

МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО

СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УЗБЕКИСТАНА**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра « СТИЛИСТИКИ И РЕДАКТИРОВАНИЯ»**

*ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА*

**НОВОЕ В ЛЕКСИКЕ И ФРАЗЕОЛОГИИ** (материалах газет

«Банковские вести», «Вечерний Ташкент»,

«Голос Узбекистана», «Тасвир» и «Мир новостей»)

Выпускник: студент 4-курса факультета  
журналистики Атаджанов Анвар

Научный руководитель: Ф.ф.н., доцент Халикова М.И.

Официальный оппонент: Ермолаева В.А.

ТАШКЕНТ-2013

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>I ГЛАВА. ПРОЦЕСС НЕОЛОГИЗАЦИИ И ФРАЗЕОЛОГИЗАЦИИ КАК ПРЕДМЕТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА СОВРЕМЕННОЙ ГАЗЕТЫ.....</b>	<b>8</b>
1.1. Понятие неологизма, продуктивные типы неологизмов в языке газеты .....	8
1.2. Свойства и классификация фразеологизмов .....	20
1.3. Классификация фразеологизмов.....	24
<b>II ГЛАВА. СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ И ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ГАЗЕТНЫХ ТЕКСТАХ .....</b>	<b>32</b>
2.1. Продуктивность использования неологизмов в современных газетах.....	32
2.2. Анализ неологизмов, активно используемых в отечественной прессе.....	43
2.3. Приемы использования фразеологизмов на страницах газет .....	49
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>	<b>57</b>
<b>ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА.....</b>	<b>60</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Новые общественно-политические, духовно-идеологические условия, созданные благодаря Независимости Республики возлагают весьма важные и ответственные задачи на Органы печати и средства массовой информации. Как отметил Президент Республики Узбекистан И.А.Каримов, "для того, чтобы средства массовой информации стали активными и последовательными защитниками интересов граждан и общества необходимо пересмотреть процесс подготовки кадров средств массовой информации, оказать помощь в усвоении современных методов и средств получения, анализа, подготовки и подачи информации".<sup>1</sup>

Воспитание всесторонне развитого журналиста в большей степени предполагает также специализацию и средств массовой информации, и журналистов узкого профиля. Такая направленная специализация требует от работника печати глубоких знаний лингвостилистических особенностей СМИ, основных закономерностей, свойственных текстам СМИ и наличия определенного опыта в этой области, так как литературный язык - орудие, "верный хлеб" журналиста.

Учитывая фактор внимания к языку газеты в последнее время, не претендуя на решение глобального вопроса, тесно связанного с изменениями, которые происходят в лексике газеты в целом, мы ограничиваем **объект исследования** так называемыми неологизмами на уровне лексикологии и фразеологии.

---

<sup>1</sup> Каримов И. О средствах массовой информации.// Четвёртая власть.- Т.:Узбекистан, 1998. С. 63-67.

Хотелось бы отметить, что часть науки о неологии является одной из важнейших перспективных аспектов исследования языка газеты, который нуждается в особом глубоком изучении. В настоящее время, в период стремительного развития науки и техники, расширения межкультурных контактов, значительных социально-политических преобразований, происходящих в современном мире, все больше лингвистов обращается к проблемам относительно недавно возникшего направления в отечественном языкознании – неологии в лексике и фразеологии. Подобный интерес объясняется тем, что процессы словообразования постоянно требуют дальнейшего научного исследования, теоретического осмысления, классификации. Согласно Лингвистическому энциклопедическому словарю (ЛЭС, 2002), новые слова ежегодно десятками тысяч появляются в прессе, и их изучение порождает различные теории, подходы и методики исследования.

Последние 15-20 лет – это период исторических изменений русского языка, что самым непосредственным способом отразилось на состоянии словарного состава. Лексический запас может обогащаться разными путями. Однако основным источником пополнения словарного запаса является не заимствование, а образование новых лексических единиц на базе родного языка путём использования разных способов словообразования, то есть неологизация.

**Степень изученности проблемы.** Проблемы неологии в лексике и фразеологии получили достаточно широкое освещение в российской лингвистике. Процессы словообразования, создания лексикографических источников изучались в работах таких известных ученых, как Ф.И. Буслаев, В.Г. Гак, В.Г. Костомаров, М.М. Покровский, Е.Д. Поливанов, А.А. Потебня, Л.П. Якубинский и др. Однако не сформулировано однозначное определение

понятия «неологизм», не выявлены причины возникновения неологизмов в различных языках, не существует их четкой классификации.

**Актуальность темы** данного исследования определяется следующими факторами: «в научной литературе отсутствует четкое определение статуса неологизмов, не представлена их общепринятая классификация; «неологизационные процессы в языке требуют новых методик исследования, теоретического осмысления, более точной систематизации, классификации; одним из наиболее продуктивных источников пополнения лексического состава языка является газетный текст; язык газеты приобрел индивидуально-творческий характер, он оказывает мощное воздействие на языковое сообщество и тем самым на современный общелитературный язык в целом, откликаясь на все новое, что позволяет использовать газету как материал для изучения живых процессов, происходящих в настоящее время в языках мира

Недостаточная разработанность темы исследования обусловила **цель** работы: теоретически обосновать направления исследования неологизмов и практически проанализировать введение неологизмов в газетный текст. Реализация поставленной цели потребовала решения следующих **задач**: рассмотреть основные типы неологизмов, активно используемые в языке газеты:

1. Рассмотреть основные типы неологизмов, активно используемые в лексике и фразеологии газеты;
2. Проанализировать тенденции использования неологизмов в современной газете;
3. Охарактеризовать неологизмы, используемые в современных газетах.

**Объектом исследования** послужили основополагающие характеристики и типы неологизмов в современной лексикологии и фразеологии на материалах газет «Банковские вести» за 2012 год, «Вечерний Ташкент» за 2013 год, «Голос Узбекистана» за 2012 год, «Мир новостей» за 2012 год, «Тасвир» за 2011-2013 годы.

**Предмет исследования** - определение особенностей использования и введения неологизмов в современной газете.

### **Научная и методологическая база исследования.**

Научную базу исследования составил комплексный подход, включающий изучение основных направлений исследований неологизмов в современной лингвистике, их характеристик.

Методологической базой для исследования послужили произведения, речи и доклады Президента Республики Узбекистан, в частности, книги «Самое главное - это правильное отображение действительности» «Наша главная цель – демократизация и обновление общества, реформирование и модернизация страны», «За процветание Родины каждый из нас в ответе», доклад Президента Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан на тему «Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране», доклад Президента Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан «Модернизация страны и построение сильного гражданского общества – наш главный приоритет».

В работе использованы следующие **методы исследования**: теоретический анализ литературных источников по проблеме исследования, метод структурного и сравнительно-сопоставительного анализа.

**Теоретическая значимость** исследования проявляется в попытке обоснования порождения и функционирования неологических единиц, расширении отдельных аспектов неологической теории.

**Практическая значимость** данной работы: материалы данного исследования могут быть применены на практических занятиях по лексикологии современного русского языка и языку средств массовой информации (для студентов факультета журналистики), а также в специальных курсах по языку СМИ.

Работа состоит из введения, двух глав, каждая из которых включает 3 пункта, заключения и списка использованной литературы.

# **ГЛАВА I. ПРОЦЕСС НЕОЛОГИЗАЦИИ И ФРАЗЕОЛОГИЗАЦИИ КАК ПРЕДМЕТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА СОВРЕМЕННОЙ ГАЗЕТЫ**

## **1.1. Понятие неологизма, продуктивные типы неологизмов в языке газеты**

Несмотря на многочисленные работы, посвященные изучению языка газеты в целом или его отдельных аспектов, роли языка СМИ в новых условиях с учетом процессов, происходящих в обществе, культуре, политике, идеологии и т.д., многие вопросы языка периодической печати недостаточно изучены. На наш взгляд, это напрямую связано с тем, что язык периодической печати характеризуется динамичностью, четко реагирует на изменения, вызванные различными преобразованиями общества, политического устройства, экономики и т.д. Ведь «газета является яркой иллюстрацией реальных тенденций в развитии языка, поскольку именно газета была и будет всегда своеобразным испытательным полигоном речедетельных способностей носителей языка»<sup>2</sup>.

Газета информирует обо всем, что интересует читателей: от новостей в области политики и экономики до светской информации и спорта. Как указывалось выше, при изложении публицистического материала важная роль принадлежит языковым средствам. В соответствии с данными задачами публицистики можно определить четыре важнейших характеристики взаимодействия языка газеты и языковой нормы:

1. Периодика как наиболее активно действующий и оперативный орган по отбору, обработке, нормализации, непосредственному внедрению и дальнейшему закреплению новой языковой формы, нового слова, термина,

---

<sup>2</sup> Намитокова Р.Ю. Авторские неологизмы. – М., 1997. – С.7.



различных строевых элементов и лексических заимствований, новых явлений в языке.<sup>3</sup>

2. Периодика как средство идеологического воздействия, используемое представителями различных общественных направлений, сторонников сознательного вмешательства в процессы развития литературного языка. Пресса как арена борьбы и столкновения различных точек зрения и лингвистических направлений по вопросам обработки, нормализации языка и установления главных источников его формирования и т.д.<sup>4</sup>.

3. Периодика как средство расширения функций языка      4. Периодика как наиболее важное средство демократизации литературного языка, обработки его с целью приближения к разговорному языку<sup>5</sup>.

Рассмотрение этих характеристик необходимо для того, чтобы в соответствии с названными выше факторами можно было выделить несколько пластов лексики языка прессы.

Следует отметить, что в настоящее время положение значительно изменилось. На страницы газет хлынул поток разговорных и узкоспециальных слов и выражений. Более того, наметилось активное двустороннее движение лексических единиц от периферии к центру и наоборот. Значительное количество узкоспециальных слов приобрели более широкое значение и получили доступ в различные сферы общения. Все эти слова стали постоянно использоваться средствами массовой информации. Здесь наблюдается процесс активного взаимовлияния. С одной стороны, демократизация, либерализация общества повлекли за собой качественные и

---

<sup>3</sup> Намитокова Р.Ю. Авторские неологизмы. – М., 1997. – С. 7-8.

<sup>4</sup> Арафьева С.А. Семантика функциональные особенности использования языковых средств в публицистическом стиле. – М., 1996. – С. 76.

<sup>5</sup> Земская Е.А. Активные процессы современного словопроизводства XX столетия. – М., 1996. – С.90.

количественные изменения в составе высоко употребительной лексики (снижение границ литературной нормы, поток заимствований, аббревиатур, неологизмов, терминов и т.п.), что немедленно отразилось на языке газеты. С другой стороны, средства массовой информации, частично утратив зависимость, как от политической, так и от литературной и общественной цензуры, перешагнули литературную норму языка, выводя в массы лексику, ранее не характерную для публицистического стиля, или лексику ограниченного употребления.

Возникновение системы СМК (телевидение, радио, Интернет) письменная форма языка выступала в роли своеобразного регулятора языковых тенденций. С развитием системы СМК многие особенности устных видов СМК отразились в языке газеты, а именно:

- включение элементов разговорной речи, передающих экспрессивность, эмоциональность, свойственную спонтанным речевым высказываниям;
- широкое использование неологизмов;
- окказиональное или индивидуальное словообразование как одна из форм экспрессивной, лингвокреативной деятельности пишущего, языковой игры.

И.С. Алипулатов считает, что подобное «индивидуально-авторское употребление узуальных единиц позволяет журналисту выразить свое отношение к передаваемой информации, а именно: положительную или

отрицательную оценку, при этом вызвать у слушателя (читателя) те же чувства, тот же эмотивный настрой, что и у него»<sup>6</sup>.

В результате подобного влияния устных видов СМИ в языке газеты происходит смена «стилевой установки: традиционная для письменной формы книжно-литературная манера выражения начинает восприниматься в газете как неестественная, излишне выпяченная и ходульная: в письменную речь активно проникают элементы межличностного общения, характерные для устной формы»<sup>7</sup>.

Однако отдельные жанры публицистического стиля, т.н. газетно-информационный подстиль, прежде всего заметка, остаются вне власти влияния устных средств массовой коммуникации. Заметка представляет собой «официальное сообщение, цель которого - ознакомить читателей с конкретным, фактически актуальным событием; при этом сообщаемые факты лишь констатируются, но не обсуждаются и не оцениваются»<sup>8</sup>. Среди лексических особенностей газетно-информационного подстиля отмечается преимущественное употребление лексики книжного стиля, полное отсутствие экспрессивно-окрашенных средств.

Как отмечалось выше, в целом языку современной газеты, отличающемуся на данном этапе развития особой динамичностью, свойственно широкое употребление неологизмов. Но некоторые исследователи, например, Л.А. Мардиева, считают, что в силу той же динамичности «выделение лексики активного и пассивного запаса в этом функциональном стиле всегда условно, так как слово, которое еще только

---

<sup>6</sup> Алипулатова И.С. Окациональное использование фразеологических единиц в СМИ.- М., 1998. – С.71.

<sup>7</sup> Чекалина Е.М. Язык современной французской прессы. - Изд. ЛГУ., 1991. – С.49.

<sup>8</sup> Лукьянова Н.А. Экспрессивная лексика разговорного употребления. – М., 2001. – С. 118.

сегодня было названо неологизмом, завтра становится уже лексемой общеупотребительной, а послезавтра - газетным штампом, а иногда и вовсе может выйти из активного употребления»<sup>9</sup>.

Каждая эпоха обогащает язык новыми словами. В периоды наибольшей активности общественно-политической и культурной жизни нации приток новых слов особенно увеличивается. В нашей стране сложились исключительно благоприятные условия для обогащения лексики. Появление новых понятий обусловило и приток новых слов в русский язык. Они пополнили самые различные тематические группы лексики, от названия государств (*Республика Узбекистан, Республика Саха, Тува, СНГ*), правительственных учреждений (*Дума, департамент, муниципалитет, мэрия, должностных лиц (менеджер, префект, супрефект)*), учебных заведений (*лицей, колледж, гимназия*), представителей общественных организаций, движений (*трудороссы, демороссы*) и т.п. до наименования новых коммерческих предприятий (*ТОО - товарищество с ограниченной ответственностью, АО - акционерное общество, МФО-микрофинансовая организация*) и реалий, ставших приметами экономической перестройки (*ваучер, приватизация, акции, дивиденды, кластер, менеджмент, сегмент*). Многие из этих слов присутствовали в русском языке как иноязычные названия понятий из жизни иных государств (*мэр, префектура*). Теперь эта лексика воспринимается как новая, становится весьма употребительной.

Пример: *Третий кластер связан с развитием фермерских хозяйств, сектора сельского хозяйства, предоставлением возможностей*

---

<sup>9</sup> Мардиева Л.А. Сопоставительная лексикология (на материале французского и русского). – К., 1998. – С.56-57.

разнообразить агропродукцию, и тем самым развить **сегмент** плодоводства и овощеводства.<sup>10</sup>

Пройдя этап сертификации по **системе менеджмента**, мы получили возможность развить свою деятельность на международном рынке.<sup>11</sup>

Широко представленная не только в Европе, но и в ряде стран Азии и **СНГ** австрийская компания «Greisinger»-производитель мясных деликатесов высокого качества и Индийская компания «Alfaheem Meatex Pvt.Ltd»-крупный производитель качественного мяса «Халол».<sup>12</sup>

Кроме этого, участники имеют возможность обсудить актуальные вопросы в группах, обменяться опытом и рассмотреть конкретные примеры из практики **МФО** со всего мира.<sup>13</sup>

С 1998 года на основе современных стандартов создано около 1 500 профессиональных колледжей, академических лицеев.<sup>14</sup>

Неологизмы (от греч. *neos* «новый» и *logos* «слово») - это новые слова, новизна которых ощущается говорящими: анимация, анимационное кино, армрестлинг, Афган, афганец, бандформирования, бахтинистика, боевик, бизнес-клуб, биотуалет, БМВ, брокер, бутик, видеокассета, визажист, виндсерфинг, гамбургер, гипермаркет, гекачепист, граждоведение, грант, дайджест, «Джекпот», диджей, дискета, евро, зеленые (доллары), импичмент, кикбоксинг, киллер, клип, клон, клонирование,

---

<sup>10</sup> Банковские вести, № 46, 21 ноября 2012 (Нигора Алиева, с.5)

<sup>11</sup> Банковские вести, № 46, 21 ноября 2012 (Азиза Шарипова, с.5)

<sup>12</sup> Голос Узбекистана, № 39, 5 октября 2012 (Ольга Шетинникова, с.8)

<sup>13</sup> Бизнес-вестник Востока, № 65, 17 августа 2010 (Андрей Асташов, с.3)

<sup>14</sup> Голос Узбекистана, № 38, 28 сентября 2012 (Асрор Мумин, с.4)

*коттеджная застройка, маркетинг, маркетолог, масс-медиа, миллениум, мышь (компьютерная), мэр, НТВ, ОМОН, омоновец, ООО (общество с ограниченной ответственностью), оригами, паблик рилейшенз, пейджер, пентхаус, перестройка, пиар, полтергейст, постперестроечный, риэлтер, РТР, сбербанк, СНГ, спецназ, спесназовец, скинхэды, супермаркет, сэконд-хэнд, тинэйджер, ток-шоу, ТОО, топ-модель, триллер, трудоголик, фитодизайн, ФСБ, хакер, хит, хит-шоу, хоспис, хот-дог, чартерный рейс, челнок (мелкий торговец, покупающий реализуемые товары за рубежом), чизбургер, шейтинг, шоп, шопинг, шоп-тур, шоумен и т.д.*<sup>15</sup>

Все эти слова, появившиеся в русском языке в конце XX – начале XI столетия. Их возраст не более 15-20 лет. На смену всему старому всегда приходит что-то новое. Вот так и устаревшие слова сменились неологизмами. Неологизмами могут быть не только слова, но и фразы, новизна которых ясно чувствуется говорящими.

Газетой ежегодно фиксируется возникновение тысяч неологизмов. Но не все они находят свое место в повседневном общении. Есть неологизмы, которые употребляются однократно, не обратив на себя никакого внимания. А есть такие новые слова и фразы, которые часто встречаются на слуху, со временем входят в состав разговорной лексики и перестают быть неологизмами. Есть неологизмы, которые использовались нечасто в определенный период времени. Например, слова, связанные с определенным историческим периодом: *продразверстка, ликбез* и т. д.

---

<sup>15</sup> Рахманова Л.И., Суздальцева В.Н. Современный русский язык. – М., 2003. – С.151.

Возникновению неологизмов способствуют разные нюансы. Допустим, новые слова образуются при помощи присоединения к ним суффиксов. Например, если мы хотим обозначить детеныша какого-то животного, тогда используем суффикс «*онок*». Так получается *котенок, волчонок, теленок...*

Неологизмы образуются тогда, когда берется одно слово-модель и от него происходят другие слова. Например: *диплом – дипломант – дипломат – дипломированный.*

Неологизмами могут стать и давно используемые слова, но только в том случае, когда со временем они приобретают другой смысл. Например, есть животное «*мышка*» и компьютерная «*мышка*». «*Винчестер*» - этим словом называется и оружие, и одна из составляющих компьютера.

Неологизмом является слово до тех пор, пока оно сохраняет налет свежести. Так недавно вошедшие русский язык слова *штрих, компьютер, имиджмейкер* полностью освоены и активно употребляются, а бывшие в 80-е годы неологизмы *космодром, аэродром, ракета* успели войти в активный словарный запас, но затем стали историзмами. Если понятие актуально, а называющее его слово хорошо связано с другими словами, то слово скоро перестает быть неологизмом.

Неологизмы, появляющиеся в языке как наименования новых предметов, долгое время могут оставаться в составе пассивной лексики, если соответствующие понятия не получают всеобщего признания. Мы не можем предвидеть, как сложится судьба таких, например, неологизмов, как *пульсар* (устройство электронного зажигания, используемое автомобилистами), *биофидок* (кефир, обогащенный биофидобактериями, защищающими от кишечных инфекций), *евро* (европейская денежная единица). Но пройдет время, и они сами о себе заявят или будут забыты.

*Страшно далеки эти гламурные персонажи с сейфами, набитыми миллионами евро, от народа, его реальных нужд и проблем.*<sup>16</sup>

Выделяются следующие типы неологизмов: языковые, лексические, семантические, авторские и индивидуально-стилистические.

**Языковые неологизмы** создаются главным образом для обозначения нового предмета, понятия. Они входят в пассивный словарный запас и отмечаются в словарях русского языка. Например, для русского языка конца 20 в. определенная новизна ощущается большинством в словах иноязычного происхождения *имиджмейкер, саммит, Интернет*, в словах, образованных из русских морфем: *белодомовцы* (о защитниках Белого дома в Москве во время октябрьских событий 1993), *наличка* «наличные деньги», *разгосударствление* «преобразование государственной собственности в какую-либо иную – частную, кооперативную, коллективную и т.п.», в словосочетаниях *горячая линия, теневая экономика*, в недавно появившихся значениях некоторых старых слов: *взломщик* «тот, кто взламывает компьютерные программы», *зелёные* «доллары США», *яблочный* «относящийся к общественно-политическому объединению «Яблоко» и т.п.

Особую трудность представляет собой определение критериев для выявления **общезыковых (языковых) неологизмов**. Большинство лингвистов отдают предпочтение хронологическому критерию, под которым понимается существование нового слова в системе языка с момента появления в течение определенного временного отрезка (как правило, он составляет 10 - 15 лет). Поскольку общезыковые неологизмы возникают из потребности в обозначении какой-либо новой реалии или абстрактного

---

<sup>16</sup> Мир новостей, № 50, 12 декабря 2012 (Максим Грегорев, с.2.)



понятия, то нелогическую окраску подобной лексической единицы следует определять, исходя из актуализации данного понятия. Принципиальная особенность подхода, используемого для выявления общеязыковых неологизмов, заключается в том, что анализ материала строится на методике «от слова к тексту», тогда как для всех остальных типов неологизмов применялся принцип «от текста к слову».

**Общеязыковые неологизмы** широко используются в качестве корневых формант для образования окказиональных единиц (например, окказиональное прилагательное «околошоу-бизовый», «тюнингованный», «тинейджерский»). Заимствованные лексемы, наиболее часто используемые в текстах современной российской прессы, также являются самыми продуктивными формантами, на базе которых возникают окказиональные лексемы. В некоторых случаях заимствованные лексемы сопровождаются контекстуальным комментарием:

*Сегодня в Узбекистане все больше внимания привлекает **топинамбур** – вкусный и полезный корнеплод.*<sup>17</sup>

***Бин-бег** – это популярная и современная бескаркасная мебель.*<sup>18</sup>

Общеязыковые неологизмы часто заменяют ранее существовавшие слова с целью показать изменение некоторых качеств предмета, о котором идет речь. Например, если раньше служебное помещение называли конторой, то теперь широко используется слово *офис*: *Современные ЕСМ-инструменты сильно меняют способы работы **офисных сотрудников**, позволяя им действовать так, как это было невозможно ранее: быстрее,*

---

<sup>17</sup> Тасвир, № 47, 24 ноября 2011.-С. 82.

<sup>18</sup> Тасвир, № 47, 24 ноября 2011.-С.13.

*удобнее и производительнее.*<sup>19</sup> Танцевальная площадка в современных журналистских материалах чаще всего называется «танцполом».

Из языковых неологизмов наиболее частотны собственно лексические неологизмы, то есть новообразования, пришедшие в язык для наименования новых вещей и понятий (речь идет как о словах иноязычного происхождения, так и о лексемах, образованных из русских морфем).

*А к 2014 году как минимум один **провайдер социальной сети** станет каналом предложения страховых услуг.*<sup>20</sup>

***Инновационным** элементом проекта является то, что сбор молока будет осуществляться не один раз в день, как это обычно практикуется, а три раза в день, после каждого удоя, что позволит увеличить объем молока и повысить качество и его полезность за счет свежести*<sup>21</sup>

*В Ташкенте прошел практический **тренинг** по использованию **мультимедийной** обучающей программы для преподавателей «Устойчивое управление природными ресурсами».*<sup>22</sup>

***Биопираты** беззастенчиво отлавливают и вывозят контрабандным путем экзотических птиц, животных и пресмыкающихся, внесенных в Красную книгу, чем наносят колоссальный ущерб природе данной страны.*<sup>23</sup>

---

<sup>19</sup> Банковские вести, № 46, 21 ноября 2012 год (Зарина Усманова, с..5)

<sup>20</sup> Банковские вести, № 46, 21 ноября 2012 год (Зарина Усманова, с..5)

<sup>21</sup> Банковские вести, № 46, 21 ноября 2012 год (Бобур Саттаров, с..4)

<sup>22</sup> Голос Узбекистана, № 49, 14 декабря 2012 год (Александра Спиридонова, с..5)

<sup>23</sup> Тасвир, № 47, 24 ноября 2011.-С.11.

*Экспозиция в Лондоне в трех разделах представляет исторические костюмы из Узбекистана, фотографии, иллюстрирующие процесс производства, а также сами образцы икатов.*<sup>24</sup>

Семантические неологизмы в текстах нынешней газеты представлены подобными новациями.

Однако встреча с заводной экс-«фабриканткой» Рассказовой, похоже, вновь меняет жизненный вектор мадемуазель Лизоркиной (орфография автора сохранена). Слово «фабрикантка» с приставкой «экс-» означает бывшая участница телевизионного проекта «Фабрика звезд», примечательно, что слово «фабрикант» после вышеназванного телевизионного проекта получило новое значение. Исконное же его значение – «владелец фабрики». Однако в свете новых реалий оно приобрело коннотацию – «участник проекта «Фабрика звезд». В приведенном примере неологизм реализует компрессивную функцию, поскольку вторичная номинация заменяет шесть слов. Слово «фабрикантка» является семантическим неологизмом, так как в данном контексте оно используется не в значении «владелица фабрики», а в значении «участница телевизионного проекта «Фабрика звезд».

*Принято считать, что в шоу-бизнесе надо давать дорогу молодым.*<sup>25</sup>

Лексические неологизмы могут быть образованы по имеющимся в языке моделям: *венероход, примарситься, полуторасменка, бестер «помесь белуги со стерлядью»* или заимствованы из других языков: *бобслей, макияж, панк, рэкет, спонсор*.

---

<sup>24</sup> Голос Узбекистана, № 44, 9 ноября 2012 (Соб.корр., с. 6)

<sup>25</sup> Мир новостей, № 52, 26 декабря 2012 (Дмитрий Мельман, с.22.)

**Семантические неологизмы** - новые значения известных слов: *зебра* «полосы на проезжей части улицы, обозначающие переход», *продлёнка* «удлиненный киносекс; продленные занятия в школе», *ползунок* «замок молнии», *штрих* «паста для исправления ошибок в машинописном тексте».

## 1.2. Свойства и классификация фразеологизмов

Фразеология – раздел науки о русском языке, изучающий сложные по составу языковые единицы, имеющие устойчивый характер (*ломать голову, сгущать краски, кот заплакал, на вес золота*), их типы и функционирование в речи. Словом «фразеология» обозначают также совокупность всех фразеологизмов, имеющих в русском языке. Наряду с утвердившимся взглядом на фразеологию как на науку об устойчивых оборотах речи все большее распространение получает ее расширенное толкование как раздела языкознания, изучающего лексико-семантическую сочетаемость слов. [Розенталь Д.Э. Справочник лингвистических терминов. М., 1972, с. 469] Слово "фразеология" происходит от двух греческих слов: *phrasis* – выражение и *logos* – понятие, учение.

Фразеологизм – это самостоятельная номинативная единица языка, представляющая собой устойчивое сочетание слов, которое выражает целостное фразеологическое значение и по функции соотносима с отдельными словами: как и слова, фразеологизмы служат наименованиями предметов, явлений, признаков, действий и состояний, например: *черный день* – горе; *сбить с толку* – запутать; *не из робкого десятка* – смелый; *через пень-колоду* – кое-как; *с иголочки* – новый; *по душе* – нравится и т.д. Так как сочетания по своему происхождению тесно связаны с условиями места и времени, с каким-либо данным случаем, то они в каждом языке

индивидуальны и своеобразны и буквально не переводимы. Поэтому они называются также идиомами (от греческого *idioma* – «особое свойство»)<sup>26</sup>.

В состав фразеологии часто включают также пословицы, поговорки, крылатые выражения: *правда хороша, а счастье лучше; взялся за гуж, не говори, что не дюж; а Васька слушает да ест; на заре туманной юности; Человек – это звучит гордо и др.*

Важнейшим свойством фразеологизмов является их воспроизводимость, т.е. способность данной единицы к многократному употреблению для называния одного и того же факта в разных ситуациях, например: *Зотов прошел огонь воду и медные трубы* (И. Бунин); *Огонь, воду и медные трубы она прошла. Может быть так на панели и сдохла бы...* (А. Шеллер-Михайлов).

Фразеологизмы в отличие от обычных лексических единиц (слов), во-первых, сложны по составу, т.е. содержат несколько элементов, которые имеют единое значение. Их можно заменить одним словом: например, *спустя рукава – небрежно, кот наплакал – мало*. Фразеологизмы, как правило, имеют постоянство состава (нельзя заменить слово на другое). Фразеологизмы обычно обладают устойчивой грамматической формой: например, фразеологизм *греть руки* нельзя заменить *нагреть руку* или *нагревать руки*.

Большинству фразеологизмов свойственна непроницаемость структуры: не допускается включение в них новых слов.. Так, зная фразеологизмы *потупить голову, потупить взор*, нельзя сказать «низко потупить голову», «еще ниже потупить печальный взор». Однако есть и такие фразеологизмы, которые допускают вставку отдельных уточняющих слов: например, *разжигать страсти – разжигать роковые страсти*,

---

<sup>26</sup> Реформатский А.А. Введение в языковедение. -М., 2002.

*намылить голову – хорошенько намылить голову.* В некоторых фразеологизмах возможен пропуск одного или нескольких компонентов. Например, говорят *пройти сквозь огонь и воду*, отсекая конец фразеологизма *и медные трубы*, или выпить чашу до дна *вместо выпить горькую чашу до дна*.

Большинство фразеологизмов имеет стабильный порядок слов. Например, нельзя поменять местами слова в выражениях *ни свет ни заря*; *битый небитого везет*; *все течет, все изменяется*, хотя смысл, казалось бы, не пострадал, если бы мы сказали «*все изменяется, все течет*». В то же время в некоторых фразеологизмах возможно изменение порядка слов (ср.: *набрать в рот воды – в рот воды набрать*, *не оставить камня на камне – камня на камне не оставить*). Перестановка компонентов обычно допускается во фразеологизмах, состоящих из глагола и зависящих от него именных форм.<sup>27</sup>

Важный признак фразеологии – метафоричность, образность. Нужно подчеркнуть, что фразеологизм появляется в языке не для называния предметов, признаков, действий, а для образно-эмоциональной их характеристики. Образуется фразеологизм в результате метафорического переноса, переосмысления значений свободных словосочетаний. Фразеологические единицы русского языка – это микрообразы, языковые образные миниатюры. Н.М. Шанский характеризует их как «миниатюрные художественные произведения».

Эмоциональность фразеологии – это способность фразеологизма не только назвать предмет, явление, но и выразить определенные чувства и оценки автора. Среди фразеологизмов можно выделить такие, которые вообще лишены назывной функции и используются в речи только для

---

<sup>27</sup> Голуб И.Б. Стилистика современного русского языка. -М., 1976.

выражения определенных чувств: Сашка! Погубил ты меня... помни. *Будь проклят, рыжий черт!* Восклицание *будь проклят* выражает крайнее возмущение, негодование. *Протест умер. Да здравствует протест!*<sup>28</sup>

Оценочность фразеологических единиц – качество, производное от их эмоционального значения. С точки зрения оценочности фразеологизмы можно разделить на две группы: фразеологизмы с позитивной оценкой и негативной. В первую группу войдут фразеологизмы с эмоциональностью одобрительности: *звезда первой величины, кровь с молоком*; почтительного уважения: *восстать из пепла, сложить голову*; восхищения: *рыцарь без страха и упрека, прометеев огонь, властитель дум*. Во вторую же группу войдут фразеологизмы с эмоциональностью ироничности: *кладезь премудрости, носить воду решетом*; пренебрежительности: *канцелярская крыса, кисейная барышня* и др.

Экспрессивность – это интенсивность проявления действия или признака. Например, фразеологизм *куда Макар телят не гонял* означает не просто далеко, а очень далеко, в самые отдаленные места; фразеологизм *чертова гибель* означает не просто много, а очень много, огромное количество. Еще примеры: *весь наружу* – предельно, крайне откровенен; *чистейшей воды* – самый настоящий, истинный, доподлинный; *выжечь каленым железом* – безвозвратно искоренить при помощи самых крайних, решительных мер.<sup>29</sup>

Фразеологизмы вступают в синонимические и антонимические отношения, например: *кот наплакал* синоним фразеологизма *с гулькин нос*, *оставить с носом* – *обвести вокруг пальца* – *повесить лапшу на уши*, *одного поля ягоды* – *два сапога пара*, *стреляный воробей* – *тертый калач*.

---

<sup>28</sup> Мир новостей, № 50, 12 декабря 2012 (Максим Грегоров, с. 2.)

<sup>29</sup> Калинина И.К. Современный русский язык. -М., 1984.-С.64.

Фразеологизмы-антонимы: *ни кровинки на лице – кровь с молоком, кот наплакал – куры не клюют.*

Фразеологизмы, как и обычные слова, бывают многозначны. Например *валять дурака* означает ничего не делать, бездельничать, а также делать глупости, вести себя несерьезно. Есть фразеологизмы, обладающие только одним значением: прежде всего это фразеологические термины: *точка опоры, центр тяжести, удельный вес*. В публичной речи они могут употребляться также в переносном значении.

*Так что, какой будет для северян следующая зима, уже сегодня, в июле, ясно – Алакуртти, судя по всему, станет **точкой вечной мерзлоты**.*<sup>30</sup>

Считается, что подвергаться изменениям фразеологизмы могут только в публицистическом стиле речи. В нейтральной речи видоизменение фразеологизма считается ошибкой.

### 1.3. Классификация фразеологизмов

**Классификация фразеологических оборотов по степени их семантической слитности.** Под степенью семантической слитности понимается степень зависимости смысла всего оборота от суммы значений входящих в него слов. В отечественном языкознании классификацию фразеологизмов по степени семантической слитности разработал акад. В.В. Виноградов, который выделил три разряда устойчивых словосочетаний: фразеологические сращения, фразеологические единства, фразеологические сочетания.

1) Фразеологические сращения – максимально застывшие лексикализованные (т.е. стремящиеся стать одним словом, одной лексикомой, хотя и не потерявшие еще формы словосочетания) сочетания, где понимание целого не зависит от непонятных слов (*«попасть впросак»*, *«у*

---

<sup>30</sup> Мир новостей, № 28, 11 июля, 2012 (Иван Калинин, с.7.)



*черта на куличиках», «точить ласы»*), от непонятных грамматических форм («*ничтоже сумняшеся*», «*еле можасху*», «*притча во языцех*», «*и вся недолга*») или же где слова и формы понятны, но смысл отдельных слов не разъясняет целого (*заморить червячка, сидеть на бобах, как пить дать*), наконец, в тех случаях, когда данное сочетание требует особой интонации, передающей особую экспрессию (*Вот тебе раз! Чего доброго! Вот так клюква!*). Это устойчивые сочетания, обладающие абсолютной неделимостью и утратившие первоначальные значения составляющих их слов. Лексические значения фразеологических сращений совершенно не связаны с прямыми значениями образующих слов, например: *собаку съесть, не в своей тарелке, собак вешать*.

В языке современной прессы фразеологические сращения часто используются для ироничной окраски сообщения. Например, в газете «Мир новостей» достаточно часто можно встретить фразеологические сращения в заголовках:

*«Выселят за милую душу», «Быка за рога»<sup>31</sup>, «СР» твердо встала на крыло<sup>32</sup>, Чиновники подрезали крылья летчикам<sup>33</sup>.*

Кроме того, фразеологические сращения активно используются журналистами и в текстах:

*Решил вопреки своему обыкновению дать по шапке своим, чтоб чужие боялись.<sup>34</sup>*

---

<sup>31</sup> Мир новостей, № 50, 12 декабря 2012 (Ахмирова Римма, с.8)

<sup>32</sup> Мир новостей, № 29, 18 июля 2012 (Андрей Сергеев, с. 8)

<sup>33</sup> Мир новостей, № 28, 11 июля 2012 (Игорь Анин, с..5)

<sup>34</sup> Мир новостей, № 49, 5 декабря 2012 (Максим Грегоров , с. 2)

2) Фразеологические единства – это такие устойчивые сочетания, значения которых в некоторой степени связано со значением составляющих компонентов. В этой группе имеются слабые признаки смысловой самостоятельности отдельных слов. Отдельные слова, образующие единства, еще сохраняют следы первоначальных значений и в совокупности выражают смысл, который для данного единства является переносным, образным значением, например: *держать камень за пазухой, слону дробинка, делать из мухи слона, с глаза на глаз, бок о бок, сводить концы с концами, пускать пыль в глаза, бросать слова (деньги) на ветер*. В этих случаях возможны и частичные замены отдельных слов (*иметь камень за пазухой; придумать из мухи слона; слону булочка*).

*Так, может, и сейчас Бари Каримович **бросает** не деньги, а лишь **слова на ветер**, возводя очередную бутафорию?*<sup>35</sup>

*Алибасов **пускает пыль в глаза**?*<sup>36</sup>

*Я должна была хорошенько **взвесить все «за» и «против»**, хотя в глубине души была стопроцентно уверена в том, что дам ему положительный ответ.*<sup>37</sup>

*Я всегда думала, что свекровь **пьет кровь**. А, оказывается, свекровь – **святая кровь**.*<sup>38</sup>

*Читала и **мед пила**: так все познавательное и интересно.*<sup>39</sup>

---

<sup>35</sup> Мир новостей, № 49, 5 декабря 2012 (М.Н. , с. 20)

<sup>36</sup> Мир новостей, № 49, 5 декабря 2012 (М.Н. , с. 20)

<sup>37</sup> Леди, № 13, 28 марта 2013, с. 13.

<sup>38</sup> Леди, № 13, 28 марта 2013, с.13.

<sup>39</sup> Леди, № 13, 28 марта 2013, с.13.

*И столько в его вопросе воодушевления, радости, что мне вдруг захотелось ответить: «А **хоть на край света!**»<sup>40</sup>*

*Но если взрослые водители-скутеристы хоть иногда отдают отчет в своих действиях, то дети на скутерах – все равно, что **обезьяны с гранатой**: никогда не знаешь какой **финт выкинут**, в следующую минуту.<sup>41</sup>*

*Министр **мягко стелет** для того, чтобы после Олимпиады **сделать ход конем**.<sup>42</sup>*

3) Фразеологические сочетания – наиболее «свободные» из несвободных сочетаний, где понимание значения отдельных слов обязательно для понимания целого и, как правило, возможны замены, но в известных лексических пределах, причем может меняться и значение целого: *потупить взор (взгляд, глаза, голову), нашло раздумье (сомнение, вдохновение), ужас берет (страх, тоска, досада, зависть).*<sup>43</sup>

*Чиновники не стесняются **нагреть руки** на страданиях умирающих – раковым больным у нас в стране выписывается в 60 (!) раз меньше обезболивающих, чем нужно.<sup>44</sup>*

*Лиши народ острейшего из зрелищ – потом **греха не оберешься**.<sup>45</sup>*

<sup>40</sup> Леди, № 13, 28 марта 2013 (Ирина Зайчик, с. 18.)

<sup>41</sup> Мир новостей, № 30, 25 июля 2012 (Елена Хакимова, с. 8.)

<sup>42</sup> Мир новостей, № 30, 25 июля 2012 (Степан Строев, с. 28.)

<sup>43</sup> Реформатский А.А. Введение в языковедение. -М., 2002.-С. 24.

<sup>44</sup> Мир новостей, № 30, 25 июля 2012 (Аделаида Сигида, с. 10.)

<sup>45</sup> Мир новостей, № 29, 18 июля 2012 (Аделаида Сигида, с. 9.)

4) Некоторые ученые выделяют четвертую группу фразеологизмов – фразеологические выражения – это известные изречения из художественной литературы, публицистики, Библии, высказывания афористического типа или морально-этические назидания, употребляемые в определенных жизненных ситуациях для образной оценки. Например, *счастливые часов не наблюдают; быть или не быть; кончил дело – гуляй смело; есть еще порох в пороховницах; любишь кататься – люби и саночки возить.*

**Грамматическая классификация.** Существует также грамматическая классификация, т.е. по тем частям речи и грамматическим формам, которые входят в этот фразеологизм.

1) Фразеологизмы, состоящие из существительного в именительном падеже и существительного в родительном падеже: *камень преткновения, точка зрения.*

2) Фразеологизмы, составленные из существительного и прилагательного: *краеугольный камень, заколдованный круг, лебединая песня.*

3) Фразеологизмы, основанные на сочетании глагола и существительного: *бить баклуши, валять дурака, пороть чушь.*

4) Фразеологизмы в виде застывших падежно-предложных форм существительных с подсиненными компонентами: *на дружеской ноге, в близких отношениях.*

5) Фразеологизированные сочинительные словосочетания: *ни сват ни брат, ни нашим ни вашим, маг и волшебник, вкось и вкривь, и смех и грех.*

### **Классификация по происхождению.**

Фразеологические обороты в зависимости от происхождения делятся на несколько групп.

1) Собственно русские фразеологизмы. К этой группе относятся и устойчивые словосочетания, и поговорки, и пословицы, и крылатые слова:

*зубы заговаривать, комар носу не подточит, к шапочному разбору, в ногах правды нет, отложить в долгий ящик и т.д.*

2) Славянские фразеологизмы: *ни кола ни двора, гол как сокол, при царе Горохе, во всю Ивановскую и др*

3) Цитаты из книг священного писания (заимствования из старославянского): *запретный плод, исчадие ада, хлеб насущный, неопалимая купина, вавилонское столпотворение, несть пророка в отечестве своем, по образу и подобию, разверзлись хляби небесные, суета сует, тридцать сребреников и др.*

4) Фразеологизмы мифического происхождения: *ахиллесова пята, гордиев узел, яблоко раздора.*

5) Фразеологические обороты, заимствованные из европейских языков. К этой группе относятся иноязычные фразеологизмы, употребляющиеся без перевода. Обычно такие выражения передаются буквами того языка, из которого они заимствованы, но наиболее употребительные из них могут передаваться и при помощи русских букв: *finita la commedia* (ит.) – *комедия окончена*; *modus vivendi* (лат.) – *образ жизни*; *nota bene* или *нотабена* (лат.) – *заметь хорошо*; *post factum* или *постфактум* (лат.) – *после того, как что-либо случилось, событие произошло*; *terra incognita* (лат.) – *неизвестная земля* и др.

6) Фразеологические кальки и полукальки образуются в результате дословного перевода иноязычного оборота на русский язык. Калькируются фразеологические обороты, смысл которых мотивирован значениями слов, входящих в состав фразеологизма. Например, *борьба за жизнь* (англ. *struggle for life*); *вот где собака зарыта!* (нем. *da ist der Hund begraben!*); *игра не стоит свеч* (франц. *le jeu ne vaunt pas la chandelle*); *ставить точки над и* (франц. *mettre les points sur les i*); *разбить наголову* (нем. *aufs Haupt schlagen*) и др. Иногда в русском языке встречается и прямое заимствование

фразеологического оборота, и калька с него: *франц. a la guerre com a la guerre* – на войне как на войне; *лат. divide et impera* – разделяй и властвуй; *лат. humanum est errare* – человеку свойственно ошибаться и др.

Полукальки – такие фразеологические обороты, одна часть которых – прямое заимствование, а другая – калька, перевод: *аппетит приходит во время еды* (*франц. l'appetit vient en mangeant*); *желтая пресса* (*англ. yellow press*) и др. Фразеологическими полукалками являются также выражения *пить на брудершафт*, *привычка – вторая натура*, *смешать карты* и др. Среди фразеологических полукалек выделяется группа оборотов, в которых без перевода остаются имена собственные: *двуликий Янус*, *Карфаген должен быть разрушен*; *Минерва, вышедшая из головы Юпитера*; *перейти Рубикон*.

46

Что касается стилистического расслоения фразеологических единиц, то они как и лексика, используются в различных функциональных стилях и, соответственно, имеют ту или иную стилистическую окраску. В зависимости от употребления в той или иной речевой ситуации выделяют нейтральные, разговорные и книжные фразеологизмы.

Межстилевые или нейтральные фразеологизмы, лишенные экспрессивности, встречаются во всех стилях русского языка. Например: *в конце концов*, *время от времени*, *иметь значение*, *иметь в виду*, *сдержать слово*. Нейтральные обороты составляют меньшую часть фразеологии, т.к. выполняют только номинативную функцию, не выражая отношения говорящего.

Наибольший стилистический пласт занимает разговорная фразеология, обладающая яркой эмоциональной экспрессивностью и метафоричностью. Например: *водой не разольешь*, *краем уха слышать*,

---

<sup>46</sup> Калинина И.К. Современный русский язык. -М., 1984.-С. 28.

*медведь на ухо наступил, пустить козла в огород, переливать из пустого в порожнее, семь пятниц на неделе, чудеса в решете и др.* Разговорные фразеологизмы используются преимущественно в устной форме общения и в художественной речи. Разговорной фразеологии близка просторечная, более сниженная, часто содержащая нарушение литературно-языковой нормы: *вправить мозги, чесать языком, задирать нос, гусь лапчатый, показать кузькину мать и др.*<sup>47</sup>

Следующий стилистический пласт образует книжная фразеология, которая употребляется в книжных стилях, преимущественно в письменной речи. В составе книжной фразеологии выделяют научную: *центр тяжести, щитовидная железа, периодическая система; публицистическую: люди доброй воли, закон джунглей, на грани войны, камень преткновения, переговоры зашли в тупик; официально-деловую: давать показания, платежеспособный спрос, оставлять желать лучшего, находиться на уровне, называть вещи своими именами.* Если в художественной литературе и публицистике на первый план выдвигается образность, эмоциональность и оценочность фразеологических оборотов, то в официально-деловом стиле используются устойчивые выражения книжного характера или стилистически нейтральные фразеологизмы, лишенные экспрессивности.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Голуб И.Б. Стилистика современного русского языка. -М., 1976.-С.122.

<sup>48</sup> Культура устной и письменной речи делового человека. Справочник. Практикум. -М., 2000.-С.113.

## **ГЛАВА II.**

### **СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ И ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ГАЗЕТНЫХ ТЕКСТАХ**

#### **2.1. Продуктивность использования неологизмов в современных газетах**

На страницах газеты мы находим материалы о политической, общественной, личной жизни людей и общества в целом. Но специфика газеты как средства связи состоит в том, что отсутствует обратная связь в момент процесса коммуникации. Поэтому все средства и особенности газеты направлены на достижение эффективности, а также внутри личностной, психологической направленности читателя на определенную статью.

Неотъемлемым компонентом газетной информации и средством воздействия является заголовок. На уровне семантики газетные заголовки представляют собой совокупность различных особенностей.

Одной из них является введение неологизмов. Неологизмы могут определяться по денотативному признаку, если они обозначают новые реалии, или по стилистическому, если они обладают определенной новизной в обозначении уже известных понятий. Активное внедрение неологизмов обусловлено не только потребностью в наименовании новых понятий и явлений, но и внутриязыковыми факторами – тенденцией к экономии, задачами экспрессивно-эмоциональной, стилистической выразительности.

В заголовках представлены различные способы образования неологизмов. Широко распространенными являются такие способы словообразования, как словосложение, аффиксация, конверсия, сокращение.



Наиболее характерными способами образования неологизмов в языке газеты являются словообразование (словосложение, аффиксация, конверсия, сокращения), изменение значений слов и заимствования из других языков. Каждый из них имеет свои особенности, поэтому их следует разобрать отдельно.

Словосложение как тип словообразования представляет собой слияние двух или более основ для образования нового слова. К примеру, берем английский язык, для английских сложных слов наиболее частотными являются образования, состоящие из двух основ.

В последнее время в языке английских и особенно американских газет появилось большое количество имен существительных, образованных по конверсии способом словосложения из сочетаний глагола и наречия. В некоторых из них наблюдается четкая повторяемость второго компонента, которая в ряде случаев дает основание полагать, что намечается определенная зависимость между моделью и ее значением. Поэтому часто можно прогнозировать значение (или область распространения значения) каждого нового, образованного по данной модели слова. Но нередко для всей группы таких прогнозов делать нельзя, что затрудняет понимание нового слова.

Аффиксация — это образование новых слов с помощью суффиксов и префиксов. Для газетного стиля характерно появление аффиксальных неологизмов с определенным набором аффиксов, а также необычное сочетание основ и аффиксов. Часто новое применение находится для аффиксов, которые в других стилях речи являются непродуктивными. Во многих случаях такие аффиксы развивают новые значения, ранее им несвойственные.

Конверсия — это переход слова из одной части речи в другую, приводящий к образованию нового слова без изменения его начальной формы. Это еще один источник неологизмов в английском языке. Образованные по конверсии, они широко распространены в газетной лексике. Высокая частотность слов, образованных по конверсии,— одна из отличительных черт газетного стиля. Чаще всего это глаголы, образованные от существительных, и существительные, образованные от глаголов. Уместно отметить, что во вновь образованном слове нередко развиваются значения, лишь косвенно связанные со словом-основой.

Много неологизмов можно найти в специализированных изданиях, посвященных компьютерной технике. Так в подобных материалах можно встретить такие слова как: вирусы, троянцы, черви, файловые вирусы, спам, гигабайты, дисковое пространство, веб-странички и др.

Неологизмы представляют собой частое явление в молодежных газетах. Так в молодежных газетах часты случаи употребления подобных слов: граффити (художественные изображения на стенах домов), граффитчики (люди, выполняющие данные изображения), бомберы и райтеры (соответственно, легальные или нелегальные граффитчики) и др.

Сегодня существует разные интересные конкурсы. Один из таких конкурсов является «Словј года». **У конкурса «Слово года» в России — аналога одноименного международного — уже целая история: он проводится с 2007 года (автор идеи — культуролог Михаил Эпштейн); с 2009 года победителей определяют не только эксперты, но и народное голосование. Голосование проходит на рекомендательном сервисе Имхонет.**

Слово года-2010 по итогам народного голосования — «жара», выражение года — «аномальная жара» (за это слово, как и за его дублера

«смог», проголосовала почти половина участников). По мнению экспертов, слово года-2010 — «огнеборцы», выражение года — опять же «аномальная жара». Две эти номинации конкурса можно назвать «техническими»: они не столько называют «главное», сколько фиксируют навязчивое слово-паразит, некое медийное чудовище, заполонившее эфир в 2010 году. Выбор слова в этой номинации является бессознательной попыткой освобождения от наваждения, своего рода изгнанием медийного беса. (В прошлом году победителем также стало слово-паразит «антикризисный».) Сюда же я отнес бы и выражение 2010 года «температурный рекорд»: современные медиа в соответствии с генеральной установкой на сенсационность, даже погибая от жары и смога, по инерции продолжают фиксировать «рекорды».

Еще одно показательное выражение-2010 — «белорусская сторона». Идеологический эвфемизм, напоминающий «братские страны», «израильская военщина», «западная пропаганда». С одной стороны — братский народ, с другой стороны — президент Лукашенко российскому руководству как бы уже не брат. Как сказать, ничего не сказав и никого не назвав?.. Государственные медиа и дипломатия на распутье, они вынуждены лавировать между капелек, и вот коллективными усилиями рождается монстр — «белорусская сторона», от частого употребления которого перестаешь обращать внимание на его подозрительную безликость.

В номинации «Словосеть» победило слово «лыбик» (мнения экспертов и народа совпали) — замена англицизма «смайлик». Победитель прошлого года в этой номинации — слово «гуглик» (единица измерения популярности в Интернете). Формально мы наблюдаем естественный процесс — замена иностранных сетевых терминов русскими аналогами (владень — домен, внутри — контент, учтень — аккаунт, домица — домашняя страница), но на самом деле это вовсе не замена. Никто не будет всерьез использовать эти

слова в Сети, за исключением, может быть, слова «болт» (чат). Это в своем роде издевательство, ерничество, квазиирония — над ментальной разницей между «нами» и «ими». В этом смысле еще показательнее неологизмы 2010 года «ресепщина», «ресепчина» (ресепшн, приёмня), «ресепчий» (работник на ресепчине, приёмне). Это уже не шутки: язык фиксирует подмену социальных функций. Когда человек отвечает на звонки и рассылает письма — это ресепшн. А когда он варит кофе начальникам, бежит за справками в ГАИ и ЖЭК, отводит детей начальников в детсад или является внештатным стукачом компании — соответственно, это уже ресепчий (по аналогии со стряпчим, сокольничим). Того же происхождения и слова «промовщина», «промовщик» (промоушн, промоутер): словоблудие, псевдознание, выдаваемое за продвижение товара, качество только на словах.

Самой интересной номинацией конкурса является «Словотворчество». В этом году в народном голосовании победило слово «сдербанк» (банк, вытягивающий много денег). Эксперты посчитали победителем слово «тандемагогия» (тандем + демагогия).

В списке номинантов есть не менее интересные неологизмы: например, «правослебие» и «соворность» (повсеместное воровство, когда все повязаны: от высших до низших); я бы определил это как «воровство с одухотворенным выражением лица». Легко заметить, что намеренно искажаются слова сакральные — «православие» и «соборность». В этом году, как и в прошлом, ключевая тенденция — десакрализация властного дискурса. Когда благостными словами прикрывается лицемерие, обман, воровство, естественная реакция языка — перевернуть, распотрошить, исказить сакральное: «книзменность» (литературный ширпотреб), «поддакция» (поддакивающие акции в поддержку официального курса), «углуплённое изучение», «злodgeство» (лишенная вкуса архитектура), «зладобье»

(лекарство с множеством побочных эффектов), «лекси-кола» — (язык массовой культуры), «блогоблудие», «аськоголизм» (в Сети).

Замена одной-двух букв меняет смысл слова на противоположный, да еще и как бы дает пинка устоявшемуся значению. Невольно задумаешься: откуда в русском языке столько возможностей для «оборачивания», вывертывания наизнанку, издевательству языка над самим собой? Можно предположить, что эта способность заложена самой природой русского языка, но зачем? Как будто язык заранее «знает» свои слабые стороны, «знает», что склонен к официальной лжи, лицемерию — и, словно предохраняя себя, языковой организм создает что-то вроде защитной функции, подушки безопасности, оберегающей от передозировки благостью. Выяснилось, что русский язык поражает — это одно из регулярных открытий «Слова года» — «неистощимым искусством издевки», по выражению Михаила Эпштейна. «Язык все меньше описывает, анализирует, — писал он в «Новой газете» в 2009 году, — и все больше кричит, требует, осуждает, глумится».

В номинации «Выражение года» одним из призеров стало слово «без фанатизма» (см. одноименную рубрику Зои Ерошок в «Новой газете». — Ред.). На фоне участвовавших катаклизмов (в номинации «Слово года» в первой десятке — «сносы», «пожары», «Катынь», «теракты», «отставки») заметно преобладание уныния и скуки, общей апатии, бесперспективности, отказа от действий: чего стоит одно только выражение «послепраздничная депрессия». Заметно больше стало слов, выражающих специфически-наплевательское отношение к работе и жизни. Среди регионализмов также заметна тенденция — поиск слов, обозначающих различные оттенки и состояния ничегонеделания или делания «сквозь рукава», пустословия: «лягушка» (так любовно называют кровать, самое прочное и привычное

место в жизни); «дрягаться» (бессмысленно гулять, блуждать, проводить время); «сотрутник» (не слишком обремененный работой человек); «заполыскивать» (шляться подолгу, пропадать на улице, загуливать); «жибель» (раскисшая жижа, которая образуется в дождливую погоду; «нашару» (наугад, на авось, случайно); «шараш-монтаж» (сумбурные, спутанные действия, сопровождающиеся мелкими бытовыми разрушениями); «борогозить» (самоуверенно нести вздор, демагожить). Забавно в этом отношении и возвращение в русский язык полонизмов и украинизмов, обозначающих асоциальное поведение: «батар» (хулиган, любитель риска и веселья); «варьят» (человек «без тормозов»); «фарьюк» (плут, негодяй — один из победителей голосования). Примечательно также возвращение из 1980-х слова «лахать» (отталкивающе, вульгарно смеяться).

Или вот неологизм «бизноватый» (одержимый, как бы ушибленный бизнесом; отсюда: бизноваться, бизнующийся, бизнование). Слово это характеризует подспудное отношение людей к бизнесменам: заниматься бизнесом — все равно что быть одержимым бесом.

Вот и словесный портрет-2010: унылое и расплывчатое существование, когда всем страшно и никто ничего не понимает. В прошлом году, между прочим, среди неологизмов тоже лидировало слово «нехоть» (состояние, когда ничего не хочется). Общая апатия отразилась и на интересе к политике: если в прошлом году всех живо еще интересовала тема тандема, то теперь заметно охлаждение и равнодушие к обеим его составляющим. Например, слово «околокремля»: что-то там, в Кремле, такое творится, нам все более непонятное; что-то они там между собой решают, обещают договориться, а нам уже все равно.

Именно это общее состояние «нехоти», желеобразного, неустойчивого состояния общества порождает, как видится, удивительный языковой

феномен — дуальные неологизмы. Они состоят из взаимоотрицающих половинок, как будто сам язык заходит в тупик, не в силах понять такое состояние. Такими дуализмами были в прошлом году «злобро» и «думрак», в этом году у них появился достойный собрат — слово «мерзоблагостный» (то же, что мерзопакостный, но под личиной благостности). Общие лицемерие и расплывчатость нравственных принципов рожают в обществе моральных, этических уродов, соответственно, и слова-уроды: например, «воспитанный человек» (несчастный, воспитание которого сопровождалось страданиями); по аналогии можно сказать — «впытал с молоком матери».

Общая растерянность, отсутствие ориентиров побуждает искать их с помощью того же языка: поиск абсолюта, своего рода философского слова (по аналогии с камнем). Например, неологизм «Выт» (целостная личность: в нем и Вы — признание во многих, и ты — индивидуальная конкретность). Немногие позитивно окрашенные слова среди сетевых неологизмов — «блогоразумие», «блогоразумный» (тот, кто осмотрительно комментирует чужие блоги и тщательно отбирает материал для своих). Также — неологизм «добросетливый» (тот, кто привносит в Сеть добро). Эти редкие слова и выражения противостоят общему стремлению к энтропии, которые наряду с десакрализацией властного языка являются самыми заметными тенденциями в словотворчестве 2010 года.<sup>49</sup>

Когда в конце XIX века варшавский врач Лазарь Маркович Заменгоф работал над созданием международного языка, названного позднее «эсперанто», он и представить себе не мог, что более ста лет спустя, благодаря средствам массовой информации и всепоглощающему процессу

---

<sup>49</sup> Андрей Архангельский — член экспертного совета конкурса «Слово года». — М., 2010.

глобализации, «интернационализмы» будут рождаться спонтанно, завоеывая словари без сопротивления. Приведет ли эта лингвистическая унификация к осуществлению мечты создателя эсперанто и его последователей, надеющихся на полное взаимопонимание и мирное сосуществование народов разных культур, – спорный вопрос. Но факт остается фактом: в современном мире чуть ли не каждый день возникают новые понятия, мгновенно ассимилируемые национальными языками и заставляющие страдать пуристов. Самые яркие приобретения 2010 года перечислило Швейцарское телеграфное агентство.

**Эйяфьятлайокюдль:** исландский вулкан, мирно спавший столетиями во льдах, как и его имя – на устах жителей планеты, в один мартовский день проснулся и заставил заговорить о себе журналистов, политиков и авиакомпаний, самолеты которых оказались парализованными в течение нескольких дней из-за туч пепла. С 20 марта, дня первого извержения, до конца апреля, когда вулкан начал окончательно успокаиваться, мировая общественность приноровилась произносить экзотическое название, практически не ломая язык и не коверкая исландское слово, означающее, кстати, безобидное сочетание «островные горы»...

**«Вувузела»:** африканских дудок, как и их названия, мир почти не слышал до июня 2010 года. Зато уже через несколько дней после начала Чемпионата мира в Южной Африке «вувузела» стала главной футбольной новостью, освещаемой на всех языках. Впрочем, скандал в рядах французской сборной немного отвлек внимание журналистов от невыносимого гудения дудок, а наименование пыточного инструмента болельщиков вошло в коллекцию международных слов.



**«Deepwater Horizon»** - нефтяная платформа, очернившая Мексиканский залив и мировой словарный запас. Станет ли однажды это название именем нарицательным, решит будущее, однако уже сейчас в ассоциативном ряду оно неотделимо от серьезнейшей экологической катастрофы на планете.

**«Аватар»**, точнее, «аватара», - древний санскритский термин, первоначально обозначающий реинкарнации или воплощения бога Вишну в индийской философии. Слово возрастом не менее 2500 лет в этом году обрело второе дыхание в западном мире, «достучавшись» через века через самый кассовый фильм в истории кино. Впрочем, «аватар» еще до Кэмерона вошел в виртуальный мир, обозначив картинку с «лицом» пользователя на форумах и в социальных сетях, а также «роль» или личность игрока в киберпространстве.

**«Фонар»**, или «phonard », - слово, пока еще не вошедшее в русский язык, хотя его носители, несомненно, с удовольствием бы употребляли новорожденное ругательство в определенных обстоятельствах. Дело в том, что франкоязычный термин, избранный в ноябре на Фестивале Новых слов в Гавре, с презрением и недовольством обозначает человека, говорящего по сотовому телефону без всякого уважения к окружающим, то есть громко и непрерывно. «Ух, какой фонар...» - такую фразу можно было бы частенько услышать, например, в общественном транспорте.

**«Викиликс»** - калька с английского названия сайта, вызвавшего бурю эмоций и скандалов этой осенью, - прочно вошла в языки Европы, как романо-германские, так и славянские. Даже у тех, кто ничего не знает о перипетиях Джулиана Ассанжа, если такое возможно, слово «Викиликс» на слуху.

Название другого «сверкнувшего» в 2010 году сайта, **Chatroulette**, было переведено интернет-пользователями на русский язык дословно, как «чатрулетт(ка)». Открытый в ноябре 2009 года, видеочат для знакомств пользовался таким успехом, что привел к появлению множества «клонов» - идентичных национальных сайтов, часто порнографического характера...

«**Чайная партия**», «**Tea Party**», появилась в США в 2009 году и возбудила интерес мировой общественности в 2010-м. Приверженцы ультраправого, неоконсервативного политического движения, намеренного стать третьей силой в стране в противовес демократам и республиканцам, являются сторонниками крайних мер, критикуют элитарные круги и государственные расходы.

«**Балкони́нг**» - новый экстремальный и смертельно опасный вид спорта туристического разряда, название которого родилось этим летом, после того как в испанских отелях вошли в моду прыжки в бассейн прямо из окон номеров. «Балкони́нг» далеко не настолько забавное времяпрепровождение, как может показаться по звучанию слова: бездумные прыжки погубили нескольких молодых людей и покалечили их подражателей, убежденных, что, кидаясь в воду с балкона, они демонстрируют окружающим силу и ловкость... Увы.

«**Женщина-пума**», «**cougar**» в англоязычном варианте, - понятие, зародившееся не так давно, но пика медиатизации достигшее в 2009 году. «Пума» - дама старше сорока, которой нравится проводить время с молодыми мужчинами, «львятами» в жаргоне. О популярности подобного образа жизни свидетельствует тот факт, что на Тихоокеанском побережье США устраивают специальные круизы для хищниц, желающих «поохотиться» и развлечься.

Сочетание «**стресс-тестирование**» (**Stress Test**) основательно вошло в обиход банков и выплыло на поверхность этим летом, когда 91 финансовое учреждение Европы подверглось проверке на прочность. Термин сегодня часто употребляют как синоним «нагрузочного тестирования программного обеспечения», однако в банковской сфере у него несколько иное значение. Говоря самыми простыми словами, «стресс-тесты» позволяют оценить способность банков выстоять перед непредвиденными девальвациями, деградацией государственного долга или проблемами финансового рынка.

Стоит ли говорить, что 2010 год продолжил «укреплять» в международном словарном запасе позиции слов «от Apple», и стал свидетелем рождения новичка в семействе с префиксом «i»... «iPad»-а.

## **2.2. Анализ неологизмов, активно используемых в отечественной прессе**

Нами был исследован ряд газет и журналы с целью обнаружения неологизмов в газетных текстах. Задачи исследования – сопоставить неологизмы, встречающиеся в газетах и журналах, рассмотреть насколько часто они встречаются в печатной периодике. В качестве объекта были отобраны такие издания как: «Голос Узбекистана», «Мир новостей», «Тасвир, «Вечерний Ташкент».

### **Газета «Голос Узбекистана»**

Прежде всего, отметим, что еженедельная общественно-политическая газета «Голос Узбекистана» издается с 5 марта 1992 года. Характерной особенностью журналистских материалов данного издания является актуальность проблематики. Газетные статьи корреспондентов «Голос Узбекистана» информируют общество о самых разнообразных сторонах его жизни: об экономике, о значимых для страны мероприятиях, а также о

повседневной жизни граждан. Итак, все выше сказанное непосредственно связано с активным использованием неологизмов в данном издании.

**Примеры:** *Целью семинара было повышение квалификации кадров по вопросам **корпоративного управления** в части, касающейся организации на предприятии системы **экспортоориентированного маркетинга**.*<sup>50</sup>

*В рамках данного проекта, после совершенствования правовой базы, касающейся финансовой отчетности и **аудита** в банковской системе, в целях регулярного повышения квалификации работников коммерческих банков по ведению и составлению финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами, а также изучения возникающих на практике вопросов, будут организованы специальные **тренинги** на системной основе.*<sup>51</sup>

*На меня это возлагает большую ответственность, **мобилизует** трудиться самоотверженно, трудиться еще лучше на благо махалли, а значит, на благо всей нашей Родины.*<sup>52</sup>

*Сегодня, в период **глобализации**, для того, чтобы уберечь молодежь от **информационной агрессии**, влияния различных пороков, необходимо всемерно повышать ее правовое сознание и мышление.*<sup>53</sup>

*Сегодня в области осуществляют деятельность 883 **консультанта** по вопросам религиозного просвещения и духовно-нравственного воспитания.*<sup>54</sup>

---

<sup>50</sup> Голос Узбекистана, №38, 28 сентября 2012 (Алишер Рузиев, с. 5.)

<sup>51</sup> Голос Узбекистана, №36, 14 сентября 2012 (Алишер Рузиев, с. 5.)

<sup>52</sup> Голос Узбекистана, №34, 31 августа 2012 (Абдисамат Каршиев, с. 7.)

<sup>53</sup> Голос Узбекистана, №33, 24 августа 2012 (Музаффар Турапов, с. 3.)

*Несомненно, одним из самых интересных событий станет VI Ташкентская международная фотобиеннале-2012.*<sup>55</sup>

### **Газета «Вечерний Ташкент»**

Общественно-политическая ежедневная городская газета «Вечерний Ташкент» выходит с 1 июля 1966 года. В газете осуществляется регулярная публикация материалов и информации, объективно и правдиво освещающих демократические преобразования, события, происходящие в общественно-политической, экономической, культурно-просветительской жизни страны и в мире. Учитывая тематическое разнообразие материалов газеты, в ней активно используются неологизмы, в основном неологизмы, связанные с экономикой, образованием, названием новых коммерческих организаций, должностных лиц и др.: *тренинг, консультативный центр, профессиональный колледж, филиал, мини-банк, микрофинансовые услуги, премьер-министр, концерт, инвестиционный проект, портфель заказов* и др.

**Примеры:** *В ходе беседы были определены задачи по дальнейшему расширению проводимой в этом направлении работы, организации краткосрочных курсов в консультативных центрах на местах для граждан, желающих заняться предпринимательской деятельностью, дальнейшему разъяснению льгот и преференций для предпринимателей, обеспечению занятости молодежи, особенно выпускников профессиональных колледжей.*<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> Голос Узбекистана, №31, 10 августа 2012 (Ильмира Зайнутдинова, с. 4.)

<sup>55</sup> Голос Узбекистана, № 27, 6 июля 2012 (Анастасия Ильина, с. 6.)

<sup>56</sup> Вечерний Ташкент, № 62, 28 марта 2013 (Сайёра Шоева, с. 1.)

*LG была удостоена чести получить награду Best of the best award («Лучший из лучших»), в частности, за свой новый OLED-телевизор с изогнутым экраном, новый холодильник с **мини-баром** «дверь в двери», **монитор с сенсорным экраном (ET63), саундбар (NB6530), мышь-сканер (LSM-300) и другие изделия.***<sup>57</sup>

*На конференции, прошедшей в духе **конструктивного диалога и открытой дискуссии**, эксперты Международного **рейтингового агентства «Moody's»** положительно оценили ближайшие перспективы развития банковской системы Узбекистана.*<sup>58</sup>

*В ходе четырехдневной выставки-ярмарки будут проводиться также **мастер-классы и презентации.***<sup>59</sup>

*Российская **антивирусная компания «Доктор Веб»** заявила об обнаружении **троянской программы** для компьютеров Mac, заражение которой приводит к показу на **сайтах** дополнительной рекламы.*<sup>60</sup>

### **Журнал «Тасвир»**

Издательский дом «Тасвир» осуществляет свою деятельность с 4 января 2001 года. На страницах издания публикуются авторские материалы и информация из зарубежной прессы и интернета. Тематика данного журнала достаточно разнообразна, в нем можно встретить такие рубрики как: «Актуально», «Калейдоскоп», «Перспективы», «На заметку», «Hi-tech», «Закулисье», «Мир вокруг нас», «Самые-самые», «Наука и жизнь» и др.

---

<sup>57</sup> Вечерний Ташкент, № 62, 28 марта 2013 (с.1)

<sup>58</sup> Вечерний Ташкент, № 60, 26 марта 2013 (Сайёра Шоева, с. 2)

<sup>59</sup> Вечерний Ташкент, № 60, 26 марта 2013 (Н. Усманова, с.4)

<sup>60</sup> Вечерний Ташкент, № 61, 27 марта 2013 (О. Александрова, с. 4)

Проанализировав материалы данного журнала, было выявлено, что в нем активно используются неологизмы из разных языковых сфер: *масс-медиа, иммунизация, нанотехнология, бренды, презентация, грин-карта, слайд, биеннале, фейсбук, айфон, шопомания, телемания, веб-мастер, клонировать, виртуальные, мегаистория, сингл и др.*

**Примеры:** *Сегодня суперстар французского кинематографа и Голливуда востребован, как никогда.*<sup>61</sup>

*Транснациональные фармацевтические корпорации категорически не хотят, чтобы местным жителям природные лекарственные средства обходились дешево.*<sup>62</sup>

*Он имел 45 псевдонимов и свободно владел пятью языками.*<sup>63</sup>

*Сомелье составляет винную карту, занимается дегустацией вин и дает рекомендации по выбору напитков посетителям ресторана.*<sup>64</sup>

*Специализированный портал The Guide to Sleeping in Airports составил рейтинг аэропортов, где можно как следует поспать в ожидании задержанного рейса.*<sup>65</sup>

### **Газета «Мир новостей»**

Прежде всего, отметим, что в данном издании наблюдается широкий спектр языковых средств, разнообразие лексики и стилистических приемов.

<sup>61</sup> Тасвир, № 13, 28 марта 2013 (с.31.)

<sup>62</sup> Тасвир, № 47, 24 ноября, 2011 (с.11.)

<sup>63</sup> Тасвир, № 13, 28 марта, 2013 (с.83.)

<sup>64</sup> Тасвир, № 13, 28 марта, 2013 (с. 9.)

<sup>65</sup> Тасвир, № 47, 24 ноября, 2011 (с.17.)

Неологизмы составляют отдельный лексический пласт газеты, это связано, прежде всего, с многообразием освещаемых тем: *тендер, консалтинг, сайт, сеть, вотум, экстремизм, фундаментализм, приватизация, холдинг, диверсификация, риэлтор, франшиза, эпатаж, папарацци, форсировать, прелеференция, консенсус, анимация, суррогат, мобильный, турбизнес и др.*

**Примеры:** *Орбакайте выкладывает в своем **микроблоге** чудную фотографию, которую подписывает: «3 дня в Вене, хо-ро-шо!!!».*<sup>66</sup>

*Плодотворную мысль подчиненного развил **премьер-министр**.*<sup>67</sup>

*Свет в их **апартаментах** горел всю ночь.*<sup>68</sup>

*Измотанные **пробками** люди вынуждены откладывать срочные дела из-за проезда очередного **кортежа** или прижиматься к обочинам, завидев «мигалку».*<sup>69</sup>

*И вот теперь специалисты этого же центра открыто заявляют обратное: появление в мире **памперсов** стало одной из причин распространения энуреза среди детей.*<sup>70</sup>

*Работа редактора **ток-шоу** – это адский труд, порой 24 часа в сутки.*<sup>71</sup>

<sup>66</sup> Мир новостей, № 45, 7 ноября, 2012 (М.Н., с. 21)

<sup>67</sup> Мир новостей, № 44, 31 октября, 2012 (Михаил Альбанов, с. 3)

<sup>68</sup> Мир новостей, № 44, 31 октября, 2012 (Екатерина Маслова, с.14)

<sup>69</sup> Мир новостей, № 43, 24 октября, 2012 (Максим Грегоров, с. 2)

<sup>70</sup> Мир новостей, № 43, 24 октября, 2012 (Арина Петрова, с. 26)

<sup>71</sup> Мир новостей, № 37, 12 сентября, 2012 (Марта Черемнова, с. 3)



*В прошлом году случился настоящий бум **туроператорских** банкротств – их было шесть, включая банкротство самого крупного российского **туроператора** «Капитал-Тур»<sup>72</sup>*

Таким образом, на примерах рассмотренных газет можно прийти к выводу, что трудно найти печатное периодическое издание без использования неологизмов. В настоящее время неологизмы – неотъемлемая часть журналистских текстов, это связано, прежде всего, с особенностью публицистического стиля – информировать и тематическим многообразием современных газет и журналов.

### **2.3. Приемы использования фразеологизмов на страницах газет**

Часто фразеологизмы вводятся в текст без изменения их значения и формы. В этом случае авторы используют абсолютные выразительные средства русской фразеологии – образность, экспрессивность, эмоциональность.

Журналисты часто используют фразеологизмы в разных синонимических рядах. Излюбленный прием – градация – стилист. Фигура составляющая в таком расположении слов и словосочетаний, при котором каждое последующее включает в себе усиливающийся смысл или эмоционально-экспрессивное значение, благодаря чему создается нарастающее впечатление, производимое словом или словосочетанием.

**Например:** " *Иван Иванович, клеветает, несет чушь, смешивает были с небылицами* ". (Н. Рябчиков).

---

<sup>72</sup> Мир новостей, № 32, 8 августа, 2012 (Аделаида Сигида, с. 25.)

Действенный прием введения фразеологизма в текст – антитеза, то есть использование их в антонимичном ряду, например: *" Дело не в том, по какой стороне ехать, а в том куда ехать и на чем – в заложенной карете прошлого или локомотиве будущего "*. Образовалось на основе: *" в карете прошлого никуда не уедешь "*. Противопоставление построено на антонимичности слов *" прошлое "* и *" будущее "*.

Самый яркий и действительный прием использование антонимов-противопоставлений. Два антонимичных устойчивых словосочетаний, то есть фразеологизм с противоположным значением. Например: *« Столь жесткий бюджет необходим, чтобы поставить Иран на колени », - утверждает Джекинсон» «Не знаем, как Иран, но иранцев он сбивает с ног»*. Здесь удачно используются фразеологизмы – антонимы *" ставить на ноги "* и *" сбивать с ног "*.

При введении в текст стилистически контрастных фразеологизмов возможны случаи:

- 1) Стилистический контраст двух или несколько фразеологизмов;
- 2) Стилистический контраст фразеологизма и фразового окружения;
- 3) Стилистический контраст фразеологизма и вводимого в его состав слова;
- 4) Стилистический контраст при замещении слова, в составе фразеологической единицы.

**Например:** *За две олимпийские недели мы привыкли к тому, что спортсмены очень часто и не только в перерыв **прикладывались к бутылочкам**, в которых плескалась какая-то жидкость разных цветов.*<sup>73</sup>

*Если бы наши вечно дремлющие профсоюзы посмели вытворить нечто подобное, президент моментально **поставил бы их на место**, сделав пару звонков по вертушке.*<sup>74</sup>

*Мы сначала не поверили: мол, **чем бы не тешился, лишь бы не пил***<sup>75</sup>

*А уж там-то, в онкологии, люди **последнюю рубашку продадут**, чтобы спасти своего родственника.*<sup>76</sup>

*" Но разоблачив **тайны мадридского двора**, Буш проглядел то , что происходило у него **под самым носом**". здесь употребление книжного фразеологического словосочетания: " тайны мадридского двора " и разговорного фразеологического слова: " под самым носом ".*

Один из приемов комического – стилистический контраст, созданный сочетанием в узком контексте книжных крылатых выражений и официально деловых канцелярских слов.

*Чиновники **подрезали крылья** летчикам*<sup>77</sup>

Один из видов стилистического контраста – сочетание устаревших слов и разговорного фразеологизма. Например: " *Через год ревизоры с удивлением*

<sup>73</sup> Мир новостей, № 32, 8 августа, 2012 (Александр Телегин, с. 26.)

<sup>74</sup> Мир новостей, № 31, 1 августа, 2012 (Максим Грегоров, с. 2.)

<sup>75</sup> Мир новостей, № 29, 18 июля, 2012 (Елена Миннибаева, с. 6.)

<sup>76</sup> Мир новостей, № 30, 25 июля, 2012 (Аделаида Сигида, с. 10.)

<sup>77</sup> Мир новостей, № 28, 11 июля, 2012 (Игорь Анин, с. 5.)

*обнаружили, что и новом поприще Матар сумел наломать больше дров, чем прежде. Описание его новых деяний едва умещаются на 20 страниц акта "*

Еще более лучшим средством создания комического, является стилевая антонимия, построенная на противопоставлении просторечной и нежной окраски фразеологизмов, входящих в контекст.

Например: *" Америка узнала, что ее герой выпрыгнул из окна в чем мать родила в свой броневик "*.

Очень часто писатели прибегают к изменению структуры фразеологического оборота, распространяя его предложения, относящимся к тому или иному слову устойчивых словосочетаниях. Например: *« Закоренелых индивидуалистов вы постепенно насыщаете энергией и уже нельзя сказать, что социально богатых одна могила исправит»*. Это позволяет конкретизировать обобщенное, широкое значение фразеологизма, применить его к определенной ситуации.

Одним из способов индивидуально-стилевой обработки фразеологизмов состоит в замене одного из слов, входящих в состав устойчивого словосочетания, другим словом. Например, Салтыков – Щедрин в сатирических целях создает кровопийственных дел мастер: *«... Ваши мучительства, о мироедах и кровопийственных дел мастера, есть мучительство вселенское, не знающее грани»*.

Интересен прием антонимичной замене слов в структуре фразеологического сочетания, например: *« В недоброе старое время в этом строении обитал захудалый дворянский род»*. (Рябчиков).

Самым радикальным приемом обработки фразеологии является ее изменение, которое приводит к созданию по существу, нового

словосочетания на базе имеющегося, например, на основе фразеологизма «плечом к плечу», был создан «крылом к крылу» этот авторский неологизм мотивирован контекстом.

Автор может выразить свое отношение к факту при помощи замены в составе фразеологизма нейтрального слова его эмоционально окрашенным синонимом, например, «наложить руки», Зорин заменил нейтральные слова «рука» просторечным, эмоционально насыщенным «лапа» этим усиливая оценочность фразеологического оборота.

Иногда писатели используют более сложные приемы обработки фразеологических единиц; например: *«Мы рановато укладываем дрыхнуть на дешевеньких лаврах, мы все еще живем на авансы читателей, отработанные нами»*. Здесь изменен фразеологизм «потчевать на лаврах». (удовлетворяется достигнутым успехом). Введение слова «дешевеньких» приводит к восприятию этого фразеологизма в конкретном буквенном смысле. И введение «дрыхнуть» (вместо высокого "потчевать") придает яркую отрицательную эмоционально-экспрессивную окраску.

Одним из приемов создания комического эффекта является столкновение в тексте слов и фразеологического сочетания, имеющего в своем составе это же слово, например: Нередко трон занимают цари «без царя в голове».

В литературе, посвященной исследованию малых комических жанров, упоминается шуточный афоризм, который определяется как "лаконичное высказывание обобщенного содержания, характеризующееся столкновением в одном контексте понятий, между которыми возникают неожиданные смысловые связи, не замеченные в результате логического взгляда на вещи" (Щурина Ю.В. Речевые жанры комического // Жанры речи: Сборник научных статей. Саратов, 1999. С. 152).

В настоящее время этот малый комический жанр получил широкое распространение в российских русскоязычных газетах.

Шутливая сентенция (сентенция – «вид афоризма, краткое общезначимое изречение, преимущественно морального содержания, в изъявительной или повелительной форме». - Литературный энциклопедический словарь. С. 375):

**Примеры:** *Как нас надувают с жвачкой*<sup>78</sup>, *Старость – не болезнь*<sup>79</sup>, *«Скромность украшает, но оставляет голодным!»*, *"Чтобы узнать себе цену, надо продаться"*, *"Брать от жизни все можно только у других"*.

Шутливые пословицы являются одним из самых распространенных малых комических жанров в современной газете. Образуются они путем резкого сдвига в структуре и семантике протопословицы (пословицы - основы).

**Например:** *Не так страшна ВТО, как ее малюют*<sup>80</sup>.

Подобные выражения, несмотря на производимый ими комический эффект, не лишены некоторого обобщающего и, подчас, поучительного смысла.

Аналогичны шутливым пословицам по механизму комического крылатые выражения предикативного типа, например: *"Человек создан для счастья, как птица для бульона"*- *Человек создан для счастья, как птица для полета*, *"Если гора не идет к Магомету, значит Моисей заплатил больше - Если гора*

---

<sup>78</sup> Мир новостей, № 28, 11 июля, 2012.-С.27.

<sup>79</sup> Леди, № 13, 28 марта 2013.-С.13.

<sup>80</sup> Мир новостей, № 29, 18 июля, 2012.(Игорь Вересков, Азат Примов, с. 2.)

*не идет к Магомету, то Магомет идет к горе, "Пришел, увидел, отойди - дай другим посмотреть" - Пришел, увидел, победил.*

Надо заметить, что в газетах в качестве автономных (независимых от контекста) высказываний, то есть как самостоятельный комический речевой жанр, используются также шуточные трансформации разных устойчивых выражений непредикативного типа, например, названия кинофильмов, литературных произведений, произведений живописи: *"А зомби здесь тихие"*, *«Картина "Девочка с персями"»* и т.п.

Подобные шуточные обороты не выражают суждения, лишены обобщающего смысла и поэтому не могут рассматриваться как разновидность шуточного афоризма.

Шуточное определение (дефиниция), в соответствии с логической структурой определения как такового, содержит в своем составе слово или словосочетание, обозначающее определяемое понятие, или словосочетание (или сочетание слов), посредством которого осуществляется определение (через указание на род и видовое отличие).

Возможно, самую удаленную позицию от центра поля афористики занимают шуточные газетные заголовки афористического типа. По своим жанровым признакам они могут совпадать с любым из перечисленных видов комического афоризма (чаще всего - с шуточной сентенцией, шуточной пословицей, шуточной крылатой фразой), однако их объединяет особое место и специфическая функция (заголовка) в газетном тексте. Не будучи непременно наставительными по содержанию, они своей "вписанностью" в конкретный текст напоминают апофегму (наставительное изречение, имеющее автора и соотнесенное с конкретной ситуацией), сохраняя при этом относительную смысловую самостоятельность.

Например: *Язычок – на крючок*<sup>81</sup>, *Чай без церемоний*<sup>82</sup>, *Всевидающее фотооко*<sup>83</sup>, *Оборотни в коротких штанишках*<sup>84</sup>.

Таким образом, фразеологизмы в газете предстают как речевой гипержанр, распадающийся на множество субжанров. Для всех разновидностей фразеологизма характерно создание комического эффекта с помощью таких сложных художественно-риторических приемов, как пародирование, отстранение, обманутое ожидание. Что касается более конкретной языковой техники комического, то она в шуточных афоризмах разного типа столь разнообразна, что заслуживает специального освещения.

---

<sup>81</sup> Мир новостей, № 29, 18 июля, 2012.-С.3.

<sup>82</sup> Мир новостей, № 30, 25 июля, 2012 (Александр Телегин, с. 29.)

<sup>83</sup> Мир новостей, № 28, 11 июля, 2012.-С.9.

<sup>84</sup> Мир новостей, № 28, 11 июля, 2012 (Екатерина Люльчак, с.11.)



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Словарный состав языка вместе с обществом находится в постоянном движении. Развитие лексики отличается от развития других сфер языка (например, синтаксиса, фонетики, морфологии, фразеологии и др.) тем, что оно обуславливается в большей степени внеязыковыми факторами.

Лексика и фразеология отражает не только состояние общества, но и состояние сознания и мышления человека. Появление новых слов является одним из важных процессов в развитии лексики. Причем проблемой новых слов интересуются не только лингвисты, но и носители языка, поскольку изменения в области лексики взаимосвязаны с изменением общественно-политической и экономической жизни, то есть неологизм это функциональное новообразование, которое служит определенной цели, отвечая запросам новых жизненных явлений и требований в обществе. Поэтому и говорят, что неологизмы это результат лингвистических процессов, отражающих экстралингвистические явления.

Модели образования новых слов исторически изменчивы. Изученный материал показал, что в последние годы, а именно на стыке XX и XXI веков, наметилась активность появления неологизмов вследствие событий последних 15-20 лет, изменения политической ситуации и экономической системы, влияния американской и западной культуры и т.д. В наше время самым активным способом создания неологизмов является заимствование, а именно из английского языка.

Неологизмы появляются активно в последние годы не только потому, что происходит много изменений и событий в обществе, но и потому, что появилась большая потребность в экспрессии в языке газеты. Благодаря своей онтологической рематичности, то есть необычности, неожиданности

формы и значения, неологизмы привлекают внимание читателя и таким образом выполняют различные экспрессивные функции.

Неологизмы на страницах газет употребляются чаще, чем в научных текстах, художественной литературе или деловых бумагах. Это явление объясняется особенностью языка газеты. В газетных текстах неологизмы функционируют, удовлетворяя особые потребности и задачи языка газеты. Общеизвестно, что для языка газеты характерно сосуществование двух противоположенных тенденций: тенденции к стандарту и тенденции к экспрессии. Однако, как отмечают многие ученые, тенденция к экспрессии опережает тенденцию к стандарту. Анализ нашего материала показывает, что неологизмы в языке газеты тоже функционируют в соответствии с этой новой тенденцией (экспрессия активнее стандарта). Кроме того, виды и частота употребления неологизмов в той или иной газете тесно связаны с характеристиками данной газеты.

При изучении неологизмов и фразеологизмов в текстах газеты необходимо исследовать их функции. При этом анализ функций неологизмов требует учета жанра, в котором неологизмы реализуют свои функции и задачи. Например, один и тот же неологизм в репортаже выполняет одну функцию, а в фельетоне -- другую. Кроме того, неологизм может выполнять определенную функцию для различных целей в зависимости от жанров, например, неологизмы, выполняющие эвфемистическую функцию в заголовках или заметках, скорее всего, заменяют грубые выражения для смягчения или политкорректности. А неологизмы с эвфемистической функцией в фельетонах используются для иной цели, а именно для иронизации и насмешки.

Проведенное исследование соотношения между функциями неологизмов и жанрами позволяет сформулировать следующие выводы:

1. Функции неологизмов на уровне языка (лексикологии и фразеологии) – внежанровые.

2. В силу того, что выбор неологизмов зависит от особенностей жанров, один и тот же неологизм может выполнять различные функции в разных жанрах.

3. Особенностью заголовков является активность использования в них эллипсиса, необычных синтаксических конструкций и неологизмов. Выполняя рекламную функцию, неологизмы не только привлекают внимание читателя, но и повышают коммуникативность, которая является основной целью самого текста и газеты вообще.

Наша выпускная работа, разумеется, не исчерпывает всего многообразия функционирования неологизмов в лексике и фразеологии. Остается много нерешенных проблем, которые могут быть проанализированы в дальнейшем исследовании функционирования неологизмов. Перспективным представляется следующее направление дальнейшей работы: изучение неологизмов в синтагматических и парадигматических отношениях, т.е. выявление соотношения между функционированием неологизмов и явлением синонимии, омонимии и полисемии в русском языке, с одной стороны, и выявление соотношения между функционированием неологизмов в языке газеты и изменением сочетаемости (свободной/несвободной и фразеологической сочетаемости), с другой.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

### **1. Законы и другие нормативные документы**

#### **Республики Узбекистан**

1.1. Конституция Республики Узбекистан. –Т.: Узбекистан, 2013.

1.2. О средствах массовой информации (новая редакция). Закон Республики Узбекистан, 15.01.2007. № 78.

### **2. Выступления, Постановления и произведения**

#### **Президента Республики Узбекистан Каримова И.А.**

2.1. Каримов И.А. Непрерывное продолжение пути модернизации страны – важный фактор нашего развития. Доклад Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова на торжественном мероприятии, посвященном 18-летию принятия Конституции Республики Узбекистан.// Народное слово. 2010, 8 декабря.

2.2. Каримов И.А. Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране. Доклад Президента Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан // Народное слово, 2010, 13 ноября.

2.3. Каримов И.А. Модернизация страны и построение сильного гражданского общества – наш главный приоритет. Доклад Президента Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан// Народное слово, 2010, 28 января.

2.4. Каримов И.А. Сотрудникам печати и средств массовой информации // Народное слово, 2010, 26 июня.

2.5. Каримов И.А. Самое главное - это правильное отображение действительности.- Т.: Узбекистон, 2009.

2.6. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. –Т., 2009.

2.7. Работникам печати и средств массовой информации // По пути модернизации страны и устойчивого развития экономики.- Т.: Узбекистон, 2008.

2.8. Каримов И.А. Наша главная цель – демократизация и обновление общества, реформирование и модернизация страны. – Т.: Узбекистон, 2005. - -С.88.

2.9. Каримов И.А. Основные направления углубления демократических реформ и формирования основ гражданского общества в Узбекистане. Доклад Президента РУз на IX сессии Олий Мажлиса // Народное слово, 2002, 30 августа.

2.10. Каримов И. О средствах массовой информации.// Четвёртая власть.- Т.:Узбекистон, 1998.

2.11. Идеология – это флаг, объединяющий нацию, общество, государство.- Т.: Узбекистон, 1998.

2.12. Законы, регулирующие правовую деятельность СМИ в РУз.-Т.: ИА Жахон, 1998.

2.13. Каримов И.А. Узбекистан на пороге XXI века: угрозы безопасности, условия и гарантии прогресса.- Т.: Узбекистон, 1997.

2.14. Каримов И.А. УЗБЕКИСТАН: национальная независимость, экономика, политика, идеология. -Т.: Узбекистан, 1996.

2.15. Каримов И.А. Узбекистан: по пути углубление экономических реформ-М. - Т.: Узбекистан, 1995.

2.16. Каримов И.А. Узбекистан: свой путь обновления и прогресса. - Т.: Узбекистан, 1992.

### **3. Литература по теме**

3.1.Алипулатова И.С. Оказиональное использование фразеологических единиц в СМИ. -М.: Oxford University Press, 1998. – С. 357.

3.2. Арефева С.А. Семантико-функциональные особенности использования языковых средств. -М.: Рип-холдинг, 2001. – С.34.

3.3. Бельчиков Ю.А. Практическая стилистика современного русского языка. - М.: АСТ-Пресс Книга, 2008. – С.559.

3.4. Вакуров В.Н. Словотворчество журналиста (на материале современной печати) // Русский язык за рубежом. –М.:МГУ, 1991. № 4. - С. 216.

3.5. Вакуров В.Н., Рахманова Л.И., Толстой И.В., Формановская Н.И. Трудности русского языка. Словарь-справочник. Ч.1-2.3-е изд., испр. и доп. //Под ред. Рахмановой Л.И.- М., 1993-1994.

3.6. Валгина Н.С., Розенталь Д.Э., Фомина М.И. Современный русский язык. -М.: Логос, 2003.- С.528.

3.7. Голуб И.Б. Новый справочник по русскому языку и практической стилистике. - М.: Эксмо, 2007. – С.464.

3.8. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка. - М.: ВШ, 1989. – С.126.

3.9. Земская Е.А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). - М.: Наука, 2000. - С. 368.

3.10. Земская Е.А. Словообразование как деятельность. – М.: Просвещение, - С.304.

3.11. Золотова Г.А. Функции и дисфункции современной русской речи // Русский язык сегодня 1. -М., 2000. С. 181.

3.12. Козыров В.А Черняк В.Д. Словари неологизмов.- СПб., 2000.

3.13. Котелова Н.З. Неологизм // Лингвистический энциклопедический словарь. - М., 2002. - С. 331.

3.14. Кронгауз М.А. Семантика. -М.: РГГУ, 2001.- С. 399.

3.14. Кузнецов А.М. Некоторые теоретические проблемы семантики последних десятилетий // Лингвистические исследования в конце XX в.- М., 2000.- С. 185.

3.15. Кузнецова С.А. Большой толковый словарь русского языка. - СПб.: Норинт,1998. – С.153.

3.16. Курганова Е.Б. Игровой аспект в современном рекламном тексте: Уч. пособие. – Воронеж, 2004.- С.277.

3.17. Лукьянова Н.А. Экспрессивная лексика разговорного употребления. М.:Крафт, 2001.- С.318.

3.18. Лукьянова Н.А. Русская и французская сопоставительная лексикология. -Т., 2001.- С.528.

3.19. Мардиева Л.А. Сопоставительная лексикология (на материале французского и русского). -К.: Академия, 1998.- С.208.

- 3.20. Маслова В.А. Лингвокультурология. -М.:Аспект-пресс, 2001.- С.207.
- 3.21. Мечковская Н.Б. Социальная лингвистика. - М.:Языки славянской культуры, 2000. – С.547.
- 3.22. Намитокова Р.Ю. Авторские неологизмы. -М., 1997. – С.580.
- 3.23. Новиков А.Б. Словарь перифраз русского языка (на материале газетной публицистики). - М., 2000.- С.304.
- 3.24. Рахманова Л.И., Суздальцева В.Н. Современный русский язык.- М., 2003.
- 3.25. Реформатский А.А. Введение в языковедение. – МГУ., 1998.-
- 3.26. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. Лингвистика. -М., 2002.
- 3.27. Словарь новой России //Под ред. В. И. Максимова. -СПб, 1999.
- 3.28. Солганик Г.Я. Практическая стилистика русского языка. - М.: Академия, 2008.
- 3.29. Солганик Г.Я. О языке газеты // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. - М., 2003. - С. 268.
- 3.30. Солженицын А.И. Русский словарь языкового расширения. 3-е изд. -М.:Русский путь, 2000. – С. 80.
- 3.31. Толковый словарь русского языка конца хх века. Под ред. Г.Н. Складчиковой. -СПб.:Фолио-пресс, 1998.- С. 412.
- 3.32. Хлебников В.В., Перцова Н.Н. Словарь неологизмов. -М., 1995.-С. 628.



3.33. Юдина А.Д. Состав и функционирование неологизмов в языке газеты. -М., 1990.- С.177.

3.34. Янко-Триницкая Н.А. Словообразование в современном русском языке. -М.:Индрик, 2001. – С.504.

#### **4. Периодические издания**

4.1. Банковские вести, 2012.

4.2. Вечерний Ташкент, 2013.

4.3. Голос Узбекистана, 2012.

4.4. Мир новостей, 2012.

4.5. Тасвир, 2011-2013.

#### **5. Интернет-ресурсы:**

5.1. [www.google.ru](http://www.google.ru).

5.2. [www.google.ru](http://www.google.ru).

5.3. [www.gazeta.aif.ru](http://www.gazeta.aif.ru).

5.4. [www.cargobay.ru](http://www.cargobay.ru).

