

С. В. Азовцева

**Структурно-семантичні особливості інновацій
у ЗМІ (на матеріалі арт-видань 2005–2008 рр.).**

Лексична система мови мас-медіа – найдинамічніша система сучасної української літературної мови. У мові ЗМІ найрізноманітніше та найглибше виявляються процеси, які характеризують саме життя мовного організму, тут і зосереджується найбільше інновацій, оскільки однією з основних функцій мас-медіа є інформативність, новизна.

Важливим є питання щодо походження інновацій: є неологізми-запозичення і неологізми, утворені на основі питомої лексики.

Неологічна лексика, що функціонує в мові мас-медіа, поділяється на дві великі групи: неолексеми, що виникли внаслідок використання переважно власних, питомих дериваційних засобів, а також із залученням запозичених морфем.

Нові слова, що збагачують словниковий склад мови арт-видань, найчастіше утворюються за допомогою афіксальних способів словотвору (префіксального, суфіксального, префіксально-суфіксального тощо), а також способом осново- і словоскладання та аббревіації.

Одним із продуктивних способів словотворення є суфіксальний, при якому активну участь виявляють суфікси на позначення особи чоловічої статі за родом занять: **-ець** (*хайтеківець, міражівець*), **-ар** (*графітяр*), **-ник** (*богемник, рекламник*), **-іст** (*богеміст, афорист*), а також на позначення жіночої статі, найпродуктивнішими є, зокрема, форманти **-ес(а)** (*автореса, критикеса*); **-ин(я)** (*богиня*); **-к(а)** (*монтажерка, кавоманка*); **-иц(я)** (*піарниця*), **-к-** (*моделька, міска*).

Зафіксовані ад'єктивні інновації, утворені за допомогою іншомовних словотвірних основ і питомих суфіксів **-н-** (*кутюрний, андерграундний, артхаусний*); **-ськ-** (*гарріпотерівський, марлендітрихівський*); **-ов-** (*джазофанковий, драйвовий*).

Фактичний матеріал засвідчує зростання продуктивності як питомих, так і запозичених префіксів і префіксоїдів у мові новітніх мас-медіа, зокрема, таких, як **над-, анти-, проти-, супер-, кібер-** та ін. (*гіпермісто, мегакліп, постсклеротизм, екстрасміливість*).

Відзначаємо активізацію творення складних лексем, композитів та юкстапозитів (*фольк-співачка, екшн-сцена, лаунж-команда, піар-політика*).

Зафіксовано активне використання гібридних номінацій, складовою частиною яких є іншомовні вкраплення (*art-напрям, head-лайнер, фронт-man*).

Мова арт-видань характеризується використанням значної кількості аббревіацій (**PR**-компанії, **VIP**-зона, **SMS**-ка).

Фактичний матеріал дає підстави стверджувати, що частина інновацій відзначається okazіональністю, що служить потребам експресивно-оцінного словотворення, наприклад, *фестини*, *азіювати*.

Освоєння іншомовної лексики є складним багаторівневим процесом, що відбувається на різних рівнях мовної системи, серед яких словотвірний рівень становить вищий ступінь асиміляції запозичень.