

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА  
ИМЕНИ М. В. ЛОМОНОСОВА

СТИЛИСТИЧЕСКАЯ КОМИССИЯ  
МЕЖДУНАРОДНОГО КОМИТЕТА СЛАВИСТОВ

ISSN 2312-9751

**Ежегодный международный научный журнал**

# АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СТИЛИСТИКИ

## № 7



Факультет журналистики  
Московского государственного университета  
имени М. В. Ломоносова

Москва 2021

#### **Редакционный совет:**

- глава редакционного совета – член-корр. РАО, д-р филол. наук, профессор Е. Л. Варганова  
(Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова);  
д-р филол. наук, профессор Д. Бжозовска (Опольский университет, Польша);  
д-р филол. наук, профессор Т. А. Воронцова (Челябинский государственный университет);  
д-р филол. наук, профессор С. Гайда (Опольский университет, Польша);  
д-р филол. наук, профессор Я. Гоффманнова (Академия наук Чешской Республики);  
д-р филол. наук, профессор М. В. Иванова  
(Литературный институт имени А. М. Горького);  
д-р филол. наук, профессор В. И. Ивченков (Белорусский государственный университет);  
д-р филол. наук, профессор Н. И. Клушина  
(Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова);  
д-р филол. наук, профессор В. И. Коньков  
(Санкт-Петербургский государственный университет);  
д-р филол. наук, профессор Т. В. Кортава  
(Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова);  
д-р филол. наук, профессор Т. В. Кузнецова  
(Национальный университет «Одесская юридическая академия», Украина);  
д-р филол. наук, профессор Е. Малиновска (Опольский университет, Польша);  
д-р филол. наук, профессор П. Мареш (Карлов университет в Праге, Чешская Республика);  
д-р филол. наук, профессор П. Меич (Университет Мостар, Босния и Герцеговина);  
д-р филол. наук, профессор О. Оргонева  
(Университет имени Коменского в Братиславе, Словакия);  
д-р филол. наук, профессор Л. Тантуровска  
(Институт имени Крсте Мисиркова в Скопье, Македония);  
д-р филол. наук, почетный профессор Б. Тошович (Университет Карла и Франца в Граце, Австрия).

#### **Редакционная коллегия:**

- д-р филол. наук, профессор Н. И. Клушина (главный редактор);  
канд. филол. наук, доцент Н. Н. Василькова (заместитель главного редактора);  
канд. филол. наук, доцент Н. В. Смирнова (шеф-редактор);  
канд. филол. наук, доцент С. Ф. Барышева (ответственный секретарь);  
канд. филол. наук, доцент И. А. Вещикова;  
канд. филол. наук, доцент Н. Н. Вольская;  
канд. филол. наук, доцент Л. Т. Касперова;  
канд. филол. наук, доцент Л. Е. Малыгина;  
канд. филол. наук, доцент А. В. Николаева;  
канд. филол. наук, доцент Т. И. Сурикова;  
Н. А. Примаченко;  
Л. Я. Шнейберг;  
М. А. Васильченко.

**Контактная информация:** 125009, г. Москва, ул. Моховая, д. 9

**Электронный адрес редакции:** [apstil@yandex.ru](mailto:apstil@yandex.ru)

Все материалы рецензируются.

Журнал включен в базы данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) и EBSCO.

© Актуальные проблемы стилистики. Все права защищены.

### **Editorial Council:**

Vartanova E. L., Chair of Editorial Council,  
Corresponding Member of the Russian Academy of Education, Doctor of Philology, Professor  
(Lomonosov Moscow State University);

Brzozowska D., Doctor of Philology, Professor (Opole University, Poland);  
Gajda S., Doctor of Philology, Professor (Opole University, Poland);  
Hoffmannová J., Doctor of Philology, Professor (Academy of Sciences of the Czech Republic);  
Ivanova M. V., Doctor of Philology, Professor (Maxim Gorky Literature Institute);  
Ivchenkov V. I., Doctor of Philology, Professor (Belarusian State University);  
Klushina N. I., Doctor of Philology, Professor (Lomonosov Moscow State University);  
Konkov V. I., Doctor of Philology, Professor (St.-Petersburg State University);  
Kortava T.V., Doctor of Philology, Professor (Lomonosov Moscow State University);  
Kuznetsova T. V., Doctor of Philology, Professor  
(National University "Odesa Law Academy", Ukraine);  
Malinowska E., Doctor of Philology, Professor (Opole University, Poland);  
Mareš P., Doctor of Philology, Professor (Charles University in Prague, Czech Republic);  
Meić P., Doctor of Philology, Professor (University of Mostar, Bosnia and Herzegovina);  
Orgoňová O., Doctor of Philology, Professor (Comenius University in Bratislava, Slovakia);  
Tanturovska L., Doctor of Philology, Professor (Institute "Krstе Misirkov", Skopje, Macedonia);  
Tošović B., Doctor of Philology, Professor Emeritus (University of Graz, Austria);  
Vorontsova T. A., Doctor of Philology, Professor (Chelyabinsk State University).

### **Editorial Board:**

Klushina N. I., Editor-in-Chief, Doctor of Philology, Professor;  
Vasilkova N. N., Deputy Editor-in-Chief, Candidate of Philology, Associate Professor;  
Smirnova N. V., Managing Editor, Candidate of Philology, Associate Professor;  
Barysheva S. F., Executive Secretary, Candidate of Philology, Associate Professor;  
Veshchikova I. A., Candidate of Philology, Associate Professor;  
Volskaya N. N., Candidate of Philology, Associate Professor;  
Kasperova L. T., Candidate of Philology, Associate Professor;  
Malygina L. E., Candidate of Philology, Associate Professor;  
Nikolaeva A. V., Candidate of Philology, Associate Professor;  
Surikova T. I., Candidate of Philology, Associate Professor;  
Primachenko N. A.;  
Shneiberg L. Y.;  
Vasilchenko M. A.

**Contact information:** 9 Mokhovaya Street, 125009, Moscow

**E-mail:** [apstil@yandex.ru](mailto:apstil@yandex.ru)

All articles are refereed.

The journal is included in the databases of the Russian Science Citation Index (RSCI) and EBSCO.

© Actual Problems of Stylistics. All rights reserved.

*Л. Т. Касперова*

(Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова)

## ФУНКЦИИ НЕОЛОГИЗМОВ В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАРЕЧИ<sup>1</sup>

В статье рассмотрены основные функции неологизмов в медиаречи: креативизация, интеллектуализация, воздействие, продвижение. А также особая функция интернет-коммуникации – компенсаторная как способ снятия стресса и выражения эмоции. В качестве примеров из СМИ приводятся актуальные лексические единицы 2019–2021 гг. (*твиндемия, инфодемия, удаленка, тиктокер* и др.).

**Ключевые слова:** интернет-коммуникация, неологизм, лексикология, медиаречь.

---

*Larisa T. Kasperova*

(Lomonosov Moscow State University)

## FUNCTIONS OF NEOLOGISMS IN MODERN MEDIA SPEECH

The article considers the main functions of neologisms in the media language: creativization, intellectualization, impact, promotion. And also a special function of Internet communication – compensatory as a way to relieve stress and express emotions. Current lexical units of 2019-2021 are given as examples from the media (*tweendemia, infodemia, udalenka, tiktoker*, etc.).

**Key words:** internet communication, neologism, lexicology, media speech.

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-012-00077 А «Креативная функция языка в интернет-коммуникации».

Важной функцией неологизмов в СМИ является **креативная функция**, обусловленная в первую очередь рекламной направленностью заголовочных комплексов. Как утверждает известный лингвист Л. В. Рацибурская и представители ее научной школы, «стремление к неологизации является одной из характерных черт публицистического стиля. Далеко не все словообразовательные неологизмы обладают оценочностью, но экспрессивность свойственна большинству из них, поэтому журналисты часто прибегают к созданию новообразований, позволяющих емко и наглядно выразить свою мысль, экономя языковые средства. Это особенно актуально для постоянно меняющегося современного мира, когда автору не хватает существующих средств для точного описания новых явлений в обществе» (Рацибурская, Торопкина 2013: 191).

Каждый журналист, создавая окказиональное слово, должен следовать трем принципам: 1) лексическому (значение нового слова понимается быстро и точно); 2) этическому (слово не является оскорбительным); 3) стилистическому (слово соответствует общей стилистике текста). Наиболее удачные авторские неологизмы журналистов достаточно быстро перестают быть авторскими и начинают широко употребляться в СМИ и обществе (*автохулиганка, аутмусорсинг, гретинизм, инфоцыгане, коронабесие, собянинки, федунизм, хайпжор* и др.), другие остаются окказиональными.

Окказионализмы в журналистике достаточно часто создаются преимущественно способом словообразовательной контаминации (блендинга). «В лингвистической литературе языковое явление «блендинг» имеет достаточно неоднозначное определение. Лингвисты дают разные трактовки блендинга. Кроме того, нет единого термина для обозначения данного явления. По мере изучения вопроса нам встретились следующие варианты: словослияние, гибридизация, вставочное словообразование, вставочное словослияние, скорнение, телескопия, контаминация, наложение» (Ибраева 2021: 2770). Так, например, по мнению О. А. Хрущевой, описавшей различные структурные типы блендов на материале русского и английского языков,

«бленд образуется в результате взаимодействия двух или более исходных единиц, которые проходят процесс усечения и объединяются в единую лексему, либо имеют сходные фрагменты в своей структуре и объединяются путем наложения» (Хрущева 2011: 9). Единого мнения относительно выбора термина для данного способа словообразования в отечественной науке на данный момент не существует, но активность и популярность таких словообразовательных моделей отмечают все ведущие исследователи языка СМИ: «Наибольшей экспрессивностью обладают новообразования нестандартной словообразовательной структуры, созданные по неузואльным словообразовательным моделям, неузואльными способами. В медийном словотворчестве широко представлены гибридные новообразования, созданные путем контаминации (с возможными формальными видоизменениями)» (Рацибурская 2016: 194).

Так, в газете «Коммерсант» (2019–2021) ряд заголовков или заголовочных комплексов содержат именно такие производные: **Торгпредоносцы**. В Минпромторге выбрали семь торговых представительств, на которых протестируют новую систему продвижения и защиты внешнеэкономических интересов России за рубежом: торгпред + торпед/оносцы. Ориентирование на **койкоместности**. Вводить локдаун не планируется даже там, где больницы почти полны: койкомест/о + местность. **Теледебачение**. Как Владимир Зеленский вывел Петра Порошенко на себя: укр. телебачення + де/баты; **Мовомученик**. Владимиру Зеленскому придется жить по новому закону о языке: укр. мова + ново/мученик. **Средне-взбешенные цены**: средневзвешенный + взбешенный.

Данный способ словообразования создает, как правило, слова с оттенком иронии.

Вторая **функция – продвижение** в литературный язык. В качестве примера представим слово *удаленка*.

**Удаленка**. Разг. ‘Формат работы не в офисе; например, из дома и т. п. || для сотрудников, которые обычно работают в офисе’. *Работодатели, которые оставили сотрудников на удаленке, обеспечили их компьюте-*

рами, мебелью и виртуальным детским садом для детей (Коммерсант).

Слово актуализировалось в период пандемии 2020 г., когда многие компании были вынуждены перевести сотрудников на работу из дома, и обрело новый оттенок значения. Кроме того, в 2020 г. слово *удаленка* постепенно утрачивает принадлежность к разговорному стилю в СМИ и становится нейтральным. Его активно употребляют в информационных выпусках и официальных контекстах: «Президент поручил чиновникам уточнить регулирование удаленки с учетом «соблюдения баланса интересов работников и работодателей, минимизации расходов на организацию данного вида работы, а также недопущения ее излишнего нормативного регулирования» (Interfax.ru).

**Тиктокер.** Блогер, который снимает короткие видео и выкладывает их в приложении TikTok. Близнецы Кирилл и Артем Верзаковы из Екатеринбурга заняли седьмое место в рейтинге самых высокооплачиваемых тиктокеров по версии Forbes (Коммерсант). С появлением TikTok в 2019 г. слово стало употребляться в разговорной речи, а затем и в качественных СМИ как нейтральное.

Во время пандемии в литературный язык (зафиксировано активное употребление в качественной прессе) из лексики ограниченного употребления (профессионализмы и сленг) пришли некоторые названия одежды:

**Лонгслив** (англ. long + sleeve). 'Футболка с длинным рукавом'. *Мастро готики и драмы Рик Оуэнс представил коллаборацию с Champion, приуроченную к 100-му юбилею легендарного спортивного бренда. В нее вошли монохромные футболки и лонгсливы, имитирующие боди* (Коммерсант).

**Стритвир** (англ. street wear). 'Уличный стиль одежды'. *Каковы бы ни были наши дизайнерские фантазии, сегодня люди стремятся к оверсайзу, стритвиру, и вообще предпочитают удобную одежду для улицы или дома из мягких уютных тканей* (МК). Слово из молодежного жаргона (См.: <http://www.terminy.info/jargon/dictionaries-of-teen-slang/stritvir>) сейчас активно употребляется в индустрии моды и из разговорной речи проникло в литературный язык.

С каждым годом процесс активного заимствования английской лексики и не менее активного внедрения этих заимствований в русскую речь посредством рекламы, PR и журналистики активно развивается. Для лингвистики это вопрос далеко не новый, и заимствования всегда являлись одним из основных источников пополнения посредством СМИ лексики того или иного языка, выполняя **функцию интеллектуализации** общества. Но основной тенденцией последних лет можно назвать преобладание **воздействующей функции** искусственно внедряемых на международном уровне слов. Так, в 2020 г. по инициативе ВОЗ появилось слово **инфодемия** (англ. infodemics: «информационная» и «пандемия», «эпидемия»). *Негат.* 'Распространение дезинформации с целью создания стрессовой ситуации посредством слухов, фейков, утрирования ситуации или ее отрицания'. **«Инфодемия»** – это появление в информационном пространстве большого количества вредных материалов. Например, конспирологических теорий, слухов, сплетен и так далее (АиФ).

Оценочное слово *ковидиот (covidiot)* тоже является плодом воздействующих технологий. Впервые оно появилось на сайте Urban Dictionary 16 марта 2020 г. и характеризовало людей, которые не верят в пандемию. В русском языке слово получило два антонимичных значения.

**Ковидиот** (англ. covidiot: Covid-19 + idiot). *Неодобр. Ирон.* 'Человек, который неадекватно реагирует на пандемию Covid-19, чрезмерно боится последствий эпидемии или пренебрегает мерами предосторожности'. *На самом деле ковидиотами сегодня называют две категории людей. Первые – те, кто всегда готов к концу света. У них в гардеробе лежит несколько шапочек из фольги, они уже обзавелись скафандром и запасли гречку на пять поколений вперед... А вот вторая категория ковидиотов гораздо более многочисленна и опасна. Это новые отрицатели пандемии, которые твердо уверены в том, что именно они сохраняют ясный рассудок в мировом хаосе и не дадут себя обмануть* (МК).

В сентябре 2021 г. таким «искусственным» словом стало слово *твиндемия* (англ. twins + пандемия). *Твиндемия* – это двойная эпидемия. С одной стороны – острые респираторные вирусные инфекции (ОРВИ или грипп), а с другой – коронавирус. И когда очередная волна ковида наложится на сезонный всплеск простудных заболеваний, то людей ждет двойной удар по здоровью, говорят гарвардские ученые (АиФ).

Первичную реакцию аудитории на подобные слова можно обозначить как стрессовую, а в качестве компенсаторных механизмов в интернет-коммуникации выступает креативное словообразование (функция **компенсаторная**). «Период пандемии коронавирусной инфекции отличает особое усиление игрового смехового, «карнавального» начала в языке и культуре, что является естественной реакцией человеческой природы на переживаемый коллективный стресс, шок, на страхи и опасность, и это не раз было отмечено на страницах СМИ и интернета» (Приемышева 2021: 550). «Очевидна также оценочная и эмоциональная маркированность многих новообразований СМИ, позволяющих отразить субъективное отношение автора к высказыванию в целом» (Скороходова, Щеголева 2016: 78).



Олег Богов · 4 октября 2021

Учитывая же ещё и повальное пьянство, можно говорить уже не о твиндемии, а о тридемии. Ну и там - рукой подать до трындемии. А трындеть у нас умеют...



konstantin lakovlev

а этим тёплым летом тоже был ковид - тот который прилипает в жаре )) а следующей зимой будет тройной ковид от англ. слова triple )))



олег ЧЕПЕЛЕНОК · 4 октября 2021

В ответ на комментарий от konstantin lakovlev

Не а.....Это будет сридемия

[Источник: <https://news.mail.ru/society/48196169/comments/>. Дата обращения 4.10.2021].

Некоторые из подобных производных созданы самими коммуникаторами с целью выражения эмоций, иронии или недоверия к описываемой ситуации, а некоторые – технологами с целью формирования недоверия общества к создавшейся ситуации. В первом случае такой окказионализм будет выполнять компенсаторную функцию, а во втором – воздействующую.

Итак, неологизмы в современной медиакоммуникации выполняют следующие функции: интеллектуализации, воздействия, креативизации, продвижения, а также особую функцию разговорной интернет-коммуникации – компенсаторную.

## Литература

1. Алефиренко Н. Ф. Когнитивно-семиологическая теория слова // Вестник Самарского государственного университета. – 2006. – №5/1(45). – С. 102–110.
2. Ибраева А. Ф. Блендинг как продуктивный способ словообразования в англоязычных чат-коммуникациях // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Том 14. – Выпуск 9. – С. 2769–2772.
3. Кузнецова А. А., Безуглова О. А. Средства массовой информации как один из основных источников неологизмов в английском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – №3 (69). – С. 101–103.
4. Приемышева М. Н. Коронояз, карантинсмех и ковидный фольклор // Русский язык коронавирусной эпохи. Коллективная монография / отв. ред. М. Н. Приемышева. – СПб.: ИЛИ РАН, 2021. – С. 550–563.
5. Рацибурская Л. В., Торопкина В. А. Словообразовательные неологизмы с негативной оценочностью в текстах СМИ // Вестник Нижегородского университета имени Н. И. Лобачевского. – 2013. – №6(2). – С. 187–191.
6. Рацибурская Л. В. Экспрессивно-оценочные возможности современного медийного словотворчества // Неология и неография: современное состояние и перспективы (к 50-летию научного направления): сборник научных статей / отв. ред. Т. Н. Буцева. Ин-т лингв. исслед. РАН. – СПб.: Нестор-История, 2016. – С. 191–196.

7. Скороходова Е. Ю., Щеголева М. М. Роль и употребление неологизмов в современных СМИ // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – №5(3). – с. 73–78. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-upotreblenie-neologizmov-v-sovremennyh-smi>.
8. Хрущева О. А. Универсальные и лингвокультурные особенности блендинга: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Челябинск, 2011. – 23 с.
9. Якушева А. В. Апеллятивная функция неологизмов в заголовочном комплексе // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – №16(345). – С. 156–158.