарочной водокачки, которое является объектом культурного наследия («Версия в Нижнем Новгороде». 02.08.17);

**НеСНОС**ные жители (заголовок). <...> 6 августа 2014 года администрация Нижнего Новгорода издала постановление № 3078 «Об утверждении муниципальной адресной программы сноса и реконструкции ветхого и сноса аварийного жилищного фонда в городе Нижнем Новгороде».

Согласно этому документу, пятьдесят домов в Карповке (это Ленинский район) были включены в перечень домов, подлежащих сносу («Нижний сейчас». 09.06.17);

**НеуДАЧА** Баталова (заголовок). Известный актёр Алексей Баталов судится с соседом из-за 100 тысяч евро. Именно столько стоят две сотки дачной земли в Переделкино («Новое дело. Нижний Новгород». 28.11.13);

Нововведением 2017 года станет улучшенный **VIP-кемпинг**: на территории «Альфа-Кемпинга» будет создана отдельная зона палаточной гостиницы под открытым небом *Caravan*, которая предусматривает полностью оборудованные палатки, круглосуточную стойку регистрации, камеры хранения, умывальники и душевые кабины с горячим водоснабжением («Нижегородский рабочий». 26.06.17);

**ОБЩЕгородской** корпоратив (заголовок). Ресторан «Адмиралъ» приглашает всех на новогодние корпоративы («Твой Бор». 28.12.16);

**ОБЪЕКТИВный** взгляд на мир (заголовок). Публикация первых работ читателей, включившихся в наш «Фотокросс», вызвала новый всплеск творческой активности нижегородцев. Среди участников как новички, так и опытные фотографы. Мы же, отбросив в сторону профессиональные рассуждения о качестве снимков, постараемся отнестись к их оценке, слушая сердце («Нижегородская правда». 25.04.13);

Организаторы надеются, что **IT-Джем** станет творческим пространством для представителей различных отраслей экономики, госсектора, малого и среднего бизнеса, собравшихся вместе, чтобы в атмосфере джаза познакомиться и услышать друг друга («Нижегородская правда». 05.04.16);

По **МАКСИМУму** (заголовок). Елена и Сергей Захаровы из Павлово стали настоящими знаменитостями в родном городе. А всё потому, что в минувшие выходные на канале «Россия» вышло шоу Максима Галкина «10 миллионов» с их участием («Новое дело. Нижний Новгород». 02.02.12);

Про **ТЕСТное** настроение. Карина Мишулина доказала, что Тимур Еремеев ей не брат (заголовок) («Новое дело – Нижний Новгород». 21.02.18);

*Разделяй и ФАСтвуй* (заголовок). *Девятый арбитражный апелляционный суд вчера признал законным решение ФАС [Федеральной Антимонопольной Службы. – Авт.] России, которая в ноябре прошлого года аннулировала итоги торгов по земельному участку площадью 453 га под застройку в Нижнем Новгороде («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 31.07.13);*

*РасПЛАТА за мусор* (заголовок)? *Полагаю, далеко не каждый знает, сколько платит за мусор («Курс Н». 31.03.17);*

*РОКовые* деньги (заголовок). *В российском шоу-бизнесе разгорелся грандиозный скандал. Легенде рока Юрию Шевчуку не понравилось, что престижный журнал «Форбс», который ежегодно составляет рейтинг самых богатых звёзд, поставил его на 45-е место и оценил доходы рок-музыканта в миллион долларов («Новое дело. Нижний Новгород». 01.09.11);*

*СОВЕТчики: ЖКХ контролируем сами* (заголовок). *В Ярославле продолжается работа по созданию советов многоквартирных домов («Саров». 11.07.14);*

*Соответственно, все сведения о подобных конкурсах наш ИТ-гений, как и все остальные люди, черпает из средств массовой информации («Зеркало». 02.11.16);*

*Судьбоносные* строки (заголовок). *Российский блогер написал трогательное стихотворение, посвящённое сбитому самолёту Су-24 («Новое дело. Нижний Новгород». 10.12.15);*

*ТРУДная* доля (заголовок). *<...> А Нине Михайловне 23 декабря 85 годков исполнится. И дай ей Бог побыть ещё рядом с нами. Хотя бы для того, чтобы у сегодняшних школьников подольше был перед глазами пример истинного труда и искренней любви к родной земле («Нижегородская правда». 01.12.16);*

*ТРУДный* муж (заголовок). *Жить с мужем, главной любовью и смыслом жизни которого является работа, крайне сложно («Новое дело. Нижний Новгород». 17.03.11);*

*УМАрили* (заголовок). *Песня «Гороскоп» группы «Уматурман» взорвала Интернет. В ней музыканты повествуют о неприятностях, которые ожидают*

*представителей всех знаков зодиака, кроме Весов («Новое дело. Нижний Новгород». 16.02.12);*

**ФИГУральное** значение (заголовок). <...> *И несмотря на то, что выбор, наконец, был сделан в пользу Плющенко, споры по этому поводу не утихают до сих пор. Противники Плющенко утверждают, что знаменитый спортсмен находится не в лучшей форме («Новое дело. Нижний Новгород». 30.01.14);*

**ЦЕНА**образование (заголовок). *Стоимость обучения в нижегородских вузах достигает 160 тысяч рублей в год» («Новое дело. Нижний Новгород». 07.08.14);*

**ЧАС**ный случай (заголовок). *В центре Нижнего Новгорода появилась новая достопримечательность. На площади Горького установили часы, отсчитывающие время до зимней Олимпиады в Сочи («Новое дело. Нижний Новгород». 14.02.13);*

**ЧЕЛЮ**битная для Пугачёвой (заголовок). *Сергей Челобанов считает, что он может быть отцом детей Примадонны («Новое дело. Нижний Новгород». 22.09.16);*

**ШАРОВА**я молния (заголовок). *Скандал вокруг и.о. главы Канавинского района Михаила Шарова грянул несколько дней назад («Новое дело. Нижний Новгород». 09.03.17);*

**ЭКСПО**нируется Нижний (заголовок). *Нижний Новгород вошёл в число российских городов-претендентов на проведение ЭКСПО-2025 [всемирной выставки. – Авт.] («Нижегородская правда». 16.08.16);*

**ЭПОХА**льный показ (заголовок). <...> *Посвящённая 300-летию Нижегородской губернии экспозиция создавалась два года назад к 250-летию восшествия императрицы на российский престол («Нижегородская правда». 13.03.14).*

## **VII. ИГРОВАЯ СТРАТЕГИЯ**

### **1. ТАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ**

#### **Словообразовательные неологизмы**

#### **неузуальных способов словообразования**

### Междусловное наложение

*<...> Только если Брэда за его непоседливость и энергичность называли просто **Питтлер**, Анджелине повезло чуть меньше (радио «Европа плюс. Нижний Новгород». 15.04.16);*

*«**Дебатлы**» (заголовок). Парадокс заключается в том, что именно кандидаты от «Единой России» в последнее время откровенно игнорировали участие в дебатах, хотя их визави из оппозиционных партий были бы рады встретиться с ними в эфире («Патриоты Нижнего». 13.01.16);*

***Аламасленица** (заголовок). <...> Наш специальный корреспондент в Аламасове предоставил нам фото и видео масленичных гуляний, которые проходили у наших соседей в Аламасове («Колючий Саров». 08.03.14);*

***Беженцы Европы** (заголовок). Уже несколько недель Европу буквально иштурмуют сотни тысяч мигрантов из стран Ближнего Востока. Через Италию, Грецию, Сербию, Македонию и Венгрию они пытаются достичь Германии, Франции и Британии, чтобы осесть там на постоянное место жительства («Новое дело. Нижний Новгород». 10.09.15);*

***За всё заплачено** (заголовок). Чтобы выйти из кризиса, правительство решило сэкономить на наших зарплатах («Новое дело. Нижний Новгород». 12.05.16);*

***Запоросило** за окном (заголовок). В нижегородской области начинается строительство крупного свинокомплекса («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 12.02.16);*

***Лоббитрясы** (заголовок). Есть такой национальный вид спорта – лоббизмом мериться («Свободная пресса – Нижний Новгород». 15.04.16);*

***Мэротворческая** миссия (заголовок). В Нижегородской области снова предлагают вернуться к «одноглавой» системе МСУ во избежание конфликтов на местах («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 19.05.16);*

*Нижегородская филармония им. Ростроповича отметит Старый новый год **«Карнавальсом»**, сообщает пресс-служба филармонии («NewsNN.ru». 11.01.16);*



**Олегарх** (заголовок). *Олегу Валентиновичу Сорокину сегодня – 50* («Репортёр- НН». 15.11.17);

*Ох уж эти снежности* (заголовок). *Как Нижний Новгород справлялся с рекордными снегопадами?* («Новое дело. Нижний Новгород». 05.02.15);

**Паулиний хвост** (заголовок). *Как Паулине Андреевой удалось увести Бондарчука из семьи* («Новое дело. Нижний Новгород». 08.09.16);

**Снеговиррус** (заголовок). <...> *В минувшую субботу отчаянные Yara и Титания решили в очередной раз устроить снеговиковый флешмоб. Вышли в театральный сквер, подтянули друзей и надели всяких разных снеговиков* («Колючий Саров». 06.12.15);

*Суровые мужчины о чём-то перешептывались и поглядывали на небольшую сцену, где в этот момент появился известный вор в законе Ляис* («Новое дело. Нижний Новгород». 28.02.13);

*Точно! Задолбали журналюги проклятые! – тут же поддержал его другой авторитет Стас Махайлов, известный любитель романтических песен для одиноких женщин* («Новое дело. Нижний Новгород». 28.02.13);

**Турдом** (заголовок). *Как турфирмы обманывают нижегородцев* («Новое дело. Нижний Новгород». 20.08.15);

**Универсамоуправство** (заголовок). *В спор между коммерческими структурами бизнес-партнеров Евгения Осокина и Андрея Климентьева вмешалась полиция. Она расследует дело о самоуправстве. Пытаясь получить долги за аренду своего универсама «Нижегородский», Андрей Климентьев закрыл торговый комплекс и удерживает в нём оборудование и товары коммерческих структур Евгения Осокина* («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 15.06.16);

**Шуровая молния** (заголовок). *Глава Канавинского района Дмитрий Шуров, дважды с громким скандалом потерявший свой пост, оказался в центре нового конфликта* («Новое дело. Нижний Новгород». 24.09.15).

### Графическая гибридизация

**«ГАЗель» до Турции доведёт** (заголовок). *В Сакарье открывается дочка «Группы ГАЗ»* («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 18.08.17);

**ВИЧно** живой (заголовок). Молодой нижегородец рассказал, как ему живётся с неизлечимым диагнозом («Новое дело. Нижний Новгород». 25.05.17);

**ГаРАНтия** успеха (заголовок). Директор Федерального исследовательского центра «Институт прикладной физики Российской академии наук» (ИПФ РАН) академик Александр Сергеев – один из главных претендентов на пост президента РАН («Нижегородская правда». 22.05.17);

Занимательная **УФОлогия** (заголовок). Сити-менеджер Нижнего Новгорода Сергей Белов не исключил, что исполнения контракта по монтажу оборудования ультрафиолетовой очистки стоков (УФО) подрядчиком «Нижегородского водоканала» – ООО «Веград Инжиниринг» придётся добиваться с помощью правоохранительных органов («Коммерсантъ – Нижний Новгород». 24.01.17);

На **ФОКстроте** (заголовок). Губернатор потребовал достроить «проблемные» ФОКи в Нижнем Новгороде («Новое дело. Нижний Новгород». 21.05.15);

Операция по **АСКОПлению** (заголовок). Очень, ну очень хотят городские чиновники, чтобы в Нижнем Новгороде воцарилась автоматическая система контроля оплаты проезда (АСКОП) («Свободная пресса – Нижний Новгород». 19.11.15);

По стойке **СМИрно** (заголовок). Если дальше так дело пойдёт, то читателями газет скоро останутся только работники пресс-служб («Новое дело. Нижний Новгород». 17.10.13);

Поддай **ГАЗку** (заголовок)! Впервые за последние четыре года «Группа ГАЗ» закончила год с прибылью, по данным за 2016 год по МСФО [международным стандартам финансовой отчётности. – Авт.] («Патриоты Нижнего». 07.06.17);

**РАНеное** сердце учёного (заголовок). Правительство России предложило деконструировать последнее, что осталось от советской науки, – структуру российских академий наук («Нижегородская правда». 04.07.13);

*Сергею Белову не СМИшно* (заголовок). Глава администрации Нижнего Новгорода Сергей Белов пока не намерен выполнять одно из первых своих обещаний – сделать кремлёвские оперативки, которые обычно проходят в первый день рабочей недели, открытыми для прессы («Нижний сейчас». 18.01.16);

*СМИщение акцентов* (заголовок). Наше журналистское сообщество – субстанция крайне нервная и переменчивая, как котировки мировых бирж («Нижний сейчас». 16.02.17);

*СмотрИТе* (заголовок)! Вы отлично вышли! – участники форума информационных технологий «ITFORUM 2020/IT-Джем» принимают комплименты и фотографии от... рекламно-информационного робота («Нижегородская правда». 19.04.16);

*Спортивное «сРАЖение»* (заголовок). Организатор мероприятия – бойцовский клуб РАЖ [название бойцовского клуба «РАЖ» расшифровывается как «Радость активной жизни». – Авт.] («Светский». 25.05.15);

*Фоковая терапия* (заголовок). Почему заниматься в ФОКах оказалось дороже, чем в элитных фитнес-клубах («Новое дело. Нижний Новгород». 08.09.16);

*ФОкус не удался* (заголовок). Проект саровского ФОКа, скорее всего, придётся переделывать или переоборудовать («Саров. Net». 18.03.16);

*ФОкус-группа* (заголовок). Пять ФОКов и два ледовых дворца откроются в регионе в этом году («Новое дело. Нижний Новгород». 28.05.15).

## **VIII. СТРАТЕГИЯ РАЗОБЛАЧЕНИЯ**

### **1. ТАКТИКА ИРОНИЗИРОВАНИЯ**

#### **Словообразовательные неологизмы**

#### **неузуальных способов словообразования**

#### **Графическая гибридизация**

*Если бы сказать в 2005 году, что пройдёт десяток лет, и региональный парламент станет не отдельной ветвью власти, а департаментом согласования*

*всего чего жёлет губернатор Нижегородской области и будет слабее гордумы Нижнего Новгорода – никто бы не поверил («Заноза». 24.07.17);*

*Пик карьеры **Каргина-почти-политика** пришёлся на предвыборный период в 2015 году. Тогда он мог собрать митинг в несколько тысяч человек и пугал до нервной икотки соперников по родному Сормово. ... ..Но **Каргин-почти-политик** политиком так и не стал – сдулся, не начавшись, на последнем рывке проиграв выборы в Гордуму («Зеркало». 23.11.16);*

*Публичные **никого-не-слушания** (заголовок). Вечером 10 ноября в досуговом центре Автозаводского района давали комедию, в которой (в качестве статистов) приняла участие вся пришедшая публика. Требовалось внимательно слушать. <...> В общем, состоялись наконец публичные слушания по новой дороге до аэропорта («Зеркало». 11.11.16).*

## **IX. СТРАТЕГИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И УДЕРЖАНИЯ ВНИМАНИЯ**

### **1. ТАКТИКА СОЗДАНИЯ НОВИЗНЫ**

#### **Словообразовательные неологизмы**

#### **неузуальных способов словообразования**

##### **Междусловное наложение**

***Кремлинальное читиво** (заголовок). Читательский анализ одного высокопоставленного интервью («Заноза». 26.10.17).*

##### **Заменительная деривация**

***Секс-бонд** (заголовок). У Джеймса Бонда в нынешнем году юбилей. Ровно 50 лет назад вышел на экраны первый фильм про супер-шпиона, положивший начало «бондиане». <...> Своей невероятной популярностью виртуальный Джеймс Бонд давно уже затмил своего литературного творца – английского писателя Яна Флеминга («Новое дело. Нижний Новгород». 18.10.12).*

##### **Графическая гибридизация**

***До100яние** поколений (заголовок). Передовица «Программа великих работ» повествует, как трудящиеся встречают пятилетку: «Строгальщик автозавода тов. Гилев, работая на трёх станках, выполнил более 13 норм. В течение 8 часов фрезеровщик тов. Соколовский выполнил полумесячную норму... Сталевары*

завода „Красное Сормово” за один день дали 19 тонн стали сверх плана» («Нижегородская правда». 22.03.17);

*Макар-off.* Ещё немного на заданную тему (заголовок). Пожалуй, самый серьёзный удар по репутации губернатора и правительства Нижегородской области нанесло уголовное дело против министра госимущества и земельных ресурсов Александра Макарова, умудрившегося за бесценок (130 тыс. руб.) продать стоянку автобусов «Нижегородпассажиравтотранса» («Зеркало». 06.08.13);

*ПРАВДА сильнее обязательств* (заголовок). Совсем скоро «Нижегородской правде» исполняется 100 лет: уже 17 июня мы вместе с друзьями газеты отметим юбилей («Нижегородская правда». 11.01.17);

*ПРО100* ссорит банкиров (заголовок). Для банковского приложения УЭК [УЭК – универсальная электронная карта – Авт.] используется система ПРО100, которая, вполне возможно, и станет платформой для замены Visa и MasterCard («Нижегородская правда». 08.04.14).

## **2. ТАКТИКА РИТОРИЧЕСКИХ ВОПРОСОВ**

### **Словообразовательные неологизмы**

#### **неузуальных способов словообразования**

##### **Графическая гибридизация**

*АСУДДьи кто* (заголовок)? Администрация Нижнего Новгорода определилась с подрядчиком по созданию проекта автоматизированной системы управления дорожным движением (АСУДД) в столице Приволжья («Нижний сейчас». 09.11.16).

## **Х. СТРАТЕГИЯ «СВОЙ КРУГ»**

### **1. ТАКТИКА «СВОЙ-ЧУЖОЙ»**

#### **Словообразовательные неологизмы**

#### **узуальных способов словообразования**

##### **Суффиксация**

*В качестве «третьей силы» **кириенковцы** могут злоеце вторгнуться в наш регион («Заноза». 10.10.16);*

*В считанные сутки осады водоканала со стороны городских **«байеровцы»** слили авансовый платёж в 600 миллионов на счета московского ООО «Везград Инжиниринг» («Зеркало». 26.01.17);*

*В целом, **бочкарёвцы**, удачно проведя выборную кампанию 2015 года в Нижнем Новгороде, решили ничего не менять и на выборах в Госдуму и ЗСНО («Заноза». 22.09.16);*

*Вне местного политсовета остались экс-мэр Арзамаса Анатолий Мигунов и многие старые члены партии, которых условно можно назвать **мигуновцами** – Бадин, Плотичкин («Заноза». 20.12.16);*

*Во многих городах на владельцев самых разных бизнесов (от типографий до арендодателей помещений), с которыми пытаются договориться **«навальновцы»**, дают служивые люди в штатской с «рекомендациями»... («Зеркало». 09.06.17);*

*Впрочем, Шатилов по неведомой квоте фактически пришёл в Приокскую администрацию на место Исаева – следовательно, бывших **жириновцев** не бывает («Нижний сейчас». 24.04.17);*

*Все **«барклевыцы»**, понятное дело, аффилированы с областным правительством, но именно Попову выпало рулить Водоканалом во время «большого передела» между «шанцевскими» и «сорокинскими» («Зеркало». 01.08.17);*

*Маткин «укусил» **прохоровцев** (заголовок). Два мелких политика Маткин и Досаев устроили борьбу за власть («Ленинская смена». 31.10.13);*

*Напомним, на минувшей неделе главой администрации Балахнинского района был назначен активист ОНФ Алексей Левкович, один из главных противников клана Глушковых, и ранее подробно рассказавший о том, как **«глушковцы»** почти полностью разворовали нижегородскую Балахну («Версия в Нижнем Новгороде». 31.07.18);*

*Но никаких «аверинцев» на пьедестале не обнаружилось («Зеркало». 31.05.17); Акция довольно рядовая по замыслу и исполнению (мы в Нижнем ровно то же самое наблюдали в разгар антикаргинской кампании от доблестной кондрашовской администрации – когда ключевых координаторов протеста пытались взломать, создавали от их имени страницы-фейки и пытались сбить с толку рядовых «каргинцев») («Зеркало». 09.06.17);*

*Поэтому «Волга» и «глушковцы» договорились рулить районом 50 на 50 («Заноза». 29.06.18);*

*Представим, что областной центр действительно нуждается в некоей защите от внешней «оккупации» со стороны Белого дома, и **сорокинцы** – единственные подлинные «патриоты Нижнего», которые хотят вернуть город его горожанам («Зеркало». 27.04.16);*

*Согласен быть на уровне плинтуса, – значит, ты истинный **шанцевец** («Зеркало». 25.08.15);*

*Товарищи из полпредства проявили бдительность, доложили наверх, что раскрыли «заговор **немцовцев**», которые под личиной твердокаменных единокороссов окопались не где-нибудь, а во главе Нижнего Новгорода («Заноза». 14.07.17);*

*Фестиваль оперившихся «**хабенцев**» (заголовок) («Патриоты Нижнего». 08.03.17);*

*Хорошо в Дзержинске издревле живут только представители местных кланов: «**артамоновцы**», «**воронинцы**» и прочие – узкий кружок депутатов-коммерсантов местной думы («Зеркало». 12.05.16).*

## **Словообразовательные неологизмы**

### **неузуальных способов словообразования**

#### **Графическая гибридизация**

***КосмосНаш** (заголовок). День космонавтики и Нижегородчина. Пожалуй, большинство вспомнит в этом контексте разве что единственного нашего земляка из отряда космонавтов, уроженца Бора Героя Советского Союза Вячеслава Зудова («Нижегородская правда». 12.04.16).*

## **XI. СТРАТЕГИЯ ГЕРОИЗАЦИИ**

### **1. ТАКТИКА «ОН – ПРОФЕССИОНАЛ»**

#### **Словообразовательные неологизмы узуальных способов словообразования**

##### **Префиксально-суффиксальный способ**

*Разворот по-никитински (заголовок). Начало года для Нижегородского региона и областного центра проходит под знаком реформ и ожидания масштабных обновлений. «Новое во всем» и «Лучшее – враг хорошего» – эти принципы управления врио губернатора Глеб Никитин исповедует одновременно. В целом, за месяц утверждены структура и кадровый состав облправительства, запущен процесс формирования администрации Нижнего Новгорода. Единая и предсказуемая для граждан вертикаль власти, за которую с самого начала ратовал врио губернатора, становится реальностью, набирает обороты («Выксунский рабочий». 07.02.18).*