

© 2010 г. А.А. ГОРБОВ

ТОП-МЕТОД ЭКСПРЕСС-НОМИНАЦИИ ЭКОНОМ-КЛАССА: О РУССКИХ ИМЕННЫХ КОМПОЗИТАХ С АТРИБУТИВНЫМ ЭЛЕМЕНТОМ В ПРЕПОЗИЦИИ К ВЕРШИНЕ*

Статья посвящена анализу русских именных композитов с не выраженной сегментными средствами связью между существительным-вершиной и препозитивным определением. В работе дается классификация подобных композитов, а также анализируются причины формирования и экспансии новой грамматической модели в русском языке. Проведенное исследование показывает, что композиты данной структуры имитируют структуру английских именных групп с препозитивным примыкающим определением. Кроме того, в статье рассматриваются прагматические аспекты функционирования в русском языке именных композитов, построенных по данной модели, и высказывается предположение о том, что их активная экспансия обусловлена как престижностью английского языка, так и тенденцией к экономии языковых средств в плане выражения.

В данной статье рассматривается ряд проблем, связанных с относительно новым для русского языка явлением, получившим, однако, в последние годы большое распространение и продолжающим интенсивную экспансию, – образованием именных комплексов (компози́тов) с несогласованным атрибутивным или аппозитивным элементом в препозиции к вершине. Речь идет об образованиях типа *интернет-технология*, *веб-решение*, *топ-менеджер*, *дизайн-бюро*, *арт-проект*, *бизнес-центр*, *USB-порт*, *Горбачев-фонд*, *онлайн-представительство*, *маркетинг-план* и т. п. Эти образования представляют собой двухкомпонентные комплексы, второй компонент которых является самостоятельным существительным, а первый компонент – единицей, уровневый статус которой подлежит уточнению. Неясность статуса первого элемента делает неясным и статус всего комплекса, в связи с чем для обозначения данного явления употребляются нетерминологические наименования «комплекс» и «компози́т»¹.

Представляется, что появление и бурное распространение подобных именных комплексов заслуживает внимания и объяснения, а их структура и семантика – лингвистического описания.

* Работа выполнена в рамках проекта «Современная русская речь: проблемы нормы и динамика языковых изменений» и при поддержке Гранта Президента РФ для государственной поддержки ведущих научных школ РФ «Школа общего языкознания Ю.С. Маслова» НШ-3668.2010.6.

¹ Широко известна концепция, согласно которой все несклоняемые атрибутивные элементы образуют особую часть речи – «аналитические прилагательные» (см. [Панов 1971]). С такой точкой зрения трудно согласиться ввиду существенных различий в грамматических свойствах объединяемых элементов – степени их автономности, делимости и переместимости, а также позиции относительно опорного существительного. В «Русской грамматике» некоторые атрибутивные элементы рассматриваются как части «сложных слов с подчинительным (неравноправным) отношением основ» [РГ-80: 1, 241–244], другие же (в основном употребляющиеся в постпозиции к вершине) считаются отдельными словами – прилагательными «нулевого склонения» [РГ-80: 1, 556]. Атрибутивные элементы, употребляемые в препозиции к опорному существительному и совпадающие со словарной формой или основой существительного, как особая группа не рассматриваются.

Существенными признаками рассматриваемых композитов следует считать следующие:

- 1) композит состоит из двух компонентов, обладающих лексическими значениями;
- 2) связь между компонентами является подчинительной и носит атрибутивный характер;
- 3) главный компонент комплекса равен самостоятельному существительному;
- 4) зависимый компонент совпадает со словоформой или основой слова, употребляемого в русской речевой практике², и при этом не является формой или основой прилагательного (чаще всего имеет место совпадение с начальной формой существительного);
- 5) зависимый компонент находится в препозиции к главному;
- 6) зависимость не выражена никакими сегментными средствами.

Вопросы, возникающие в связи с массовым появлением и распространением в современном русском языке композитов указанной структуры, можно объединить в следующие две основные группы, условно обозначив их как группу проблем грамматического описания и группу прагматических проблем.

В первую из названных групп входят следующие вопросы:

Каков уровневый статус рассматриваемых именных комплексов: являются ли они словами или сочетаниями слов? Являются ли они инвентарными или конструктивными единицами ($\approx$ должны ли они целиком включаться в словарь)? Существуют ли в русском языке модели, на базе которых или по аналогии с которыми сформировалась модель образования рассматриваемых именных комплексов? В чем заключаются отличия рассматриваемой модели от других структурно и функционально близких моделей?

Вторая группа включает в себя следующие вопросы:

Каковы причины массового распространения таких именных комплексов? В чем прагматические преимущества рассматриваемой модели выражения атрибутивных отношений перед другими моделями?

Поиск исчерпывающих ответов на все поставленные вопросы предполагает проведение углубленного исследования, которое на данный момент не завершено. В связи с этим в данной статье лишь представляется общее описание имеющегося материала и высказываются основанные на его предварительном анализе предположения о наиболее вероятных ответах на часть сформулированных вопросов (например, не рассматривается важная проблема уровневой принадлежности композитов).

Для анализа именных комплексов, обладающих указанными свойствами, был собран корпус примеров. Для этой цели была составлена сплошная выборка из «Толкового словаря русского языка начала XXI века» [Скляревская 2008], далее в тексте работы обозначаемого «Словарь». В «Словаре» было обнаружено 353 композита рассматриваемой структуры³. Затем выбранные таким образом композиты были сгруппированы

² Осторожность данной формулировки вызвана включением в область рассмотрения так называемых слов-«кентавров» типа *USB-порт*, *VIP-обслуживание* и др., где препозитивные зависимые элементы изображаются на письме латиницей, в связи с чем ставится под сомнение их принадлежность русскому языку; см., например [Крысин 2008: 173].

³ Помимо композитов, вынесенных в заголовки словарных статей, учитывались и именные комплексы, обнаруженные лишь в иллюстративном материале словаря: например, в словаре имеются отдельные статьи «хип-хоп-культура» и «хип-хоп-движение», но иллюстративный материал статьи «хип-хоп²» содержит также композиты *хип-хоп ассоциация*, *хип-хоп команда*, *хип-хоп музыка*, *хип-хоп фестиваль* (с раздельным написанием компонентов) [Скляревская 2008: 1050–1051]; в словаре нет отдельных статей для композитов с первыми компонентами «хайтек-» и/или «хай-тек-», однако в иллюстративном материале статьи «хай-тек² и хайтек²» (по мнению авторов «Словаря», это самостоятельное неизменяемое слово) представлены комплексы *хай-тек-бизнес*, *хай-тек-индустрия*, *хай-тек-корпорация* [Скляревская 2008: 1044–1045]. Аналогичная ситуация имеет место в отношении композитов со многими другими атрибутивными компонентами. При этом основания для выделения или невыделения отдельной словарной статьи для того или иного композита остаются неясными.

по начальному (зависимому) препозитивному компоненту, после чего в Национальном корпусе русского языка (далее – НКРЯ) и при помощи поисковой системы Яндекс был произведен поиск не зафиксированных в «Словаре» композитов с первыми компонентами, имеющимися в выборке. Регистрировались также случайно встретившиеся на сайтах сети Интернет и при чтении научной литературы случаи употребления композитов аналогичной структуры с атрибутивными компонентами, не зарегистрированными в «Словаре».

При этом важно отметить, что поиск в сети Интернет привел к весьма значительному увеличению объема имеющегося корпуса. Практически для каждого из зафиксированных в «Словаре» атрибутивных компонентов поиск в сети Интернет дает не только уже имеющиеся в «Словаре», но и новые именные комплексы (например, помимо имеющихся в «Словаре» 24 композитов с компонентом «бизнес-» в результате поиска (просматривались первые 50 сайтов, найденных поисковой системой по соответствующему запросу) обнаруживается еще 12, в дополнение к зафиксированным двум композитам с компонентом «интим-» поиск дает еще четыре и т. д.).

Кроме того, в процессе интернет-поиска (заметим в скобках, что данный композит в словаре также отсутствует)⁴ встречаются композиты с атрибутивными компонентами, не зафиксированными в качестве таковых в «Словаре». В число таких компонентов входят, например, следующие: *блютус- / Bluetooth-* (*Bluetooth-адаптер, блютус-гарнитура*), *эконом-* (*эконом-такси, эконом-класс*), *имидж-* (*имидж-агентство, имидж-студия*), *люкс-* (*люкс-жизнь, люкс-номер, люкс-поезд*), *маркетинг-* (*маркетинг-план, маркетинг-менеджмент*), *слайд-* (*слайд-адаптер, слайд-модуль, слайд-проектор, слайд-шоу*), *тест-* (*тест-группа, тест-система*), а также многие буквенные обозначения и аббревиатуры (*A-класс, FTP-сервер, USB-порт*), некоторые собственные имена (*Горбачев-фонд, Вивальди-оркестр, Низорал шампунь*) и несколько неизменяемых слов русского языка (например, в композитах-терминах, созданных авторами лингвистических работ: *КАК-типология, ПОЧЕМУ-типология, «И, а не ИЛИ принцип»*)⁵.

Общий объем собранного корпуса примеров на момент написания данной работы составил 500 употреблений именных композитов, обладающих перечисленными выше существенными признаками (по одному примеру на каждый встретившийся композит). Кроме того, был составлен дополнительный корпус альтернативных средств, в который вошло около 200 высказываний, содержащих именные группы, полностью синонимичные рассматриваемым композитам, но образованные по иным моделям (существительное с согласуемым прилагательным или существительное с постпозитивным несогласованным определением, например, *маркетинговый план* или *план маркетинга*, а не *маркетинг-план*). Следует подчеркнуть, что в задачи работы не входило составление полного списка или словаря подобных именных комплексов: корпус примеров служит в данном случае для проверки рабочих гипотез о неинвентарном (т. е. конструктивном) характере исследуемых именных комплексов и большей продуктивности модели их производства по сравнению с возможными альтернативными моделями (при их наличии). В связи с этим корпус собранных примеров носит вспомогательный характер и объем этого корпуса сам по себе не имеет решающего значения.

⁴ В «Словаре» зафиксировано 58 именных комплексов с первым компонентом «интернет-», каждому из которых посвящена отдельная статья. В результате поиска в Интернете было обнаружено еще 10 композитов с первой частью «интернет-», в числе которых *интернет-поиск, интернет-источник, интернет-словарь* и др.

⁵ Автором композитов «КАК-типология» и «ПОЧЕМУ-типология» является А.Е. Кибрик [Кибрик 1992], композит «И, а не ИЛИ принцип» употребляется в докторской диссертации М.В. Русаковой [Русакова 2009]. Последний композит отличается от прочих, рассматриваемых в настоящей работе, тем, что в качестве первой части содержит, казалось бы, сочетание нескольких слов с внутренней синтаксической структурой; однако данный комплекс является результатом опущения повторяющегося элемента, «вынесения за скобки» (см. [Касевич 2006: 517–522]), и легко представим через сочетание «И-принцип, а не ИЛИ-принцип».

В результате группировки имеющихся примеров по сходству структурных и семантических характеристик атрибутивных компонентов были выделены следующие типы композитов.

1. Композиты с атрибутивным компонентом – существительным, заимствованным из английского языка⁶

Наиболее многочисленны (380 из 500, или 76% от общего количества примеров) композиты, где первая (атрибутивная) часть представляет собой заимствованное из английского языка нарицательное существительное, усвоенное русским языком как в качестве самостоятельной единицы, так и в качестве атрибутивного компонента именных словосочетаний, где данное слово выступает как определение к другому существительному, причем заимствуемый композит изначально осознается как членимый (в отличие от германских заимствований XVIII в. типа *фартук*, *шумовка*, *зонтик*, которые в момент заимствования как членимые не осознавались). Доля атрибутивных компонентов данного типа составляет около 60% от общего числа препозитивных элементов, представленных в имеющемся корпусе примеров (43 из 72). К компонентам данного типа относятся, в частности, *арт-*, *веб-*, *кэш-*, *секс-*, *фитнес-*, *шоу-* и др. Механизм самостоятельного образования в русском языке композитов с подобными атрибутивными компонентами, таких как *арт-тусовка*, *арт-ярмарка*, *веб-служба*, *веб-преступность*, *секс-товары*, *фитнес-зал*, *шоу-площадка*, по-видимому, таков: элемент заимствуется русским языком параллельно как самостоятельное слово и в составе одного или нескольких готовых композитов⁷, например: *шоу* (сущ.) ← англ. *show* и *шоу-бизнес* ← *show business*; композит осознается носителями русского языка как разложимый комплекс, построенный по определенной модели, которую можно использовать для создания других комплексов, уже с привлечением материала, имеющегося в русском языке. Таким образом, заимствованная единица (в нашем примере – *шоу*) укореняется в русском языке не только в качестве самостоятельного слова, но и в качестве первой части именного композита, опорным элементом которого может быть практически любое существительное, лексически сочетающееся с атрибутивным компонентом. Тем самым запускается механизм создания композитов по данной модели в процессе речевой деятельности в соответствии с потребностями говорящего. Приведем несколько примеров:

- (1) Организаторы **шоу-программы** «Танго обольщения» наобещали с три короба (Елена Губайдулина. Танго вместо партсобраний. Аргентинское шоу в Государственном Кремлевском дворце // «Известия», 2002.04.29; НКРЯ);
- (2) Агентство «Алфавит» является одним из крупнейших, поэтому в его календаре работы за минувший год – самое большее количество промакций, **шоу-проектов** (Наталья Васкина. Sales promotions – наступление на регионы // «Рекламный мир», 2000.02.15; НКРЯ);
- (3) При получении виз в документах было написано, что артистки работают в **шоу-группе** Людмилы Гурченко и в коллективе Аллы Баяновой (Маргарита Кондратьева. Россия вышла на первое место в мире по работоторговле // «Газета», 2003; НКРЯ);

⁶ Данная формулировка отсылает лишь к происхождению компонента и факту его существования в русском языке как самостоятельного существительного и не означает, что данный компонент в составе композита также является существительным: постановка вопроса о частеречной принадлежности компонента имеет смысл только при отнесении компонента композита к уровню слов как автономных единиц языка.

⁷ Следует отметить, что атрибутивный компонент композитов и соответствующее самостоятельное существительное не обязательно заимствуются русским языком одновременно. Так, атрибутивный компонент композитов *пресс-конференция*, *пресс-бюро*, *пресс-секретарь*, *пресс-служба*, *пресс-клуб*, *пресс-бар*, *пресс-тур*, *пресс-сообщество*, *пресс-тусовка* заимствован из английского языка, но связывается по значению с ранее заимствованным из французского языка существительным *пресса*. Этот факт не влияет ни на характеристики композитов, ни на механизм их образования.

- (4) **Шоу-театр «Холидэй»** уникален хотя бы тем, что, не имея своей площадки, он в ней и не нуждается, поскольку все их постановки выездные: на дому, в школах и офисах (Петр Каменченко, Игорь Мартынов. Шоу бродячее // «Столица», 1997.10.28; НКРЯ);
- (5) В современном мире производство – уже не просто место, где появляются на свет товары. Это главная **шоу-площадка** для привлечения сверхлояльных потребителей этих товаров (<http://www.pr-technologies.ru/images/pr/prproduce.htm>).

Представляется, что отсутствие в имеющемся корпусе примеров других композитов с первой частью *шоу-* не означает невозможности их создания и употребления по мере надобности. В частности, композиты *шоу-кампания*, *шоу-версия*, *шоу-тур*, *шоу-центр* (созданные автором настоящей работы) не кажутся «словами, не существующими в русском языке» и вполне могут быть употреблены в русских текстах.

Следует отметить, что все именные основы, соответствующие компонентам, входящим в данную группу, отличаются весьма низкой словообразовательной активностью: от большинства таких основ (30 из 41 обследованных) невозможно или сильно затруднено образование аффиксальных основ прилагательных, причем не только в случаях типа *шоу-* или *спа-*, когда финаль основы не отвечает морфонологическим требованиям имеющихся в русском языке суффиксов, но даже в тех случаях, когда система, казалось бы, должна позволять такую деривацию (ср. с допустимыми морфонологически, но не зафиксированными единицами: **артовый* / *артный директор*, **бизнесный* / *бизнесовый план*, **вебный сайт*, **гейный парад*, **хайтечный* / *хайтековый бизнес* и т. п.). Словосочетания с такими прилагательными звучали бы «слишком по-русски», были бы лишены необходимого «привкуса» западной цивилизации⁸. Окказиональное образование таких прилагательных изредка имеет место, но их употребление стилистически окрашено и может служить для привлечения внимания, например: *Педагогов отправили в инкубатор. Бизнесный!* (заголовок новостной заметки на сайте <http://www.penza-online.ru/news.14859.htm>).

При наличии прилагательных, образованных от именных основ данной группы (например, *интернетный*, *сексуальный*, *мультимедийный*), в некоторых случаях наблюдается тенденция к стилистическому расхождению (только тенденция, но не жесткое разграничение!) между такими прилагательными и компонентами композитов: прилагательное зачастую менее формально, менее «терминологично», чем компонент композита (см. примеры 6 и 7), либо тяготеет к качественности (пример 8), ср.:

- (6) а Кроме того, на рынке денежных переводов появились самостоятельные специализированные **интернет-системы** перевода денег (Денежные переводы мигрантов – фактор инновационного развития мировой финансовой инфраструктуры // «Вопросы статистики». № 8. 2004; НКРЯ);
- б Искушенный искатель халявы не идет прямыми путями; он знает, что **интернетный мир** – не без добрых людей (Илья Утехин. Стекло на вырез // «Неприкосновенный запас». 2002.07.14; НКРЯ);
- (7) а Мы окажем полный комплекс услуг по созданию **мультимедиа-продуктов**, начиная с видео и фотосъемки, заканчивая дизайном обложки и тиражированием CD (<http://softmajor.ru/multimedia/>);
- б Интересно посетить планетарий с **мультимедийным залом**, оборудованный по последнему слову техники (Виктор Грицюк. Магия пасторали // «Вокруг света». 2004.07.15; НКРЯ);
- (8) а Следствие уже установило, как именно работала **секс-фирма** (Подмосковные девушки раздевались для всего мира через интернет // «Вечерняя Москва». 2002.05.16; НКРЯ);

⁸ По-видимому, здесь следует полностью согласиться с рассуждениями Л.П. Крысина [Крысин 2008: 171] о социально-психологических причинах массового проникновения иноязычных неологизмов в русский язык: высказанные соображения верны, вероятно, и в отношении заимствования некоторых грамматических моделей.

- б Излишне сексуальный вид в воскресенье может вызвать активный интерес к твоей персоне у множества мужчин, как у плохих, так и у хороших (Больше свободы и открытости! // «Лиза». 2005; НКРЯ).

В некоторых случаях, когда первые части композитов обозначают названия стилей и технологий, в качестве альтернативы композиту выступают обычные в таких случаях для русского литературного языка сочетания опорного существительного с постпозитивным приложением, идентичным по форме и значению первой части композита: *техно-музыка* = *музыка техно*, *разработки хай-тек* = *хай-тек разработки*, *блютус-гарнитура* = *гарнитура блютус* и т. д. При этом, однако, наблюдается отчетливая тенденция к увеличению частотности композитов с аппозитивным элементом в препозиции, копирующих структуру соответствующих сочетаний в языке-источнике заимствования этого элемента: *techno music* (**music techno*), *high-tech engineering* (**engineering high-tech*), *Bluetooth headset* (**headset Bluetooth*). Такая тенденция, по-видимому, также связана с ориентацией на структуры престижного языка-источника, в которых ощущается «прикус» западной цивилизации и культуры потребления. Ввиду того, что в рассматриваемых композитах аппозитивные отношения наименования часто тесно сплетаются с обычными атрибутивными (ср.: *стиль хай-тек* = стиль, называемый «хай-тек», – наименование, выраженное приложением, и *разработки хай-тек* = разработки, относящиеся к области, называемой «хай-тек», – определение с опосредованным наименованием), тенденция выбора структуры с препозитивным зависимым аппозитивным элементом поддерживается и общим массовым распространением модели образования композитов с атрибутивным элементом в препозиции к вершине.

2. Композиты с атрибутивным компонентом – буквенной аббревиатурой или буквенным классификационным обозначением, записываемым латиницей или кириллицей

К данной группе относятся такие композиты как *А-класс*, *НС-показатель*, *FM-диапазон*, *FTP-сервер*, *USB-порт*, *HR-менеджер*, *IT-специалист*, *VIP-зал* и т. п. – всего 55 из 500 имеющихся в выборке примеров (11%).

В целом атрибутивные элементы композитов данной группы по своим свойствам практически не отличаются от соответствующих компонентов композитов первой группы. Различие между группами носит лишь внешний характер. По-видимому, аббревиатуры начали употребляться в качестве атрибутивных элементов композитов в научной и технической литературе в 1960–1970-е гг., ср.:

- (9) Основное отличие от предыдущей модели – возможность приема станций в **УКВ диапазоне** [Левитин 1967: 337].

В данном случае, однако, комплекс *УКВ диапазон* следует, по-видимому, считать не именным композитом рассматриваемой структуры, а словосочетанием с сокращенно записанным согласованным прилагательным *ультракоротковолновый*. То же относится ко всем случаям, когда аббревиатура не является заимствованной из английского языка или результатом перевода (ср., например, термин Е.В. Падучевой [Падучева 2004] *Т-категория*, где элемент *Т*- изначально является сокращением прилагательного *таксономическая*). В том же случае, когда композит не сводим к такому сочетанию с прилагательным, имел место перевод на русский язык английской структуры (сопровождавшийся соответствующими пояснениями о правильной расшифровке):

- (10) Мы назовем эту часть структурной характеристики «показателем **НС-структуры**»⁴ (Phrase-marker) терминальной цепочки *t* или, сокращенно, «НС-показателем» (P-marker).

(Сноска 4: Сокращение – от «показатель структуры непосредственно составляющих». – Прим. ред.) [Хомский 1965: 38].

В настоящее время чрезвычайно широкое распространение получило употребление композитов с препозитивной атрибутивной частью, выраженной аббревиатурой, заимствованной из английского языка, причем часто аббревиатура дается на письме только в латинице, без расшифровки, и ее точное значение остается неясным большинству людей, употребляющих аббревиатуру и содержащие ее композиты. Ярким примером является известная сегодня практически каждому пользователю компьютерной техники аббревиатура *USB*, которая входит в состав композитов *USB-порт*, *USB-интерфейс*, *USB-кабель*, *USB-разъем* и т. п. При этом в данном случае (как и в некоторых других) не возникает потребности расшифровки и/или передачи сокращения графическими средствами русского письма: сочетания с расшифрованной и переведенной аббревиатурой были бы громоздкими (ср.: *USB-порт* → *порт универсальной последовательной шины*), а введение кириллической аббревиатуры (*УПШ) вызвало бы эффект, сопоставимый с употреблением аббревиатуры *ЭВМ* вместо слова *компьютер* продавцом или покупателем в магазине компьютерной техники.

Трудно согласиться с Л.П. Крысиным в том, что такие слова-«кентавры» не принадлежат русскому языку, поскольку они «не прошли еще первый, самый необходимый этап освоения иноязычного слова в русском языке – этап передачи его графическими средствами языка-реципиента», а также в том, что сфера их употребления «ограничена профессиональной средой»⁹ [Крысин 2008: 173]. Представляется, что латиница выступает сегодня для русского языка вспомогательной графической системой, целиком воспринятой русским языком и применяемой его носителями для решения прагматических задач, одной из которых является повышение «социального престижа» текста. Данное соображение подтверждается результатами сопоставления композитов, в состав которых входят английские буквенные аббревиатуры (например, *PR-*) и их русские транскрипции, записанные кириллицей (например, *пиар-*). В частности, для наименования должностей сотрудников компаний употребляются только композиты с аббревиатурой *PR-*; в контекстах же, где выражается негативное или ироническое отношение автора текста к деятельности по формированию общественного мнения, в подавляющем большинстве случаев (по имеющимся данным, более 90%) употребляются композиты с компонентом *пиар-*, ср.:

- (11) а Генеральный директор – Дмитрий Аброщенко. Вопросы корпоративной **PR-политики** курирует Светлана Пономарева (Кто куда // «Рекламный мир». 2000.03.30; НКРЯ);
б Созданные путем искусственного оплодотворения в **пиар-лабораториях** структуры, словно сиамские близнецы, обречены на смерть вслед за уходом из большой политики их непосредственных боссов и кураторов (Олег Головин. Коллективный Маугли // «Завтра». 2003.08.13; НКРЯ).

Словообразовательная активность аббревиатур так же невелика, как и словообразовательная активность основ атрибутивных компонентов первой группы. При этом производные прилагательные, образованные от аббревиатур, например, *айтишный* (от *IT-*), *пиарный* / *пиаровский*, всегда стилистически маркированы и не обладают «терминологичностью» сокращений-компонентов композитов.

Как и в случаях с несокращенными компонентами именных композитов, при выражении аббревиатурами или буквенными обозначениями отношений наименования в качестве альтернативы композиту выступают сочетания существительного-вершины с постпозитивным приложением: *А-класс* / *класс А*, *FTP-сервер* / *сервер FTP*, *FM-диапазон* / *диапазон FM*. Чаше всего такие варианты равнозначны, однако в текстах рекламного

⁹ Сопоставление сфер употребления аббревиатуры *USB* и ее расшифровки *универсальная последовательная шина* показывает, что «профессиональной средой» ограничено как раз употребление расшифровки, а в текстах для пользователей-неспециалистов употребляется только аббревиатура *USB* и содержащие ее композиты.

и коммерческого содержания, ориентированных на восприятие потенциальным потребителем описываемых товаров и услуг, имеет место явное преобладание композитов¹⁰.

3. Композиты с атрибутивным компонентом – заимствованной из английского языка предложной группой с адвербиальным значением

К данной группе относятся композиты с компонентами *онлайн* (*он-лайн*) и *оффлайн* (*офф-лайн*), например, *онлайн-конференция*, *онлайн-трансляция*, *онлайн-услуги*, *оффлайн-браузер*, *оффлайн-пресса*. Слова *онлайн* (*он-лайн*) и *оффлайн* (*офф-лайн*) первоначально были заимствованы русским языком как наречия со значениями, соответственно, «в режиме реального времени» и «автономно от сети Интернет» (например, *зарегистрироваться онлайн*; *работать офф-лайн*), а уже затем от этих наречий методом конверсии образовались соответствующие неизменяемые прилагательные (*режим онлайн / он-лайн*, *режим оффлайн / офф-лайн*) и существительные (*жизнь в онлайн*, *версия программы для оффлайна*), от которых в свою очередь образованы суффиксальные прилагательные *онлайновый / он-лайновый* и *оффлайновый / офф-лайновый*. Таким образом, употребление в русском языке элементов *онлайн-* и *оффлайн-* в качестве компонентов именных композитов типа *онлайн-коммерция*, *оффлайн-операция* и т. п. связано не с параллельным заимствованием из английского языка композитов и их элементов, а с применением принципа аналогии.

В качестве альтернативы композитам с препозитивными элементами *онлайн-* и *оффлайн-* могут употребляться сочетания с постпозитивными неизменяемыми прилагательными – *конференция онлайн*, *экзамен-онлайн*, *тесты оффлайн* и т. п. Однако словосочетания такой структуры (за исключением устойчивого *в режиме онлайн*) встречаются довольно редко, и во всяком случае, намного реже композитов с атрибутивным элементом в препозиции: в имеющемся вспомогательном корпусе представлен только один пример подобного рода, а в НКРЯ на 22 композита с препозитивным компонентом *онлайн-* не обнаружилось ни одного сочетания, где слово *онлайн*, употребленное после существительного, бесспорно являлось бы неизменяемым прилагательным, а не наречием.

Другой, более частотной альтернативой композиту является сочетание существительного с производным согласуемым прилагательным *онлайновый / оффлайновый*, например, *онлайновое издание*, *онлайновая версия*, *оффлайновый вариант* и т. п. Следует отметить, что количество имеющихся в НКРЯ примеров употребления таких словосочетаний значительно превышает число композитов: на 100 употреблений словосочетаний с согласованными прилагательными приходится 22 употребления композитов. Общее количество зарегистрированных композитов с различными опорными существительными составляет, по данным НКРЯ, всего 14 единиц, причем не зарегистрировано ни одного композита с препозитивным компонентом *оффлайн-* (*офф-лайн*).

Само по себе преобладание согласуемых прилагательных над композитами не должно вызывать удивления, если принять во внимание отмеченное выше отличие механизма образования композитов данной группы от механизма образования именных комплексов с опорой на параллельное заимствование готовых именных комплексов (группа 1). При этом, однако, неясно, насколько данные НКРЯ отражают реальное положение дел. Результаты поиска в сети Интернет показывают, что композиты с препозитивными компонентами *онлайн-* и *оффлайн-* отнюдь не являются редким явлением и механизм их образования работает в полную силу. Например, только беглый просмотр первых 50 результатов поиска в системе Яндекс по запросу «оффлайн» выявляет наличие в текстах таких (отсутствующих в НКРЯ) композитов, как *оффлайн-браузер*, *оффлайн-обновление*, *оффлайн-просмотр*, *оффлайн-встречи (творческих людей)*, *оффлайн-рек-*

¹⁰ Данная гипотеза основана лишь на сопоставлении количества употреблений композитов и словосочетаний с опорным существительным *класс* и буквенным обозначением в текстах различной тематики, имеющихся в основном и вспомогательном корпусах.

лама, оффлайн-карта (Москвы), оффлайн-база, офф-лайн журналы, оффлайн-клиент, оффлайн-интервью, оффлайн игры (с дефисным и отдельным написанием компонентов).

В выборке представлено 49 примеров, относящихся к данной группе, что составляет почти 10% общего количества примеров, имеющих в основном корпусе. Учитывая, что эта доля приходится только на два препозитивных компонента из 72 обследованных (т. е. менее чем на 3% всех препозитивных элементов, представленных в корпусе), можно высказать предположение об относительно высокой продуктивности образования композитов с компонентами *онлайн-* и *оффлайн-* (в различных вариантах написания). Список возможных композитов с данными компонентами является, по-видимому, принципиально открытым, как и список композитов с препозитивными компонентами первой группы.

4. Композиты с атрибутивными компонентами *интим-*, *элит-*, *эконом-*, *штрих-*

К данной группе относятся, например, композиты *интим-сервис*, *интим-знакомства*, *интим-магазин*, *интим-портал*, *элит-класс*, *эконом-класс*, *эконом-такси*, *штрих-код*, ср.:

- (12) Недорогое такси, или **эконом-такси** – это вариант заказа автомобиля, доступный москвичам с любым уровнем достатка (<http://www.7887880.ru/inexpensively/>).

Такие композиты составляют относительно небольшую (11 композитов из 500, т. е. немногим более 2%), но весьма интересную группу. Особенностью этих композитов можно назвать тот факт, что их атрибутивные компоненты не являются новыми заимствованиями из английского языка, а образованы, по-видимому, от существующих в русском языке прилагательных с давно заимствованными корнями способом так называемой «нулевой суффиксации», описанным Е.А. Земской (см., например [Земская 1997: 425]) как способ образования имен существительных: *интимный* → *интим-*, *экономный* (*экономичный*, *экономический*) → *эконом-*, *элитный* → *элит-*, *штриховой* → *штрих*. Выбор этого субстантивного способа словообразования представляется мотивированным структурной аналогией, направленной на расширение сферы применения «престижной» новой модели построения именных композитов, в которых используется атрибутивный элемент субстантивной природы.

5. Периферийные группы: «штучные» композиты с аппозитивным элементом – именем собственным: личным именем, коммерческим наименованием или русским неизменяемым словом

В данные группы входят композиты *Горбачев-фонд*, *Вивальди-оркестр*, *Низорал шампунь*, *Русь-банк*, *Связь-банк* (5 композитов из 500, т. е. 1%), а также «КАК-типология», «ПОЧЕМУ-типология» (термины А.Е. Кибрика [Кибрик 1992]), «И, а не ИЛИ принцип» (термин М.В. Русаковой [Русакова 2009]).

Эти композиты и их атрибутивные / аппозитивные компоненты сами по себе не являются заимствованиями из английского языка, однако такие комплексы представляют собой, по-видимому, результат имитации структуры принятых в английском языке названий организаций, банков, товаров, ср.: *the Rockefeller Foundation*, *Glenn Miller Orchestra*, *Ocean Lift Shampoo*, *Chase Manhattan Bank*, *Citibank*, а также лаконичных и образных терминов, наименований методов работы и подходов к решению проблем, ср.: *yes/no-question*, *can-do approach* и т. п. Тот факт, что эта структура в принципе идентична структуре композитов типа *шоу-бизнес*, *шоу-театр*, *шоу-программа*, уже активно используемой русским языком, способствует ее восприятию как вполне приемлемой и «грамматичной».

Заключение

Композиты с атрибутивными элементами описанных выше типов составляют основу для формирования в русском языке новой модели образования сложных номинативных единиц – именных комплексов с вершинным существительным и несогласованным препозитивным определением, выраженным элементом неясной (предположительно, промежуточной между основой и самостоятельным словом) уровневой принадлежности. Композиты, созданные по данной модели, явным образом имитируют структуру английских именных групп с препозитивным примыкающим определением, чаще всего выраженным именем существительным.

В целом данная модель характеризуется весьма высокой продуктивностью и несет значительную прагматическую нагрузку. Продуктивность модели объясняется, по-видимому, массовым усвоением русским языком новых английских заимствований, способных употребляться как автономно, так и в качестве зависимого препозитивного компонента в готовом именовом комплексе, в связи с чем заимствуемая единица начинает использоваться в функции несогласованного препозитивного определения и в русском языке. При этом отпадает необходимость образования прилагательных путем аффиксальной деривации, что дает экономию языковых средств. Важно также, что создаваемые композиты имитируют модель престижного языка-источника, и даже в тех случаях, когда образование аффиксального прилагательного возможно, словосочетание с таким прилагательным часто ощущается как недостаточно «терминологичное», несколько громоздкое, не ориентированное на последние достижения цивилизации.

Применение модели для создания новых композитов позволяет говорящему (пишущему) быстро «штамповать» лаконичные и экономные наименования для сложных понятий, ср., например, заголовки статей и заметок: *Хайтек-борьба с хайтек-пиратами* (<http://stopgame.ru/newsdata/7729>), *Топ-мотивация для топ-менеджера* (http://www.iteam.ru/publications/human/section_48/article_2703/), *Игумен наказан за интернет-хулиганство* (<http://levit1144.ru/forum/13-8303-1>). В создании таких композитов ярко проявляется стремление говорящего (пишущего) к максимальной краткости и речевой компрессии.

Следует также отметить, что дополнительное удобство данной модели для говорящего (пишущего) заключается в отсутствии необходимости эксплицировать семантические связи между главным и подчиненным компонентами комплекса, ср.: *арт-карьера* ≈ карьера в сфере искусства, *арт-терапия* ≈ лечение путем приобщения пациента к самостоятельному художественному творчеству / при помощи показа пациенту предметов искусства; *бизнес-план* ≈ план предпринимательской деятельности, *бизнес-класс* ≈ разряд в классификации товаров и услуг, предназначенный для бизнесменов и других клиентов с сопоставимыми финансовыми возможностями, и т. п. Это свойство конструкции может оказаться при недостаточности контекста неудобным для слушающего (читающего), однако применение модели дает значительную экономию языковых средств в плане выражения. Такая экономия, безусловно, отвечает современным тенденциям развития русского языка, которое очевидным образом идет, по выражению М.В. Панова, «в пользу говорящего» (цит. по [Крысин 2008: 265]), т. е. в направлении упрощения грамматики, расширения значений слов и сокращения объема точной информации, способствующей однозначному установлению семантических отношений между значащими единицами.

Таким образом, анализ имеющегося материала позволяет прийти к следующим предварительным выводам:

1. В русском языке сформировалась и активно используется модель образования именных комплексов с препозитивными несогласованными определениями и приложениями. Уровневая принадлежность композитов остается неясной, однако они, скорее всего, не являются единицами словаря (единицами лексикона являются только их компоненты). Этот факт делает образованные по данной модели композиты сходными

со словосочетаниями. При этом основным отличием таких композитов от обычных для русского языка сочетаний слов является цельнооформленность композитов.

2. Основным фактором, обусловившим появление и распространение композитов рассматриваемой структуры в русском языке, является, по-видимому, параллельное заимствование из английского языка слов как самостоятельных единиц и как элементов готовых композитов, где роль и значение элементов четко осознается носителями русского языка (*шоу* и *шоу-бизнес*).

3. Экспансия модели, по-видимому, не в последнюю очередь объясняется престижностью английского языка, поскольку данная модель имитирует структуру английской именной группы с препозитивным определением, примыкающим к вершинному существительному.

4. Помимо престижности языка-источника, важной причиной распространения модели являются ее прагматические особенности, которые заключаются в краткости, «терминологичности» номинации (ср., например, созданные лингвистами термины типа «*ПОЧЕМУ*-типология») и отсутствии необходимости экспликации семантических связей между главным и зависимым элементами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Земская 1997 – *Е.А. Земская*. Словообразование // В.А. Белошапкова (ред.). Современный русский язык. М., 1997.
- Касевич 2006 – *В.Б. Касевич*. Семантика. Синтаксис. Морфология // В.Б. Касевич. Труды по языкознанию: В 2 т. Т. 1. СПб., 2006.
- Кибрик 1992 – *А.Е. Кибрик*. Очерки по общим и прикладным вопросам языкознания (универсальное, типовое и специфичное в языке). М., 1992.
- Крысин 2008 – *Л.П. Крысин* (отв. ред.). Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX–XXI веков. М., 2008.
- Левитин 1967 – *Е.А. Левитин, Л.Е. Левитин*. Радиовещательные приемники. Справочник. М., 1967.
- НКРЯ – Национальный корпус русского языка: <http://www.ruscorpora.ru/>
- Падучева 2004 – *Е.В. Падучева*. Динамические модели в семантике лексики. М., 2004.
- Панов 1971 – *М.В. Панов*. Об аналитических прилагательных // Фонетика. Фонология. Грамматика. К 70-летию А.А. Реформатского. М., 1971.
- РГ-80 – Русская грамматика: В 2 т. / Гл. ред. Н.Ю. Шведова. М., 1980.
- Русакова 2009 – *М.В. Русакова*. Речевая реализация грамматических элементов русского языка: Автореф. дис. ... докт. филол. наук. СПб., 2009.
- Скляревская 2008 – *Г.Н. Скляревская* (ред.). Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика. М., 2008.
- Хомский 1965 – *Н. Хомский*. О понятии «правило грамматики» // Новое в лингвистике. Вып. 4. М., 1965 / Пер. с англ. И.К. Вельской.