

## РЕЧЕВАЯ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

# Игровая аффиксация глаголов, прилагательных и наречий в современном русском языке и её место в современной коммуникации

## Game Affixation of Verbs, Adjectives and Adverbs in Modern Russian and Its Place in Modern Communication

DOI: 10.12737/2587-9103-2022-11-5-10-16

Получено: 02 июня 2022 г. / Одобрено: 02 августа 2022 г. / Опубликовано: 25 октября 2022 г.

**П.В. Григорьева**

Выпускница аспирантуры филологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Россия, Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 51, e-mail: paulines@yandex.ru

**P.V. Grigorieva**

Graduate of the Graduate School of Philology of the Lomonosov Moscow State University, building 51, Leninskie gory 1, Moscow, Russia, e-mail: paulines@yandex.ru

**Аннотация**

*Введение.* Статья заканчивает цикл статей автора по популярной и актуальной теме игрового словообразования в современном русском языке.

*Цель.* Статья посвящена анализу игровой аффиксации глаголов, прилагательных и наречий, частотности и сферам их употреблений.

*Методология, методы и методики.* Принципы определения слова-стимула для игрового деривата, морфемного разбора узуальных слов и анализа игровых дериватов по Е.А. Земской.

*Результаты.* Дано определение понятия игровой аффиксации, проанализированы игровые аффиксаты-глаголы, аффиксаты-прилагательные и аффиксаты-наречия. Суффиксы, участвующие в образовании игровых дериватов-глаголов, разделены на группы в зависимости от игровой модели.

*Научная новизна.* Дано понятие игровой псевдоаффиксации, возникающей из-за изменения восприятия внутренней формы узуального слова. Игровые аффиксаты-глаголы и игровые аффиксаты-прилагательные могут быть образованы префиксацией, суффиксацией и префиксально-суффиксальным способом. Игровые аффиксаты-наречия образованы только суффиксацией.

*Практическая значимость.* Результаты статьи могут быть использованы при создании новейших игровых аффиксатов.

**Ключевые слова:** игровые глаголы, игровые прилагательные, игровые наречия, игровая аффиксация, игровое словообразование, сферы употребления игровых аффиксатов.

**Abstract**

*Introduction.* The article ends the author's series of articles on the popular and relevant topic of word formation in modern Russian language.

*Aim.* The article is devoted to the analysis of the game affixation of verbs, adjectives and adverbs, the frequency and scope of their use.

*Methodology and research methods.* Principles of determining the stimulus word for a game derivative, morphemic analysis of common words and analysis of game derivatives by E.A. Zemskaya.

*Results.* The definition of the concept of game affixation is given, game affixes-verbs, affixes-adjectives and affixes-adverbs are analyzed. Suffixes involved in the formation of game derivatives-verbs are divided into groups depending on the game model.

*Scientific novelty.* The concept of a game pseudo-affixation arising from a change in the perception of the internal form of the usual word is given. Game affixes-verbs and game affixes-adjectives can be formed by prefix, suffixation and prefix-suffixing method. Game affixes-adverbs are formed only by suffixation.

*Practical significance.* The results of the article can be used to create the newest game affixes.

**Keywords:** game verbs, game adjectives, game adverbs, game affixation, game word formation, areas of use of game affixes.

**1. Введение****1.1. Игровая деривация как научное понятие**

Игровая деривация, игровой неологизм — термины, которые активно используются в современных лингвистических исследованиях. Характерными чертами игровой деривации являются преднамеренность создания деривата и наличие факта выхода игрового деривата за пределы исходного контекста, что и отличает его от словообразовательного окказионализма. Такая игра, основанная на сознательном нарушении узуальных норм, затрагивает самые разные сферы функционирования современного русского языка. Как пишет Н.Д. Ару-

тюнова, «экспериментами над языком занимаются все: поэты, писатели, остряки и лингвисты» [1, с. 6].

Одним из главных стимулов языковой игры является смех: «...это может быть и незатейливая шутка, и более или менее удачная острога, и каламбур, и разные виды тропов (сравнения, метафоры, перифразы и т.п.)» [2, с. 3].

Под игровым дериватом следует понимать «такое преднамеренно созданное производное слово, которое вследствие своей яркой внутренней формы, призванной создать комический эффект, становится средством языковой игры, выполняет игровую функцию» [3, с. 52–53].

## 2. Обзор литературы

### 2.1. Игровая аффиксация как подвид игровой деривации

Целесообразно различать игровые дериваты, созданные аффиксальными (префиксальным, суффиксальным и префиксально-суффиксальным способами) и неаффиксальными способами (блендинг, граффиксация [4]).

В аффиксальных способах словообразования «основным средством выражения деривационного значения является аффикс» [5, с. 308].

### 2.2. Игровые дериваты-аффиксаты: отграничение от смежных способов словообразования

Анализируя тот или иной игровой дериват, необходимо корректно интерпретировать его внутреннюю форму с целью правильного понимания того, какой словообразовательный элемент (аффикс или же часть слова-стимула) сформировали комизм.

С.В. Ильясова, анализируя игровой глагол грэмыхнуть, приходит к выводу о том, что он является аффиксатом, образованным при помощи суффиксальной конструкции -ну-ть, и, согласно русской грамматике, такие глаголы «могут быть мотивированы только прилагательными: глoenixуть, слeпнуть. Очевидно, это положение нуждается в пересмотре, так как в языке периодической печати зафиксирован ряд глаголов, мотивированных именами существительными: грэмыхнуть (от «Грэмми» — музыкальная награда)» [6, с. 32]. Однако при более детальном анализе этого глагола определяются два его слова-стимула: «Грэмми» и грeмыхнуть, которые и образуют игровой дериват грэмыхнуть. Таким образом, упомянутый выше игровой дериват следует относить не к аффиксатам, а к блендам [4]. Блендинг — это механизм языковой игры, комический эффект которого основан на переосмыслении словообразовательной структуры и (или) графической оболочки соединяемых лексических единиц, при котором могут быть использованы различные способы неузуального словообразования.

### 2.3. Псевдоаффиксация, создаваемая при помощи изменения восприятия внутренней формы узуального слова

К истинной игровой аффиксации не следует относить игровую псевдоэтимологизацию узуальных слов под воздействием контекста. В качестве примера такой игры слов можно привести слоган, приводимый в статье И.А. Писаревой, сконструирован-

ный для рекламы марки автомобиля *Lada Priora*: «*Lada PRIora. PRIми решение. PRIемистый двигатель. PRIятное исполнение. PRIемлемая цена*» [8, с. 182]. Этот слоган представляет собой подобие тавтограммы, в которой многократно, хотя и не в начале каждого из слов, повторяется элемент *при (PRI)*, представляющий собой часть корневой морфемы слова *Приора* и поддержанный граффиксацией с помощью латиницы. Во всех прилагательных, выделенных полужирным шрифтом, имеется элемент *при (PRI)*, выделенный двумя граффиксатными способами: прописными буквами и латиницей. Являясь псевдопрефиксом, этот элемент выполняет функцию внутренней рекламы за счёт наличия положительной коннотации элемента *при (PRI)* в этих прилагательных.

В качестве ещё одного примера игровой псевдоэтимологизации узуальных слов под воздействием контекста можно привести игру с внутренней формой узуального слова при создании сравнительной степени прилагательных, входящих в устойчивые словосочетания: «*Какой телефон мобильнее?* (Известия. 7.09.99); *Получается, что в субботу эфир был “прямее”, что ли?* (КП. 4.12.2001)» [6, с. 28]. Комизм сравнительных степеней прилагательных в данных предложениях обусловлен тем, что сравнительная степень прилагательных в коллокациях *мобильный телефон* и *прямой эфир* невозможна, хотя узуальные прилагательные *мобильный* и *прямой* вне упомянутых фразеологизированных оборотов могут образовывать эту форму: «*Посоветуйте, что мобильнее и комфортнее будет в моей ситуации*» (<https://www.baby.ru/>)<sup>1</sup> и «*Прямее некуда: 5 советов, как выпрямить вьющиеся волосы*» (<https://www.cosmo.ru/>).

### 2.4. Актуальность темы словесной игры в современной коммуникативистике

В современном русскоязычном мире всё большую популярность набирают игровые заголовки в СМИ типа «Проедатели Родины»; колкие прозвища — *Поклоунская, Собякин*; игровые географические названия — *Замкадьe, Подлондоньe*; игровые глаголы, описывающие резонансные действия публичных лиц — *меркельничать, трампить*; игровой коммерческий нейминг типа *Фругурт, Творбушки*. Почему в русском языке в конце XX—начале XXI в. начали активно продуцировать такие слова?

Как верно заметил советский и российский лингвист М.А. Кронгауз, «язык, который существует в меняющемся мире и не меняется сам, перестаёт выполнять свою функцию» [9, с. 19]. Русский язык всегда живо откликается на изменения, происходя-

<sup>1</sup> В этой и последующих цитатах из Интернета сохранена авторская орфография.

щие во внеязыковой сфере. И, как следствие, появляются слова, описывающие новые явления. Донорами новых слов для литературной сферы русского языка стали различные пласты нелитературной лексики (в частности, бандитский, гламурный, компьютерный и профессиональный жаргоны), а также иностранные языки.

Однако русский язык не только принимает уже существующие слова, но и продуцирует их сам. Таким образом рождаются, в частности, игровые дериваты, рассматриваемые в данной статье.

Аналізу языковых средств воздействия в современных СМИ посвящена статья «Игра со смыслом слова как средство воздействия на читателя» [10]. Однако авторы статьи при анализе языковых средств воздействия ограничиваются рамками семантики и утверждают, что «такими языковыми средствами являются оценочная лексика, синонимия, антонимия, лексика ограниченного употребления».

Чуть более подробно тема анализа языковых средств воздействия в современных СМИ рассмотрена в статье «Нейминг российских подкастов: семантика и прагматика» [11]. Анализируя названия подкастов, представляющих собой аудиоблоги в Интернете на платформах *You Tube* и «ВКонтакте», автор пришёл к выводу о том, что «корпус их наименований характеризуется широким вариативом: преобладают оригинальные названия, построенные на основе языковой игры, заимствований из других языков, стилистически маркированных слов или заложенного в них имплицитного смысла, метафоричности, символичности, иронической составляющей, которые работают на реализацию контактоустанавливающей стратегии для последующей коммуникации между медиаторами и аудиторией».

Широкоохватный анализ словесной игры в области кулинарии проведён в статье «Гастрокоммуникация в современном обществе: неологизмы русского языка» [12]. Автор приходит к выводам о том, что:

а) неологизация происходит как на уровне одного значения слова (процесс перекатегоризации), так и целой лексемы;

б) гастрономическая сфера помимо стилистически нейтральных словообразований участвует в выражении оценочных характеристик: *винишко, хлебушек*. Характеризуя гастролексику коронавирусного периода, автор делит её на ту, которая непосредственно описывает текущую ситуацию (*зум-пати*), и ту, которая выражает ироническую (*ковидло*) или критическую негативную оценку (*шашлычники, гречники, гречкодемия*).

### 3. Методы и материалы

При анализе игровой аффиксации в современном русском языке за основу были взяты методы и прин-

ципы определения слова-стимула для игрового деривата, морфемного разбора узуальных слов и анализа игровых дериватов по Е.А. Земской [5] и [7], которые были расширены и доработаны при анализе новейших игровых аффиксатов, найденных в Интернете, СМИ и рекламе.

### 4. Результаты, дискуссия

Перейдём к анализу игровых аффиксатов — глаголов, прилагательных и наречий.

#### 4.1. Глагол

##### 4.1.1. Игровая префиксация

Глагол *полистеринить* восходит к названию однокоренного ополаскивателя для рта *Листерин (Listerine)* и, употребленный в форме повелительного наклонения, побуждает покупателя воспользоваться им после чистки зубов: «*Почистил — полистеринь!*» (<https://luchshe-molchi.livejournal.com/>). Глагол *полистеринить* образован при помощи приставки *по-* от игрового глагола *листеринить* по аналогии с узуальным словом *почистить*, находящемся в этом же слогане. Анализ игрового деривата *листеринить* представлен в этой статье в разделе «Суффиксальные глаголы».

##### 4.1.2. Игровая суффиксация

Группа глаголов, обозначающих резонансные действия людей и персонажей: Трамп — *трампить*, Меркель — *меркельничать*, Дед Мороз — *дедморозить* и т.д.

Так, дериват *собянить*, образованный при помощи частотной глагольной группы суффиксов *-и-ть*, активно вошёл в лексикон противников мэра Москвы Сергея Собянина, в частности, в составе популярного лозунга «*Хватит собянить Москву!*» (<https://echo.msk.ru/>).

Большая частотность характерна для деривата *трампить*, образованного от фамилии бывшего президента США Дональда Трампа. Данный дериват имеет два значения: во-первых, поступать, как Трамп («*Трампить нельзя помиловать!*» (<https://amigofriend.livejournal.com/>)), «*А Кайрен молодец — прошлый сезон провёл зачем-то пытаясь бомбить и трампить всё подряд, а сейчас взялся за ум и результат на лицо*» (<https://elitesnooker.com/>)), во-вторых, делать кого-либо похожим на Трампа («*Очередной странный Instagram-профиль ... предлагает «трампить» своих котиков — класть им на головы вычесанную из них шерсть так, чтобы животное становилось похожим на американского миллиардера Дональда Трампа, который помимо своей деятельности обращает на себя внимание странными начесами из волос*» (<http://www.netlore.ru/trumpyoucat>)).

Группа суффиксов *-и-ть* также присутствует в игровом суффиксальном глаголе *дедморозить*. «*Скоро*

время *дедморозить*, *Рассыпать подарки из мешка*» (<http://www.stihi.ru/>).

Игровой глагол *меркельничать* образован при помощи группы суффиксов *-нича-ть*: «*Канцлер Германии Ангела Меркель стала автором нового глагола-жаргонизма. А точнее, ее фамилия. В этом году немецкая молодежь стала активно использовать в разговорной речи глагол merkeln... Русские остроловы-языковеды уже стали вводить в обиход речи русские кальки этого слова — “меркельничать” или “меркельить”*» (<http://poteru.com/>). «*Эх, Ангела, отзывает-ка ты заявку от выборах в 2017 году и “меркельничай” дальше...*» (<http://russkievesti.ru/>). Слово *меркельничать* может быть применено не только в отношении канцлера Германии Ангелы Меркель, но и всего Евросоюза в целом: «*Евросоюз “меркельничает”, пока Запад размещает атомные бомбы*» (<http://lenyaporokhovoy.livejournal.com/>). Отрицательные коннотации игровому глаголу-суффиксату *меркельничать*, возможно, добавляют ассоциации с глаголами на *-нича* типа *жульничать*, *бездельничать* и т.д.

Стилистически более нейтральным является игровой глагол *ванговать*, образованный при помощи группы суффиксов *-ова-ть* (ср. *торговать*, *воевать*, т.е. *действовать*). Обычно он не несёт в себе отрицательные коннотации. «*Не зная, что произошло, не могу ванговать состояния аффтора. Вангую: ничем хорошим эта авантюра не закончится. В ближайшую неделю можно ванговать рост цен*» (<https://ru.wiktionary.org/>). Иногда его семантика приближается к семантике фразеологизма «гадать на кофейной гуще»: «*необоснованно прогнозировать*» («*Мы тут можем ванговать сколько угодно — пока не знаем постановку задачи, любое решение неправильное*» (<https://ru.wiktionary.org/>).

Обнаружены игровые глаголы-суффиксаты с группой суффиксов *-ир-ова-ть*: *кашпировать* и *чумакировать*, образованные от фамилий резонансных психологов А.М. Кашпировского и А.В. Чумака. («*Может и кашпирует и чумакирует? Хотя, посетив невролога в поликлинике, я наверно скоро тоже начну народного умельца искать*» (<https://euromar.livejournal.com/>). Представляет интерес образование игровых причастий от вышеупомянутых фамилий: «*Так “кашпирующие”, “очумляющие” и “оджунивающие” воспитатели и психотерапевты, самоутверждаясь, подавляли инициативу воспитанников и пациентов*» (<https://dom-knig.com/>).

Данные примеры указывают на популярность констатации резонансных действий людей и персонажей (*дедморозить*) при помощи образований игровых глаголов-суффиксатов от имён и фамилий этих людей и персонажей независимо от того, отрицательно или положительно их оценивает общество.

В эту же группу игровых глаголов-суффиксатов можно отнести глагол с положительной коннотацией *шанелизировать*, образованный при помощи группы суффиксов *-из-ир-ова-ть*. Этот глагол был создан с целью краткого и ёмкого описания того, насколько изменила мир Коко Шанель. «*Сиротка из приюта навсегда вошла в историю — шанелизировала весь мир. Как? У нее были свои способы. За 88 лет жизни Великая Мадемуазель дала свое имя стилю одежды, костюму, Дому моды, духам...*» (<http://www.wild-mistress.ru/>).

Комизм игровых глаголов-суффиксатов, обозначающих резонансные действия людей и персонажей, состоит в том, что в литературном языке имена и фамилии людей не могут выступать мотиваторами для дальнейшего развития словообразовательного гнезда.

#### Группа глаголов, призывающих к использованию рекламируемого предмета или услуги

Кроме упомянутого в разделе «Игровая префиксация» глагола *листеринить*, образованного от названия одноимённого ополаскивателя для рта *Листерин (Listerine)* с помощью группы суффиксов *-и-ть*, к группе глаголов, призывающих к использованию рекламируемого предмета или услуги, можно отнести глаголы *кэшбэчить* и *беконить*. Глагол *кэшбэчить* образован от существительного *кэшбэк* и призывает к использованию различных бонусных программ. Глагол *беконить* образован от существительного *бекон* и призывает к использованию данного продукта. Все вышеупомянутые глаголы образованы при помощи стандартной группы глагольных суффиксов *-и-ть*. Именно использование этих глаголов в повелительном наклонении воздействует на потенциального клиента: «*Беконь бургер, беконь бурно! До одурения сочно!.. Беконь под бит барабана. Беконь лучше, чем его мама. Беконь, как тебя не учили. Беконь в своем стиле!*» (<http://www.kompas-msk.ru/>), «*Вот и всё, кэшбэч на здоровье!*» (<https://vk.com/>). «*Листеринь 21 день и оцени все преимущества! LISTERINE® Russia*» (<https://plclip.com/>).

Комизм игровых глаголов, призывающих к использованию рекламируемого предмета или услуги, состоит в том, что они образованы от имён существительных, которые не содержат в себе действия. В русском литературном языке есть похожий глагол *ксерокопировать*, который тоже содержит в себе иностранный компонент. Но в образовании глагола *ксерокопировать* приняли участие не только существительное, название торговой марки *Xerox*, но и глагол *копировать*, обозначающий действие с этим существительным, т.е. «копировать с помощью предмета марки *Xerox*».

#### 4.1.3. Префиксально-суффиксальный способ с постфиксом *-ся*

Префиксально-суффиксальные игровые глаголы, образованные при помощи префиксально-суффиксальной конструкции *на- ... -ть* с постфиксом *-ся*, встречаем в работе Е.А. Земской «Игровое словообразование»: *намакаронился* («наелся макарон»), *наапельсинился* («наелся апельсинов») [7, с. 191].

Глагол *наапельсиниться* является полноценным игровым дериватом: «Так что наапельсинились мы практически на весь поход» (<https://www.marshruty.ru/>), «А все-таки хорошо, что я случайно наапельсинилась и намёдилась, как знала, что меня обнюхивать будут» (<https://www.liveinternet.ru/>). Во втором примере встречаем образованный аналогичным образом игровой глагол *намёдиться*.

Интересно, что глагол *намакарониться* аналогичной популярности не снискал. Зато игровой глагол *макаронить*, его предшественник по словообразовательной цепочке, образовал словосочетание «макаронить уши», семантика которого близка к семантике фразеологизма «вешать лапшу на уши»: «А я ему грю: “Кончай мне уши макаронить! Вот так у нас разговаривают и любят уши макаронить своим клиентам”» (<https://teenslang.su/>).

Комизм игровых глаголов, образованных при помощи префиксально-суффиксальной конструкции *на- ... -ть* с постфиксом *-ся*, состоит в том, что они образованы от имён существительных (*апельсин, мёд, макаронь*), которые не содержат в себе действие. Данная причина возникновения комизма уже обсуждалась при анализе группы игровых глаголов, призывающих к использованию рекламируемого предмета или услуги.

В этой же статье Е.А. Земской («Игровое словообразование», напечатанной в сборнике статей «Язык в движении. К 70-летию Л.П. Крысина» [7, с. 189]) встречаем ещё два глагола, в которых эффект комизма возник за счёт префиксально-суффиксальной конструкции *от- ... -ть* с постфиксом *-ся*: *отшутоваться* и *отпсиховаться*. Глагол *отшутоваться* нельзя отнести к игровым дериватам, так как его употребление не вышло за пределы контекста из стихотворения «Процессия» Василия Аксенова: «Ну вот — отшутовался, отпсиховался, брякнулся, утих» (<https://www.livelib.ru/>). Следовательно, глагол *отшутоваться* является окказионализмом.

Второй глагол, *отпсиховаться*, напротив, вышел за пределы исходного контекста и получил игровую популярность: «Он знает, отпсихует и успокаивается» (<https://dc-logos.ru/>). «Потом пришлось объяснять, что люблю, ценю, очень боюсь потерять, и не стоит пусть не слишком вежливую просьбу уйти из комнаты и дать мне отпсиховаться, считать выгонянием из дома» (<https://www.woman.ru/>). Комизм игрового глагола *отпсиховаться* заключён в том, что он обра-

зован от непереходного глагола *психовать* и поэтому не может нести в себе семантику «ответить противодействием на действие», ср. отозваться, отбиться и т.д.

## 4.2. Прилагательное

### 4.2.1. Игровая префиксация

Рассмотрим дериват *удачный*, упомянутый в рекламной листовке фирмы «Московские окна», осуществляющей замену оконных рам в дачных домах.



Рис. 1. Листовка фирмы «Московские окна»

Данный игровой префиксат содержит элементы графикации, т.е. графического подтверждения наличия словообразования. Так, на фоне графикации в написании данного слова (*удачный*) вычленяется префикс *у-* и остальная часть слова *Дачный*. Таким образом, словообразовательная мотивировка данного игрового деривата такова, что, образуясь по звуковому образцу прилагательного *удачный*, дериват *удачный* истолковывается как «удачный для желающих улучшить дачный быт» (в нашем случае — для желающих поменять дачные окна) (ср. игровой дериват *УДАЧный*, разобранный в разделе «Префиксально-суффиксальный способ»). Комизм обоих игровых прилагательных (*удачный* и *УДАЧный*) обусловлен изменением восприятия их внутренней формы за счёт графикации.

### 4.2.2 Игровая суффиксация

Игровая суффиксация прилагательных встречается достаточно редко.

С помощью прибавления суффикса *-н* к слову *вырвиглаз*, образовавшемуся с помощью слияния слов словосочетания «*вырви глаз*», образовано игровое прилагательное *вырвиглазный*, описывающее объект, который визуально воспринимается с трудом из-за плохой контрастности, китчевого сочетания цветов или недостаточно крупного шрифта: «Несколько экстремально вырвиглазных сайтов (по каждой ссылке следует заходить с предельной осторожностью!)» (<https://www.linux.org.ru/>). Комизм игрового прилагательного *вырвиглазный* обусловлен наличием не-литературного слова-стимула *вырвиглаз* (ср. литературное прилагательное *безобразный*).

Ещё одно игровое прилагательное-суффиксат, созданное при помощи суффикса *-н*, встречаем у С.В. Ильясовой: «*Это журналисты, освещавшие кипучую деятельность нашего президента на недавнем саммите ОБСЕ, дошутились: мол, здоровье Ельцина “стамбульное”*» (КП. 27.11.99) [6, с 25]. Комизм данного игрового прилагательного обусловлен сложением слова-стимула, являющегося названием города Стамбул, с прилагательным *стабильный*, что в литературном языке невозможно (ср. литературное прилагательное со значением ‘относящийся к Стамбулу’ — *стамбульский*).

Кроме суффикса *-н*, для образования игровых прилагательных используются суффиксы *-ист-* и *-нут-*.

С помощью суффикса *-ист* образован игровой дериват *кокаколистый*: «*Кокаколистый удовый парфюм, хорош в межсезонье, да и летним вечером в средней полосе идет на ура*» (<http://www.laparfumerie.org/>). Комизм игрового деривата *кокаколистый* обусловлен, в частности, нестыковкой семантик суффикса и корня: суффикс *-ист*, который «образует прил. со значением похожий на что-то (*серебристый, бархатистый*); обладающий чем-то в большом количестве (*голосистый, ветвистый*); имеющий склонность к какому-нибудь действию (*задиристый, отрывистый, порывистый*)» [13]. От названия компании «Кокакола», от которого образован игровой дериват *кокаколистый*, формально нельзя образовать прилагательное со значением свойства в большом количестве.

Следует отметить пример образования игрового деривата-прилагательного *майданутый* с помощью прибавления группы суффиксов *-а-ну-т-* к существительному-топониму майдан: «*На всю голову майданутый*» (<https://www.liveinternet.ru/>). Можно было бы предположить, что данный игровой дериват является причастием, образованным от глагола *майдануть*, однако глагол *майдануть* словообразовательно не связан с прилагательным *майданутый*, так как имеет значение «совершить кражу на вокзале или в поезде», в то время как прилагательное *майданутый* — это пренебрежительно-оскорбительная характеристика тех, кто стоит на майдане Незалежности против власти Януковича. Комизм данного игрового прилагательного обусловлен тем, что оно образовано от существительного-топонима *майдан*, а не существительного с семантикой изменённого состояния психики: *психанутый, шизанутый...*

#### 4.2.3. Префиксально-суффиксальный способ

Игровой дериват *уДАЧный*, образованный префиксально-суффиксальным способом, встречаем в рекламе фирмы *Askona*.

Данный игровой дериват так же, как и игровой дериват *уДачный*, разобранный в разделе «Игровая префиксация», содержит элементы графиксации, т.е.

графического подтверждения наличия словообразования. При такой графиксации данного слова (*уДАЧный*) на фоне вычлененного корня *-дач-* определяются префикс *у-* и суффикс *-н-*. Следовательно, при такой графиксации способ словообразования данного игрового деривата является префиксально-суффиксальным, и дериват *уДАЧный* представляется префиксально-суффиксальным образованием от существительного *дача*.



Рис. 2. Реклама фирмы *Askona*

#### 4.3. Наречие

Неузуальные наречия-аффиксаты распространены ещё реже неузуальных прилагательных-аффиксатов. И многие неузуальные наречия находятся на границе жаргонизмов (в том числе социолектов, т.е. лексики определённой группы людей) и игровых дериватов. В этих словах эмотивность не связана со словообразованием потому, что отсутствует комический эффект «совмещения несовместимого» внутри одного слова, будь то несовместимость семантики корня и аффикса (*Мебелёнок*), словообразовательного форманта и другого слова-стимула (*рекламоотвод*), двух слов-стимулов (*психоЛогово*), суммы семантики двух слов-стимулов и третьего слова-стимула, давшего игровому деривату фонетический облик (*котофото* = кот + фото + катафот). Таким образом, наречия *фиолетово, оранжево, фигово* и т.д. нельзя относить к полноценным игровым дериватам.

Однако среди неузуальных наречий-аффиксатов есть и полноценные игровые дериваты.

Игровые наречия-суффиксаты *гаремно, костюмно* и *бегемотно* [6] образованы, как и узуальные наречия, при помощи суффикса *-о*. Их комизм заключается в том, что образованы они не от качественных (*хороший* → *хорошо*, *глупый* → *глупо...*), а от относительных прилагательных.

Так, относительное прилагательное *гаремный* породило игровой наречие *гаремно*: «*Вы знаете, что Ивану Грозному запретили входить в церковь с парадного крыльца после того, как он четвертый раз женился (подчеркну — женился не «гаремно», а после смерти третьей жены)?*» (АиФ. 1996. № 44) [6, с. 34–35]. Аналогичным образом появились наречия

**бегемотно** (от прил. *бегемотный*) и **костюмно** (от прил. *костюмный*). «По эту сторону границы там и сям бегемотно темнела боевая техника» (Знамя. 1996. № 7). «Красиво, чувственно, наглядно, костюмно» (АиФ. 1999. № 8) [6, с. 35].

## 5. Выводы

Подводя итоги анализа игровой аффиксации прилагательных, глаголов и наречий, можно прийти к выводу о том, что количество игровых дериватов-глаголов гораздо больше, чем игровых дериватов — прилагательных и наречий. Объяснить это можно тем, что:

- во-первых, в словообразовательной системе глаголов заложено больше семантически различных

суффиксов, чем в словообразовательной системе прилагательных и наречий;

- во-вторых, в последнее время всё бо льшую популярность набирает образование игровых дериватов-глаголов от фамилий людей: *церетелить, обамить, и т.д.* (ср.: «Нам предлагают дружно керрить, обамить, байдентить и псакать» (<https://mikg2011.livejournal.com/>)). Учитывая пределы размера статьи, не представляется возможным проанализировать все имеющиеся на данный момент такие дериваты;
  - в-третьих, частота употреблений глаголов выше, чем частота употреблений прилагательных и наречий.
- Игровые аффиксаты-прилагательные, глаголы и наречия распространены в Интернете, СМИ и рекламе.

## Литература

1. Арутюнова Н.Д. Аномалии и язык [Текст] / Н.Д. Арутюнова // Вопросы языкознания. — 1987. — № 3. — С. 3–19.
2. Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест [Текст]; под ред. Е.А. Земской. — М.: Наука, 1983. — 239 с.
3. Дедова О.В. Игровое словообразование в современном русском языке [Текст] / О.В. Дедова, П.В. Григорьева // Вестник Московского университета. Серия 9 «Филология». — 2018. — № 5. — С. 49–64.
4. Григорьева П.В. Блендинг как тип невузального словообразования: к уточнению понятия [Текст] / П.В. Григорьева // Мир науки, культуры, образования. — 2019. — № 3. — С. 488–490.
5. Земская Е.А. Словообразование [Текст] / Е.А. Земская // Современный русский язык; под ред. В.А. Белошапковой. — М.: Высшая школа, 1989.
6. Ильясова С.В. Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ [Текст]: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / С.В. Ильясова. — Ростов н/Д, 2002. — 55 с.
7. Земская Е.А. Игровое словообразование [Текст] / Е.А. Земская // Язык в движении: К 70-летию Л.П. Крысина. — М., 2007. — С. 186–193.
8. Писарева И.А. Приём языковой игры в рекламе автомобилей [Текст] / И.А. Писарева // Символ науки. — 2015. — № 8. — С. 181–182.
9. Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва. 3D [Текст] / М.А. Кронгауз. — М.: Астрель, 2012. — 480 с.
10. Просвиркина И.И. Игра со смыслом слова как средство воздействия на читателя [Текст] / И.И. Просвиркина, Д.А. Пригонов // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2022. — Т. 11. — № 1. — С. 34–39.
11. Гапутина В.А. Нейминг российских подкастов: семантика и прагматика [Текст] / В.А. Гапутина // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2021. — Т. 10. — № 6. — С. 89–92.
12. Димитриева О.А. Гастрокоммуникация в современном обществе: неологизмы русского языка [Текст] / О.А. Димитриева // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2022. — Т. 11. — № 1. — С. 46–52.
13. Зимаков Е.В. Суффиксы прилагательных [Электронный ресурс]. — URL: [http://zimakov.ucoz.ru/index/suffixsy\\_prilagatelnykh/0-184](http://zimakov.ucoz.ru/index/suffixsy_prilagatelnykh/0-184) (дата обращения: 28.04.2021).

## References

1. Arutyunova N.D. *Anomalii i yazyk [Anomalies and language]. Voprosy yazykoznanija*. [Questions of linguistics]. 1987, I. 3, pp. 3–19. (in Russian)

2. *Russkaya razgovornaya rech'. Fonetika. Morfologiya. Leksika. Zhest* [Russian colloquial speech. Phonetics. Morphology. Vocabulary. Gesture]. Moscow. Nauka Publ, 1983. 239 p. (in Russian)
3. Dedova O.V., Grigor'eva P.V. *Igrovoe slovoobrazovanie v sovremennom russkom yazyke* [Game derivation in modern Russian language]. *Vestnik Moskovskogo universiteta* [Bulletin of the Moscow University]. 2018, I. 5, pp. 49–64. (in Russian)
4. Grigor'eva P.V. *Blending kak tip neuzual'nogo slovoobrazovaniya: k utocnieniu ponyatiya* [Blending as a type of non-usual derivation: to clarify the concept]. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya* [The world of science, culture, education]. 2019, I. 3, pp. 488–490 (in Russian)
5. Zemskaya E.A. *Derivation. Sovremennyy russkij yazyk* [Modern Russian language]. Moscow, Vysshaya shkola publ, 1989. (in Russian)
6. Il'yasova S.V. *Slovoobrazovatel'naya igra kak fenomen yazyka sovremennyh SMI* [Word-formation game as a phenomenon of the language of modern media]. Rostov-on-Don, 2002. 55 p. (in Russian).
7. Zemskaya E.A. *Igrovoe slovoobrazovanie* [Game derivation]. *Yazyk v dvizhenii: K 70-letiyu L.P. Krysin* [Language in motion: To the 70<sup>th</sup> anniversary of L.P. Krysin]. Moscow, 2007, pp. 186–193. (in Russian)
8. Pisareva I.A. *The reception of the language game in car advertising. Mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal «Simvol nauki»* [International scientific Journal "Symbol of Science"] 2015, № 8, pp. 181–182 (in Russian)
9. Krongauz M.A. *Russkij yazyk na grani nervnogo sryva. 3D* [The Russian language is on the verge of a nervous breakdown. 3D]. Moscow. Astrel' publ, 2012. 480 p. (in Russian)
10. Prosvirkina I.I., Prigonov D.A. *Igra so smyslom slova kak sredstvo vozdeystviya na chitatelya. Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika*. [Scientific research and development. Modern communication studies]. 2022, Vol. 11, I. 1, pp. 34–39. (in Russian).
11. Gaputina V.A. *Nejming rossijskih podkastov: semantika i pragmatika* [Naming Russian podcasts: semantics and pragmatics]. *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika*. [Scientific research and development. Modern communication studies]. 2021, Vol. 10, I. 6, pp. 89–92. (in Russian)
12. Dimitrieva O.A. *Gastrokommunikaciya v sovremennom obshchestve: neologizmy russkogo yazyka. Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika*. [Scientific research and development. Modern communication studies]. 2022, Vol. 11, I. 1, pp. 46–52. (in Russian)
13. Zimakov E.V. *Adjective suffixes*. URL: [http://zimakov.ucoz.ru/index/suffixsy\\_prilagatelnykh/0-184](http://zimakov.ucoz.ru/index/suffixsy_prilagatelnykh/0-184) (accessed 28 April 2021). (in Russian)