

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Русский язык, литература и лингвокриминалистика»

(наименование)

45.04.01 Филология

(код и наименование направления подготовки)

Лингвистическая экспертиза

(направленность (профиль))

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)**

Неологизмы в современных российских средствах массовой информации:
лексико-семантический, словообразовательный и лингвоэкологический

на тему аспекты

Обучающийся

В.О. Суханова

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Научный
руководитель

д-р филол. наук, доцент, М.Г. Соколова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2025

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Теоретические аспекты изучения функционирования неологизмов в современных средствах массовой информации.....	10
1.1 Сущность и структура понятия неологизм в лингвистических исследованиях	10
1.2 Общая характеристика языка СМИ	18
1.3 Содержание лингвоэкологического подхода к изучению языковых средств в лингвистике	25
Глава 2 Особенности функционирования неологизмов в современных российских средствах массовой информации.....	33
2.1 Типология неологизмов в современных СМИ.....	33
2.2 Словообразовательные и стилистические особенности неологизмов в современных СМИ.....	46
2.3 Лингвоэкологический аспект функционирования неологизмов в современных СМИ.....	54
Заключение	60
Список используемой литературы и используемых источников.....	66

Введение

Разрабатываемая магистерская диссертация посвящена проблеме изучения особенностей неологизмов, функционирующих в СМИ, в лексико-семантическом, словообразовательном и лингвоэкологическом аспектах.

Актуальность исследования обусловлена непрерывным пополнением объема неологизмов в условиях быстроразвивающегося информационного общества. СМИ одними из первых реагируют на социальные, культурные и технологические изменения и служат важным ресурсом для появления новых слов и обогащения лексической системы языка. Выявление и систематизация структурно-семантических и словообразовательных особенностей неологизмов, используемых в СМИ, позволяет углубить представление об активных тенденциях и процессах в современном русском языке и установить их связь с социокультурными изменениями. Не менее значимым является изучение качества неологизмов с нормативно-стилистической точки зрения, а также их экологического воздействия на коммуникацию.

Степень научной разработанности проблемы исследования. Теоретические проблемы неологии рассматривались в работах С.И. Алаторцевой [3], Л.В. Алпеевой [5], Н.С. Валгиной [9], Ю.А. Воронцовой [13], Т.А. Гридиной, Н.И. Коноваловой [16], Д.О. Горющенко [18], В.Е. Замальдинова [25], Е.А. Земской [26], Л.Ю. Касьяновой [34]-[35], О.В. Котик [47], Н.Н. Кошкарновой [49], В.В. Лопатина [54], М.В. Радченко [76], А.А. Реформатского [80], Е.В. Сенько [82], Н. Buckingham [96], S. Sharipova [99].

Словообразовательные и семантические механизмы образования неологизмов изучались в трудах Ю.В. Акимовой, А.А. Лебедева, З. И. Минеева [2], Н.З. Котеловой [46], Л.П. Крысина [50], Н.А. Лавровой [52], Е.В. Мариновой [56], И.А. Нефляшевой [64], Н.А. Николиной,

Л.В. Рацибурской, В.Г. Фатхутдинова [68], Е.В. Петрухиной [72], Л.И. Плотниковой [73].

Лингвоэкологическому подходу к рассмотрению языковых явлений посвящены исследования А.Н. Абрегова, Б.А. Шеожевой [1], Э.И. Глинчевский [15], В.И. Жельвис [22], Е.Ю. Ильиновой [29], С.В. Ионовой [28], Н.И. Клушиной [41], Г.А. Копниной [42]-[43], В.П. Коровушкина [45], Н.А. Курашкиной [51], Г.Г. Молчановой [59]-[60], А.П. Сковородникова [83]–[85].

Однако отмечается пробел в комплексном исследовании неологизмов современной медийной сферы во всем многообразии аспектов.

Объект исследования – неологизмы в современных российских средствах массовой информации.

Предмет исследования – лексико-семантические, словообразовательные и лингвоэкологические особенности неологизмов в современных российских средствах массовой информации.

Цель исследования – выявить особенности функционирования неологизмов в современных российских средствах массовой информации в лексико-семантическом, словообразовательном и лингвоэкологическом аспектах.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. На основе анализа и обобщения лингвистической литературы охарактеризовать сущность и содержание понятий неологизм, типологию неологизмов.

2. Описать специфику языка современных средств массовой информации и активные тенденции его развития.

3. Раскрыть содержание лингвоэкологического аспекта подхода к изучению языковых средств в лингвистике.

4. Выявить основные тематические группы рассматриваемых неологизмов в зависимости от области номинации.

5. Определить основные способы словообразования рассматриваемых неологизмов и особенности их реализации в современных средствах массовой информации.

6. Выявить неологизмы с отрицательной коннотацией и проанализировать их функции в современных средствах массовой информации.

Теоретико-методологическую основу исследования составили исследования в области:

- теории неологии (С.И. Алаторцева [3], Л.П. Катлинская [38], Л.П. Крысин [50], В.В. Лопатин [53]-[54], Л.В. Рацибурская [77]-[79], Е.В. Сенько [82] и другие);

- словообразования (Н.С. Валгина [9], И.А. Нефляшева [65], Д.Д. Нечипорук, Н.А. Аверьянова [66], Е.В. Петрухина [72] и другие);

- медиалингвистики и функциональной стилистики (М.Н. Володина [12], Э.И. Глинчевский [15], И.Б. Голуб [17], О.В. Дедова [20], М.Р. Желтухина. [23]-[24], А.С. Зотова [27], С.В. Ильясова [30], Н.И. Клушина [40]-[41], В.Г. Костомаров [48], О.Н. Мищук [58] и другие);

- лингвоэкологии (В.П. Коровушкин [45], Н.А. Курашкина [51], А.П. Сковородников [83]-[85], И.В. Формановская [89], В.И. Шаховский [92]-[93] и другие)

Методы исследования включают общенаучные методы: анализ, синтез, обобщение теоретических источников; собственно лингвистические методы, позволяющие комплексно исследовать выявленные неологизмы: словообразовательный, структурно-семантический анализ, контекстуальный анализ, описательный метод, предполагающий классификацию языковых единиц.

Материалом для исследования послужили словари «Новое в русской лексике. Словарные материалы – 2022» [69] и онлайн-ресурс Института лингвистических исследований «Новое в русской лексике» [70]. Выделение неологизмов осуществлялось в период с 2022 по 2025 гг.

Научная новизна исследования заключается в использовании комплексного анализа лексико-семантических, словообразовательных и лингвоэкологических характеристик неологизмов применительно к современным российским СМИ, что позволило выявить и описать: семантическую типологию неологизмов по областям номинации; наиболее продуктивные способы и модели словообразования неологизмов; классификацию неологизмов, реализующих дискредитирующую стратегию коммуникации.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, оно углубляет представления о механизмах порождения и функционирования новых лексических единиц, а также расширяет теоретическую базу медиа-лингвистики и лингвоэкологии.

Практическая значимость исследования состоит в том, полученные результаты могут найти широкое применение в практике вузовского изучения лексикологии и стилистики; в лексикографии при формировании актуальных словарных статей в словарях неологизмов; предложенные классификации неологизмов в аспекте лингвоэкологии новых слов могут быть использованы при проведении лингвистической экспертизы текста.

Апробация велась в течение всего исследования. Его результаты докладывались на профильных конференциях разного уровня:

- «Молодежь. Наука. Общество» в рамках секции «Отечественная филология (русский язык)» (Тольятти, 18–22 декабря 2023 г.);

- «Студенческие Дни науки в ТГУ» в рамках секции «Русский язык и литература», подсекции «Русский язык» (Тольятти, 1–30 апреля 2024 г.);

- L Самарская областная студенческая научная конференция в рамках подсекции «Лексика: современные аспекты изучения» (Самара, 2024 г.);
- I Национальная междисциплинарная научно-практическая конференция «Социальные коммуникации в цифровую эпоху» (Тольятти, 28–29 ноября 2024 г.);
- «Студенческие Дни науки в ТГУ» в рамках секции «Русский язык и литература», подсекции «Русский язык» (Тольятти, 1 апреля–16 мая 2025 г.);
- LI Самарская областная студенческая научная конференция в рамках подсекции «Русский язык в разных сферах коммуникации» (Самара, 2025 г.).

На защиту выносятся следующие положения:

1. Современные российские СМИ являются основным каналом поступления неологизмов в язык, формируя особый тип лексических инноваций, что обусловлено процессами экспрессивации, интернационализации, словообразовательной игры и семантического обновления лексики в медийном тексте.
2. Основные способы образования неологизмов в современных российских СМИ представлены заимствованиями (в первую очередь англицизмами), суффиксальным, префиксальным, приставочно-суффиксальным способами, сложением основ, контаминацией, причём в медиадискурсе наблюдается высокая продуктивность узувальных моделей.
3. Тематические группы неологизмов в современных российских СМИ демонстрируют устойчивые области номинации (политика, экономика, технологии, военное дело) и непосредственно соотносятся с актуальными социокультурными, технологическими и политическими процессами.
4. Критериями оценки неологизмов с позиций лингвоэкологии являются их функциональная целесообразность, соответствие языковым и этическим нормам коммуникации, стилистическая окраска. Неологизмы с отрицательной коннотацией преимущественно реализуют речевую агрессию.

Структура магистерской диссертации. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы (100 источников). Основной текст работы изложен на 76 страницах.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, определяются объект, предмет, цель, выдвигается гипотеза и формулируются задачи работы, характеризуются научная новизна, теоретическая и практическая значимость результатов исследования.

В первой главе «Теоретические аспекты изучения функционирования неологизмов в современных российских средствах массовой информации» раскрывается сущность понятий неологизм, типы неологизмов; характеризуется специфика языка современных средств массовой информации и активные процесс, протекающие в нем; выявляется содержание лингвоэкологического аспекта подхода к изучению языковых средств в лингвистике.

Во второй главе «Особенности функционирования неологизмов в современных российских средствах массовой информации» описывается типология анализируемых неологизмов, определяются основные способы из словообразования и особенности реализации словообразовательных механизмов в современных средствах массовой информации; характеризуются неологизмы с отрицательной коннотацией с позиции лингвоэкологии.

В заключении представлены основные результаты поставленных задач исследования и сделаны обобщающие выводы.

Основные результаты исследования представлены в четырех научных публикациях в сборниках научно-практических конференций:

1. Суханова В.О. Особенности функционирования неологизмов в СМИ: лексико-семантический и словообразовательный аспекты // «Молодежь. Наука. Общество»: Всероссийская студенческая научно-практическая междисциплинарная конференция (Тольятти, 18 – 22 декабря

2023 г.): сборник студенческих работ / отв. за вып. С.Х. Петерайтис. Тольятти : Изд-во ТГУ, 2024. С. 511–515.

2. Суханова В.О. Неологизмы тематической зоны СВО: лингвоэкологический аспект // Студенческие Дни науки в ТГУ : научно-практическая конференция, Тольятти, 1–30 апреля 2024 г. : сборник студенческих работ / отв. за вып. С.Х. Петерайтис. Тольятти : Изд-во ТГУ, 2025. С. 292–295.

3. Суханова В.О. Интернет-неологизмы в подростковом дискурсе: лингвистические механизмы распространения // Социальные коммуникации в цифровую эпоху : Сборник тезисов I Национальной междисциплинарной научно-практической конференции, Тольятти, Тольяттинский государственный университет, 28–29 ноября 2024 г. М. : Спутник +, 2025. С. 103–105.

4. Суханова В.О. Неологизмы-дисфемизмы в российских СМИ как средство речевой агрессии // Студенческие Дни науки в ТГУ : научно-практическая конференция, Тольятти, 1 апреля – 16 мая 2025 г. : сборник студенческих работ / отв. за вып. С.Х. Петерайтис. Тольятти : Изд-во ТГУ, 2025. В печати.

Глава 1 Теоретические аспекты изучения функционирования неологизмов в современных средствах массовой информации

1.1 Сущность и структура понятия неологизм в лингвистических исследованиях

Смена эпох всегда влечет за собой изменения во всех сферах деятельности человека, включая языковую коммуникацию. Период конца XX –начала XXI вв. не стал исключением. Общественные изменения, например, отмена цензуры в СМИ, активное развитие международных контактов, распространение Интернета, глобализация – все это отразилось в языке, в первую очередь это коснулось лексического уровня. Поскольку изменения коснулись прежде всего лексического уровня языка, стоит говорить о появлении большого количества неологизмов.

Необходимость исследования, систематизации и описания лексики не вызывает сомнения, но ни в XIX в., ни даже в начале XX в. не было специальной науки, изучающей пополнение словарного запаса. Только во второй половине XX в., когда произошло активное пополнение лексического уровня, начали появляться исследования в области неологии.

Можно выделить следующие этапы в исследовании неологизмов:

– конец XIX – начало XX в. Исследования неологизмов были преимущественно нормативными. Лексика исследовалась в связи с другими уровнями языка. Лингвисты в данный период боролись с засорением литературного языка, особенно популярен был пуризм, то есть очищение языка от заимствований. Именно в этот период начали появляться словари иностранных слов, а также работы по культуре речи, но отдельных работ по неологии еще не возникало. Ключевыми становятся работы Я.К. Грота и А.И. Соболевского;

– 1920-1980-е гг. В данный период уже складывается более систематический и теоретический подход к изучению лексики. Исследователи продолжали уделять внимание нормативному аспекту и литературному языку, но также ученые стали обращать внимание на неологизмы, представляющие собой отражение социальных и идеологических изменений. В 1920-1930-е гг. начинается активное словотворчество, что обусловлено революцией и построением нового общества. Лингвисты начинают классифицировать и описывать неологизмы, отражающие новые реалии. Ключевыми становятся исследования Л.В. Щербы и В.В. Виноградова. В 1940-1950-е гг. акцент снова смещается на борьбу с засорением языка. 1960-1980-е гг. знаменуются более глубокой теоретической разработкой вопроса о неологизмах. Появляются работы, посвященные словообразованию, семантике, деривации. Свои исследования представляют А.А. Реформатский [80], Е.А. Земская [26], Д.Э. Розенталь [81];

– 1990-е гг. – настоящее время. Исследователи отказались от жестких идеологических установок, поэтому возникает плюрализм подходов. Акцент смещается на динамику языка, на его способность адаптироваться к новым условиям. В 1990-е гг. возникает большое количество заимствований и жаргонизмов. 2000-е гг. характеризуются большим влиянием интернет-коммуникации на язык, появляются языковые корпуса.

Классическая лингвистика рассматривает «неологизмы» как обозначение нового слова, появившегося в языке для номинации новых объектов или явлений, а также для придания новых качеств уже существующим. О.С. Ахманова дает следующее определение неологизму: «слово или оборот, созданные (возникшие) для обозначения нового (прежде неизвестного) предмета или для выражения нового понятия» [6, с. 231]. Помимо этого определения в словаре представлено еще одно: «Новое слово или выражение, не получившее прав гражданства в общенародном языке и

потому воспринимающееся как принадлежащее к особому, нередко сниженному стилю речи» [6, с. 231]. Следовательно, неологизмами следует считать такие лексемы, которые недавно вошли в язык и еще не успели в нем закрепиться, поэтому часто подобные слова воспринимаются как просторечия.

Лингвистические исследования сосредотачивались на анализе новых слов, фиксируемых словарями и специальными изданиями, что позволяло судить об объективности оценки степени проникновения неологизмов в систему языка.

Классические определения неологизмов делали акцент на следующих факторах:

- новизна лексем. Неологизмом следует считать только те слова, которые ранее отсутствовали в языке. Критерием новизны служило отсутствие слова в толковых словарях;

- семантическая мотивация. Классические исследования много внимания уделяли способам образования неологизмов, анализ которых позволял понять продуктивность словообразовательных моделей в тот или иной период;

- функциональная роль. Неологизмы считались средством обогащения словарного состава языка, являющегося показателем его отражения изменений в мире.

Один из наиболее влиятельных классических подходов к определению неологизмов был сформулирован А.А. Реформатским, который рассматривал неологизмы как лексемы, возникшие в языке «для обозначения новых понятий, которые уже существуют в действительности» [80, с.162]. А.А. Реформатский отмечал динамичный характер языка, его способность реагировать на общественные изменения, а также подчеркивал важность словообразовательного анализа новых лексем.

Подобный подход в своих исследованиях поддерживает Д.Э. Розенталь [81], уделяющий большое внимание правильности употребления лексем, фиксируемых нормативными словарями. Он считал необходимым быть осторожными при употреблении новых слов и рекомендовал проверять их словарное значение, прежде чем включать в официальные тексты.

Данные классические определения стали основой для дальнейших исследований неологизмов, однако с развитием лингвистической науки классические определения столкнулись с рядом трудностей, например, стало труднее определить, что следует считать «новизной».

Многие современные исследователи, например, Л.П. Катлинская [38, с. 7] и Е.В. Сенько [82, с. 16] считают, что неология как наука еще не оформилась, поэтому и само определение неологизма остается неясным.

Сам термин «неологизм» также неоднозначен, некоторые исследователи и вовсе употребляют другие термины: новообразования, инновации, новшества. Р.Ю. Намитокова [61] делит новые слова на неологизмы и новообразования и противопоставляет эти понятия друг другу, «новообразования» в ее исследованиях приравниваются «окказионализмам».

Т.В. Попова, Л.В. Рацибурская, Д.В. Гугунава считают, что все эти термины имеют разную внутреннюю структуру: «Субстантив «новообразование» в силу своей внутренней формы «новое образование» употребляется либо по отношению к любым инновациям – инновациям любых уровней языка, либо по отношению к словообразовательным неологизмам – одной из групп новых номинативных единиц» [74, с. 8].

Е.В. Сенько в работе «Теоретические основы неологии» говорит о том, что неологизм – это «собственно лексическая категория», поэтому причислять к неологизмам «несловные» единицы, например, морфемы и словосочетания, не стоит [82, с. 39].

Актуальной остается проблема разграничения окказионализмов и неологизмов. Изначально все новые лексемы называли «неологизмами»,

иногда с различными пометами: «стилистические неологизмы», «авторские неологизмы», «речевые неологизмы». Неологизмы и окказионализмы имеют один общий признак – это новые слова, но лингвисты чаще всего разграничивают эти два термина. Ю.Н. Несветайло пишет о том, что неологизм – это факт языка, а окказионализм – факт речи [63]. Неологизмы – это лексемы, которые возникают в языке и воспринимаются как новые до тех пор, пока не войдут в активный словарный запас. Окказионализмы возникают стихийно, в момент речи. Исследователь А.Г. Лыков отмечает, что «новым может быть только то, что способно с течением времени стареть» [55]. Можно сказать, что окказионализмами следует считать слова, которые не соответствуют общепринятым языковым нормам и не получают широкого распространения. Чаще всего окказионализмы создаются конкретными лицами, в основном писателями. Неологизмы, поскольку получают широкое распространение, понятны вне контекста, а окказионализмы вне контекста чаще всего непонятны.

Неоднозначность неологизмов может быть объяснена различными критериями, которые выдвигаются для их характеристики, поскольку каждый исследователь рассматривает новые слова со своей точки зрения.

Л.В. Шалина [91, с.73-77] в своем обзоре выделяет следующие подходы при рассмотрении неологизмов:

- неологизмы как способ наименования новых реалий, то есть сначала возникают новые реалии, от этого появляются новые явления, для них появляются новые слова;

- неологизмы как абсолютно новые слова (Р.А. Будагов, А.В. Калинин, Е.В. Розен, Н.М. Шанский);

- неологизмы как отражение временного показателя. Неологизмами следует считать слова, которые возникли в тот период, когда они используются, по мнению исследователей, слова считаются неологизмами

около тридцати лет (В.В. Виноградов, Б.Н. Головин, Е.В. Розен, М.Н. Золотарева).

В настоящее время распространен подход Н.З. Котеловой, которая старалась определить сущность неологизмов по их отличительным чертам. Всего исследователь выделяет четыре таких черты:

- время, то есть неологизмами можно считать «новые слова какого-либо периода по отношению к какому-нибудь из предшествующих периодов, слова какого-либо периода, которых не было в предшествующий период»;
- мобильность лексемы, то есть ее способность перемещаться из одной сферы в другую, при этом в одной из них лексема может быть неологизмом, а в другой – узуальной;
- вид новизны (данный критерий важен для определения типа неологизма, а не для его сущности);
- структурные признаки новизны [46].

На основе данных признаков Н.З. Котелова называет неологизмами «слова, значения слов, идиомы, узуально существующие в определенный период в определенном языке, подязыке, языковой сфере и не существовавшие в определенным образом ограниченный предшествующий период в том же языке, подязыке, языковой сфере» [46, с. 22.].

Еще один подход к рассмотрению неологизмов представила С.А. Алаторцева, которая делит лексические новации на пять разрядов:

- по форме языковой единицы исследователь выделяет три вида новых слов: лексические, семантические, фразеологические;
- по степени новизны: абсолютные и относительные неологизмы;
- по способу номинации: внешние и внутренние;
- по принадлежности языку: узуальные и неузуальные;
- по продолжительности существования: однократное употребление, вошедшие в язык неологизмы и «историзмы современности» [3, с. 55].

Т.В. Попова, Л.В. Рацибурская и Д.В. Гугунава в своей работе представляют похожую классификацию, но неологизмы делятся ими по четырем параметрам:

- по виду лексемы,
- по степени новизны,
- по виду обозначаемой реалии,
- по способу образования [74].

Чаще всего современные исследователи [93; 76; 79; 80] опираются на комплексный анализ, используя при анализе достижения не только языкознания, но и психологии, социологии, политологии и других смежных наук. Например, анализ неологизмов, возникших в период пандемии, невозможен без обращения к реалиям общественной жизни. Но самым важным фактором для изучения неологизмов является факт того, что язык динамичен, а быстро меняющаяся языковая ситуация требует постоянного изучения.

Неологизмы, как и другие языковые элементы, выполняют определенный набор функций, как лингвистических, так и экстралингвистических:

- номинативная функция. Неологизм, как и любая другая лексическая единица, в первую очередь служит средством наименования тех или иных предметов и явлений;

- стилистическая функция. Стремительное изменение в общественной жизни на рубеже XX–XXI в. повлекло за собой рост влияния СМИ на общественное сознание. СМИ в наше время ставят своей целью не столько проинформировать читателя о событии, сколько проинтерпретировать происходящее и придать этой информации форму объективности. Актуальными становятся исследования, направленные на изучение влияния прессы на социум, при этом оценочность признается самым действенным средством. Неологизмы представляют собой наиболее распространенные

средства выражения негативной оценки в медиатекстах. Поскольку неологизмы не только несут сведения о конкретном предмете или явлении, но и оценку этого предмета автором неологизма, значит оценочность – часть семантики подобных лексем. Для неологизмов, таким образом, ведущей становится экспрессивно-оценочная функция.

Оценочность у неологизмов может быть двух видов:

- ингерентная, то есть такая эмоциональная реакция и оценка, которая отражается сознанием в отношении определенного предмета. Подобная оценка закреплена в семантике самой лексемы;
- адгерентная, то есть такая оценка, которая актуализируется лишь в определенном контексте;
- коммуникативная функция;
- прагматическая функция, которая связана на данный момент с самым распространенным видом коммуникации – виртуальной, поэтому прагматическая функция тесно связана с коммуникативной;
- нормообразующая функция, заключающаяся в создании новых стандартов языка;
- синтаксическая функция. Создание неологизмов может провоцироваться экспрессивным фоном;
- когерентная функция, которая отражает связь неологизмов с определенной исторической эпохой [64].

Таким образом, можно сказать, что неология – относительно новая наука, которая активно развивается в данный момент. Исследователи-лингвисты активно занимаются разработкой терминологии, связанной с неологизмами, способами их образования, с их функциями. Современный этап изучения неологизмов в отечественном языкознании расширил исследовательские горизонты, сложился междисциплинарный подход, обращающий внимание не только на лингвистическую сторону, но и на социокультурные факторы, оказывающие влияние на словообразование и

развитие языка. В нашем исследовании мы разграничиваем понятия «неологизм» и «окказионализм». Неологизмами можно считать слова, ставшие частью языка, а окказионализмами называют такие лексемы, которые употребляются в конкретных контекстах и не имеют широкого распространения. Оба типа лексем свидетельствуют о «живости» языка, об его способности к развитию и изменениям, существенное различие лишь в том, что «окказионализм» сохраняет свою новизну на протяжении долгого времени, а неологизмы ее теряют в процессе включения в активный словарный запас. Неологизмы, как и окказионализмы в первую очередь служат средством номинации новых предметов и явлений, а также становятся стилистическим маркером, создавая в медиатекстах языковую игру.

1.2 Общая характеристика языка СМИ

В настоящее время языковые особенности средств массовой информации изучаются в рамках двух направлений – медиалингвистики и функциональной стилистики.

Современная лингвистика создала отдельное направление, изучающее язык СМИ – медиалингвистику. Т.Г. Добросклонская определяет медиалингвистику как «изучение функционирования языка в сфере массовой коммуникации» [21, с. 47]. Основными терминами в науке о медиалингвистике стали медиатекст и медиадискурс как основные формы существования языка СМИ.

Все средства массовой информации представляют собой особый вид коммуникации – медиадискурс. Медиадискурс как одна из разновидностей дискурса представляет собой «совокупность всех процессов и производных речевой деятельности в области средств массовой информации, в том числе и вопросы их координирования со всеми его сложностями» [21, с. 20-45]. Новые медиа сформировали новый тип сознания, и новый тип коммуникации. Начинает процесс «медиатизации», то есть «двусторонний

процесс развитой современности, в котором медиа, с одной стороны, выделяются как независимый институт с собственной логикой, к которой другие социальные институты должны подстроиться» [97]. То есть средства массовой информации представляют собой главенствующий социальный институт, на который другие должны ориентироваться. Но, как отмечает S. Hjarvard, «с другой стороны, медиа одновременно становятся неотъемлемой частью других институтов, таких, как политика, работа, семья, религия» [97].

Признаками дискурса современных СМИ можно считать: дистантность, ретинальность (то есть информация передается адресату, про которого автору ничего неизвестно), индивидуально-коллективный субъект (тексты могут быть написаны как в соавторстве, так и исходя из общей позиции коллективов, работающих в том или ином издании), рассредоточенность адресата, взаимосвязь с общественной жизнью, а также способность влиять на нее.

Медiateкст – разновидность текста, функционирующая в средствах массовой информации. Особенности медиатекстов можно считать следующее:

- производитель речи и ее субъект совпадают;
- открытость речи;
- множество проявлений авторского «я»;
- расчет на широкую аудиторию;
- многоплановость;
- полифоничность;
- гетерогенность;
- стремление подать информацию в ее актуальности.

Современные средства массовой информации могут использовать различные способы передачи информации: визуальные, аудиальные, аудиовизуальные. Автор медиатекстов, используя любой из этих способов

передачи информации, обязан учитывать особенности массового адресата, на которого рассчитан этот текст, поэтому адресант готов использовать такие речевые стандарты, которые необходимы в той или иной сфере.

С позиций функциональной стилистики язык средств массовой информации представляет собой публицистический стиль. Публицистический стиль – это один из функциональных стилей языка, использующийся в широком спектре общественных отношений: в политике, в идеологии, в культуре, в спорте.

Л.В. Недоступова в своей выделяет признаки публицистического стиля: логичность, образность, оценочность, эмоциональность, призывность и языковые средства, способствующие выполнению данных функций [62]. Публицистический стиль характеризуется постоянным чередованием экспрессии и стандарта, при этом экспрессивные выражения нередко могут переходить в разряд стандартных клише [25].

Тексты, относящиеся к публицистическому стилю, выполняют несколько функций:

- информационную, так как главная цель любого текста – сообщить информацию о ком-либо или о чем-либо;
- комментарийно-оценочную. Поскольку СМИ выполняют воздействующую функцию, одной из особенностей таких текстов является экспрессивность высказываний;
- познавательно-просветительскую, поскольку любой текст так или иначе отражает культурную, научную, историческую информацию;
- воздействующую, так как СМИ активно влияют на мнения и поведения людей. Особенно ярко проявляет себя воздействующая функция в период общественных изменений, когда читатели особо активно следят за новостями;

– гедонистическую, при этом информация, передаваемая в медиатексте, не обязательно должна нести развлекательный характер, достаточно того, чтобы форма ее передачи эстетически воздействовала на читателя [31].

Среди основных активных тенденций в развитии языка средств массовой информации исследователями отмечаются следующие:

- передача нормотворческой функции от литературного языка к языку СМИ;
- демократизация нормы литературного языка (проникновение в него жаргонизмов, сниженной лексики, канцелярита; заведомое отступление от орфоэпических, орфографических, стилистических и лексических норм);
- расширение оценочного потенциала медиатекстов и речевой агрессии;
- активизация неологизмов и заимствований.

На рубеже XX – XXI вв. стоит говорить про изменение «нормы», язык художественной литературы утратил функцию нормотворчества и передал ее СМИ, поэтому современное состояние языка стоит оценивать на материале языка средств массовой информации. Падение уровня школьного образования повлекло за собой сокращения интереса к классической литературы, поэтому СМИ стали главным институтом развития современного литературного языка [4, с. 122–128].

В медиатекстах конца 1980-х гг. очевидны две противоположные тенденции: некоторые журналисты брали за ориентир традиционную литературную норму, другие же считали, что языку прессы нужна полная свобода. Язык средств массовой информации становится полем для создания нового литературного языка. Являясь открытым для различных влияний, язык СМИ придает некоторым, ранее закрытым для распространения элементам, статус всеобщности. СМИ представляют собой главный источник пополнения литературного языка.

Медиатексты начинают изобиловать лексемами, включающими в себя оценочный компонент. Оценочная семантика в лексемах развивается, когда в семантику слова включаются такие элементы, которые отражают принадлежность объекта оценки к какому-либо классу или группе. Оценка, в таком случае, изменяется в зависимости от субъекта, оценивающего объект, а именно – от его идеологической позиции [86, с. 21-24]. Коннотация лексических единиц может со временем изменяться, подобные трансформации связаны с изменением важности той или иной семы в составе слова, чаще всего актуализация значения связана с контекстом, в который помещено слово. Язык СМИ может расширять оценочный потенциал литературного языка, поэтому важно изучать его проявления на всех уровнях общественной жизни, поскольку он может дифференцироваться в зависимости от сферы функционирования

Многие процессы, происходящие в языке СМИ, в большей мере связаны с внелингвистическими факторами. Одной из причин подобных изменений стало появление сетевой журналистики. Новый тип медиа привел к тому, что информация в печатных текстах, в интернет-текстах и на телевидении передается различными языковыми средствами. Как отмечает Г.П. Немищенко: «в отличие от художественного творчества медиальные средства, напротив, ориентированы на массовую аудиторию, на создание единого общеэтнического коммуникативного и культурного пространства» [67, с.101]. То есть медиатексты способствуют возникновению нового культурного поля, нового коммуникативного пространства. «Именно эта задача во второй половине столетия приобрела не только особую актуальность, но и стала реально осуществимой благодаря достижениям научно-технического прогресса» [67, с.101]. Медиатексты способствуют демократизации языка, так как в них преобладает личностное начало, появляется тенденция к диалогичности.

Как отмечалось ранее, в медиатекстах XXI в. произошло значительное увеличение количества неологизмов, связано это с несколькими факторами:

- технический прогресс и множество социокультурных изменений;
- процесс глобализации;
- изменение социальных норм и ценностей;
- конкуренция за внимание аудитории СМИ;
- необходимость популяризации и упрощения сложных понятий;
- развитие социальных сетей и рост их влияния на личность;
- дифференциация узкоспециальных понятий;
- языковая мода [100].

Суть процесса активизации неологизмов в СМИ заключается в их быстром распространении в медиатекстах, а также в их закреплении в общественном сознании, в процессе чего происходит расширение или изменение первоначального значения.

Процесс активизации неологизма в СМИ можно описать следующим образом:

- возникновение неологизма (лексемы могут возникать спонтанно в результате языкового творчества автора медиатекста, могут быть созданы целенаправленно для обозначения нового понятия или явления, а также могут представлять собой заимствование из другого языка);

- первичное освещение в СМИ (средства массовой информации «вводят» неологизм в широкую аудиторию, чаще всего первичное употребление сопровождается с объяснением значения, предоставляется этимологическая справка и рекомендуются сферы употребления данного неологизма. Важным здесь является способ подачи информации, поскольку от него зависит то, насколько запомнится данная лексема и войдет ли она в активный запас);

- повторное употребление и контекстуализация (чем чаще СМИ употребляют данный неологизм, тем быстрее он приживается в языке, а

различные контексты позволяют определить стилистическую окраску неологизма);

- расширение сферы употребления;
- легитимизация и нормализация (неологизм перестает восприниматься как что-то необычное и новое, а также закрепляется в словаре) [98].

Факторами, влияющими на активизацию неологизмов можно считать:

- актуальность и востребованность подобной номинации;
- удобство и лаконичность неологизма;
- удачность формы и содержания;
- активная поддержка со стороны СМИ;
- распространение в социальных сетях.

Активизация неологизмов в СМИ – это сложный и многогранный процесс, в котором СМИ играют ключевую роль в представлении, распространении и легитимизации новых слов и выражений. Успешная активизация приводит к тому, что неологизм становится неотъемлемой частью языка и используется для обозначения важных и актуальных понятий.

Таким образом, следует говорить о том, что язык средств массовой информации в последнее время сильно изменился: чрезмерное количество американизмов, проникновение жаргонной, иногда нецензурной лексики. Ослабление цензуры повлекло снижение уровня культуры речи СМИ. Поскольку средства массовой информации являются мощным инструментом воздействия на общественное сознание, язык медиатекстов стал источником современной языковой нормы. В современных СМИ появилось большое количество элементов, которые снижают уровень культуры речи адресатов медиатекстов, что требует исследования языка СМИ в русле нового направления – лингвоэкологии. В медиатекстах появляется большое количество неологизмов, стилистическая принадлежность которых определяется в процессе их распространения.

1.3 Содержание лингвоэкологического подхода к изучению языковых средств в лингвистике

На стыке таких наук, как культура речи, эмотиология и валеология родилось новое научное направление – лингвоэкология, использующая как методологию не только собственно лингвоэкологический терминологически аппарат, но и методологию лингвистики эмоций.

Современная отечественная наука действует, исходя из двух подходов, граничащих между такими научными областями, как экология и языковедение.

Исходя из терминологии А. Хаугена, первый подход можно назвать «экология языка», который сводится к расширению языка за счет включения в него экологической терминологии («экосистема», «экология»). Объектом языка здесь являются экологические термины, которые дают возможность изучать язык, подобно другому организму, взаимодействующему с внешней средой и нуждающемуся в защите от воздействий.

Второй подход, по обозначению М. Халлидея, называется «языковая экология» и заключается в рассмотрении текстов с позиции их «экологичности» для общества и отдельной личности. Язык в этом подходе рассматривается как средство описания проблем общества, а также предлагаются способы их устранения. Лингвистический подход здесь становится частью науки «экология человека».

За основной подход при изучении текстовой среды следует принимать второй. Основной проблемой при таком подходе является вопрос о степени экологичности текстового окружения личности, а также выявление признаков экологичности информации.

Лингвоэкологию можно считать наукой, соединяющей методологию как экологии, так и лингвистики, а эколингвистика привносит на языковой уровень принципы экологии.

Лингвоэкологию следует считать самой разработанной областью современной эколингвистики, хотя дискуссии об ее соотношении со смежными отраслями продолжаются до сих пор. В настоящее время понятия «лингвоэкология» и «эколингвистика» некоторыми исследователями считаются взаимозаменяемыми, хотя следует отметить, что в качестве достоинства лингвоэкологии можно отметить богатство лингвистических традиций, а эколингвистику можно считать соотнесенной с лингвистикой [55].

Лингвоэкология – это наука о взаимосвязи языка и общества, использующего его в качестве одного из своих кодов.

Большое влияние оказывает лингвоэкология на познание, поскольку является когнитивной наукой. Достижения лингвоэкологии можно использовать в качестве той конструктивной силы, которая может стать помощником в разрешении коммуникативных проблем, поэтому при применении подобных лингвистических знаний нужно учитывать два аспекта: языковую экологию (то есть зависимость языкового развития от общественного и личностного развития) и человеческую экологию (то есть влияние на личность языкового окружения). Актуальны становятся вопросы не столько об экологичности языка, сколько об экологических тактиках коммуникации [28].

Можно выделить следующие этапы становления лингвоэкологии:

- вторая половина XIX в. – возникновение «экологии» как науки, что стало основой для экологизации многих научных направлений, особенно это отразилось в их наименованиях, содержащих в себе компонент «эко»;
- вторая половина XX в. – появление «экологии культуры», ставшей фундаментом лингвоэкологии;
- конец XX в. – появление науки «лингвоэкология».

Лингвистическую среду как объект лингвоэкологии можно понимать следующим образом:

- языковое окружение отдельного человека;
- среда функционирования языка [45, с. 60–64].

Информационная среда может влиять на человека как с помощью текстового пространства, так и с помощью биосоциальных факторов.

Ведущим принципом для эмотивной лингвоэкологии становится «хорошая речь», которая ставит своей целью не оскорбление адресата, а правильное и возвышенное выражение своей позиции. Лингвоэкологию, таким образом, можно определить как борьбу за исключение из языка ненужных заимствований, а также поиск средств и путей его совершенствования.

Лингвоэкология способствует не только охране языка от нежелательных для него элементов, но и его развитию. Языковые факты с позиции лингвоэкологии оцениваются с учетом тенденций в развитии языка.

Понятие лингвоэкология включает в себя «языковое сознание социума», это означает, что травма языка появляется в том случае, когда существует травма у тех, кто говорит на этом языке.

А.П. Сковородников выделяет следующие проблемы, существующие в языковом сознании на данный момент:

- снижение уровня знания и понимания фразеологических единиц, что влечет за собой оскудение словарного запаса;
- лексико-семантические утраты;
- идеологическая неоднозначность некоторых лексем;
- использование некоторых терминов (в особенности политических), изменивших свой состав с целью манипуляции;
- изучение манипулятивных приемов и создание приемов контрманипулятивных для обеспечения информационной безопасности страны;
- устранение из общественного сознания важности национальной символики;

- проблема языковой русофобии;
- взаимосвязь экологии языковой и экологии в литературе;
- проблема языковой компетенции;
- проникновение в язык чужеродных элементов и жаргонизмов [85].

Н.Д. Бессарабова, являющаяся основателем современной лингвоэтики, утверждала, что лингвоэтика занимается отклонениями в общественной жизни, а именно – языковыми способами их выражения [10].

Информация в наше время представляет собой основную ценность, которая может оказывать влияние на жизнь социума, поэтому массмедийная коммуникация приобретает главенствующую роль. Но в подобных условиях к массмедийному пространству выдвигаются новые требования – информация, циркулирующая в СМИ, должна помогать личности ориентироваться в изменяющемся обществе, а также осмыслить приобретаемый социокультурный опыт.

В современном языковом сознании утверждается мнение о том, что язык СМИ – это воплощение стилистической и литературной нормы. Поскольку язык СМИ в первую очередь направлен на эмоциональное воздействие на адресата, здесь нередко используются те элементы, которые недозволены лингвоэтикой.

Самыми частотными являются следующие лингвоэтические нарушения:

- использование грубых просторечий или табуированных лексем;
- инвективы;
- обценизмы;
- жаргонизмы социального дна и лингвоцинизмы;
- лексем, связанные с сексуальной тематикой;
- девиантная языковая игра;
- неудачное цитирование;
- подмена понятий;

- речевые манипуляции;
- речевая агрессия.

Причинами появления лингвоэтических нарушений можно считать:

- свобода слова СМИ, появившаяся в период перестройки, которую журналисты восприняли, как и свободу речи в том числе;
- демократизация языка, появившаяся под влиянием постмодернизма;
- западное влияние на русский язык;
- коммерческая направленность текстов СМИ [90].

Лингвоэкологической можно считать такую коммуникацию, в процессе которой происходит духовное развитие личности, а вместе с тем – совершенствование коммуникации.

Можно выделить следующие лингвотоксические элементы, оказывающие негативное влияние на коммуникацию:

- социально-культурные и когнитивно-коммуникативные языковые стратегии;
- асимметрия эколого-когнитивных параметров.

В первую очередь угроза проникновения лингвотоксических элементов грозит лексическому уровню языка.

Поскольку объектом нашего исследования являются неологизмы, исследовать в русле лингвоэкологии мы будем в первую очередь их. Лингвоэкологический аспект анализа неологизмов в средствах массовой информации связан с выявлением оценочности новообразований, реализующейся посредством словообразовательной структуры лексемы (типа и семантики мотивирующей основы, словообразовательных средств, их стилистической окраски). Например, неологизм становится оценочным в том случае, если производящее слово имело оценочную семантику. Стилистически сниженные дериваты имплицитно содержат в себе отрицательную коннотацию. Маркированными являются также разговорные лексемы и просторечия, так как они несут в себе негативную

экспрессивность и являются средствами субъективной оценки. Часто в современных СМИ неологизмы образуют от имен собственных, чаще всего они несут в себе отрицательную коннотацию, которая распространяется не только на предмет оценки, но и на лицо, имя которого стало мотивирующим для лексемы [77].

По причине наличия экспрессивно-оценочного компонента у неологизмов данные единицы нередко становятся средством речевой агрессии, в частности дисфемизации высказывания [79].

В современном информационном пространстве, характеризующемся поляризацией мнений, речевая агрессия становится все более распространенным явлением. Одним из инструментов реализации речевой агрессии являются неологизмы-дисфемизмы – «слово или оборот, противоположный по функции эвфемизму, намеренное использование грубых, вульгарных, стилистически сниженных (иногда нецензурных) слов и оборотов с целью выражения резко отрицательной оценки или создания экспрессии в тех случаях, где возможно стилистически и эмоционально нейтральное употребление» [95, с. 139]. Анализ способов образования неологизмов-дисфемизмов позволяет лучше понять механизмы формирования негативного образа оппонента и манипулирования общественным сознанием в медиадискурсе. Кроме того, в современном медиадискурсе возникла потребность разграничения экспрессивности речевых актов и таких, которые стали угрозой языковой экологии.

Таким образом, медиатексты сегодня – это посредники между различными социальными группами. Подобные тексты могут оказывать позитивное или негативное влияние на эмоциональное состояние как отдельной личности, так и всего общества. Именно это влияние и называется эколингвистическим аспектом коммуникации. В центре внимания исследователей находится информативная ценность события и его особенности. Медиатекст, используя коммуникативно-дискурсивные

стратегии, должен представлять обществу информацию о происходящих событиях, при этом не вызывая панику и тревогу у реципиентов [34]. Лингвоэкология – наука, занимающаяся определением и устранением таких элементов, которые могут затруднять коммуникацию. Необходимость науки о лингвоэкологии обусловлена рядом причин, связанных с возрастающим влиянием языка на сознание человека, а также с необходимостью сохранения языкового разнообразия и культурного наследия от чрезмерных заимствований и включений «токсичных» элементов. Сейчас мы можем наблюдать несколько угроз русскому языку:

- чрезмерное использование жаргонизмов, неологизмов, лексем, заимствованных из других языков или с иноязычным компонентом;
- большое влияние языка СМИ на литературную норму;
- манипулятивное влияние рекламы и социальных сетей;
- неэтичное использование языка.

Выводы по первой главе.

Неология – относительно новая наука, которая активно развивается в современном отечественном языкознании. Если в начале XX в. исследований по лексике практически не было, то в настоящее время – это самый популярный пласт для исследования. Несмотря на большое количество исследований, единой терминологии и методики исследования неологизмов до сих пор не выработано.

Неологизмами, исходя из терминологии О.С. Ахмановой, мы будем считать лексемы, появившиеся для наименования новых реалий, но еще не закрепившиеся в языке, поэтому воспринимаемые как новые.

Современное языкознание, в отличие от классических подходов, рассматривает неологизмы комплексно (как с лингвистической, так и с экстралингвистической точек зрения).

Важным является разграничение таких понятий, как «неологизм» и «окказионализм». Неологизмы – лексические единицы, которые

характеризуются не только новизной, но и закреплённостью в языке. Окказионализмами же следует считать слова, которые стали продуктом речевого акта, то есть используются они «здесь и сейчас», чаще всего – единожды, в определенном контексте. Неологизмы возникают стихийно, узнать их автора практически невозможно, окказионализмы же чаще всего принадлежат конкретному автору.

В настоящее время средства массовой информации стали мощным инструментом воздействия не только на общественное сознание, но и на норму современного русского литературного языка. СМИ, получившие свободу слова, после отмены цензуры, повлияли на проникновение жаргонизмов в литературную речь, на увеличение числа заимствований, что привело к снижению уровня культуры речи как официальных изданий, так и адресатов их медиатекстов.

Перспективным направлением в современной лингвистике можно считать лингвоэкологию. Лингвоэкология – наука о «чистом языке», то есть языке, в котором нет «токсичных» элементов, засоряющих литературный язык, что также влечет за собой снижение культуры речи.

В отношении современных медиатекстов следует говорить о дисфемизации речи, которая в свою очередь приводит к снижению культуры речи как средств массовой информации, так и читателей этих текстов.

Глава 2 Особенности функционирования неологизмов в современных российских средствах массовой информации

2.1 Типология неологизмов в современных СМИ

Язык современных СМИ становится объектом исследования ученых-лингвистов. В последние годы язык СМИ активно меняется, что позволяет исследователям проследить важные тенденции его развития в определенный исторический период, вызванные к жизни общественными изменениями.

В данном исследовании мы рассмотрим неологизмы, функционирующие в средствах массовых, в период с 2023 г. по настоящее время.

Материалом для исследования послужили неологизмы, представленные в электронном словаре «Новое в русской лексике – 2022» Института лингвистических исследований [69], а также неологизмы, зафиксированные электронным ресурсом на сайте Института Лингвистических исследований [70].

В общей сложности нами собрано 1150 неологизмов (с учетом лексем, имеющих разное графическое оформление, а также однокоренных лексем, различающихся только гендерной принадлежностью).

В первую очередь все отобранные неологизмы были охарактеризованы в соответствии с их частеречной принадлежностью:

– имена существительные (790 лексических единиц): «скворечник» (конструкция на башне танка); «арктур» (подвариант вируса); «брейнрот» (вид коллекционных игрушек); «бумераскер» (вопрос, ответом на который хочется похвастаться самому); «гиблификация» (анимационные изображения от нейросетей); «зизиане» (представители преступной группы); «кофе-рейв» (дневные вечеринки); «микроотставка» (небольшой перерыв в трудовой деятельности) и другие.

Приведем примеры употребления подобных неологизмов в текстах средств массовой информации: *«ВС РФ начали использовать для танков в зоне СВО динамический «скворечник»»* (РИА Новости. Все Новости, 2023); *«На дневных кофе-рейвах можно послушать модные треки и потанцевать»* (Коммерсантъ FM [kommersant.ru], 2025) [70];

– имена прилагательные (320 лексических единиц): *«барбический»* (похожий на стиль куклы барби); *«банковский»* (связанный с открытием счетов за границей); *«гиблифицированный»* (созданный с помощью нейросетей); *«дубайский»* (содержащий фисташковую пасту); *«сенсационный»* (преднамеренно созданный или специально «раздутый»); *«спикульный»* (содержащий спикеры) и другие.

Приведем соответствующие примеры: *«Теперь же дубайский кулич, несмотря на споры, стал успешным»* (Национальная информационная группа, 2025); *«Сейчас же активно смотрю в сторону спикульных блесков»* (Косметиста [kosmetista.ru], 2025) [70];

– глаголы (30 лексических единиц): *«лепсануть»* (поступить как Григорий Лепс); *«шаманить»* (производить диверсии); *«задвухсотить»* (нанести урон / перевозить тела погибших военных); *«пересильдить»* (превозмочь какое-то чувство); *«соскуфиться»* (превратиться в «скуфа»); *«шольничать»* (давать обещания, но не выполнять их); *«байрактарить»* (воевать / поставлять летательные аппараты) и другие.

Рассмотрим несколько примеров употребления подобных лексем: *«За последние два года я набрала 4 килограмма, рост 165, вес 56, выгляжу крупно, молодежь бы сказала «соскуфилась»* (Woman.ru, 2025); *«Пользователи придумали производный от фамилии канцлера Германии глагол scholzing (шольничать)»* (lentafeed.com, 2023) [70];

– наречия (10 лексических единицы): *«безызбежно»* (неизбежно); *«устремленно-в-будущее»*; *«антиковидно»* (учитывая санитарные требования, направленные на борьбу с вирусом) и другие.

Не так активно, но наречия также употребляются в медиатекстах, приведем пример использования неологизма-наречия: *«Трибуна для гостей тоже была обустроена в духе времени – «антиковидно»* (Реальное время, 2022) [70].

Далее все лексемы были разделены нами на лексико-семантические группы в зависимости от доминирующей семы того или иного слова.

Лексемы соотносятся с явлениями действительности, закрепленными в сознании говорящего, подобное соотношение и называется лексическим значением. Соотнесенность слова с действительностью не единственный компонент лексического значения, можно назвать еще несколько:

- выражение лексемой понятия;
- отнесенность лексемы к лексико-грамматическому разряду.

В.В. Виноградов дает следующее определение лексическому значению слова: «это его предметно-вещественное содержание, оформленное по законам грамматики данного языка и являющееся элементом общей семантической системы словаря этого языка» [11].

Под лексико-семантической группой мы понимаем группу слов, объединенных общей архисемой и принадлежностью к одной части речи.

Признаками ЛСГ можно считать:

- объединение слов по лексическому значению;
- динамична, так как складывается исторически.

В массиве имен существительных мы выделили две самые большие ЛСГ:

- существительные с семантикой лица (680 лексических единиц);
- существительные для обозначения предметов и явлений (110 лексических единиц).

Рассмотрим ЛСГ, встречающиеся в рамках группы «наименования предметов и явлений»:

– общественные движения: «агрофудшеринг» (тенденция сельскохозяйственных предприятий раздавать излишки урожая нуждающимся); «бунт» (ряд протестных высказываний подобно Алле Пугачевой); «самокат» (отъезд из страны, связанный с протестом против действий власти). Лексемы данной лексико-сематической группы представлены в большом количестве, что связано в первую очередь с экстралингвистическими факторами. Например: «*Философский самокат. После объявления мобилизации тысячи россиян итурмовали границы*» (Комсомольская правда, 2022); «*В некоторых регионах агрофудшеринг стал круглогодичным*» (Российская газета [rg.ru], 2022) [70];

– реалии, связанные с пандемией COVID-19: «амнистия» (связанный с реализацией комплекса мер и деятельностью по борьбе с коронавирусной инфекцией COVID-19); «грифон» (подвариант штамма коронавируса); «дельтадрон» (новый штамм COVID-19); «кентавр» (подвариант омикрона); «ковидострофа» (волна COVID-19); «рыбы» (подвариант омикрона).

По сравнению с периодом с 2020 по 2021 гг. неологизмы, относящиеся к пандемии, встречаются в медиатекстах гораздо реже. Примеры употребления подобных неологизмов представлены в следующих текстах: «*Мэр Москвы Собянин объявил ковидную амнистию с 1 июня*» (Lenta.ru, 2022); «*Новый геновариант «стелс-омикрона» назвали «рыбы»*» (Life.ru, 2022) [70];

– технологии, связанные с развитием нейросетей: «арт-нейросеть» (компьютерная программа для реализации творческих задач); «нейрокаска» (военный шлем). Поскольку нейросети в данный момент активно развиваются, возникает множество явлений, называющих подобные технологии. Приведем примеры употребления неологизмов, относящихся к данной ЛСГ: «*Российские ученые создали нейрокаска для управления дронами*» (БезФормата СПб [sanktpeterburg.bezformata.com], 2022); «*Как*

лично я себе представляю будущее для арт-нейросетей» (The Daily Telefrag, 2022) [70];

– военная техника: *«байрактарчик»* (турецкий летательный беспилотный аппарат); *«букет»* (о российской военной технике); *«герань (геранька)»* (военный летательный аппарат); *«дракон»* (противотанковые заграждения); *«дронобойка»* (технологии для уничтожения дронов); *«знаменосец»* (беспилотный аппарат); *«птица»* (российский БПЛА).

Названная лексико-семантическая группа в настоящее время активно проявляет себя, поскольку отражает наиболее яркое и значимое явление, происходящее в мире в период с 2022 по 2025 гг. Контекстов употребления подобных неологизмов большое количество: *«Столько байрактарчиков почем зря полегло. Однако – бизнес есть бизнес!»* (Континенталист [continentalist.ru], 2022); *«Ростовские компании начали продавать железобетонные противотанковые пирамиды – «зубы дракона»»* (161.ru, 2022) [70];

– лексемы, связанные с модными течениями: *«барбикор»* (стиль похожий на стиль куклы барби); *«бодилетт»* (вид одежды); *«зипка»* (кофта на молнии). Лексемы обозначенной группы проявляют себя менее активно и чаще всего встречаются в текстах издательств и журналов, связанных с модой или с продажей одежды. Можно привести следующие примеры употребления данных лексем: *«А бренды, от люкс-сегмента до массмаркета, стали отшивать коллекции в стиле «барбикор»* (Robb Report, 2022); *«Бодилетт для любого образа! Боди с треугольным вырезом из кружева»* (ozon.ru, 2022) [70];

– развитие технологий: *биометрия-лайт* (метод идентификации личности); *лабомат* (автомат для сдачи анализов). Лексем данной лексико-семантической группы меньше, чем лексем, связанных с развитием нейросетей. Разделение данных двух групп объясняется тем, что технологии

могут быть связаны не только с искусственным интеллектом, но и с другими процессами.

Представим, как данные неологизмы функционируют в медиатекстах: *«Биометрия-лайт. Максим Буйлов о компромиссе вокруг сбора данных граждан»* (Коммерсантъ, 2022); *«Пакет с контейнерами сдают в лабомат»* (Фонтанка.Ру [fontanka.ru], 2022) [70];

– экономические изменения: *«бутербродекс»* (изменения количественных характеристик в цифровом показателе). Лексем, связанных с изменениями в экономике, в нашей выборке минимальное количество, поскольку большинство единиц отражают не столько сами изменения, сколько их причины, поэтому они были распределены нами в другие лексико-семантические группы. Например: *«Бутербродекс в первой половине декабря снизился на 2,3 пункта. «Индекс кофе с бутербродом» («бутербродекс»), отражающий картину потребления россиянами популярных продуктов для завтрака»* (Finversia.ru, 2022) [70];

– политические реалии: *«вечеринкагейт»* (скандальная вечеринка с участием политических деятелей); *«визбан»* (запрет на выдачу виз россиянам); *«газгогеддон»* (явление, связанное с прекращением поставок газа в Европу); *«катаргейт»* (скандал, связанный с Катаром). Лексем, связанных с политикой, как и неологизмов, связанных с военными действиями, в нашей подборке выделено большое количество, поскольку данные группы тематически связаны между собой: *«ЧМ-2022 может рассорить страны ЕС, сообщает издание EADaily. Речь идет о коррупционном скандале, который в СМИ получил название «Катаргейт»* (1RRE.ru, 2022) [70];

– лексемы, связанные с приемом пищи: *«вкусноиточка»* (сеть ресторанов быстрого питания); *«Дом расположен в пешей доступности от метро Московская через двор, мимо вкусноиточки»* (bn.ru, 2022) [70];

– лексемы, связанные с проведением специальной военной операции: *«военкорщина»* (непрофессиональное освещение хода СВО); *«вэшка»*

(символ поддержки СВО); «геранизация» (использование аппаратов «Герань-2»); «деартистизация» (отъезд артистов из страны); «дегречкизация» (дефицит продуктов в период начала СВО); «дронизация» (широкое использование БПЛА в военных целях). Неологизмов, относящихся к военной тематике, в выборке за период с 2022 по 2025 гг. наибольшее количество, поскольку специальная военная операция – наиболее обсуждаемая тема во всем мире. Приведем несколько примеров употребления подобных неологизмов: «Поддубный – единственный человек, которого можно назвать не военкорщиной, а военкором» (Yablor [yablor.ru], 2022); «Спецоперация по десахаризации России, а еще по дегречкизации и дебумагизации проходит успешно» (vk.com, 2022) [70];

– социальные сети: «грустнограм» (аналог социальной сети, запрещенной в Российской Федерации); «нельзяграм» (о социальной сети, запрещенной в Российской Федерации); «рыдайлик» (смайлик со слезами). Лексем, связанных с социальными сетями, по сравнению с 2015–2019 гг. стало значительно меньше, и тематически они связаны с социальной сетью, запрещенной в Российской Федерации. С помощью языковой игры средства массовой информации изменяют название мессенджера, которое нельзя использовать в тексте без специальной пометки. Рассмотрим пример употребления одной из таких лексем: «И меня раздосадовали выражения сочувствия и «рыдайлики» под постом о таланте» (vk.com, 2022) [70];

– спорт: *мфр-валик* (инвентарь для избавления от отеков). Несмотря на тенденцию к ведению здорового образа жизни и его пропаганды, лексем, связанных с этой темой меньше по сравнению с 2015–2019 гг. В нашей выборке всего одна подобная лексическая единица: «Прокатай МФР-валиком стопы, голени, бедра (особенно сбоку) и ягодичцы» (Life24 [life24.pro], 2022) [70];

В ЛСГ «существительные с семантикой лица» можно выделить следующие подгруппы:

– лицо, которое настроено против проведения специальной военной операции: «антизетчик» (противник проведения специальной военной операции); «мнестыдновец» (тот, кто высказывается о политике государства, говоря, что ему стыдно за страну); «мобилизайцы» (уклонисты от мобилизации); «нацифист» (противники СВО); «нетвойнешка» (о тех, кто в социальных сетях публикует посты с хэштегом «нетвойне»); «пятисотый» (уклонист от войны); «сентябрист» (о тех, кто покинул страну в сентябре 2022 г.).

Как и в составе группы «наименования предметов и явлений», в группе «лексемы с семантикой лица» военная тематика является наиболее репрезентированной. С помощью подобных лексем может выражаться отношение того или иного лица к военным действиям: «*Антизетчики этот фактор <публикацию изображения с голубем мира> и хотели использовать*» (otvet.mail.ru, 2022); «*Сколько вдруг возникло мнестыдновцев и нетвойновцев среди вроде бы «наших» селебрити*» (livejournal.com, 2022) [70];

– принадлежность к какой-либо профессии: «военблогер» (тот, кто ведет блог, посвященный СВО); «военкорка (военкорша)» (женщина, занимающаяся блогом про СВО): «*И не один год военкоры и военблогеры и писали, и доносили до ответственных лиц, что в современной войне квадрокоптеры – необходимость*» [70];

– лицо, занимающееся какой-либо деятельностью: «древелир» (тот, кто создает изделия из смолы). Принадлежность к профессии может быть связана не только с военной областью, но и с другими видами деятельности. В нашей подборке одна подобная лексема;

– лицо, поддерживающее проведение специальной военной операции: «завоенец» (о том, кто «за войну»); «засвошник»; «кузьмич» (мужчина около 40 лет, призванный или добровольно ушедший на СВО); «моцарт» (боец частной военной компании).

Лексемы с семантикой лица могут называть не только тех, кто против специальной военной операции, но и тех, кто поддерживает ее. Примерами употребления данных лексем могут служить следующие медиатексты: *«Кузьмичи» тащили эту войну обстоятельно* (Фонтанка.Ру [fontanka.ru], 2023); *«Если «моцарты» решили биться со штурмовиками-«вагнерами»* (Русский Дозор [rusdozor.ru], 2022) [70];

– лица, связанные с информационным бизнесом: *«инфодворяне»* (в основном для обозначения Ксении Собчак, то есть те, кто мнят себя интеллигенцией); *«инфоцыгане»* (те, кто продают лживую информацию);

– лексемы, используемые для наименования политических деятелей: *«турбинолюб»* (о Шольце и инциденте с газовыми турбинами); *«сонный Джо»* (о Джо Байдене). В настоящее время подобные лексемы активизировались вследствие языковой игры для придания экспрессии медиатексту.

Рассмотрим контексты, в которых данные неологизмы фигурируют: *«Как искушённый турбиновед и истинный турбинолюб, он <Шольц> со знанием дела похлопывал железяку по бокам, проницательно заглядывал через огромное жерло в её таинственное нутро, бурно восхищался этим рукотворным чудом»* (Орловская правда, 2022) [70];

Имена прилагательные – вторая по количеству лексем группа неологизмов в нашей выборке, которую мы разделили на следующие ЛСГ:

– техника: *«геранеподобный»* (похожий на летательный аппарат «Герень»); *«ракетно-дроновый»*. Как и в группе имен существительных, неологизмы-прилагательные называют преимущественно военную технику. Приведем примеры употребления подобных лексем: *«И тогда его можно будет вполне эффективно использовать и против «геранеподобных» аппаратов»* (Новости ВПК [vpk.name], 2023); *«Они могут попасть под ракетно-дроновый и самолётный удар США и их союзников»* (Слово [gazeta-slovo.ru], 2023) [70];

– лексемы, связанные с проведением СВО: «*досвоиный*» (аналогичный тому, что было до начала специальной военной операции); «*нетвоенный*» (противовоенный); «*околосвоиный*» (близкий СВО). Данная лексико-семантическая группа наиболее распространенная, поскольку отвечает запросам общества в данный момент. Приведем примеры употребления подобных неологизмов: «*Вообще не обсуждаю околоСВОшные темы*» (eva.ru, 2022); «*У меня еще с доСВОшных времен лежит оригинальный ваговский масляный фильтр, который Mann*» (skoda-kodiaq.ru/forum, 2022) [70];

– лексемы, связанные с социальными сетями: «*запретграмный*» (связанный с проведением специальной военной операции). Лексемы данной группы связаны с существительными, относящимися к группе «социальные сети», так как являются производными от них;

– лексемы, обозначающие связь со средствами массовой информации: «*комсомольско-блогерский*» (связанный с газетой «Комсомольская Правда»). В нашей выборке зафиксировано одно имя прилагательное, относящееся к данной группе: «*Четвертый и по совместительству последний день комсомольско-блогерского автопробега «Летняя перезагрузка» выдался относительно спокойным*» (Комсомольская правда, 2022) [70];

– лексемы, связанные с финансами: «*криптоотмывочный*» (связанный с «отмыванием» денег). В ходе анализа было выявлено одно прилагательное из области экономической лексики, что свидетельствует о том, что в подобных лексемах общество на данный момент не нуждается. Рассмотрим, как проявляет себя данная лексема в текстах СМИ: «*Западные СМИ крепко раскручивают крупнейшее мошенничество и уже нашли доказательства тому, что экс-глава криптоотмывочной биржи делал все, чтобы потом не осталось никаких следов*» (dzen.ru, 2022) [70];

– лексемы, связанные с вирусными заболеваниями: «*обезьяний*» (связанный с обезьяньей оспой). Данная группа лексем до сих пор ведет себя

достаточно активно, несмотря на то, что частотность употребления прилагательных с данной семантикой уменьшилась. Приведем пример: *«Таким образом никаких предпосылок к панике, к тому, что будет эпидемия обезьяньей оспы в России, нет и близко»* (Коммерсантъ, 2022) [70].

В нашей выборке представлено небольшое количество глаголов – всего 30 лексических единиц, которые мы поделили на ЛСГ:

– глаголы, выражающие иронию относительно действий какого-либо лица (поступать так, как делает этот человек): *«байденить»* (говорить одно, а поступать по-другому); *«боженить»* (поступать эпатажно, подобно Божене Рынска); *«макронить»* (создавать видимость, обманывать); *«меркельнуть»* («уйти» от сомнительного дела). В период с 2022 по 2025 гг. лексемы подобного типа проявляют себя достаточно активно в медиатекстах, чаще всего в текстах с отрицательной коннотацией, например: *«И, наконец, последняя часть – самая смешная – пробует боженить, то есть пытается на полном серьёзе устроить хладнокровной жабе коллективного Запада ту же истерику с элементами шантажа»* (Континенталист [continentalist.ru], 2022) [70];

– глаголы, обозначающие какие-либо военные действия: *«байрактарить»* (воевать/заниматься поставкой оружия); *«спецоперировать»* (участвовать в проведении специальной военной операции). Приведем примеры текстов средств массовой информации, в которых употребляются неологизмы данной группы: *«Анкара «байрактарит» Узбекистан* (Континенталист [continentalist.ru], 2022); *«И создании дополнительно 200 бригад, судя по всему, намерен именно «байрактарить»* (Первый канал – Новости, 2022) [70];

– фразеологическое переосмысление глаголов: *«валять шольца»* (много обещать, но ничего не выполнять). Нами зафиксирована всего одна подобная фраза: *«Хорош макронить» и «хорош валять Шольца».*

Интересные выражения... Как вам то, что пошло в народ?» (yandex.ru, 2022) [70];

– нанесение вреда: *«выстрелить в легкие»* (намеренно причинить себе вред). Пример функционирования данной лексемы можно увидеть в данном контексте: *«ЕС сами стали отказываться, тем самым, по меткому выражению венгерского лидера Виктора Орбана, «выстрелили себе в легкие и теперь задыхаются»»* (Российская газета [rg.ru], 2022) [70];

– глаголы, связанные с заражением каким-либо вирусом: *«омикрониться»* (заразить штаммом вируса «омикрон»): *«Сейчас уже 4-ый день официально омикронюсь дома, но ничего не чувствую, нет симптомов и нельзя выходить на улицу»* (Открытые вопросы [qna.center], 2022) [70];

– глаголы, связанные с навязыванием какой-либо позиции: *«пелосить»*. Неологизм используется довольно редко, можем увидеть данную лексему в следующем контексте: *«Новый термин «пелосить» – принуждать к смирению и покорности»* (Острие для всех! [newostrie.ru], 2022) [70];

– глаголы, связанные с общественными течениями: *«квадробить»* (вести себя подобно животному); *«тапать»* (играть в игру, связанную с нажиманием на экран); *«джипитить»* (использовать чат GPT с какой-либо целью). Данная лексико-семантическая группа проявляет себя достаточно активно, хотя уступает по численности неологизмам военной сферы. Рассмотрим медиатексты, в которых можно увидеть подобные неологизмы: *«Потом в Пролетарском парке увидела ребят, которые тоже квадрабили»* (myslo.ru, 2024); *«Только чур не гуглить и не джипитить!»* (mathhelpplanet.com, 2025) [70];

– глаголы, связанные с внешними трансформациями: *«соскуфиться»* (стать скуфом, испортиться внешне).

Меньше всего в нашей выборке наречий – 10 лексических единиц, которые мы объединили в следующие группы:

– лексемы, связанные с технологиями: *«добровольно-биометрически»* (отдать свои данные добровольно). Приведем пример употребления данного неологизма: *«Добровольно-биометрически: что нужно знать о сборе личных данных. Россиян защитили от принудительного сбора биометрии, но развитие систем цифровой идентификации продолжится ускоренным темпом»* (Коммерсантъ, 2022) [70];

– лексемы, связанные с проведением СВО: *«мнестыдно»* (хэштег в социальных сетях, выражающий отрицательное отношение к специальной военной операции). Рассмотрим эту лексему в контексте: *«Именно отсюда, из параллельного мира, преимущественно и долетают все эти «мнестыдно», «мызамир», коллективные письма (тоже глубоко советский жанр) с длинным списком неизвестных фамилий»* (komitet2-3.km.duma.gov.ru, 2022) [70];

– лексемы, обозначающие формат работы: *«гибридно»* (стиль работы): *«Но и потом мы продолжим работать гибридно, когда часть работает в офисе без персонального места, часть — дома, а некоторые — всегда удаленно»* (ВПС-мониторинг «Банки и Биржи сегодня», 2023) [70];

– лексемы, связанные с инфекционными заболеваниями: *«безмасочно»* (связано с отсутствием маски во время пандемии); *«ковидимо-невидимо»* (очень много). Рассмотрим подобные единицы в контексте: *«Хочу поведать землякам о своем опыте посещения заморского курорта Аланья прошлым летом, когда о ковиде никто и не слышал, а мы безмятежно (и безмасочно) проводили свой отпуск там, где вздумается»* (Рабочий Надыма, 2022) [70].

Таким образом, на основе данных, полученных от проанализированных лексем, можно сказать, что самой обширной лексико-семантической группой в период с 2022 по 2025 гг. стала группа, связанная с проведением специальной военной операции, что связано в первую очередь с экстралингвистическими факторами. Значительная часть лексем относится к

тематической области «политика», которая включает наименования политических деятелей, политических процессов.

2.2 Словообразовательные и стилистические особенности неологизмов в современных СМИ

В данном параграфе собранные нами неологизмы мы проанализировали с точки зрения их способов образования, а также их стилистических особенностей. Все проанализированные нами неологизмы образуются в соответствии со словообразовательными нормами современного русского языка.

Неологизмы, как известно, в зависимости от способа словообразования разделяются на два основных вида:

- образованные с помощью морфологических способов словообразования;
- образованные с помощью неморфологических способов словообразования.

Среди морфологических способов словообразования можно выделить:

- аффиксацию;
- аббревиацию;
- сложение основ;
- нулевую суффиксацию.

К неморфологическим способам принято относить:

- лексико-семантический;
- конверсию;
- усечение;
- контаминацию;
- лексико-синтаксический [38].

Рассмотрим, как проявляет себя тот или иной способ словообразования неологизмов в период с 2022 по 2025 гг.

В нашей выборке представлены лексические единицы, образованные как с помощью морфологических, так и с помощью неморфологических способов словообразования.

В первую очередь мы выделили лексемы, образованные аффиксальными способами. Наиболее продуктивными аффиксальными моделями следует считать:

– приставку «де» («отмена чего-либо») + суффикс «изаци(я)»: «*деайфонизация*» (о прекращении поставок телефона марки Apple в Россию); «*деартистизация*»; «*дебермудизация*» (вывод воздушных судов из реестра другого государства); «*дебумагизация*» (дефицит белой бумаги из-за СВО). Покажем, как проявляют себя подобные лексемы в медиатекстах: «*Деартистизация какая-то*» (vk.com, 2022); «*Деайфонизация: Apple прекратила поставки и продажи всей техники в России*» (vk.com, 2022) [70];

– суффиксы «чик/щик»: «*джавелинчик*»; «*мобилизационщик*» (тот, кого мобилизовали на СВО); «*нетвоеник*». Примером употребления данной лексемы может служить следующий медиатекст: «*Мобилизационщики же приравнены к контрактникам. И должен быть контракт*» (Justiva (justiva.ru), 2022) [70];

– приставка «до» + суффикс «шн(ый)»: «*досвоишный*». Данный неологизм можно увидеть во многих контекстах: «*Стоимость жизни в Таиланде примерно такая же, какой она была в России в доСВОишное время*» (VC.ru, 2022) [70];

– приставка «за» + суффикс «ец/иц»: «*завоенец*». Лексема употребляется в текстах средств массовой информации достаточно часто, примером может послужить следующий контекст: «*Некоторые нынешние запутинцы и завоенцы мне больше нравились много лет назад*» (vk.com, 2022) [70];

– суффикс «к»: «зетка» (символ поддержки СВО), «зипка». Пренебрежительный суффикс «к» используется для образования неологизмов достаточно активно: *«Когда до города остаётся километров 30, мимо нас на полном ходу проносится военный автомобиль с ярко-белой «Зеткой» на стекле»* (КР40.ru (Калуга), 2022) [70];

– суффикс «н(ый)»: «зетный»; «нетвойнетный»; «омикрошный». Рассмотрим медиатексты, в которых используются данные неологизмы: *«Силуанов, выступая на полях ПМЭФ, помнится, косвенно уже «давал пас» «нетвойнетной» оппозиции, рассуждая о трех триллионах прогнозируемого бюджетного дефицита, связанных с СВО»* (ИА REGNUM, 2022) [70];

– суффикс «шк(а)»: «зэшка»; «нетвойнешка»; «ошка» (символ поддержки специальной военной операции). Приведем примеры: *«Я дважды вырезал «зэшки» и «вэшки» на плакате с 26 апреля по настоящее время»* (Комсомольская правда, 2022) [70];

– префиксоид «инфо»: «инфоцыгане»; «инфодворяне»; «инфоворотила»: *«Таких, как Собчак, музыкант назвал «инфодворянами», которые мнят себя интеллигенцией. «Им все позволено», – добавил Шнуров»* (spbdnevnik.ru, 2022) [70];

– слова с частью «крипто»: «криптоотмывочный»;

– имя собственное + «ну(ть)»: «меркельнуть»;

– суффикс «ов(ец)»: «мнестыдновец», «нетвойновец»;

– суффикс «шник»: «свошник»;

– суффикс «шничать»: «свошничать». Рассмотрим лексемы в контексте: *«Если у кого вопросы, то РФ не воюет, у нас СВО — куда разрушение инфраструктуры не вписывается. А вот ДНР/ЛНР воюют или тоже СВОшничают?»* (vk.com, 2022) [70];

– суффикс «ик» (в сочетании с усечением и сращением): «мобик» (недавно мобилизованный), «нетвойнетник». Рассмотрим, как ведут себя неологизмы в текстах СМИ: *«О событиях в феврале и марте 2022 года*

можно сказать, что «мобики» пополняли собой «кадровые» части Народной милиции ЛНР и ДНР» (ИА REGNUM, 2022) [70];

– суффикс «ант(янт)»: «мобилизонт» (тот, кто мобилизует): «Чиновница проявила активное участие в решении насущных проблем мобилизанта и передала им все самое необходимое» (Якутск.Ru (yakutsk.ru), 2022) [70];

– суффикс «ят(а)»: «сентябрята»; «февралята»: ««Февралят» и «сентябрят» сложно сравнить с эмиграцией времен Гражданской войны» (Otima (otima.ru), 2022) [70];

– суффикс «тор»: «мобилизатор» (тот, кто мобилизует). Данный неологизм реализует себя в следующем контексте: «В строй с рюкзаками на этот раз встало 28 балаковцев. Главный мобилизатор Сергей Грачев раздал мобилизованным заготовленные впрок письма от детей» (Суть (sutynews.ru), 2022) [70];

– суффикс «ет»: «нетвойнет» (о том, кто публично выражает негативное отношение к СВО). Приведем пример употребления этого неологизма: «Но уезжают нетвойнеты. У меня у подруги дочь с <молодым человеком> в Грузию уехала, ему 22 года, не служил, но боится страшно (Теперь скитаться будут». kak2z.ru, 2022) [70];

– суффикс «ист»: «нетвойнист»; «февралист». Подобные неологизмы реализуются в следующих контекстах: «...от Маховика прозвучали очень мощно, особенно на фоне разнообразных заявлений сбежавших из России «рэперов и прочих нетвойнистов»» (Otima (otima.ru), 2022) [70];

– суффикс «х(а)»: «сияха» (о северном сиянии). Неологизмы с данным суффиксом также функционируют в средствах массовой информации: «Например, сияние называют «сияхой», а когда оно разгорается, значит, «бахаёт» или «жарит»» (Российская газета (rg.ru), 2022) [70];

– суффикс «еск(ий)»: «скинэргетический» (связанный с применением принципов скинэргетики). Рассмотрим пример употребления данного

неологизма: *«Препараты со скинэргетическим эффектом отличаются усиленным действием компонентов, которое обеспечивают специальные формулы и комбинации ингредиентов»* (Интермода.Ру, 2022) [70];

– суффикс «ш»: «омикроша»: *«Хороший омикроша: болят легко, похоже, ежегодно, как гриппец, приходит будет. А может, это мы мутировали?»* (Женский сайт galya (galya.ru), 2022) [70];

– суффикс «ер»: «осинтер» (тот, кто производит поиск данных в интернете). Данный неологизм реализует себя в следующем контексте: *«Запрещено снимать технику на различном фоне (грамотный осинтер привяжет место просто по ландшафту)»* (КОНТ. Геополитическая блог-платформа (cont.ws), 2022) [70];

– приставка «от» + суффикс «и»: «откадырить» (нанести вред кому-либо, как это обещал Р. Кадыров). Приведем пример употребления данной лексемы: *«Есть хороший мем, по интернету ходит, что надо ввести такое понятие – «откадырить». Вот я бы откадырил всех Меладзе»* (Континенталист (continentalist.ru), 2022) [70];

– лексемы с начальной частью «пост»: «постспецоперационный»; «постсвоиный». Неологизмы функционируют в следующих контекстах: *«История развернется в колоритной и полной опасностей постинфодемической Америке, вдохновленной графическими романами»* (rampaga.ru, 2023) [70];

– суффикс «ни(е)»: «шольцевание»: *«Кто-то ввел в русско-украинский язык новое слово: «шольцевание», то есть затягивание, проволоочки, пустые обещания»* (Дзен (dzen.ru), 2022) [70];

– суффикс «ева(ть)/цую»: «шольцевать». Неологизм реализует себя в следующем медиатексте: *«Всё макронят, байденият, шольцуют, джонсонят и отвлекают на ничего не стоящую мишуру, одновременно занимаясь тем, чтобы похоронить нас с гарантией, но без малейшего для себя риска»* (Дзен (dzen.ru), 2022) [70].

С помощью способа сложения основ в нашей выборке образовано наибольшее количество неологизмов: «*джапанди-пространство*» (стиль в дизайне интерьера); «*добровольно-биометрически*»; «*дрон-moped*»; «*зомби-макдак*» (о сети ресторанов «Вкусно-и-точка», который появился на месте ушедшего Макдональдса); «*ниндзя-штамм*» (вариант штаммавируса).

В период с 2022 по 2025 гг. значительно реже используются лексемы, образованные при помощи контаминации: «*дельтадрон*» (штамм коронавируса); «*деяхтаризация*» (арест имущества. Контаминация «демилитаризации» с «яхтой»); «*древелир*» (древесина + ювелир); «*масштамм*» (по количеству людей, зараженных тем или иным штаммом ковида): «*Ну вот и дельтадрон дельтакрон подлетел*» (*Континенталист* (continentalist.ru), 2022); «*Деяхтаризация началась и идет быстрыми темпами*» (newsland.com, 2022) [70].

Встречается в нашей выборке и калька с иностранного языка: «*джавелин*» (противотанковый комплекс. Название образовано от имени собственного); «*дискаунтер*» (от «*discounte*» – скидка); «*злонаблюдение*» (от «*hatewatching*» – наблюдение за тем, что тебя раздражает); «*знаменосец*» (буквальный перевод с турецкого языка от слова «*Bayraktar*»); «*инсайд-флоу*» (внутренний поток); «*катаргейт*» (от «*Qatargate*»); «*пермакризис*» (от «*permacrisis*» – постоянный кризис). Например: «*У противника появлялись джавелины*» (Комсомольская правда, 2022); «*Знаменосцы если и будут появляться в воздухе, то крайне редко*» (Независимое военное обозрение, 2022) [70].

При помощи аббревиации в период с 2022 по 2025 гг. неологизмы практически не образовывались, наиболее известной является аббревиатура «*СВО*» (специальная военная операция).

Период с 2022 по 2025 гг. характеризуется активизацией неморфологических способов словообразования. Среди них выделяется лексико-семантический способ словообразования: «*шаманить*» (ранее эта

лексема означала «колдовать», в настоящее время слово приобрело новое значение – «производить диверсии»); «*октябрьская война*» (ранее использовалось для обозначения войны 1918 г., в настоящее время используется для обозначения войны между Израилем и Палестиной); «*игуана*» (изначально – название животных, в данный момент – название для жен участников специальной военной операции); «*помогатор*» (ранее лексема служила для обозначения рюкзака в мультфильме «Фиксики», теперь называет людей, помогающих с легализацией проживания в другой стране); «*кентавризация*» (слово имеет несколько значений: мифологический персонаж; скрещивание двух людей; скрещивание человека с компьютером (актуальное значение); противоречивые общественные мнения в социологии); «*зоопарк*» (о военной технике Украины, поскольку большинство наименований связано с названиями животных). Рассмотрим некоторые из лексем контексте: «*Уже давно шаманит на территории России для уничтожения объектов инфраструктуры*» (Коммерсант, 2023); «*Женщины-игуаны приезжают в прифронтовые города*» (МК, 2023) [70].

В нашей подборке представлена также конверсия и субстантивация: «*нетвоенный*» (о лице, выражающем негативное отношение к специальной военной операции); «*нетвойне*» (о противнике СВО); «*понауехавший*».

Рассмотрим стилистическое своеобразие анализируемых неологизмов. Оценочный компонент может содержаться как в словообразовательном форманте, так и в семантике мотивирующего слова. Оценка в составе неологизма выступает как адгерентная (реализующаяся в контексте) и ингерентная (закрепленная в сознании говорящего за данной лексемой).

Неологизм может получать отрицательную коннотацию в том случае, если слово, от которого он образован, уже имело отрицательную оценку: «*бумераскер*» – лексема образована от слова «бумераскинг», то есть умение задавать такие вопросы, на которые хочется ответить самому, чтобы похвастаться (подобное значение изначально несет в себе отрицательную

коннотацию, поэтому производное слово с семантикой лица также обладает негативной оценочностью); «агроквадробер» – представитель квадброберов, который ведет себя агрессивно (компонент «агро» изначально несет в себе негативную окраску).

Неологизмы могут приобретать ироническую или негативную оценку в определенном контексте, например, лексема «трамперика» (о периоде управления Трампом Америкой) используется в ироническом контексте, приведем пример такого контекста: «*Надо же, какой неожиданный удар по репутации будущего фюрера великой Трамперики случился!*» (Yablur, 2025) [70].

Негативная оценка, как уже было отмечено выше, может быть обеспечена и с помощью определенных словообразовательных формантов:

- разговорный суффикс «щин(а)», обозначающий какое-то общественное явление или политическое течение, отражающее отношение к лицу, названному мотивирующим словом: «*путинщина*»; «*кадыровщина*»; «*байдевшина*»;

- обычно безоценочный суффикс «иад(а)», называющие инновации, которые авторы медиатекстов считают негативными: «*трампиада*»; «*барбиада*»;

- префикс «анти»: «*антибегловский*»; «*антивакцинник*»; «*антизетчик*»;

- префикс «экс»: «*экс-мак*»; «*экс-ковидник*»;

- префиксоид «лже»: «*лжебизнесмен*»; «*лжедемократ*»; «*лжеимпорт*»;

- суффиксоид «гейт» (скандал) в последнее время также приобрел популярность в средствах массовой информации: «*вакцинагейт*»; «*геймергейт*»; «*кремлегейт*».

Таким образом, средства массовой информации в своих медиатекстах используют различные способы словообразования (как морфологические, так

и неморфологические). СМИ используют различные словообразовательные форманты для создания новых слов, а также активно привлекают лексико-семантический способ словообразования, с помощью которого дают новую жизнь словам, давно существующим в языке. Стилистически неологизмы средств массовой информации также неоднородны: используются как нейтральные единицы (в том случае, если неологизм создан для наименования нового явления), так и неологизмы с оценочным компонентом, что обусловлено спецификой медиатекстов.

2.3 Лингвоэкологический аспект функционирования неологизмов в современных СМИ

Современное российское информационное пространство характеризуется поляризацией мнений, а речевая агрессия все больше распространяется. Одним из инструментов реализации речевой агрессии являются неологизмы-дисфемизмы: «дисфемизация речи может быть связана с не владением этическими и стилистическими нормами, с низкой речевой культурой» [95, с. 139].

Анализ дисфемизмов позволяет лучше понять механизмы формирования негативного образа оппонента и манипулирования общественным сознанием в медиадискурсе. Помимо этого, в современном медиадискурсе возникла потребность разграничения экспрессивности речевых актов и таких, которые стали угрозой языковой экологии.

Дисфемизмы, как и другие неологизмы, образуются в соответствии со всеми способами словообразования, существующими в современном русском языке.

Среди морфологических способов образования дисфемизмов можно выделить следующие:

– суффиксация, добавляются суффиксы, придающие лексемам негативную коннотацию: «военкорщина»; «либераст»; «путинщина»; «путинизм»; «кадыровщина»; «байденовщина»; «байденить»; «макронить»; «меркальнуть»; «шольцевать»;

– префиксация, при которой негативная оценка усиливается с добавлением префикса, либо слову придается новое негативное значение: «квазипатриот»;

– префиксация и суффиксация: «откадырить»;

– сложение: «грантоед»; «инфодворяне»; «турбинолюб».

Среди неморфологических способов словообразования, используемых для образования дисфемизмов, можно выделить следующие:

– лексико-семантический способ словообразования. Лексемы, образованные данным способом приобретают дисфемистическое значение при сохранении прежней формы. Например, лексема «вата»/«ватник», которая ранее предполагала значение «материал», в современном медиадискурсе стало уничижительным названием для лиц с пророссийскими, консервативными взглядами, а прилагательное «либеральный», которое ранее обозначало принадлежность к либерализму, теперь приобрело негативную коннотацию «лицо, которое придерживается «западных» ценностей и критикующее российскую власть»;

– кириллическая калька иностранных заимствований, которые приобрели негативное значение в российском медиадискурсе: «ботоферма» для обозначения организаций, распространяющих ложную информацию, хотя оригинальное словосочетание обозначает «сети автоматизированных аккаунтов, созданные для массового взаимодействия с контентом»;

– контаминация: «ковидострофа»; «мобилизайцы»; «нацифист»;

– субституция: «понауехавшие».

Нередко в современном медиадискурсе прибегают к приему иронии, который предполагает использование привычных нам лексем в

противоположном значении, чтобы смягчить негативную окраску. Например, лексема «*партнеры*» в публикациях СМИ может использоваться по отношению к странам, с которыми у России существуют разногласия.

Выбор того или иного способа образования неологизма-дисфемизма влияет на реализацию конкретной стратегии речевой агрессии. Например, суффиксация способствует унижению, а заимствования – созданию образа чужого и враждебного.

К семантико-стилистическим особенностям неологизмов-дисфемизмов следует отнести:

- интенцию на ухудшение интерпретации обозначаемого денотата (посредством дискредитации, оскорбления и тому подобного);
- наличие стилистически-сниженной негативной окраски и яркой экспрессивности;
- интенсификация признаков явления;
- функциональная принадлежность с жаргонной и разговорно-просторечной лексике.

Например, разберем уже названную лексему «*ватник*». Первоначально – стеганая ватная куртка, ватная одежда.

Коннотативное значение данной лексемы включает компоненты:

- негативная оценка: обозначение человека с пророссийскими, консервативными взглядами, считающегося наивным, некритичным, неразвитым;
- эмоциональная окраска: презрение, насмешка, иногда раздражение;
- стилистическая окраска: разговорная, ироничная;
- идеологическая окраска: противопоставление «*ватника*» прогрессивному, либеральному человеку.

В российском медиа-дискурсе неологизмы-дисфемизмы выполняют широкий спектр функций, направленных на формирование общественного мнения, выражение политической позиции, манипулирование сознанием и

дискредитацию оппонентов. Рассмотрим основные функции неологизмов-дисфемизмов.

Номинативная функция служит для обозначения новых или уже существующих объектов, явлений, лиц или понятий, но при этом наделяют их негативной оценкой: «иноагент» (неологизм для обозначения организаций и лиц, получающих финансирование из-за рубежа и занимающихся политической деятельностью).

Инвективная функция направлена на унижение и оскорбление, дискредитацию адресата: «биодрон»; «оземпиковые».

Экспрессивная функция связана с интенсификацией эмоционально-оценочного значения. Неологизмы-дисфемизмы часто вызывают определенные ассоциации, связанные с негативным опытом, историческими событиями, культурными стереотипами. Эти ассоциации усиливают эмоциональное воздействие слова и способствуют формированию негативного образа. Например, лексема «колорады» (уничижительное прозвище пророссийских сепаратистов, отсылающее к колорадскому жуку, вредителю сельскохозяйственных культур, тем самым дегуманизируя противника); «фашисты» (широко используемый ярлык для дискредитации политических оппонентов, вызывающий ассоциации с нацизмом и военными преступлениями).

Идеологическая функция отражает определенную идеологическую позицию и служат для продвижения определенных ценностей и убеждений. Они могут использоваться для формирования чувства «мы» и «они», для противопоставления «своих» и «чужих»: «засвоиный»; «нетвоеицик»; «мнестыдновец».

Неологизмы-дисфемизмы могут использоваться для манипулирования общественным мнением, для формирования определенного восприятия событий и лиц, для создания нужного эмоционального фона. Например, постоянное использование слова «провокация» для описания действий

оппозиции, создающее впечатление о намеренном нарушении общественного порядка.

В некоторых случаях неологизмы-дисфемизмы могут использоваться для создания комического эффекта, для высмеивания оппонентов или для снижения напряжения в аудитории. Однако даже в этом случае они сохраняют свой негативный оценочный потенциал. Например, использование ироничных прозвищ для политических деятелей: *«сонный Джо»*; *«продажный Джо»*; *«Вашингтонский Альцгеймер»*.

Неологизмы-дисфемизмы в российских СМИ являются мощным инструментом реализации различных стратегий речевой агрессии, направленных на дискредитацию оппонентов, формирование негативного образа и манипулирование общественным сознанием. Дискредитация и манипуляция, реализуемые с помощью неологизмов-дисфемизмов, представляют собой сложный и многогранный набор приемов, направленных на подрыв доверия к оппоненту, формирование определенного мнения у аудитории и манипулирование общественным сознанием. Нередко неологизмы нередко приобретают дисфемистическое значение в определенном языковом окружении, то есть в контексте, который подчеркивает негативное значение.

Выводы по второй главе.

В современном медиадискурсе создается огромное количество неологизмов, которые в своих текстах используют средства массовой информации.

Тематика неологизмов очень обширна, в тот или иной год преобладают конкретные лексико-семантические группы, которые обусловлены в первую очередь экстралингвистическими факторами. В обществе происходят трансформации: возникают новые политические и общественные явления, развиваются технологии, а в период с 2022 по 2025 гг. наиболее

распространенной становится группа, связанная с военными реалиями, поскольку в это время проходит специальная военная операция.

Неологизмы в современных медиатекстах образуются с помощью большинства способов словообразования, существующих в современном русском языке: аффиксальные способы, контаминация, сложение, лексико-семантический способ словообразования, конверсия.

В первую очередь активно себя ведут аффиксальные способы образования неологизмов, но в последнее время активизировался и неморфологический способ словообразования – лексико-семантический. Привычные нам лексемы стали использоваться в новых значениях. Большинство слов приобрели новые значения, связанных с военной тематикой.

Стилистическая окраска неологизмов также довольно широка: если слово было создано для обозначения нового реального, то оно преимущественно имеет нейтральную коннотацию, а если слово создается с другой целью, например, для привлечения внимания или языковой игры, то оно может быть иронически окрашенным, либо иметь отрицательную коннотацию, положительная оценка встречается реже, в основном для того, чтобы выразить одобрение тем, кого считают «своим».

Современные неологизмы нуждаются в исследовании в лингвоэкологическом направлении, поскольку современные медиатексты нередко реализуют речевую агрессию. Речевая агрессия может быть выражена при помощи различных тактик.

Лингвоэкологический аспект функционирования неологизмов в современных средствах массовой информации представляет собой многогранную проблему, связанную с влиянием неологизмов на языковую среду, культуру речи и общественное сознание.

Заключение

Лексический уровень языка больше, чем остальные уровни, подвержен изменениям. В настоящее время большое влияние на литературный русский язык оказывают средства массовой информации. СМИ создают значительное количество новых слов – неологизмов, которые требуют тщательного исследования для установления их семантической, словообразовательной и лингвоэкологической природы.

Для изучения неологизмов, функционирующих в средствах массовой информации, были проанализированы словарь «Новое в русской лексике. Словарные материалы – 2022» [69] и онлайн-ресурс Института лингвистических исследований «Новое в русской лексике» [70]. Нами были собраны неологизмы, появившиеся в период с 2022 по 2025 гг. В общей сложности нами зафиксировано 1150 неологизмов.

В ходе проведенного исследования были получены следующие результаты.

Собранные неологизмы были разделены нами на несколько групп в зависимости от их принадлежности к той или иной части речи:

- имена существительные. Данную группу мы разделили на две подгруппы: «наименования предметов и явлений» и «существительные с семантикой лица»;

- имена прилагательные;

- глаголы и глагольные формы;

- наречия.

Все неологизмы в рамках частеречных групп мы разделили на лексико-семантические группы.

В рамках группы «имена существительные» нами были выделены следующие ЛСГ:

– общественные движения и существительные, называющие лиц, относящихся к этим движениям: «самокат» – «самокатчики»; «квадробинг» – «квадроберы»;

– реалии, связанные с пандемией: «грифон»; «рыбы»; «ковидарий»;

– технологии, связанные с нейросетями: «нейрокаска»; «нейрошлем»;

– военная техника: «букет»; «герань»; «птица»;

– неологизмы, связанные с модными течениями: «барбикор»; «балон»;

– развитие технологий: «лабомат»;

– экономические изменения: «бутербродекс»;

– политические реалии: «визбан»; «катаргейт»;

– неологизмы, связанные с приемом пищи: «вкусноиточка»;

– лексемы, связанные с проведением СВО (включая неологизмы, называющие лица, связанные с ее проведением и выражающие отношение к проведению специальной военной операции): «дронизация»; «нетвоеницик»; «завоенец»; «зетчик»;

– социальные сети: «грустнограм»;

– спорт: «мфр-валик»;

– лексемы, отражающие принадлежность к какой-либо профессии: «военкорка»; «военблогер»;

– лицо, занимающееся какой-либо деятельностью: «древелир»;

– лица, связанные с информационным бизнесом: «инфоцыгане»;

– наименования для политических деятелей: «сонный Джо»; «макроша».

Активнее всего в группе «имена существительные» проявили себя лексико-семантические группы, связанные с проведением специальной военной операции и с политикой.

В массиве имен прилагательных мы выделили следующие ЛСГ:

– техника: «геранный»; «блашный»;

- прилагательные, связанные с проведением специальной военной операции: «досвоиный»; «завоенный»;
- неологизмы, связанные с социальными сетями: «грустнограмный», «запретнограмный»;
- лексемы, связанные со средствами массовой информации: «комсомольско-блогерский»;
- лексемы, связанные с финансами: «криптоотмывочный»;
- неологизмы, связанные с вирусными заболеваниями: «обезьяний»; «омикроиный».

В группе имен прилагательных, как и среди имен существительных, активнее всего вела себя «военная» и «политическая» лексика.

Глаголы, зафиксированные нами, мы разделили на 8 лексико-семантических групп:

- ирония в отношении действий какого-либо лица: «шольничать»; «макронить»; «меркельнуть»;
- военные действия: «спецоперировать»; «байрактарить»;
- фразеологическое переосмысление глаголов: «валять шольца»;
- нанесение вреда: «выстрелить в легкие»;
- заражение вирусом: «омикрониться»;
- навязывание какой-либо позиции: «пелосить»;
- общественные течения: «квадробить»; «тапать»;
- внешние трансформации: «соскуфиться».

Среди глаголов особо активно проявила себя ЛСГ «ирония в отношении действий какого-либо лица», поскольку половина лексем, собранных нами, относится именно к этой группе.

Самой малочисленной в нашей подборке является группа «наречия», в ней представлено всего 10 лексем, которые мы разделили на следующие ЛСГ:

- технологии: «добровольно-биометрически»;

- лексемы, связанные с проведением СВО: «*мнестыдно*»;
- формат работы: «*гибридно*»;
- инфекционные заболевания: «*безмасочно*»; «*ковидимо-невидимо*».

Среди наречий, в отличие от других частей речи, наиболее активной является группа, связанная с инфекционными заболеваниями, подобная тенденция наблюдается среди неологизмов-наречий с 2020 г., то есть с периода пандемии.

Помимо лексико-семантической классификации, нами были выделены словообразовательные модели, по которым создаются неологизмы.

В выборке за 2022–2025 гг. нами были зафиксированы как морфологические способы словообразования, так и неморфологические.

Среди морфологических способов словообразования особо активно ведут себя аффиксальные способы словообразования. Приведем словообразовательные модели, посредством которых создаются неологизмы:

- приставку «де»: «*деайфонизация*»; «*дегречкизация*»;
- суффиксы «чик/щик»: «*джавелинчик*»; «*мобилизационщик*»;
- приставка «до» + суффикс «шн(ый)»: «*досвоишный*»;
- приставка «за» + суффикс «ец/иц»: «*завоенец*»;
- суффикс «к»: «*зетка*»;
- суффикс «н(ый)»: «*зетный*»;
- суффикс «шк(а)»: «*зэшка*»; «*нетвойнешка*»;
- префиксоид «инфо»: «*инфоцыгане*»;
- слова с частью «крипто»: «*криптоотмывочный*»;
- имя собственное + «ну(ть)»: «*меркельнуть*»;
- суффикс «ов(ец)»: «*мнестыдновец*», «*нетвойновец*»;
- суффикс «шник»: «*свошник*»;
- суффикс «шничать»: «*свошничать*»;
- суффикс «ик» (в сочетании с усечением и сращением): «*мобик*»;
- суффикс «ант(янт)»: «*мобилизанта*»;

- суффикс «ят(а)»: «сентябрята»;
- суффикс «тор»: «мобилизатор»;
- суффикс «ет»: «нетвойнет»;
- суффикс «ист»: «нетвойнист»;
- суффикс «х(а)»: «сияха»;
- суффикс «еск(ий)»: «скинэргетический»;
- суффикс «ш»: «омикроша»;
- суффикс «ер»: «осинтер»;
- приставка «от» + суффикс «и»: «откадырить»;
- лексемы с начальной частью «пост»: «постспецоперационный»;
- суффикс «ни(е)»: «шольцевание»;
- суффикс «ева(ть)»: «шольцевать».

В нашей подборке практически нет неологизмов, образованных способом сложения, хотя в период с 2015 по 2020 гг. это был наиболее продуктивный способ словообразования.

Среди неологизмов в нашей подборке представлены также и неологизмы, представляющие собой кальку с иностранного языка.

В период с 2022 по 2025 гг. активизировались неморфологические способы словообразования, в особенности активизировался лексико-семантический способ, например, лексема «игуана», которая ранее использовалась для обозначения животного, теперь называет жен участников специальной военной операции, которые ездят за своими мужьями. Проявляет себя и контаминация, хотя и менее активно, чем аффиксальные способы словообразования.

Неологизмы, собранные нами, неоднородны не только с точки зрения словообразования и семантики, но и стилистически. В нашей выборке представлены как стилистически нейтральные неологизмы, так и лексемы, имеющие оценочный компонент. Оценочность зависит от лексико-семантической группы неологизмов, например, лексемы, связанные с

проведением специальной военной операции, часто имеют отрицательную коннотацию.

В отношении неологизмов с отрицательным оценочным компонентом можно говорить о дисфемизации, то есть о таких лексемах, которые противоположны эвфемизмам и служат для унижения и дискредитации того, в отношении кого они направлены. Подобные неологизмы требуют лингвоэкологического исследования, то есть выявления уместности их использования в средствах массовой информации.

Обобщая результаты проведенного нами исследования, можно сделать следующие выводы:

1. Тематика неологизмов в первую очередь зависит от экстралингвистических факторов, поскольку новые явления вызывают необходимость номинации этих процессов. В период с 2022 по 2025 гг. самая распространенная ЛСГ – лексемы, связанные с проведением специальной военной операции, поскольку это событие является ключевым в данный период.

2. Все рассмотренные неологизмы образуются в соответствии со словообразовательными нормами современного русского языка. В первую очередь активно себя ведут аффиксальные способы образования неологизмов, но в последнее время активизировался и неморфологический способ словообразования – лексико-семантический, что отражает современную языковую динамику и тенденции к экономии языковых средств, экспрессивности и игре со словом.

3. Неологизмы современных СМИ становятся не только отражением актуальных социокультурных реалий, но и важным инструментом формирования общественного мнения. Они выполняют как номинативную, так и экспрессивно-оценочную функцию, что подчёркивает их значимость в современной медийной коммуникации.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Абрегов А. Н., Шеожева Б. А. Лингвоэкология : речевая культура молодого поколения как составляющая общей культуры личности // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2 : Филология и искусствоведение. № 3 (182). 2016. С. 85–91.
2. Акимова Ю. В., Лебедев А. А., Минеева З. И. Актуальное словообразование в свете новых информационных технологий // Учёные записки Орловского государственного университета. Сер. : Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 1. С. 172–178.
3. Алаторцева С. И. Проблемы неологии и русская неография : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. СПб : РАН Института лингвистических исследований, 1998. 40 с.
4. Алеевская А. О. Язык СМИ как индикатор социальных перемен // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. № 3 (17). 2015. С. 122–128.
5. Алпеева Л. В. Современный русский язык. Морфемика и словообразование : учеб. пособие для студентов педвузов. Соликамск : Соликамский государственный педагогический университет, 1999. 199 с.
6. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М. : Едиториал УРСС, 2004. 571 с.
7. Бронникова Ю. О. Словообразовательные средства выражения оценки в русском языке // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. № 12-1. С. 276–279.
8. Буряковская В. А. Трансформация семантики некоторых языковых единиц как идентификатор ценностных сдвигов в обществе // Гранит познания. 2015. № 1(35). С. 50–55.
9. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке. М. : Логос, 2003. 304 с.

10. Вальтер Х. Лексические и фразеологические неологизмы : общее и различное // Мир русского слова. 2011. № 2. С. 14–19.
11. Виноградов В. В. Лексикология и лексикография. М. : Наука, 1977. 312 с.
12. Володина М. Н. Социальная и информационно-языковая роль текстов массовой коммуникации // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Орел : Орловский государственный институт культуры, 2015. С. 20–26.
13. Воронцова Ю. А. Неология и неологизмы // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 2-1. С. 111–114.
14. Генералова Е. В. Медiateкст как отражение динамических хронологических изменений в лексике и фразеологии // Медиалингвистика. 2021. Т. 8. № 2. С. 180–192.
15. Глинчевский Э. И. Средства речевого воздействия в языке СМИ // Вестник Московского университета. Сер. 19 : Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. № 4. С. 18–27.
16. Гридина Т. А. Коновалова Н. И. Современный русский язык. Словообразование : теория, алгоритмы анализа, тренинг. М. : Флинта, 2013. 155 с.
17. Голуб И. Б. Стилистика русского языка : учебное пособие. М. : Рольф; Айрис-пресс, 1997. 314 с.
18. Горющенко Д. О. Неолексика и ее функционирование в электронных СМИ // Вестник Череповецкого государственного университета. 2023. № 5 (116). С. 87–98.
19. Дахиль В. С. Функционально-семантический аспект употребления неологизмов в современных масс-медиа // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 6(108). Ч. 5. С.193–196.
20. Дедова О. В. О языке интернета // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 2010. № 3. С. 25–38.

21. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. Сер. 10 Журналистика. № 2. С. 20–45.

22. Жельвис В. И. Вербальная агрессия // Юрислингвистика. 2011. № 1 (11). С. 228–233.

23. Желтухина М. Р. Медиавоздействие на сознание и поведение адресата // Вестник Центра международного образования Московского государственного университета. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. 2014. № 4. С. 65–73.

24. Желтухина М. Р. Медiateксты в современной массовой коммуникации // Вестник Центра международного образования Московского государственного университета. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. 2013. Т. 3. С. 7–11.

25. Замальдинов В. Е. Словообразовательные неологизмы в языке СМИ и интернет-коммуникации: эколингвистический аспект // Экология языка и коммуникативная практика. 2019. № 4(1). С. 13–19.

26. Земская Е. А. Современный русский язык. Словообразование. М. : Флинта : Наука, 2011. 328 с.

27. Зотова А. С. Коммуникативные стратегии в современном медиадискурсе и деривационные способы их реализации // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 6 [Электронный ресурс]. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=10767> (дата обращения: 09.06.2025).

28. Ионова С. В. К вопросу о признаках экологичности текстовой коммуникации // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2. Языкознание. 2011. № 1 (13). С. 191–198.

29. Ильинова Е. Ю. Эколингвистический модус событийности в пространстве массмедийного дискурса // Вестник Волгоградского

государственного университета. Сер. 2. Языкознание. 2010. № 2 (12). С. 168–176.

30. Ильясова С. В. Игровые способы и приемы выражения социальной оценочности в языке современных российских СМИ // Политическая лингвистика. 2014. № 1. С. 60–64.

31. Иманкулова А. К. Язык СМИ в современных условиях // Известия Казахского университета международных отношений и мировых языков имени Абылай хана . Сер. : Филологические науки. 2016. № 2. С. 121–133.

32. Казак М. Ю. О функционально-стилистическом статусе языка массовых коммуникаций // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. : Филология. Журналистика. № (2). 2006. С. 176–180.

33. Касперова Л. Т. Функции неологизмов в современной медиаречи. Актуальные проблемы стилистики. 2021. №7. С. 166–169.

34. Касьянова Л. Ю. Когнитивно-дискурсивные аспекты словообразовательной неологизации // Гуманитарные исследования. 2012. № 2. С. 83–87.

35. Касьянова Л. Ю. Сложение как продуктивное средство неологизации в русском языке конца XX–начала XXI в. // Гуманитарные исследования. 2012. № 2. С. 87–92.

36. Касьянова Л. Ю. Коннотативно-прагматическое содержание неологизма // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2007. Т. 7. № 28. С. 36–49.

37. Касьянова Л. Ю. Векторы неологизации в современном русском языке : монография. Астрахань : Астраханский ун-т, 2006. 148 с.

38. Катлинская Л. П. Живые способы создания русских слов. М. : Прометей, 1995. 560 с.

39. Квашина В. В. Оценочность как языковая категория в современной лингвистике // Историческая и социально-образовательная мысль. 2013. № 2. С. 250–255.

40. Клушина Н. И. Гуманитарные стратегии современных СМИ // Век информации. 2016. № 2. С. 296–299.
41. Клушина Н. И. Этические аспекты массовой коммуникации // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Лингвистика. 2014. № 1. С. 59–66.
42. Копнина Г. А. Языковые последствия современных информационно-психологических войн в русскоязычных массмедиа: постановка проблемы // Русистика (русский язык в интернет-пространстве). 2021. № 4. С. 383–400.
43. Копнина Г. А., Сковородников А. П. Стилистика креатива и эколингвистика : точки соприкосновения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 8 (38). С. 101–104.
44. Кормилицына М. А. Стилистическая контаминация в современном медиадискурсе (на материале печатных СМИ) // Проблемы речевой коммуникации : межвузовский сборник научных трудов. Саратов : Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, 2015. С. 23–37.
45. Коровушкин В. П. Основные атрибуты лингвозкологии как автономной междисциплинарной отрасли языкознания // Вестник Череповецкого государственного университета. 2011. № 28. С. 60–64.
46. Котелова Н. З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов // Новые слова и словари новых слов / отв. ред. Н. З. Котелова. Л. : Наука, 1978. С. 5–27.
47. Котик О. В. Неологизмы в рекламном тексте (на материале русского и английского языков) // Культурная жизнь юга России. 2007. № 6. С. 79–80.
48. Костомаров В. Г. Язык текущего момента: понятие нормы // Мир русского слова. 2012. № 4. С. 13–19.

49. Кошкарлова Н. Н. Новообразования русского языка как когнитивно-дискурсивный феномен // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер.: Лингвистика. 2016. Т. 13. № 4. С. 40–45.
50. Крысин Л. П. О некоторых новых типах слов в русском языке: слова-«кентавры» // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2010. № 4 (2). С. 575–579.
51. Курашкина Н. А. Эколингвистика или лингвоэкология? Терминологическая дилемма междисциплинарной научной области // Экология языка и коммуникативная практика. 2015. № 2. С. 143–156.
52. Лаврова Н. А. К вопросу о неологической лексике и о месте контаминантов среди неолексем // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2010. № 9. С. 211–216.
53. Лопатин В. В. Рождение слова : неологизмы и окказиональные образования. М. : Наука, 1973. 151 с.
54. Лопатин В. В., Улуханов И. С. Словарь словообразовательных аффиксов современного русского языка. М. : Азбуковник, 2016. 812 с.
55. Лыков А. Г. Можно ли окказиональное слово назвать неологизмом? // Русский язык в школе. 1972. № 2. С. 85–89.
56. Маринова Е. В. Словообразовательная деривация на базе иноязычных слов как источник новых номинаций (на материале русского языка рубежа XXI вв.) // Вестник Тамбовского университета. Сер.: Гуманитарные науки. 2008. № 4(60). С. 205–209.
57. Мещерякова Н. В. О языке социальной рекламы : основные положения // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2009. №3. С. 184–186.
58. Мищук О. Н. Речевое воздействие в рекламной дискурсе // *Lingua mobilis*. 2014. № 4(50). С. 32–43.
59. Молчанова Г. Г. Когнитивная лингвоэкология и лингвотоксичность : как защитить язык от человека? // Вестник Московского

университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. № 2. С. 7–14.

60. Молчанова Г. Г. Лингвоэкология и современное состояние языка // Вестник Московского государственного областного университета. Сер. : лингвистика. 2016. № 2. С. 47–54.

61. Намитокова Р. Ю. Авторские неологизмы : словообразовательный аспект. Ростов : Ростовский государственный университет, 1986. 156 с.

62. Недоступова Л. В. Функциональные стили современного русского языка : учебно-методическое пособие. Воронеж : Воронежский ГАСУ, 2016. 80 с.

63. Несветаило Ю. Н. Трактровка понятий «неологизм» и «окказионализм» в современной научной парадигме // Филологические науки. 2008. № 1. С. 144–148.

64. Нефляшева И. А. Ключевые слова и словообразовательные модели современного дискурса // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2: Филология и искусствоведение. 2009. № 2. С. 177–183.

65. Нефляшева И. А. Ключевой оним в современном дискурсе и его словообразовательный потенциал // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2: Филология и искусствоведение. 2008. № 10. С. 55–61.

66. Нечипорук Д. Д., Аверьянова Н. А. Лингвистические и экстралингвистические функции неологизмов // Сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции / под ред. Ю. А. Шурыгиной. Пенза : Пензенский государственный университет, 2023. С. 73–76.

67. Нещименко Г. П. Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: проблемы, тенденции развития // Вопросы языкознания. 2001. № 1. С. 98–132.

68. Николина Н. А., Рацибурская Л. В., Фатхутдинова В. Г. Новые явления в сфере деривационных формантов как отражение динамики

словообразовательной системы русского языка // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2: Языкознание. 2020. Т. 19. № 2. С. 5–19.

69. Новое в русской лексике. Словарные материалы – 2022 / сост. Е. С. Громенко, А. Е. Дёмина, Н. В. Козловская. СПб : Институт лингвистических исследований РАН, 2023. 254 с.

70. Новое в русской лексике. Словарные материалы : NEOLINGUA. [Электронный ресурс] : Электронный корпус неологизмов русского языка. Институт лингвистических исследований РАН. Режим доступа: <https://neolex.iling.spb.ru/> (дата обращения: 05.05.2025).

71. Пасечная Л. А., Попова Т. В. К проблеме дефиниции нового слова в современной лингвистике // Вестник Оренбургского государственного университета. 2005. № 11. С. 167–171.

72. Петрухина Е. В., Дедова О. В. Интернет как источник лингвистической информации (для изучения динамики русского словообразования) // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2019. № 57. С. 137–159.

73. Плотникова Л. И. Словотворчество в дискурсе повседневности // Языковой дискурс в социальной практике : сборник научных трудов Международной научно-практической конференции / под ред. Н. А. Комина. Тверь : Тверской государственный университет, 2016. С. 179–181.

74. Попова Т. В., Л. В. Рацибурская, Д. В. Гугунава. Неология и неография современного русского языка : учебное пособие. М. : Флинта. Наука, 2005. 96 с.

75. Пылаева Е. М. Эколингвистика как новое направление в языкознании XXI века // Вестник Пермского государственного технического университета. Проблемы языкознания и педагогики. 2011. № 5. С. 106–113.

76. Радченко М. В. Новообразования в языке современных СМИ // Вестник университета Российской академии образования. 2013. № 1(64). С. 106–109.

77. Рацибурская Л. В. Новообразования в СМИ как средство выражения оценки // Семантика и функционирования языковых единиц в разных типах речи : сборник научных статей / под ред. Е. Н. Лагузовой. Ярославль : Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, 2008. С. 55–63.

78. Рацибурская Л. В., Замальдинов В. Е. Особенности новообразований с экспрессивнооценочной семантикой в региональной нижегородской прессе // Вестник Московского государственного областного университета. Сер. : Русская филология. 2017. № 4. С. 34–41.

79. Рацибурская Л. В., Торопкина В. А. Словообразовательные неологизмы с негативной оценочностью в текстах СМИ // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2013. № 6 (2). С. 187–191.

80. Реформатский А. А. Введение в языковедение : учебное пособие. М. : Аспект Пресс, 1996. 536 с.

81. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов : пособие для учителя. М. : Просвещение, 1985. 357 с.

82. Сенько Е. В. Теоретические основы неологии. Владикавказ : Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, 2001. 108 с.

83. Сковородников А. П. О сверхсильной речевой агрессии и ее модальном антиподе // Политическая лингвистика. 2019. № 3 (75). С. 12–21.

84. Сковородников А. П., Копнина Г. А. Лингвотоксичные явления в речи и языке // Мир русского слова. 2017. № 3. С. 28–32.

85. Сковородников А. П. О предмете эколлингвистики применительно к состоянию современного русского языка // Экология языка и коммуникативная практика. 2013. № 1. С. 194–222.

86. Солганик Г. Я. Язык СМИ на современном этапе // Мир русского слова. 2010. № 2. С. 21–24.

87. Усанова О. Г. Модели речевого воздействия в тексте современной телерекламы // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2008. Т.14. № 1. С. 18–21.

88. Флоря А. В. К вопросу о русской неологии // Вестник Оренбургского государственного университета. 2000. № 2. С. 4–8.

89. Формановская Н. И. Речевой этикет // Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. М. : Флинта: Наука, 2003. С. 575–578.

90. Хорошунова И. В. Лингвоэтические девиации современных СМИ // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. : Филология. Журналистика. 2020. № 2. С. 75-78.

91. Шалина Л. В. К вопросу о сущности неологизма в современной лингвистике // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Белинского. 2007. № 8. С. 73–77.

92. Шаховский В. И. Эмотивная лингвозэкология : комплексный подход к изучению языка, речевой деятельности и человека // Вопросы психолингвистики. 2014. № 9. С. 13–21.

93. Шаховский В. И. Унижение языком в контексте современного коммуникативного пространства в России // Мир русского слова. 2007. № 1. С. 40–44.

94. Шмелева Е. Я. Интернет-коммуникация: новые тенденции в русском словообразовании // Верхневолжский филологический вестник. 2015. № 2. С. 46–52.

95. Эффективное речевое общение (базовые компетенции) : словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. 852 с.
96. Buckingham H. Where Do Neologisms Come From // *Jargonaphasia* / ed. by J. W. Brown. New York : Academic Press, 1981. P. 39–62.
97. Hjarvard S. The mediatization of society : A theory of the media as agents of social and cultural change // *Nordicom Review*. Vol. 29 (2). 2008. P. 105–134.
98. Li Y. Sources of English Neologisms // *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*. 2024. Vol. 42. P. 210–215.
99. Sharipova S. Usage of Neologisms in Media Discourse // *The American Journal of Social Science and Education Innovations*. 2024. Vol. 6 (9). P. 84–87.
100. Simatupang E., Heryono H. New-Word Formation and Social Disruption on Metaverse // *English Review : Journal of English Education*. 2022. Vol. 10. P. 1013–1022.