

ФУНКЦИИ УНИВЕРБАТОВ И УСЕЧЕНИЙ В ЗАГОЛОВКАХ ГАЗЕТНЫХ СТАТЕЙ

Е. С. Конопкина

Липецкий государственный педагогический университет имени П. П. Семенова-Тян-Шанского

Поступила в редакцию 29 января 2018 г.

Аннотация: *статья посвящена исследованию роли универбатов и усечений в названиях газетных публикаций. В работе освещаются основные черты современного языка газеты, описывается специфика универбации и усечения как компрессивных способов словообразования.*

Ключевые слова: *язык газеты, заголовок, компрессивное словообразование, универбация, усечение.*

Abstract: *the article is devoted to the study of the role of univerbation and truncation in the newspaper headlines. The paper highlights the main features of the modern language of the newspaper, describes specific features of univerbation and truncation as compressive methods of word formation.*

Key words: *language of the newspaper, headline, compressive word formation, univerbation, truncation.*

Современный язык средств массовой коммуникации, как отмечают многие лингвисты, отличается «концептуальной, оценочной и языковой свободой» [1, с. 12], «стилевой, содержательной и идеологической пестротой» [2, с. 472], раскрепощенностью [3–5], что является следствием политических и экономических преобразований, произошедших в обществе в конце XX в.

Инновационные тенденции, проявляющиеся в языке СМИ в последнее время, безусловно, не могли не затронуть язык газеты, который составляет основу речевого стиля массовой коммуникации. Анализируя специфику современной газетной речи, исследователи говорят о появлении нового типа текста, менее стандартизированного и характеризующегося замещением информативной функции воздействующей, усилением личностного начала, высокой степенью оценочности, ориентацией на разного адресата, стилистическим разнообразием. В настоящее время журналисты стараются поразить, заинтриговать, а в отдельных случаях даже шокировать читателя необычным, «диכוвинным» словом [6, с. 174], используя при этом самые разнообразные языковые средства и проявляя свои творческие способности.

Известно, что одним из ключевых элементов печатных СМИ является газетный заголовок, который дает представление о содержании публикации и направлен на привлечение читательского внимания. От удачно выбранного и грамотно оформленного заголовка во многом зависит конкурентоспособность той или иной публикации. Яркое, броское, оригинальное

название статьи побуждает к прочтению текста, устанавливает диалогический контакт с адресатом, оказывая на него определенное эмоциональное воздействие. Рассматривая особенности газетного заголовка, С. М. Гуревич указывает на то, что «он играет роль крючка, заглотив который, читатель знакомится со своим “уловом” – всей публикацией» [7, с. 148]. Таким образом, заголовок является важной основой для мотивации читательской аудитории.

Борьба за «своего» читателя, стремление журналистов любыми средствами сократить дистанцию общения между коммуникантами стимулирует поиск экспрессивных средств выражения. «В поисках экспрессии, – пишет Г. А. Солганик, – способов выражения оценки газета обращается к сниженным и нелитературным лексическим единицам, обладающим значительными стилистическими ресурсами и оживляющим газетную речь» [2, с. 475]. Говоря об особенностях современных заголовков, М. И. Шостак подчеркивает, что в настоящее время заголовки большинства газет строятся по нетрадиционным для российской прессы моделям, в них широко используются цифры, аббревиатуры, имена собственные, разговорные слова и сленг [8, с. 76]. По мнению В. Г. Костомарова, «нынешнее глубинное и противоречивое сближение разговорности и книжности» является следствием «нового возвышения устной и изменения ее соотношения с письменностью» [9, с. 232].

Таким образом, язык публицистики все активнее включает в свои тексты большое количество разговорной, устной и даже сниженной лексики и фразеологии.

Установка журналистов на «живую речевую стилистику социума» [10, с. 241], стремление к повышенной экспрессивности способствуют активизации словообразовательных моделей, которые ранее использовались на периферии литературного языка и даже за его пределами.

Так, в настоящее время в языке газеты развивает продуктивность компрессивное словообразование, получившее широкое распространение в разговорной речи, жаргонах и просторечии. Как показывают наблюдения, в заголовках газетных статей активно функционируют новообразования, созданные путем *универбации* и *усечения* полнозначной лексической единицы.

Универбация представляет собой один из способов компрессированного словообразования, при котором происходит сокращение словосочетания в одно слово с сохранением его смыслового содержания. При универбации новые слова образуются при помощи различных суффиксов. В рамках данной статьи мы ограничимся рассмотрением суффиксальных универбатов с формантом -к(а) отвлеченно предметной семантики: *автогражданка* (страхование автогражданской ответственности), *аморалка* (аморальное поведение), *безлимитка* (безлимитная телефонная связь), *брошенка* (брошенная женщина), *взлетка* (взлетная полоса), *вторичка* (вторичное жилье), *гуманитарка* (гуманитарная помощь), *многодетка* (многодетная семья), *наружка* (наружная реклама), *незамерзайка* (незамерзающая жидкость), *обратка* (обратное действие), *повременка* (повременная оплата), *регулярка* (регулярный чемпионат), *санкционка* (санкционный товар), *упрощенка* (упрощенная схема), *ювеналка* (ювенальная юстиция). Например: *Разорительная автогражданка: страховщики назвали самые убыточные авто* (www.kp.ru. 30.06.2008); *С «аморалкой» в театрах будут бороться советскими методами* (www.ng.ru. 20.03.2017); *Почему «безлимитка» в Нижнем не подешевела* (www.kp.ru. 18.02.2008); *Елизавета Глинка: Между собой мы их называем брошенками* (www.aif.ru. 09.10.2012); *Новая взлетка в аэропорту начнет работу с февраля 2016 года* (www.kp.ru. 15.11.2015); *Новостройка или вторичка: что лучше выбрать в Санкт-Петербурге* (www.kp.ru. 15.06.2017); *В Приморье расследуют, как «гуманитарка» оказалась на помойке* (www.kp.ru. 15.09.2016); *Домострой – долгострой для многодеток* (www.kp.ru. 23.12.2015); *МУГИСО снизило базовую ставку на «наружку» в Екатеринбурге в два раза* (www.mk.ru. 12.05.2016); *Я бы категорически запретил слово «незамерзайка»* (www.kommersant.ru. 19.10.2016); *Фидбэки и обратки* (www.kommersant.ru. 17.12.2016); *Так будет ли «повременка»* (www.aif.ru. 06.03.2002); *Овечкин набрал 1000 очков в «регулярке» НХЛ* (www.trud.ru. 12.01.2017); *«Оружие массового поражения»:*

за ввоз санкционки предложили сажать на 12 лет (www.trud.ru. 20.08.2015); *В России предлагают ввести налоговую упрощенку для богатых* (www.kp.ru. 24.05.2017); *В Россию пришла «ювеналка»: за семьями москвичей поставят следить соучастника* (www.msk.kp.ru. 01.05.2013).

Важно отметить, что подобные сокращенные наименования отличаются от развернутых не только краткостью формы, но и экспрессивной окраской, разговорным характером, конденсированной семантикой.

Отличительной чертой слов-универбатов является их многозначность, поэтому без контекста бывает сложно определить значение эллиптированного компонента: *электронка*: 1) электронная переписка; 2) электронная почта; *молодежка*: 1) молодежный театр; 2) молодежная команда; *локалка*: 1) локальная зона, территория; 2) локальная сеть; *просрочка*: 1) просроченный товар; 2) просроченный кредит.

Способность универбатов вступать в отношения словообразовательной омонимии используется журналистами в заголовках газет в качестве средства языковой игры, что является эффективным средством привлечения внимания реципиента: *«Солдаты. kg» привыкают к «гражданке»* (www.kp.ru. 28.01.2006); *У ВТБ появилась еще одна зарубежная дочка* (www.ng.ru. 11.12.2008); *Фордовская дочка не получала официальных претензий* (www.ng.ru. 13.09.2005); *Немка с калужским сердцем. Тест-драйв Volkswagen Jetta Allstar* (www.aif.ru. 15.11.2016); *Пиратки остались без палатки* (www.mk.ru. 03.04.2007); *Миклушевский нашел замену подержанным «японкам»* (www.ng.ru. 05.02.2013); *Обрусевшая «японка». Как вырастить хеномелес на даче* (www.aif.ru. 03.10.2015). Данные универбаты образованы на базе словосочетаний *гражданская жизнь, дочерний банк, дочерняя компания, немецкий автомобиль, пиратская продукция, японский автомобиль, японская айва*.

Также существенно возросло употребление в заголовках газетных статей *усечений*, широко используемых с конца XX в. как средство экспрессивизации речи. Усечение – это способ словообразования, при котором новая лексическая единица образуется в результате сокращения производящей базы на морфемном шве или вне его с сохранением семантики производящего.

Традиционно выделяют три типа усечений:

1) усечение начала слова: *бургер* (гамбургер). Например: *Ешь свой бургер дома* (www.mk.ru. 02.11.2017);

2) усечение середины слова: *инет* (Интернет), *литра* (литература), *физра* (физкультура). Например: *Что ты сделал для Инета в свои годы* (www.ng.ru. 23.11.2000); *Школьная «литра» станет единой* (МК. 07.07.2015); *Ненавижу физру* (www.kp.ru. 02.010.2009);

3) усечение финальной части слова: *бит* (биткоин), *вамп* (вампир), *губер* (губернатор), *комп* (компьютер), *мульти* (мультифильм), *передоз* (передозировка), *прапор* (прапорщик), *препод* (преподаватель), *супертяж* (супертяжеловес), *тату* (татуировка), *универ* (университет), *фест* (фестиваль), *фолк* (фольклор), *чел* (человек), *шиза* (шизофрения), *шпора* (шпартгалка), *экспат* (экспатриант). Например: *Бит или не бит?* (www.rg.ru. 13.19.2017); *Кого любит первая женщина-вамп на ТВ* (www.mk.ru. 24.11.2016); *День губернров* (www.mk.ru. 25.08.2014); *Ванильный Рембо и Наполеон за компом* (www.ng.ru. 16.06.2015); *Досуг в Абакане: мульти про птичек, гастрольные спектакли и «Сердце хулигана» Андрея Бандеры* (www.kp.ru. 08.11.2013); *В столице наркоманы стали чаще умирать от передоза* (www.mk.ru. 07.05.2014); *Жемчужный прапор: «Я же их не поросятами назвал. А чем им хорьки не нравятся...»* (www.kp.ru. 26.12.2010); *Кинь в препода бумажкой* (www.lipetsk.kp.ru. 25.01.2008); *Орловский супертяж Денис Бойцов в коме* (www.lipetsk.kp.ru. 12.05.2015); *Красноярский двойник Гарри Поттера сделал себе тату с Волан де Мортамом* (www.lipetsk.kp.ru. 07.07.2017); *Универы. Новый сезон* (www.mk.ru. 21.03.2014); *На Будславский фест приехало около 20 тыс. паломников со всей Белоруси* (www.kp.ru. 01.07.2017); *Владимир Деятов: Фолк легко ложится на генетические коды* (www.mk.ru. 27.07.2017); *«Крутой чел» Макс Корж в Уфе!* (www.kp.ru. 15.06.2017); *Пловцов накрыла «шиза»* (www.mk.ru. 27.09.2011); *Шпоре – net* (www.mk.ru. 27.05.2003); *От мигранта до экспата* (www.kommersant.ru. 17.12.2017).

Как отмечает Н. А. Николина, сокращенные слова усиливают неопределенность знака (формы) и активизируют восприятие адресата текста, включая его в языковую игру – сотворчество [11, с. 384].

На наш взгляд, наиболее ярко игровая функция усечений проявляется при сокращении имен собственных, в частности фамилий известных общественно-политических деятелей, артистов, спортсменов и т. д.: *Аркан* – Аркадий Арканов, *Бу* – Александр Бухаров, *Горби* – Михаил Горбачев, *Губер* – Дмитрий Губерниев, *Дзю* – Артем Дзюба, *Жирик* – Владимир Жириновский, *Зю* – Геннадий Зюганов, *Керж* – Александр Кержаков, *Курни* – Анна Курникова, *Пав* – Роман Павлюченко и др.

Использование подобного рода новообразований в заголовках российских газет может носить характер «и безобидной шутки, и острой насмешки, и злой иронии, и едкого сарказма» [12, с. 186]. Например: *Аркан показал мне, юнцу, как можно жить прикольно* (www.kp.ru. 31.03.2011); *Большой Бу вместо большого Дзю* (www.sport-express.ru. 05.06.2017); *Наш всероссийский Губер!* (www.mk.ru. 04.09.2014); *Почему Дэн назвал Горби идиотом* (www.trud.ru.

18.03.2016); *«Локо» взял себе Пава* (www.mk.ru. 01.02.2012); *Роман Широков: «Керж вернулся, теперь ждем Гарика!»* (www.kp.ru. 28.09.2012); *Давай, товарищ, Курни по одной* (www.kp.ru. 27.07.2001); *Жириновский видит в Зюганове не просто «Зю»* (www.kp.ru. 14.03.2012); *Байкер + Жирик = праздник* (www.ng.ru. 10.07.2002).

Таким образом, проведенное исследование показало, что универбаты и усечения выполняют в газетных заголовках не только номинативную и компрессионную функции. Они служат источниками удовлетворения газетной «жажды экспрессии» [13, с. 177]; реализуют стратегию привлечения внимания адресата к материалу статьи; способствуют поддержанию неофициального, дружеского тона общения с читателем-единомышленником; придают контексту разговорный характер; предоставляют широкие возможности для языковой игры; отражают интенции автора; по-новому характеризуют уже известный предмет или явление. Также они могут являться отличительной особенностью индивидуально-авторского стиля.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стернин И. А. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Очерк изменений в русском языке конца XX – начала XXI века / И. А. Стернин. – Воронеж, 2004. – 93 с.
2. Солганик Г. Я. О языке и стиле газеты / Г. Я. Солганик // Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов / под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 471–478.
3. Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства / Е. А. Земская // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). – М. : Языки русской культуры, 2000. – С. 90–141.
4. Радбиль Т. Б. Русский язык начала XXI века : лексика, словообразование, грамматика, текст / Т. Б. Радбиль [и др.]. – Н. Новгород : Изд-во ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2014. – 325 с.
5. Казак М. Ю. Язык газеты : учебное пособие / М. Ю. Казак. – Белгород : Белгород, 2012. – 120 с.
6. Плотникова Л. И. Язык средств массовой информации : инновационные тенденции / Л. И. Плотникова // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. – Сер. «Филология. Социальные коммуникации». – 2010. – Т. 23 (62), № 3. – С. 174–177.
7. Гуревич С. М. Газета : вчера, сегодня, завтра / С. М. Гуревич. – М. : Аспект-Пресс, 2004. – 288 с.
8. Шостак М. А. Журналист и его произведение : практ. пособие / М. А. Шостак. – М. : Гендальф, 1998. – 96 с.
9. Костомаров В. Г. Наш язык в действии : очерки современной русской стилистики / В. Г. Костомаров. – М. : Гардарики, 2005. – 287 с.

10. *Какорина Е. В.* Сфера массовой коммуникации : отражение социальной дифференциации в текстах СМИ / Е. В. Какорина // Современный русский язык : социальная и функциональная дифференциация / отв. ред. Л. П. Крысин. – М. : Языки славянской культуры, 2003. – С. 241–276.

11. *Николина Н. А.* Новые тенденции в современном русском словотворчестве / Н. А. Николина // Русский язык сегодня : сб. ст. / отв. ред. Л. П. Крысин ; РАН, Ин-т

рус. яз. им. В. В. Виноградова. – М., 2003. – Вып. 2. – С. 54–58.

12. *Земская Е. А.* Игровое словообразование / Е. А. Земская // Язык в движении. К 70-летию Л. П. Крысина. – М., 2007. – С. 186–193.

13. *Костомаров В. Г.* Русский язык на газетной полосе : некоторые особенности языка современной публицистики / В. Г. Костомаров. – М. : Изд-во МГУ, 1971. – 267 с.

Липецкий государственный педагогический университет имени П. П. Семенова-Тян-Шанского

Конопкина Е. С., кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка как иностранного

E-mail: konopkina2012@mail.ru

Тел.: 8-904-698-96-26

Lipetsk State Pedagogical University named after P. P. Semyonov-Tyan-Shansky

Konopkina E. S., Candidate of Philology, Associate Professor of the Russian as a Foreign Language Department

E-mail: konopkina2012@mail.ru

Tel.: 8-904-698-96-26