



Центр стратегической конъюнктуры

Неелова О.И.

Крымский контекст

семантика и прагматика





НЕЕЛОВА Ольга Игоревна, кандидат филологических наук, автор более 20 научных публикаций и нескольких коллективных монографий. В разное время писала для «Крымских известий», «Комсомольской правды», «Вестника Тавриды». Работала журналистом, медиа-менеджером, преподавала в вузе. Занимается аналитикой и управлением корпоративными коммуникациями. Сфера научных интересов: семантическое пространство языка, прикладная лингвистика, дискурсивные практики.



ЦЕНТР СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНЪЮНКТУРЫ

НЕЕЛОВА ОЛГА ИГОРЕВНА

КРЫМСКИЙ КОНТЕКСТ

семантика и прагматика



Москва

Издатель Воробьев А.В.

2022

УДК 811.161.1'37'42:32
ББК 81.411.2-32
Н42



conjuncture.ru

НЕЕЛОВА ОЛЬГА ИГОРЕВНА

Н42 Крымский контекст: семантика и прагматика / Центр стратегической конъюнктуры. — М.: Издатель Воробьев А.В., 2022. — 128 с.

ISBN 978–5–93883–495–8

Язык — это деятельность и живая система. Времена меняются, смыслы проходят сквозь время и остаются в языке. В работе предпринята попытка актуализации новых и старых смыслов в описании лингвистической составляющей медиапортрета Республики Крым, зафиксированной в медиатекстах 2010–2020 гг. от балабановского «За Севастополь ответите» из 2000-х и «Русской весны» 2014 года к либеральному «крымнашисты»; зафиксированы динамика значений, смыслов и, возможно, некие контуры трансформаций от языковой картины мира к географической.

Данное исследование семантико-прагматических особенностей языковых единиц ограничено деривационной и образной системой (фрагментом) языковой картины мира представителей русской лингвокультуры. Установление объема корпуса языковых единиц образной системы, апеллирующих к исторической и культурной памяти этноса как основе национальной картины мира, выявление специфики трансформационного потенциала в контексте социополитических реалий раскрывают новые и возвращают старые смыслы: от «Вместе победим» до «Херсон наш» и «Одесса-мама».

Издание осуществлено при содействии Фонда технологий // revolution.ru

ISBN 978–5–93883–495–8

© Неелова Ольга Игоревна, 2022

© Воробьев А.В. & Центр СК, оформление, 2022

Научное издание

Подписано в печать 04.12.2022. Формат 60x88/16. Уч.-изд. л. 6,43. Усл.-печ. л. 8,0. Тираж 500 экз. Зак. № 602.

Оригинал-макет подготовлен *А.В. Воробьевым*. 7720376@mail.ru

Издатель Воробьев А.В. 7720376@mail.ru. г. Москва, ул. Профсоюзная, 140–2–36

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1. Теоретические основы моделирования медиапортрета Республики Крым.....	12
1.1. Медиадискурс в контексте антропоцентрической парадигмы... 12	
1.2. Лингвистическое осмысление теории медиатекста	17
1.3. Медиапортрет и его структурно-прагматические характеристики	23
1.4. Образные средства при моделировании медиапортрета региона	30
ГЛАВА 2. Новые слова и значения как основа моделирования медиапортрета Республики Крым.....	37
2.1. Новая лексика: узуализация, коннотация, деривационные возможности	37
2.2. Общественно-политическая сфера как источник появления новых слов и значений.....	45
2.2.1. Деривационный аспект при моделировании новых слов	45
2.2.2. Деривационный потенциал языковой единицы <i>Крым</i> как основа современного медийного словотворчества	49
2.2.3. Лексема <i>блэкаут</i> как отражение крымских реалий	53
2.3. Экономическая сфера как источник появления новых слов и значений в актуальном медиапространстве	56
2.4. Реалии культуры и спорта как источник появления новых слов и значений в актуальном медиапространстве	61
2.4.1. Реалии культуры как источник появления новых слов и значений в текстах.....	61
2.4.2. Спорт как источник появления новых слов и значений в текстах современных СМИ.....	65
2.5. Ключевые слова эпохи в актуальном медиапространстве	67

ГЛАВА 3. Образная составляющая медиапортрета	
Республики Крым	81
3.1. Метафорическое моделирование позитивного образа Крыма	
в текстах русскоязычных СМИ	81
3.2. Метафорическое моделирование негативного образа Крыма	
в текстах русскоязычных СМИ	86
3.3. Прецедентные единицы как основа моделирования	
медиапортрета Республики Крым	89
3.3.1. Прецедентные онимы как основа моделирования	
медиапортрета Республики Крым	89
3.3.2. Прецедентные конструкции как основа моделирования	
медиапортрета Республики Крым	93
 ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	 103
 ЛИТЕРАТУРА	 108
Список лексикографических источников	123
 ПРИЛОЖЕНИЕ	 125
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Новая лексика сферы <i>политика</i>	
в региональном медиапространстве.....	125
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Новая лексика сферы <i>экономика</i>	
в региональном медиапространстве.....	125
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Новая лексика сферы <i>культура</i>	
в региональном медиапространстве.....	126
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Новая лексика сферы <i>спорт</i>	
в региональном медиапространстве.....	126
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Медиапортрет Республики Крым	
в зеркале новой лексики.....	127

ВВЕДЕНИЕ

Антропоцентрическая направленность и кроссдисциплинарность научных исследований начала XXI века определяют тот факт, что изучение актуальной картины мира, отраженной в языке, проводится посредством комплекса методов и приемов с привлечением инструментария широкого спектра областей гуманитарного знания. Так, методы и методики изучения языковых единиц предполагают обращение не только к лингвистике, но и к антропологии, этнологии, психологии, философии, культурологии, дискурсологии, социологии, когнитивистике, коммуникологии и другим наукам, позволяющим в полной мере описать широкий спектр признаковых характеристик, имеющих разную природу, но неизменно находящих точки пересечения при описании языковой и концептуальной картин мира современного социума.

Данные характеристики являются основополагающими и при моделировании актуального медийного пространства, ярко и разноаспектно объективирующего различные сферы жизни современного общества. Важной составляющей такого пространства становится сегодня медиапортрет региона, аккумулирующий знания, представления, систему ценностей и антиценностей не только населяющих его этносов, но и всех тех, кто следит за происходящими в данном регионе событиями и конструирует его образ в наивной картине мира посредством полученной информации.

Комплексному анализу медиатекста как объекту научных исследований посвящали работы С.И. Бернштейн, В.В. Богуславская, А.Н. Васильева, Т.Г. Добросклонская, И.В. Ерофеева, Я.Н. Засурский, Н.И. Клушина, В.Ю. Кожанова, В.Г. Костомаров, Б.В. Кривенко, М.А. Кронгауз, И.П. Лысакова, А.В. Николаева, Л.В. Рацибурская, Ю.В. Рождественский, С.И. Сметанина, Г.Я. Солганик, С.И. Трескова, Ф.Г. Фаткуллина и др. К изучению специфики моделирования медиапортрета и смежных с ним категорий обращались Т.Н. Галинская, Т.М. Николаева, А.В. Пантина, Д.О. Смирнов, А.Н. Тарасова и др.

Медиапортрет государства, а тем более медиапортрет региона, как правило, складывается десятилетиями и напрямую зависит от места данного геополитического субъекта на международной арене. Однако социополитические реалии последних лет определили тот факт, что Крым в одночасье стал объектом пристального внимания российских и международных СМИ, проблемной точкой, вызывающей большое количество вопросов и лежащей в основе широкого спектра дискуссий социополитической направленности.

Манипулятивные установки медиадискурса, лежащие в основе моделирования новой языковой личности, и широкий спектр языковых средств, сопровождающий формирование корпуса медиатекстов при описании отраженных в современном медиaprостранстве реалий, нуждаются в тщательном и глубоком изучении. Комплексный и системный анализ медиапортрета Республики Крым предполагает выявление семантико-прагматических особенностей языковых единиц образной системы как составляющих языковой картины мира современного носителя русской лингвокультуры. Необходимым при этом видится установление корпуса языковых средств, апеллирующих к исторической и культурной памяти этноса как фундаменту национальной картины мира, выявление специфики их трансформационного потенциала в контексте новых социополитических реалий.

Фактическим материалом для анализа послужили тексты русскоязычных газет и журналов печатного и электронного характера («Крымская газета», «Крымские известия», «Крымская правда», «Крымское эхо», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Крымский телеграф», «Аргументы и факты» и др.), а также сайты политических деятелей, информационных агентств и порталов («РИА-Новости», «Интерфакс», «ИТАР-ТАСС», «Коммерсантъ» «Р-Спорт», «REGNUM», «Росбалт», «Ведомости», «Деловая столица», «Реальная политика» и др.), представляющих собой источники информации разной направленности (политика, экономика, культура, спорт), рассчитанные на различные целевые аудитории. Корпус медиатекстов представляет собой разнообразный языковой материал и является методологической базой, обеспечивающей обоснованность и достоверность результатов исследования.

Выявление и описание семантико-прагматического потенциала языковых единиц, участвующих в моделировании медиапортрета Республики Крым 2011–2021 гг., предполагают как уточнение терминологического аппарата научного изучения лингвистической составляющей медиапортрета региона, новейших методов и подходов описания языка средств массовой информации, так и характеристику семантико-прагматического потенциала новой лексики, формирующей актуальное медиапространство, а также моделирование медиапортрета Республики Крым на основе выявленного спектра языковых единиц образной системы (метафорическое моделирование позитивного и негативного образа Крыма, прецедентные единицы) как составляющих медиапортрета в текстах русскоязычных СМИ и представляют собой фрагмент языковой картины мира региона, отраженный в медиапространстве.

Семантическое многообразие и оценочность лингвистических единиц, формирующих медиапортрет Республики Крым, становятся составляющими массового коммуникативного пространства. Языковые единицы, участвующие в моделировании медиапортрета региона, подвергаются различного типа трансформациям и расширяют спектр своих коннотативных значений, оказываясь средством номинации и репрезентации субъектов и объектов региона, социополитических реалий, признаков и атрибутов концептуальной картины мира, по-разному отражаются в дискурсивных практиках и медиареальности. Данный факт определяет сложность моделирования медиапортрета региона и его зависимость от экстра- и интралингвистических факторов.

Теоретико-методологическая база исследования основывается на изучении языковой реальности, ключевые положения фрагментов которой представлены в работах ученых:

– *лингвокультурология и языковая картина мира* (Н.Д. Арутюнова, Г.Ю. Богданович, А. Вежбицкая, С.Г. Воркачев, Ю.Н. Караулов, В.И. Карасик, В.В. Колесов, В.В. Красных, В.А. Маслова, Г.Г. Слышкин, Ю.С. Степанов, И.А. Стернин, В.Н. Телия, В.М. Шаклеин, Т.А. Яценко);

– *медиалингвистика и дискурсивная составляющая медиапространства* (О.В. Александрова, Н.Д. Арутюнова, Л.Е. Бессонова,

В.В. Богуславская, Т. ван Дейк, М.Н. Володина, Т.Г. Добросклонская, М.Р. Желтухина, Н.И. Клушина, И.М. Кобозева, И.П. Лысакова, О.Ф. Русакова, Л.Н. Синельникова, С.И. Сметанина, Г.Я. Солганик, Т.В. Чернышова);

– *неология и деривационный потенциал новообразований* (С.И. Алаторцева, Л.Б. Гацалова, Ю.И. Жабаева, Е.А. Земская, В.П. Изотов, С.В. Ильясова, А.Г. Лыков, Л.И. Плотникова, Т.В. Попова, Л.В. Рацибурская, Е.В. Сенько, И.С. Улуханов);

– *когнитивная презентация текста* (А.П. Бабушкин, А.Н. Баранов, Э.В. Будаев, Д.Б. Гудков, В.З. Демьянков, Е.В. Дзюба, Д.О. Добровольский, Р.И. Зарипов, Е.С. Кубрякова, М. Минский, А.А. Петров, Н.А. Сегал, Е.А. Селиванова, Т.Г. Скребцова, С.Г. Тер-Минасова, Ч. Филлмор, А.П. Чудинов, Е.С. Яковлева);

– *семантико-прагматическая составляющая текстового пространства* (А.Н. Баранов, В.В. Богуславская, М.С. Вершинин, О.И. Воробьева, Е.М. Гордеева, М.Н. Грачев, В.В. Дементьев, И.В. Ерофеева, С.В. Ильясова, И.Р. Красникова, Л.Г. Лисицкая, О.Л. Михалева);

– *теория интертекстуальности* (Р. Барт, М.М. Бахтин, Р. Водак, В.В. Красных, Н.А. Купина, Ю.М. Лотман, С.Г. Тер-Минасова).

Использование разнообразных методов и исследовательских приемов (описательный — для интерпретации и обобщения результатов исследования; контекстологический метод — для определения специфики функционирования лингвистических единиц в различных медиатекстах; интерпретационный — для характеристики семантико-прагматических и когнитивных возможностей и манипулятивного потенциала языковых единиц; метод моделирования — для установления объема и границ лингвокогнитивных моделей; метод контент-анализа — определение образно-ассоциативного потенциала исследуемых единиц; компонентный анализ — при интерпретации составляющих отдельных языковых единиц; элементы количественного анализа и др.) позволило комплексно описать особенности лингвистических единиц означенного хронологического периода, участвующих в моделировании медиапортрета региона.

При проведении моделирования актуализируются определенные направления лингвистической деятельности, которые необходимо учитывать.

1. В современных дискурсологических практиках отражаются ценностные установки определенного социума с учетом исторических реалий. Относящиеся к тем или иным сферам культурного знания лингвистические единицы связаны с дискурсивными выражениями онтологических репрезентаций, формирующих медиа-портрет региона. Ассоциативный потенциал фоновых знаний носителей русской лингвокультуры позволяет объективно представить фрагмент языковой картины мира в его концептуальном измерении.

2. Тексты русскоязычных СМИ, реагируя на исторические изменения в жизни общества, свидетельствуют об ориентации на языковую игру и семантических преобразованиях, трансформационных процессах разных уровней (лексических, грамматических, структурных), определяя таким образом авторское видение лингвокультурной и политической ситуации в хронологическом измерении. Лингвокогнитивное моделирование участвует в создании своеобразного портрета региона и его имиджа, в основе которого важной является языковая составляющая, в том числе ключевые слова, зафиксированные в определенное время в медиатекстах разной направленности и связанные с особенностями рассматриваемого региона на том или ином этапе.

3. Дискурс средств массовой информации 2011–2021 гг. в определенной мере представлен лингвистическими единицами, отражающими общественно-политические, экономические, культурные, спортивные события региона, в качестве основных средств вербальной репрезентации которых зафиксированы различного рода новообразования. В медиатекстах разной тематической направленности актуализируются приемы деривационных возможностей языка, семантические характеристики ключевых слов, фиксируется широкий спектр образных средств и грамматических конструкций, выполняющих культурологическую, оценочную, манипулятивную, онтологическую, эвфемистическую функции, реализующиеся в комплексе с учетом научных знаний о языковой и концептуальной картинах мира рассматриваемого региона.

4. Формируемый с помощью средств массовой информации образ региона основан на репрезентации, восприятии и оценке

языковых новообразований, функционирующих в текстах русскоязычных СМИ, характеризуется наличием определенных фоновых знаний у реципиента, семантико-грамматическими характеристиками языковых единиц и спецификой их использования в медиатекстах и представляет собой определенный медиапортрет, в основе которого лежит лингвистическая составляющая. Зафиксированные в различных медиатекстах новообразования, иллюстрирующие факты из жизни современного социума, характеризуются богатым деривационным потенциалом, не тождественны в аксиологическом измерении, отличаются когнитивно-прагматической спецификой, а также свидетельствуют о территориальной индивидуальности и культурно-национальной самобытности региона, его генетической связи с Россией.

5. Анализ лингвистических единиц, моделирующих образ Республики Крым в различных дискурсивных практиках определенного хронологического периода, представляет собой зафиксированный фрагмент лингвокультурной ситуации и позволяет представить портрет региона в его семантическом многообразии, деривационной специфике, динамичных преобразованиях, с помощью языковой игры аккумулирующий значимостную и ценностную составляющие языкового пространства.

Таким образом, семантико-прагматическая организация и особенности актуального функционирования языковых единиц, апеллирующих к ключевым словам эпохи как источнику описания лингвокультурной ситуации региона, впервые представлены в комплексном исследовании с учетом междисциплинарного подхода. Обозначены механизмы формирования русскоязычных медийных текстов на основе значений слов и словосочетаний, связанных с определенным временным периодом и спецификой территории. Расширены представления о лингвистическом медиапортретировании. Уточнены особенности деривационного потенциала и образной организации рассматриваемых феноменов.

В проведенном исследовании расширяется представление о современных дискурсивных практиках и особенностях функционирования лексических единиц в актуальных медиатекстах. Языковые единицы, моделирующие актуальное медиапространство, устанав-

ливаются и интерпретируются в комплексном описании языковых фактов, характеризующих особенности региона. Предложенные в работе приемы, предназначенные для изучения специфики ключевых слов, позволяют переосмыслить и разнопланово описать лингвокультурную ситуацию региона. Полученные данные о специфике лингвистических единиц, зафиксированных в русскоязычных текстах СМИ, имеют определенное значение для развития когнитивной и прагмалингвистики, дискурсологии и коммуникологии, могут быть использованы как результат практической деятельности (в лексикографии, в практике преподавания русского языка, стилистики, риторики, когнитивной лингвистики и лингвокультурологии, дискурсологии, коммуникологии, в журналистике).

ГЛАВА 1

Теоретические основы моделирования медиапортрета Республики Крым

1.1. Медиадискурс в контексте антропоцентрической парадигмы

Междисциплинарность современных гуманитарных исследований характеризуется сегодня возможностью интегративного подхода к изучению языка во всех сферах его реализации. В русистике конца XX — начала XXI века в аспекте антропоцентрической парадигмы можно выделить ряд взаимосвязанных направлений, синтезирующих особенности восприятия человеком окружающих его реалий: когнитивистика [133; 138; 176; 199; 260 и др.], корпусная лингвистика [223; 139 и др.], компьютерная лингвистика [125 и др.], дискурсология [90; 133; 138; 143; 167; 237; 254; 308 и др.], социолингвистика [28; 171; 202 и др.], психолингвистика [29; 105; 294 и др.], лингвокультурология [13; 56; 65; 136; 198; 272 и др.], коммуникативная лингвистика [126; 165; 273; 280; 329 и др.]. Имея свои безусловные точки пересечения и отличительные черты, каждое из представленных направлений в том или ином аспекте направлено на изучение дискурса, понятия, глубоко и полно вошедшего в научную гуманитарную базу.

Дискурс является своеобразным маркером современной гуманитарной парадигмы. Сам термин, употребляемый с 1970-х гг., связывают с различными сферами научного применения. Подход к исследованию, а также разнообразие тематики научной интерпретации обусловили и различия в дефинициях. Так, Н.Д. Арутюнова определяет дискурс как связный текст, зависящий от экстралингвистических факторов («связный текст в совокупности с экстралингвистическими — прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте») [348, с. 136–137]; Ю.С. Степанов считает дискурс осо-

бым миром — «язык в языке» [272, с. 44]; В.И. Карасик — текстом в ситуации реального общения [132; 133]; В.В. Красных — вербализованной речемыслительной деятельностью [167]; Е.И. Шейгал связывает дискурс с системой коммуникации [314] и др.

В ставшем классическим понимании дискурса («речь, погруженная в жизнь») Н.Д. Арутюнова приводит основную характеристику, позволяющую различать «дискурс» и «текст». По мнению ученого, именно речь выступает ключевым и бесспорным маркером; вместе с тем, ученый справедливо подчеркивает, что сам термин «дискурс» не следует применять к древним текстам и другим, непосредственно не связанным с живой жизнью [348, с. 136–137]. Рассматривая определения термина «дискурс» в когнитивном аспекте, Л.Н. Синельникова приходит к выводу о том, что дискурс как таковой представляет собой своеобразную матрицу — «системное представление основных для нашего времени дискурсивных матричных “клеток”, характеристика наиболее очевидных когнитивных, а также связанных с ними языковых признаков дискурсивных практик, которые существенно изменили (и продолжают изменять) картину мира современного человека» [255].

Безусловным представляется тот факт, что дискурс имеет свой план выражения. Данный тезис ученые подтверждают следующими комментариями: во-первых, дискурс обычно ассоциируется с речью, что выражается с помощью лингвистического инструментария и в порождении текстов. Обычно связную речь связывают либо с потоком речи, либо со сложным синтаксическим целым или сверхфразовым единством. Как правило, такой текст представляет собой завершенное речевое коммуникативно целостное произведение. Во-вторых, в дискурсе отражаются ментальные процессы участников коммуникации: психологические, этнические, социокультурные стереотипы и установки, те или иные стратегии понимания и порождения речи (при этом учитывается темп речи, соотношение общего и конкретного, нового и традиционного, общепринятого и субъективного, эксплицитного и имплицитного и т.д.).

Таким образом, можно резюмировать, что понимание термина «дискурс» связано с термином «речь» или терминологической

конструкцией «поток речи». Дискурс образует сложное синтаксическое целое, непосредственно определяется ментальностью, вербализацией сознания индивида и проявляется как сложная коммуникативная составляющая, с учетом экстралингвистических факторов влияющая на производство и восприятие текста — фрагмента действительности реальной картины мира, сформированной с помощью языковых возможностей человека.

Социополитические реалии начала XXI века определяют тот факт, что все более востребованным в научном пространстве становится термин «медиадискурс», ценность и значимость которого, на наш взгляд, может быть обусловлена следующими актуальными для научного измерения факторами/

1. Появление виртуальных медийных текстов, имеющих более широкий манипулятивный потенциал по сравнению с аналогичной печатной продукцией. Автор виртуального медиатекста имеет возможность публиковать его «в режиме реального времени», фиксируя те или иные события и ситуации непосредственно во время их наступления. Таким образом, читатель виртуального медиатекста становится непосредственным участником происходящего события и видит его глазами автора-журналиста.

2. Конфликтность и агрессивность современного мира определяют тот факт, что медиатексты все чаще фиксируют события политического характера, отношение к которым априори является субъективным как со стороны адресанта, так и со стороны адресата. Г.Я. Солганик справедливо назвал публицистику конца XX — начала XXI века «пучком отношений», где главным и определяющим считается «отношение к действительности и тесно связанное с ним отношение к тексту» [267, с.76].

С развитием интернет-коммуникации усилилось внимание исследователей к манипулятивному потенциалу СМИ, которые превращаются в рычаги управления и манипулирования общественным мнением.

Легитимизация действий власти, попытка представить их в лучшем свете с целью добиться поддержки общества, привлечь широкую аудиторию к общественно-политическим проблемам региона, внутренняя и внешняя политика государства в условиях санкций и

другие аспекты находятся в центре внимания исследователей массовой коммуникации. Существенно влияет на современные СМИ экономический фактор, поскольку рыночная экономика превращает информацию в товар, направленный на определенного потребителя.

В современной медиаиндустрии при подаче информации обозначились три основные модели: «коммерческая, общественная и государственная» [52, с. 177; 53]. Каждой из этих моделей отведено свое место в информационном пространстве в зависимости от целей, задач и установок, а также роли потребителя по отношению к создаваемому контенту.

Редакционная политика с частной коммерческой моделью собственности направлена прежде всего на массовую аудиторию пассивного типа, являющуюся потенциальным потребителем в первую очередь рекламного продукта, в расчете на увеличение прибыли от контента. Контент в таких СМИ насыщен окказиональной лексикой разного типа, где первостепенной задачей является развлечение потребителя без прилагаемых усилий, навязчивая или яркая, хорошо запоминающаяся реклама. Среди окказиональной лексики на первый план выходят графические окказионализмы, которые с помощью средств выделения (курсив, дефисы, аббревиация и др.) дают возможность потребителю запомнить содержание рекламы и выделить, подчеркнуть главное.

Языковое наполнение общественных СМИ предполагает активизацию языковой игры, использование разнообразных лингвистических приемов и конструкций, в полной мере характеризующих богатство медиадискурса, ориентированных, в первую очередь, на образованных потребителей качественного журналистского продукта с целью привлечения внимания к социально значимым вопросам региона.

Медиакомпании с государственной моделью финансирования заботятся о привлечении целевой аудитории за счет освещения жизни социума и сопутствующих ей социально-политических, патриотических и культурных вопросов, выступающих главным инструментом идеологической политики государства.

В исследовании анализируются медиатексты, соотносимые с каждой из трех моделей, однако наиболее ценными, на наш

взгляд? представляются медиатексты социополитической направленности, поскольку именно они лежат в основе моделирования медиа-портрета региона.

Считаясь в определенной мере коммуникативным явлением, медиадискурс обладает некоторыми дифференциальными признаками, природу которых исследователи связывают с видом речевой коммуникации, характеризующейся жанровой и идеологической принадлежностью, смысловой ориентацией (Т.А. ван Дейк, В.З. Демьянков, А.Е. Кибрик, В. Кинч, И.М. Кобозева и др.), а другие (О.В. Александрова, В.В. Красных, Е.С. Кубрякова и др.) соотносят с вербализованной деятельностью в сфере культуры, социальной общности, отношением к определенному историческому срезу. Вместе с тем, медиадискурс изучается в разных направлениях: стилистические особенности языка средств массовой информации; язык СМИ как компонент политической лингвистики; язык СМИ в аспекте межкультурной коммуникации; язык средств массовой информации как важнейшее средство воздействия на общественное сознание; изучение текстов СМИ в когнитивном аспекте; социолингвопсихологическая составляющая языка средств массовой информации.

Таким образом, оставаясь достоверным источником для лингвистических исследований, язык средств массовой информации характеризуется междисциплинарностью изучения, уточняется, интерпретируется и переосмысливается современными учеными. Е.А. Земская справедливо замечает: «... язык современных газет может служить зеркалом современной российской жизни. Он отражает все то хорошее и плохое, что свойственно нашей действительности: отказ от показухи и лицемерия, от казенного бюрократизма и безличности, демонстрирует раскованность, раскрепощенность, стремление выразить свое личное мнение, повышенную экспрессивность, порождающую и высокий гражданский пафос, и резкость, доходящую до грубости» [115, с. 157].

1.2. Лингвистическое осмысление теории медиатекста

Вторая половина XX — начало XXI века характеризуются стремительным развитием средств массовой коммуникации и новых информационных технологий. Научный поиск обусловлен новым этапом в развитии СМИ — печать, радио, телевидение дополняются новыми каналами распространения информации, связанными с совершенствованием медийных рынков, изменивших статус СМИ. Развитие интернет-технологий влечет за собой трансформирование традиционного представления о путях создания, распространения и специфике употребления новых слов в речи, а также о характере языковых преобразований.

В современной массовой коммуникации происходит существенное расширение границ понимания текста: на смену линейному толкованию текста как некой последовательности вербальных знаков, объединенных общим смыслом, приходит текст объемный и многомерный, в котором медийные приемы тех или иных средств массовой информации совмещаются с вербальной частью текста. Не вызывает сомнения факт тесной взаимосвязанности вербальных и медийных компонентов текста: сочетаясь между собой, усиливая или дополняя, выделяя или противопоставляя, эти компоненты представляют собой некую целостность, определенное неразрывное единство, сущность которого выражена понятием «медиатекст».

По свидетельству исследователей, появление термина «медиатекст» относят к 90-м годам XX века и связывают с возрастающим вниманием к медиаречи, особенностям функционирования языка в сфере массовой коммуникации и информации (А. Белл, Т. ван Дейк, Т.Г. Добросклонская, М. Монтгомери, Г.Я. Солганик, Н. Фейерклаф, Р. Фаулер). Сравнительно недавнее появление термина обусловило его стремительное распространение как в национальных медиадискурсах, так и на международных исследовательских платформах. Медиатекст (текст массовой информации) становится исследовательской базой для изучения текста с использованием методологического аппарата социолингвистики и теории дискурса.

са, функциональной стилистики и прагматики, когнитивной лингвистики, риторики, контент-анализа и др.

Актуализация функционирования языка средств массовой информации, типология медиатекстов, специфика медийной речи, а также влияние социокультурных факторов на порождение контента определяют внимание к лингвомедийным технологиям воздействия на адресата (реципиента).

В российской лингвистической науке развитие теории медиатекста и методов его изучения связано с такими учеными, как С.И. Бернштейн, А.Н. Васильева, Т.Г. Добросклонская, Н.И. Клущина, В.Г. Костомаров, Б.В. Кривенко, И.П. Лысакова, Ю.В. Рождественский, Г.Я. Солганик, С.И. Трескова, Д.Н. Шмелёв и др. В современных исследованиях под «медиатекстом» обычно понимают созданный в результате медиапроизводства конкретный продукт (медиапродукт) — адресованное массовой аудитории (потребителю информации), выполненное в любом жанре произведение для любого вида медиа. Такое произведение (медиатекст) формируется с помощью медиаязыка как «комплекса средств и приемов выразительности» и определяет характер медиакультуры как «совокупности материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа» [289, с. 38]. При этом «медиатекст» представляется как «динамическая сложная единица высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций» [188, с. 3].

В современном мире средства массовой информации через текст репрезентируют и актуализируют реальность. Новости, информационная аналитика, публицистика, реклама определяются как основные типы медиатекстов, представляющие собой различные виды дискурса, и изучаются учеными с разных сторон: социокультурной, тематической, социологической, когнитивной, аксиологической и др. Выбор направленности изучения определяется в большей мере информационной платформой. При этом следует иметь в виду, что «медиатекст сочетает медийный и вербальный текст, в нем соединяются сложная природа языка (материала творчества), личностные языковые вкусы и пристрастия творца, интересы и возможности печатного издания, телевизионного канала, радиостанции» [302, с. 237].

Исследователи отмечают, что «язык СМИ нередко предстает как поток сознания современного человека» [187], как источник «получения информации о духовных импульсах и материальной сфере человеческой деятельности, о принципах развития общества» [263, с. 78]. С.И. Сметанина полагает, что активность журналиста «направляется не на мир реальных объектов, а на язык» [263, с. 26]; а переключение внимания «своего и читателя с события на код (язык) и его возможности придает медиатексту эстетическую функцию» [263, с. 53].

Различные аспекты создания и функционирования медиатекста рассматривались в работах многих лингвистов (например, В.В. Богуславской [35, с. 63; с. 66], В.Ю. Кожановой [147, с. 64] и др.). Ценным при этом представляется наблюдение И.В. Ерофеевой, которая приходит к следующему выводу: если «культурологический анализ позиционирует текст как свертхтекст, универсальный способ хранения, передачи и трансформации национальных ценностей, то медиатекст в рамках лингвистического подхода понимается как любое коммуникативное событие в рамках медиапространства в широком смысле и как транслирующаяся последовательность знаков и смыслов» [99, с. 34].

Таким образом, при изучении медиатекстов как отдельных произведений речи актуализируется когнитивный подход, что позволяет представить в том числе результат тех, кто создает, аккумулирует, производит и распространяет определенную информацию. «Когнитивный подход, — отмечает Т.Г. Добросклонская, — когда в центре внимания медиалингвистики оказываются такие важные для понимания информационных процессов вопросы, как интерпретационные свойства медиатекстов, их роль в построении информационной картины мира, культурноспецифичные и идеологические факторы, влияющие на производство и восприятие текстов массовой информации» [94, с. 156].

В.Г. Костомаров развивает мысль о том, что жанры медийных текстов весьма разнообразны, и подчеркивает, что сами по себе эти тексты «одинаково непредсказуемы по содержанию и одинаково рассчитаны на непредсказуемую массовую аудиторию, контакт с которой технически опосредован» [157, с. 188]. Развивая

данную идею, лингвист подчеркивает: важным является тот факт, что разговорные тексты рассчитаны преимущественно на непосредственный личный контакт участников коммуникации.

Именно в «необходимости любыми способами установить и продолжить устойчивую связь в среде общающихся» ученый видит развитие медиатекстов [157, с. 189].

Желание приобщить целевую аудиторию к своему медийному продукту ставит перед создателями непростую задачу, в результате чего приобретают особый смысл различные технологии воздействия медиатекста. Для этого используются и апробируются различные методики анализа текстов СМИ, среди которых особую значимость приобретают семиотический и стилистический, нарративный, контекстуальный и др. При этом бесспорным представляется тот факт, что дискурсивный анализ массмедиа сегодня оказывается наиболее востребованным, т.к. «позволяет исследователям описывать и понимать процессы создания, обмена и дифференциации смыслов в пространстве массовой коммуникации (например, что изображается в СМИ как нормальное, допустимое, приемлемое, а что — нет; и какими контекстуальными связями это обусловлено), иерархизации репрезентаций (например, как и почему маркируются те или иные образы как более или менее привлекательные, как и в связи с чем определяется важность события), легитимации определенного опыта и практик (какие действия одобряются и как это осуществляется дискурсивно)» [146].

Повсеместная цифровизация общественной жизни предопределяет внимание к интернет-тексту как таковому, со всеми его формами и форматами. Интегрированные технологии способствуют моделированию и закреплению в едином смысловом пространстве весьма разнородных составляющих: вербальных, визуальных, гибридных (аудиовизуальных) компонентов.

Известно, что современным СМИ свойственна оперативность. Особенно это характерно для интернет-СМИ, цифровые платформы которых позволяют эффективно обновлять информацию, получать необходимые сведения в любом месте и в любое время, используя при этом оффлайновые или онлайн-средства массовой информации.

Интернет-тексты, безусловно, отличаются от текстов линейных. Так, Н.И. Клушина и А.В. Николаева, формулируя и описывая базовые стилистические доминанты современного интернет-текста, выделяют жанры коммуникативного пространства, обозначают их специфику, фиксируют новые стратегии интернет-коммуникации и феномены транслирования информации в современном обществе [143].

Глубину и ёмкость термина «медiateкст» подчеркивает и исследователь М. Казак, который отмечает, что «термин “медiateкст” вобрал в себя параллельные, взаимозаменяемые или пересекающиеся феномены — массово-коммуникативный текст, массмедийный текст, журналистский текст, публицистический текст, газетный текст, телетекст, рекламный текст, PR-текст, интернет-текст и т.д.» [128]. Данный тезис позволяет заключить, что функциональность современных медiateкстов относится прежде всего к трем базовым платформам: журналистике, рекламе и PR.

Как базовая категория медiateкст рассматривается сегодня и в медиалингвистике, и в медиастилистике, и в медиаобразовании, и в медиакультуре (см. работы Т.Г. Добросклонской, Н.Б. Кирилловой, Г.Я. Солганика, А.В. Федорова и др.), безусловно претендуя на особый статус.

М. Казак справедливо отмечает, что применительно к существующей концепции медiateкстов «следует говорить не столько о недостатках классической теории, сколько о том, что современная текстовая действительность, не отменяя традиционных теорий, требует интегративных интерпретаций, способных объяснить новые аспекты или новые типы текстов массовой коммуникации — смешанных, креолизованных, поликодовых, гипертекстов, мультимедiateкстов, сущностные характеристики которых связаны с развитием информационных технологий и конвергенцией средств массовой коммуникации» [128].

Исследуя специфику медiateкста, ученые фиксируют его ключевые особенности: смысловые медийные добавки, изменение семантики, связанные с коммуникативной платформой [94; 268]. При этом следует отметить важность экстралингвистических факторов, сопровождающих текст в медийном пространстве. В линг-

вистических работах подчеркиваются наличие особого типа и характера информации; так называемая «вторичность текста»; информационная одноразовость, невоспроизводимость; особый характер массмедийной интертекстуальности; поликодовость текста; медийность как зависимость текста от технических возможностей канала; многофункциональность самих массовых коммуникаций; коллективный автор текстов; массовая аудитория (целевая); характер обратной связи [128].

Исходя из сказанного, можно дать следующее определение термину «медiateкст»: «медiateкст — интегративный многоуровневый знак, объединяющий в единое коммуникативное целое разные семиотические коды (вербальные, невербальные, медийные) и демонстрирующий принципиальную открытость текста на содержательно-смысловом, композиционно-структурном и знаковом уровнях. Ведущими признаками медiateкстов можно считать медийность, массовость, интегративность, открытость» [128]. Подчеркнем, что, как показал обзор научной литературы, лингвистическая классификация медiateкстов до сих пор остается открытой.

По определению Ф.Г. Фаткулиной и Р.Р. Хабирова, медiateкст — это «текст любого медийного вида и жанра, благодаря которому осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций». Развивая данную идею, ученые подчеркивают, что «медiateкст выражает более общую сущность таких понятий массовой коммуникации, как журналистский текст, публицистический текст, рекламный текст, телевизионный текст, интернет-текст, радиопередача, специальный репортаж» [288]. Н.А. Кузьмина считает, что медiateкст представляет собой «динамическую сложную единицу высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций» [181, с. 13]. Размышляя над определением медiateкста, Я.Н. Засурский подчеркивает, что медiateкст — это «новый коммуникационный продукт», который «может быть включён в разные медийные структуры вербального, визуального, звучащего, мультимедийного планов, а также в разные медийные обстоятельства: газеты, журналы, радио, телевидение и т.д.» [107; 304, с.160].

Таким образом, современное медиапространство в его языковом измерении представляется ценной площадкой для развития современного, в том числе окказионального, словотворчества и предполагает широкое использование языковых единиц образной системы, определенный прагматический посыл, направленный на конкретного адресата языкового сообщения.

Особое внимание исследователей сосредоточено на моделировании ситуации и ее языковом выражении, игре со словом, многозначности и трансформации значения. Такой условный контекст оказывается интереснее самой информации, при этом у современного медиатекста появляется главная функция: отражая действительность, моделировать и создавать формирующуюся реальность. Именно данный тезис определяет особенности медиапространства начала XXI в.

1.3. Медиапортрет и его структурно-прагматические характеристики

Расширение внимания к медийной сфере неизменно влечет за собой трансформацию семантических представлений об уже, казалось бы, принятых и устоявшихся лексических единицах. Конвергенция общественных отношений в различных видах деятельности индивида, междисциплинарность различных областей научного знания определяют появление целого ряда синонимичных конструкций, с помощью которых можно объяснить актуализирующиеся лексемы.

Нередко переосмысление семантики слова происходит на основе метафоризации. Показательным в этой связи следует считать, например, лексему «портрет». Так, отмеченное во всех известных толковых словарях одно из значений этого слова (*перен.* Описание внешности персонажа в литературном произведении. *Портретный* — относящийся к портрету, портретам) постепенно переносится и в медийную сферу, где находит применение, в том числе и в научной литературе [44; 83; 129; 204; 215; 277 и др.].

Комплексный анализ научных исследований свидетельствует об интересе к данному ключевому понятию, желании переосмыслить и описать некоторые стороны явления, именуемого «медиапортрет» (в частности, обзор современных исследований показывает, что наиболее востребованным становится описание следующих медиапортретов: речевой медиапортрет, медиапортрет студента, политический медиапортрет, социальный медиапортрет, гендерный медиапортрет, национальный медиапортрет, мемориальный медиапортрет, медиапортрет семьи, медиапортрет иммигранта, медиапортрет культурного поля, обобщенный портрет в программировании, психологический портрет и др.).

Обращает на себя внимание решение в первую очередь задач публицистического (журналистского) свойства, акцентирующих внимание на пропагандистских установках, использующих полный арсенал приемов эксплицированного и имплицитного воздействия на целевую аудиторию.

С точки зрения искусствоведческой, сложный жанр портрета во многом определяется стилем автора, а также отнесением к принятой типологии. Известно, что жанр портрета представлен несколькими типами: парадный, камерный, интимный и сюжетный, особо отмечен автопортрет.

Проецируя данный тезис на анализ языкового материала, подчеркнем, что ракурс описания портретного сходства неизменно приводит к языковой специфике и зависит от поставленной в научном исследовании задачи и фактического материала. При этом отмеченная типология в живописи или других видах искусства условно переносится и на лингвистическую составляющую, где в полной мере проявляется ее стилистика, которая находится в определенной зависимости как от сложных ментальных черт общества, его психологической специфики, так и от коммуникативных особенностей, приоритетов и эталонов на определенном культурно-историческом срезе.

Важным является тот факт, что в любом ракурсе описания портрет должен быть правдивым и убедительным. Перенесение этих характеристик в плоскость литературоведения (литературный портрет), коммуникации (журналистики — образ, имидж), психо-

логии (психологический портрет) основано прежде всего на использовании языковых знаков. Но так называемый «словесный портрет» употребляется и используется в разных значениях.

Портретная характеристика литературного героя неизменно ведет к созданию образа. Вместе с тем, основой типологического образа является своеобразное обобщение. Поэтому неслучайно в словарях предлагаются следующие синонимы междисциплинарного характера к слову «портрет»: *икона, лик, вид, изображение, картина, облик, отражение, отображение, представление, символ; способ, стиль, тип, характеристики; обличье, фигура, внешность, манера, идея, обличье, образок, наружность, первообраз, имидж, порядок, призрак, брэнд, характер, очертания, роль, направление* и др.

И если в медийной сфере термин «медиапортрет» только начинает формироваться, термин «языковой портрет» в лингвистике и иных гуманитарных науках уже используется в полной мере, наполняясь новыми смыслами. В современных научных исследованиях при изучении лингвокультурной ситуации территории обычно выделяют языковой портрет региона, в который включают совокупность языковых (фонетических, лексических, фразеологических, грамматических и т.п.) характеристик различных носителей языка, проживающих в определенной местности. Составляющими такого языкового портрета определяют особенности диалекта местности, лексико-фразеологический состав, грамматические конструкции, ономастикон, проводя связи с историей и культурой.

Языковое портретирование, как показал анализ, в лингвистике начала XXI века становится основой монографических исследований. Так, комплексный анализ языкового портрета представлен в работе «Методы исследования языковой личности современного диалектоносителя» М.В. Миловановой [203]. Метод языкового портретирования, по мнению исследователя, «характеризуется достаточной вариативностью, поскольку в зависимости от сформулированных целей и задач могут различаться исследовательские стратегии, меняться параметры портретирования и т.п.». Расставляя акценты на определении объема и границ данного термина, Е.В. Иванцова приходит к выводу о том, что портретирование сле-

дует определять как «планомерное описание особенностей языковой личности в соответствии с поставленными исследователем задачами» [119].

Представляя дифференцированный речевой портрет как иерархически организованную структуру, ученые выделяют следующие составляющие его компоненты: «социокультурные параметры (возраст, пол, место рождения, образование, интересы, увлечения); лингвистические параметры (общие для реципиентов языковые явления в области фонетики, лексики, морфологии, словообразования); коммуникативные параметры (особенности коммуникативного поведения, набор специфических разговорных формул, речевых оборотов, лексических единиц)» [203].

Справедливым нам представляется суждение Т.М. Николаевой, подчеркивающей, что дифференцированный речевой портрет должен зафиксировать «яркие диагностирующие пятна» [210, с. 73], которые бы выявили в речи реципиента как общие черты, так и специфические признаки на фоне метаязыкового сознания. Такие признаки, по мнению Н.Д. Голева, следует определять как «набор более или менее осознанных представлений рядовых носителей языка о самом языке в его разных проявлениях» [77, с. 5]).

В зависимости от поставленных в исследовании задач учеными предлагаются различные методики портретирования и его виды. Представим две наиболее важные.

1. Методика социологического портрета региона (социокультурные изменения) [118].

Такая типовая методика включает план-проспект портрета региона; бланк интервью для опроса населения; структурированный перечень статистических показателей, используемых при составлении портрета, и др. [270].

2. Социолингвистический портрет региона — комплексное представление об этноязыковом пространстве и др.

Описание фрагмента языкового портрета региона на примере кубанских говоров представила в своем исследовании О.Г. Борисова [38].

О.А. Кострова, моделируя языковую ситуацию в мультиэтническом регионе (на примере Самарской области России), соотносит

синонимичные для исследователя термины «языковая ситуация» и «лингвокультурная ситуация», определяя следующие наиболее важные аспекты описания: административно-политический, сущность языковой политики в регионе, этническая самоидентификация, функциональная значимость иностранных языков, выделение и описание социокультурных коммуникативных сред, этнолингвистическая социокультурная сеть [158].

Подробное исследование языковой ситуации региона представлено и в известной работе «Язык и народ: Социолингвистическая ситуация на Северо-Западе России» [327]. В коллективной монографии «Языковой портрет Приамурья» [328] также обозначены аспекты формирования языкового портрета. Языковой портрет провинциального города (Северодвинска) проведен, в частности, на материале рекламных текстов [h.120-bal.ru/geografiya/16054/index.html?page=6]. А.Н. Баскаков, О.Д. Насырова [25] в рамках социолингвистической ситуации различают социальную, коммуникативную и языковую ситуации.

В проекте «Интегративное исследование внешней миграции в языковом, социокультурном и образовательном аспектах» О.В. Ломакиной, проводимом в рамках гуманитарных и социальных наук (2019–2020 гг.), активно используется понятие «медиапортрет». Особый акцент делается на характеристике мигрантов в современных медиа посредством комплексного анализа текстов, что позволяет представить портрет мигранта и показать уровень отношения российского общества к данному явлению. На материале пословиц показаны особенности восприятия иной культуры, представлена система ценностных констант рассматриваемых народов, выявлено интернациональное и индивидуальное.

По мнению ученых, исследованная досуговая деятельность как фрагмент культурологической направленности медиапортрета отражает региональную политику и деятельность институтов культуры с позиций имиджевой составляющей и свидетельствуют о факте осведомленности и приобщенности населения к культуре [44].

Иное наполнение термин «медиапортрет» получает при описании PR-текстов. Так, в PR-практике принято использовать информационный аудит как анализ СМИ, включая пространство Интер-

нета, для корректировки информационной стратегии или персоны, получения своеобразных ориентиров медийной сферы. В качестве итогового документа обычно представлен медиапортрет — образ исследуемого объекта в информационном пространстве. Рассматриваемые источники анализируют медиапортрет прежде всего с точки зрения заявленной тематики, оценки, при этом в работах показаны яркие позиции, свидетельствующие о достижениях, а также тенденции и выводы, предложения экспертов. В подобных изысканиях приветствуется наличие вспомогательного иллюстративного материала, прослеживающего становление медиапортрета в динамике.

Медиапортретирование в начале XXI века считается одним из приемов создания медиаобраза. В лингвистике и журналистике в качестве основного принимается как правило определение А.В. Пантиной, которая полагает, что «медиапортрет — это образ объекта в СМИ, характеризующийся качеством присутствия в медиапространстве» [215]. По мнению Т.Н. Галинской, «в узком значении “медиаобраз” — это фрагменты реальности, описанные в текстах только профессиональных журналистов, отражающих их мировоззрение, ценностные ориентации, политические предпочтения, а также психологические качества» [74, с.91].

Под медиаобразом Д.О. Смирнов понимает «сложное полисистемное психологическое образование, представляющее собой результат взаимодействия мира автора и мира реципиента посредством медиаобъекта» [264]. Важным представляется и обратная связь — степень восприятия индивидом определенных медийных установок, проявленная в дискурсивной деятельности.

Как показало исследование, характерным является тот факт, что понятия «медиапортрет» и «медиаобраз» некоторые ученые определяют как синонимичные [129].

А.Н. Тарасова справедливо отмечает, что медиапортрет создается для того, чтобы, опираясь на биографические сведения, черты характера, внешность, высказывания, обрисовать некую личность [277]. Такое определение медиапортрета сближается с литературно-художественным дискурсом: «в обоих случаях декодирование текста предполагает актуализацию читателем заложен-

ных в нем семантических структур и постепенную замену новыми своих прежних предположений в отношении повествуемого мира» [322, с. 155].

В современных научных исследованиях медиапортрет рассматривается прежде всего с точки зрения журналистской и непосредственно связан с дискурсом СМИ (и определенным жанром), композиционная структура которого оказывается важной: считается, что, помимо самого текста, медиапортрет снабжают обязательно заголовочным комплексом, фотографией и надписью к ней, а также цитатой из прямой речи и др.

Обзор научной литературы позволяет сделать вывод о том, что многие исследователи связывают медиапортрет с имиджем, языковым образом, который имеет три составляющие: речевую (коммуникативную), собственно языковую и текстовую (содержательную) [44; 214; 215 и др.].

Опыт системного описания регионального медиапортрета представлен, в частности, в работах сибирских исследователей, которые включают в медиапортрет такие показатели:

- последствия изменения культурного пространства в связи с государственными преобразованиями (советский и постсоветский период);
- особенности культурно-географического ландшафта;
- приоритетные направления по совершенствованию региональной политики; создание привлекательности региона в экономической и культурно-досуговой сферах;
- финансовые, юридические, технические проблемы региона; повышение качества жизни населения и др.

Этим набором признаков определяется медийная картина региона.

Таким образом, медиапортрет представляет собой сложное многоуровневое образование, включающее ряд признаков. Обозначим наиболее ценные.

По когнитивно-прагматическому параметру:

- связь языка и сознания;
- описание языковой семантики сквозь призму понятийных категорий, которые являются результатом представления в медиа-

текстах психолингвистических, этнолингвистических и культурологических особенностей региона.

По соотношению общего и отдельного:

– территориальная индивидуальность, формируемая на основе взаимодействия внешней среды (информация о стране) и внутренних факторов (события в Крыму);

– процесс определения новой идентичности при условии сохранения традиций и актуализации исторического опыта.

По национальному параметру:

– создание толерантного общества;

– реальная интеграция культур.

По аксиологическому параметру:

– определение и внедрение в медийное пространство категории ценностей как смыслообразующих оснований бытия;

– выявление оценочного потенциала языковых единиц, в том числе новообразований.

Перечень признаков может быть продолжен при условии ориентации на реальные события жизни региона, отраженные в медийном пространстве. Систематизация названных составляющих медиапортрета Крыма является одной из задач настоящего исследования.

Опираясь на позиции, отмеченные в указанных выше научных исследованиях, мы приходим к выводу, что медиапортрет Крыма — это образ Крыма в информационном пространстве, представленный на определенном временном срезе, переосмысленный носителями языка.

1.4. Образные средства при моделировании медиапортрета региона

Созданию художественного образа авторами текста всегда уделяется пристальное внимание. Сохраняя собственную авторскую позицию и стиль, многие используют разнообразные приемы, чтобы привлекательность материала становилась очевидной. Следует отметить, что используемые в том или ином контексте языковые ресурсы определяются прежде всего жанровым своеобразием и ав-

торским стилем, а также другими факторами, сопровождающими публицистическую стилистику. Ученые, исследуя специфику авторского текста, описывают систему изобразительно-выразительных средств, применяемых в конкретной жанровой палитре.

Вместе с тем, выразительность речи, приемы, сопровождающие в том числе и искусство речевой коммуникации, еще со времен Аристотеля являлись предметом пристального внимания. Ученые выделяют до двухсот разновидностей таких приемов, с помощью которых речь становится грамотной и привлекательной. На языковом уровне принято выделять три типа образных средств, представляющих собой определенную классификацию:

- фонетические выразительные средства и стилистические приемы;
- лексические выразительные средства и стилистические приемы;
- синтаксические выразительные средства и стилистические приемы [75].

К фонетическим выразительным средствам и приемам обычно относят анафору, эпифору, аллитерацию, ассонанс и др.

Лексические выразительные средства и стилистические приемы представлены прежде всего тропами (метафора, олицетворение, эпитет, сравнение, метонимия, синекдоха, гипербола и др.), а также стилистическими фигурами (антитеза, градация, оксюморон, и др.), лексическим многообразием, эмоционально-окрашенной лексикой; определенная роль отводится фразеологизмам, пословицам и поговоркам и т.п.

Синтаксические выразительные средства представлены, как правило, такими приемами, как инверсия, эллипсис, парцелляция, многосоюзие, бессоюзие, риторическое восклицание/вопрос/ обращение и др.

Изучению, описанию и систематизации средств выразительности как одного из важных направлений стилистических исследований посвящены труды В.А. Масловой, М.Н. Кожинной, О.А. Крыловой, Г.Я. Солганика и др. [199; 149; 172; 268 и др.]. В лексикографических источниках (в том числе и электронных) упорядочена терминологическая часть, характеризующая широкий потенциал средств и приемов, обеспечивающих внимание к тексту [см., например: 360; 361].

Опираясь на имеющиеся данные, исследователи текста изучают возможности функционирования тех или иных средств и приемов выразительности в текстах разной направленности.

Так, в работе «Средства создания образа адресата в художественном тексте» Е.И. Бударagina [43] выводит систему языковых средств создания образа адресата на материале романов авторов первой трети XX века (М. Булгаков, И. Бунин, Е. Замятин, Б. Пильняк, М. Пришвин, К. Федин). Таковыми автор научного исследования представляет обращения, местоимения, вопросительные конструкции, метатекстовые операторы.

Исследователь В.П. Булычева [46], изучая средства образности в английских текстах экономической тематики, обращает внимание на понятия «образ» и «образность», которые связаны с определенными средствами создания. При этом отмечается, что жанровая специфика созданного текста определяется основными средствами создания образности, среди которых выделяется потенциал метафоры, метонимии, эпитета, аллюзии, фразеологизмов, профессионализмов.

Изучая выражение модальности субъективной оценки в испанском языке, С.Г. Воркачев [66] описывает речевое функционирование рациональной (знание, умение, достоверность, вероятность), эмоциональной, адмиративной (удивление), дезидеративной (желание и безразличие) оценки.

Лингвистические средства подачи информации в рекламных текстах описаны в исследованиях Е.В. Куликовой [182], В.В. Зирки [116], А.А. Калашниковой [130], О.А. Ксензенко [175] и др.

В современной лингвистике исследование образных средств предполагает обращение к разнородному материалу и использование различных подходов. Так, например, в работе «Образные средства в современной русской разговорной речи» Д.И. Яхина на примере метафор и сравнений обиходно-разговорной речи описывает роль образных средств в процессе коммуникации [331]; Е.Б. Сазонова на примере метафор и метафорических эпитетов представляет образные средства как компонент структуры художественного текста [241]. Комплекс лексических средств создания образа исследует Ю.С. Костылев [159].

Особую значимость в научных исследованиях начала XXI века приобретает изучение приемов создания интересного выразительного текста на страницах средств массовой информации. Такие тексты используют полный арсенал приемов выразительности как стилистической составляющей, однако имеют и ряд параметров, отличающих их от других функционально значимых характеристик. Об этом свидетельствуют проводимые многими учеными исследования стилистических особенностей публицистических жанров [49; 156; 157; 266; 267; 263; 298; 302; 309].

В частности, работы У.О. Малярчук-Прошиной [196] и И.А. Регушевой [232] посвящены изучению языка газетных текстов и выявлению языковых особенностей авторов материалов, отражающих определенный этап в жизни общества. Следует заметить: несомненной является идея о том, что язык средств массовой информации всегда отличается своеобразием, во многом зависящим и от экстралингвистических факторов.

Сегодня текст в медийном пространстве активно трансформируется, приобретая свойства различных технологических платформ. Аудиовизуальные приемы приводят к появлению так называемой мультимедиальной характеристики. По свидетельству М.В. Луканиной, «одной из отличительных характеристик аналогового мира является жесткое разграничение различных типов информации — текста, визуальных образов, звука, движущегося изображения и в некотором смысле социальная иерархия между письменной культурой и аудиовизуальным выражением» [191].

Такой процесс интеграции, сближения получил название *конвергенция* (от латинского *convergo* — приближаюсь, схожусь). Конвергенция достаточно широко используется в разных науках, толкование ее зависит прежде всего от сферы применения [52, с. 301–314].

Ученые отмечают сближение также в сфере коммуникации и филологии, выделяя при этом: технологическую конвергенцию (на примере онлайн-овых и оффлайн-овых СМИ); профессиональную деятельность журналиста, предполагающую мультимедийную подготовку, вследствие чего нередко появляются новые интегрированные жанры [109].

Использование разнообразных приемов выразительности для

создателей текстов способствует актуализации семантики и привлекательности определенного события в медийном пространстве и лежит в основе моделирования медиапортрета региона.

Новые слова и выражения, появившиеся в медиапространстве как продукт определенного временного периода и как зеркало определенных социополитических, экономических, культурных или спортивных реалий, безусловно, являются свидетелями эпохи, исторического момента, тем срезом, в котором обозначены языковые приоритеты времени и зафиксированы преобразования лексического состава языка. Языковая игра и новообразования, трансформация значений или их переосмысление, деривационные возможности и стилистика употребления языковых фактов свидетельствуют о том, что лексические единицы живут и преобразуют современное медиапространство, расширяя палитру цветов актуального медиапортрета; превращают публицистический текст в гармоничное и насыщенное манипулятивными смыслами пространство. Именно синтез интралингвистической и экстралингвистической составляющих публицистического пространства является приметой языка СМИ начала XXI в. и требует дальнейшего междисциплинарного анализа.

* * *

Изменение современного социополитического уклада, системы ценностей и антиценностей, личностных и общественных приоритетов, характерных не только для Республики Крым, но и для мирового сообщества в целом, обуславливает и широкое распространение манипулятивных технологий, которые во многом моделируют картину мира представителей той или иной лингвокультуры. Данный тезис подтверждает ценность и значимость актуального медиапространства как транслятора и ретранслятора идей и позиций определенных политических лидеров, социологов, журналистов и иных общественных деятелей.

Стремительное развитие средств массовой информации и новых цифровых технологий, связанные с появлением новой информационной реальности и интеграцией интернет-коммуникации во все сферы деятельности человека, обусловили трансформацию традиционных СМИ, расширив диапазон представления и интерпрета-

ции текста, выдвинув на первый план «человека медийного» — языковую личность, продуцирующую и воспринимающую текст.

Медиа́текст сегодня — это репрезентация реальности в СМИ на основе когнитивно-дискурсивного подхода, позволяющего рассматривать медиатекст как отдельное произведение речи, как результат совокупной деятельности человека, как инструмент манипуляции отдельной личностью или целого сообщества (работы С.И. Бернштейна, А.Н. Васильевой, Н.И. Клушиной, В.Г. Костомарова, Б.В. Кривенко, И.П. Лысаковой, Ю.В. Рождественского, Г.Я. Солганика, С.И. Тресковой, Д.Н. Шмелёва и др.).

Совокупность медиатекстов при их активной включенности в медиареальность формирует актуальный медиадискурс (преемника публицистического дискурса), анализ которого, с одной стороны, является задачей медиалингвистики, с другой — дискурсологии. Именно комплексное исследование, как будет доказано в нашей работе, позволяет максимально полно реконструировать и интерпретировать изучаемый фрагмент медийного пространства.

Медиадискурс признается одной из разновидностей дискурса, языковая составляющая которого имеет свое измерение, определяется ролью в медиапространстве и медиаиндустрии на основе когнитивно-дискурсивной парадигмы. Именно медиадискурс как определенная разновидность дискурса требует особого внимания, поскольку предполагает наиболее динамичное развитие, обусловленное как интралингвистическими, так и экстралингвистическими факторами, варьирующимися от региона к региону, от государства к государству и аккумулирующими как объективные данные, так и субъективные точки зрения на определенную политическую, экономическую, социокультурную ситуации.

Значимость исследования актуального медиадискурса определяется также тем, что на сегодняшний день в лингвистической теории нет единой общепринятой типологии для систематизации сходств и различий средств массовой коммуникации. Анализ научной литературы позволил сделать вывод о том, что для одних исследователей важными являются технологические, экономические, аудиторные признаки, целевая аудитория конкретного СМИ (М.В. Шкондин); для других ученых основополагающими стано-

вятся типоформирующие вторичные и формальные типологические признаки изданий (А.И. Акопов).

Использование основных методик проведения анализа СМИ с учетом существующих лингвистических типологий определило актуальные для нашего исследования типологические признаки СМИ (известность названия, учредитель, тираж, периодичность, индекс цитирования). Отметим, что тираж издания и индекс цитирования являются приоритетными при выборе источника анализируемого материала, так как именно эти показатели существенно повышают вероятность использования авторами медийных текстов широкого спектра языковых единиц образной системы.

На основе систематизации теоретической литературы под медиатекстом понимается конкретный результат медиапроизводства, имеющий прагматическую направленность, включающий социально значимую информацию для широкого круга читателей / слушателей, а медиапродукт — сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, рекламное сообщение, фильм и пр.), адресованное массовой аудитории. С помощью медиаактов авторы-журналисты моделируют новую реальность, ищут новые способы языковой репрезентации актуальных общественно-политических событий, рекламы, а инструментами этой репрезентации становятся различные виды окказионализмов, языковая игра, многозначность. При подготовке медиатекстов актуализируется и набор языковых образных средств, используемых при моделировании медиапортрета региона как важной составляющей текстовой организации, зафиксированной в средствах массовой информации.

Исторические преобразования, происходящие в обществе, существенно трансформируют лексику, включая в ее состав новые компоненты. Так, все большее исследовательское внимание привлекает изучение «слов эпохи», в которых, как в зеркале, запечатлеваются актуальные социополитические события. Именно такие слова, обозначающие наиболее активные понятия и явления определенного исторического периода, актуализируются в текстах СМИ и рассматриваются нами как наиболее ценные языковые единицы при моделировании медиапортрета Республики Крым.

ГЛАВА 2

Новые слова и значения как основа моделирования медиапортрета Республики Крым

2.1. Новая лексика: узуализация, коннотация, деривационные возможности

Смена социально-политических реалий неизменно приводит к перереформатированию словарного состава, связанного с трансформацией языковой картины мира или ее отдельных элементов. Замечено, что исторические преобразования социума являются той силой, которая преобразовывает лексику: появляются новые слова и выражения, которые приходят на смену уже существовавшим, а значит, приоритетные ключевые понятия меняют свой статус (обрастают в пассивный словарный запас, утрачиваются), переходя в другое измерение.

Исследователь М.А. Кронгауз отмечает: «За последние тридцать лет русский язык изменился очень сильно... Ушли в небытие идеологические слова-лозунги, навязываемые языку властью с помощью специальных кампаний в СМИ (“массированный удар”): гласность, ускорение и др. Пожалуй, только *перестройка* используется для называния соответствующего временного периода, но, естественно, несравнимо реже, чем ранее» [168]. Вместе с тем следует отметить, что такая история не у всех слов.

Определение слова «эпоха» [357; 351 и др.] вмещает в себя компоненты значений, существенные при закреплении понятия в наивной картине мира. Известно, что «для каждой эпохи характерны свои ключевые слова или слова-символы, слова-фетиши. Обозначая наиболее актуальные явления, реалии, они занимают значительное место в языке определенного исторического периода, активно употребляются в средствах массовой информации, яв-

ляются неотъемлемой частью языка политики, пропаганды и бытового общения. Ключевые слова играют роль определенных “опорных” точек в построении и структурировании концептуальной и языковой картин мира. Изучение таких языковых единиц позволяет раскрыть основные социальные, культурные, ценностные и др. ориентиры общества и личности эпохи» [250, с.129].

Ключевые слова эпохи являлись предметом изучения зарубежных (Р. Вильямс, Ж. Маторе, П. Метьюз, Е.В. Разен, М. Томан-Банке) и отечественных (З.Е. Фомина, Е.И. Шейгал, Т.В. Шмелева, И.Ю. Шачкова, Г.В. Вариченко, Е.А. Земская, Ю.Н. Караулов, В.Г. Костомаров, М.А. Кронгауз, Л.П. Крысин, Т.Б. Крючкова, О.А. Семенюк и др.) лингвистов [250; 168; 313 и др.]. Для обозначения рассматриваемого языкового явления в работах исследователей зафиксирована различная терминология («слова-свидетели», «символы эпохи», «слова-хронофакты», «ключевые слова общества», «окказионализмы» и т.д.). Подчеркнем, что данные термины не являются дублетами, но отражают разнообразные аспекты развития языка в контексте различных социально-политических и культурных преобразований.

В рамках исследования публицистического дискурса ученые предлагают различные семантические характеристики рассматриваемых терминов, описывают специфику функционирования языковых единиц в контексте тех или иных временных срезов с привязкой к определенным экстралингвистическим явлениям.

Особое место «слова эпохи» занимают при описании языковых особенностей политического дискурса, динамика которого обусловлена развитием внутривнутриполитических и внешнеполитических ситуаций, их влиянием на лексико-семантический потенциал русского языка. Данный тезис подтверждается теоретическими положениями в области изучения языковых особенностей политического дискурса, сформулированными в работах В.З. Демьянкова, Н.Н. Мироновой, Н.А. Сегал, Ю.С. Степанова, А.П. Чудинова и др.; исследованиями когнитивной теории номинации и референции, в частности работами Н.Д. Арутюновой, Н.Н. Болдырева, Л. Витгенштейна, В.Г. Гака, Г.В. Колшанского, Е.С. Кубряковой, В.А. Масловой, Е.В. Рахилиной, В.Н. Телия; публикациями Т.А. ван Дейка,

А. Грессера, Дж. Лакоффа и других ученых в области когнитивной теории дискурса; работами А.Г. Баранова, Т.В. Булыгиной, В.И. Заботкиной, Л.Г. Лузиной, Ю.С. Степанова и других ученых в области прагмалингвистики.

Справедливыми представляются рассуждения О.А. Семенюк, которая подчеркивает, что такие слова являются значимой составляющей медиапропаганды и позволяют глубоко и полно «раскрасить основные социальные, культурные, ценностные и др. ориентиры общества и личности эпохи» [250, с.129].

Обращаясь к новым словам, отражающим актуальные социополитические преобразования, подчеркнем, что анализ медиатекстов позволил прийти к выводу о том, что новые слова в современном медиaprостранстве можно разделить на три группы:

- окказиональные единицы, построенные адресатом с опорой на деривационный потенциал русского языка;
- уже существующие слова, в силу определенных социополитических факторов изменившие свою семантику и коннотацию;
- новые слова, пришедшие в русский язык для отражения значимых реалий начала XXI века.

Современное медиaprостранство, характеризуемое многополярностью и многовекторностью мнений и позиций политиков и журналистов, обладает мощным манипулятивным потенциалом, который предполагает широкое использование языковых средств, моделирующих в текстах СМИ новые образы и сценарии.

Ценным фрагментом языкового пространства медиатекстов последнего десятилетия являются новообразования, в том числе окказиональные единицы, которые не только служат мощным инструментом для привлечения внимания потенциального адресата, но и представляют собой источники ассоциаций, содержат имплицитную коннотацию, реализуемую в контекстах.

Бесспорно, проблему исследования новых слов, их семантики, прагматики и особенностей функционирования нельзя считать приметой начала XXI века. Так, изучение роли новых слов в лексической системе русского языка и особенностей их адаптации привлекало внимание ученых на протяжении многих десятилетий. Новые слова и их значения стали объектом описания в отече-

ственной науке еще в XIX веке (работы Ф.И. Буслаева, Е.Д. Поливанова, М.М. Покровского, А.А. Потебни, А.М. Селищева, И.И. Срезневского, Л. П. Якубинского). Все возрастающий интерес к новой лексике определил необходимость становления неологии, которую можно обозначить как попытку дифференциации разных типов новых слов.

Различные аспекты изучения новой лексики находят отражение в работах В.Г. Костомарова (1999), С.И. Тогоевой (2007), Ю.Д. Апресяна (1995), М.В. Китайгородской (1996), Н.Г. Комлева (1996), Н.Н. Розановой (1996), Г.М. Васильевой (2000), Л.И. Плотниковой (2000, 2009), О.В. Загоровской (2001), Е. В. Сенько (2001), Р.А. Будагова (2004), Г.А. Заварзиной (2004), Л.Б. Гацаловой (2005), Т.В. Поповой (2005), Л.В. Рацибурской (2011) и других. А уже в XXI веке именно средства массовой информации становятся наиболее действенным транслятором языковых новшеств и, более того, изобретают новые.

По мнению Ю.И. Жабоевой, «появление окказиональных словообразований также обусловлено рядом факторов, среди которых — стремление найти слово, наиболее полно отражающее некий сложный образ, созданный автором художественного произведения; стремление максимально полно задействовать выразительные возможности слова, стремление к новому плану выражения, к необычному, неожиданному образу слова; желание добавить стилистическую коннотацию; избежать тавтологии в языке и речи; подобрать максимально точное выражение мысли» [100, с. 18].

По свидетельствам лингвистов, лексиколог Г. Пауль считается автором понятия «окказиональность». Ученый предложил выделять оппозицию *узвальное значение* — *окказиональное значение*. Под *узвальным значением* он понимал «совокупность представлений, составляющих для члена данной языковой общности содержание данного слова», под *окказиональным значением* — «представления, которые говорящий связывает со словом в момент произнесения» [332, с. 3].

В отечественной науке термин «окказиональное слово» был введен в статье Н.И. Фельдман «Окказиональные слова и лексикография» (1957). Так, под *окказионализмом* лингвист понимает «слово, образованное по языковой малопродуктивной или непро-

дуктивной модели, а также по окказиональной (речевой) модели и созданное на определенный случай либо с целью обычного сообщения, либо с целью художественной» [292, с. 64–73]. Как отмечает ученый, окказионализмы имеют определенные признаки, среди которых наиболее значимыми являются «постоянная новизна; словообразовательная производность; существование вне языка; наличие автора; тесная связь с контекстом, в котором возникает окказионализм; особая выразительность, существование и функционирование окказионального слова на своем месте» [292, с. 67].

Тождественное определение термина «окказионализм» предлагает исследователь Э.И. Ханпира, который под *окказионализмом* понимает слово, построенное по «языковой малопродуктивной или непродуктивной модели, а также по окказиональной (речевой) модели и созданное на определенный случай либо с целью обычного сообщения, либо с целью художественной» [296, с.154]. Окказиональность, по его мнению, следует рассматривать как «известную степень незаданности речевого факта системой языка, что создает определенную степень неожиданности такого факта для языковой системы» [297, с. 246].

А.Г. Лыков высказывает мнение о том, что «любое окказиональное явление обусловлено внутренними движущими силами языка, не использовавшимися до определенного момента (т.е. до момента создания окказионализма) в речевой практике данного лингвокультурного сообщества. Любое окказиональное явление, по словам исследователя, можно рассматривать как выражение противоречия между фактом речи, с одной стороны, и системой норм языка — с другой» [192, с.73]. Н.А. Янко-Триницкая разделяет мнение А.Г. Лыкова и говорит о том, что «любое появляющееся слово проходит стадию окказиональности», и окказиональность, по мнению ученого, — «это начальный этап жизни каждого слова, а окказиональное словообразование — естественное явление любого живого языка» [330, с. 143].

В «Словаре лингвистических терминов» О.С. Ахмановой *окказионализм* определяется как «не узуальный, не соответствующий общепринятому употреблению, характеризующийся индивидуальным вкусом, обусловленный специфическим контекстом упо-

требления» [341, с. 284]. Многие исследователи согласны с мнением О.С. Ахмановой о том, что окказионализмы создаются и функционируют лишь в конкретном контексте и вне контекста не используются; эти слова образуются «по случаю», «более насыщенные по смыслу и эмоциональной нагрузке, чем обычные, общепотребительные слова», которые «сохраняют новизну, ощущаются как новые независимо от времени своего создания» и сопровождают «лишь конкретную речевую ситуацию» [190, с. 63–68].

Е.А. Земская под термином «окказионализм» понимает «факты, не соответствующие общепринятым нормам. Характерной чертой окказиональных слов является то, что при их образовании происходит нарушение (обычно сознательно, с целью достижения эффекта экспрессивности) законов образования соответствующих общезыковых единиц, нормы языка. Под окказиональными фактами следует рассматривать факты речи, но не языка. Они противостоят узуальным лексическим единицам» [115, с.22].

Исследователь И.С. Самохин под термином «окказионализм» понимает «слово, используемое автором, не существующее на уровне языковой нормы (то есть не встречается ни в одном из основных толковых словарей» [242, с. 877].

Комплексное исследование работ, посвященных теоретическому осмыслению новой лексики, основу которой составляет лексика окказиональная, позволило выделить в ней черты, зафиксированные еще в исследовании А.Г. Лыкова. Обозначим основные: принадлежность лексемы не к языку, а взаимосвязь с речью; словообразовательная производность; творимость; ненормативность; наличие автора; одноразовость; экспрессивность; синхронно-диахронная диффузность; номинативная факультативность [193, с. 7–36].

Комплексный анализ термина «окказионализм» невозможен без его соотнесения с термином «неологизм», который определяется как новое слово или выражение, а также новое значение старого слова [341; 348; 352]. В зависимости от исследовательских задач неологизмы характеризуют с разных сторон. Выделяют неолексемы, неофраземы и неосемемы; неологизмы сильные, слабые, переходного периода (Е.В. Сенько). Известно, что неологизмы обычно делят на общезыковые и авторские (индивидуально-авторские

или индивидуально-стилистические) — окказионализмы; они по сути являются языковой инновацией. Вместе с тем, факт отнесения окказионализмов к неологизмам признается не всеми. Судьба общеязыковых неологизмов известна и подробно описана в лингвистической литературе (см., например, [226; 227; 218; 76; 251; 221; 222]). К окказионализмам и потенциальным словам как явлениям речи относят слова, характеризующиеся деривационной спецификой: первые образованы с нарушением действующих законов словообразования, вторые реализуют законы образования слов по продуктивным моделям действующей системы [113, с. 80].

Принято выделять так называемые «широкое» и «узкое» понимание в отношении окказионального слова и выражения и неологизма.

Первое (широкое) понимание (В.В. Лопатин, А.Г. Лыков и др.) позволяет в состав окказионализмов включать созданные для конкретного контекста все так называемые «одноразовые» слова, вне зависимости от того, по правилам русского языка они образованы (потенциальное слово) или с нарушением этих правил (является индивидуально-авторским образованием). В.В. Лопатин свидетельствует, что продуктивные модели русской деривации рассматриваются как базовые для образования в том числе и потенциальных слов; окказионализмы же определяются как новообразования, которые отсутствуют в языковой традиции и создаются в момент речи.

Второе (узкое) понимание (Е.А. Земская, Э.И. Ханпира, Р.Ю. Намитокова) предполагает следующее: окказионализмами считаются только индивидуально-авторские слова, которые противопоставляются потенциальным, не авторским. Поэтому потенциальные слова следует отнести к неологизмам. При словообразовательном аспекте изучения потенциальные слова — образованные по продуктивным словообразовательным моделям, а окказионализмы, наоборот, с нарушением словообразовательных норм [226].

По свидетельству И.С. Улуханова, и узуальные слова, и окказиональные образованы с помощью описанных способов образования [239], большинство из которых формирует также и окказиональные слова.

Отмечают следующие способы образования, характерные для новых слов и выражений: лексико-семантический; лексико-синтаксический; морфологический (редеривация, сложение (чистое сложение, сложение с суффиксацией), аффиксация, безаффиксный, аббревиация, контаминация). Особо следует отметить графикацию [286; 287; 120].

Под окказионализмом мы понимаем созданную в процессе речи и не зафиксированную в лексикографических источниках языковую единицу, обладающую новизной и экспрессивностью и характеризующуюся невоспроизводимостью и индивидуально-авторской и деривационной спецификой.

Исследование новых слов и выражений в совокупности всех их характеристик позволяет глубоко и полно проанализировать фрагмент медийной картины мира, представленный новыми словами и выражениями, и дает возможность установить потенциал перспективного развития системы языка.

В последнее время все больше и больше новых слов можно найти в актуальном медиапространстве. Это явление объясняется как «возникшей социальной потребностью неординарного именования всего нового, так и внутриязыковыми факторами — тенденцией к экономии, унификации языковых средств, использованию номинаций с разной внутренней формой и этимологией» [81, с. 167]. Медiateксты привлекают внимание потенциального адресата посредством коннотативно маркированных слов, которые позволяют «более точно выразить мысли и чувства, дать меткую оценку происходящему, усилить эмоционально-экспрессивную выразительность речи, а также позволяют экономить языковые средства» [81, с. 167].

Таким образом, тенденция к активизации новообразований на страницах крымских газет и журналов заметно увеличивается, что обусловлено появлением новых медиа с их коммуникационно-технологическими возможностями, а также явлениями языковой моды и языковой игры.

2.2. Общественно-политическая сфера как источник появления новых слов и значений

2.2.1. Деривационный аспект при моделировании новых слов

Особенности социально-политических реалий определяет тот факт, что общественно-политическая лексика начала XXI века имеет высокую степень экспрессивности, яркую образность и широкий ассоциативный потенциал. Успешная манипуляция потенциальным адресатом предполагает эксперименты не только с лексемами, но и с морфемами, использование элементов языковой игры на различных языковых уровнях.

Переход Республики Крым в состав Российской Федерации стал источником создания новых образов не только на страницах региональной прессы, но и в широком медийном поле. Преимуществом региональных СМИ был тот факт, что крымские журналисты получали информацию «из первых рук» и транслировали ее потенциальному адресату.

В результате анализа и систематизации материала активно проявились следующие способы и приемы словообразования:

1) Контаминация. Этот способ деривации характеризуется прежде всего игровой природой, метафоричностью, стилистической маркированностью и низким уровнем узуализации. Подтвердим данный тезис следующими примерами: *карантикулы* (карантин + каникулы): «Поднадоевшие и малопонятные “*карантикулы*” (от карантин + каникулы) в Крыму, как и по всей стране, заканчиваются» (c-pravda.ru/, 16.05.2020); *прохвессионал* (от прохвост + профессионал): «высказывания такого *прохвессионала* ни у кого из служащих не вызвали доверия» (c-eho.info/, 18.01.2018); *путинг*, *навальтинг* и др. (с интегральным компонентом значения «митинг в поддержку какого-либо политического субъекта» с -инг): «В Челябинске прошел “*путинг*” (Путин + митинг) против терроризма» (Примечания, 09.04.2017); «На “*Путинг*” ответили “*Навальтингом*”» (Комсомольская правда. Крым, 27.02.2012).

Новообразования формируются также с помощью деривационных формантов и пополняют группу сложных слов. Актуализиру-

ются, как правило, следующие приемы словообразования.

2) Различные способы сложения:

2.1. *Патриотупость, патриоглупость*: «О себе в стране, о стране в себе и немного о *патриотупости*» (Комсомольская правда. Крым, 14.10.2014) — сложные слова с усечением в первом компоненте (от *тупость патриотов* и *глупость патриотов*);

2.2. *Ряд новообразований (окказионализмов) с компонентом евро-*: «*Евроерундация*. Пока украинское общество с замиранием сердца ожидает подписания (или таки не подписания!) договора об Ассоциации с ЕС, агитация за Европу идет полным ходом» (РИА Крым, 24.10.2013) — от: Европейская ерунда (сложение с усечением в первом компоненте + суффиксация -ици(я)); «*Евродеградация*» (Кафа, 12.09.2014);

2.3. *Кнопкодавы* (о депутатах): «*Не кнопкодавы*. Но тоска. В Крыму с визитом побывал украинский спикер Владимир Рыбак» (Крымские известия, 14.06.2013); «Парламентские *кнопкодавы* установили новый рекорд... В течение текущего месяца 24 народных депутата 41 раз голосовали за своих коллег в парламенте» (РИА Крым, 23.10.2017) — сложение с суффиксацией, окказиональность погашается частотностью употребления лексемы.

Министропад (о принудительном снятии с поста министров): «на полуострове продолжается “*министропад*”» (c-pravda.ru/news, 15.07.2019); «на полуостров прибыли сотрудники Федерального медико-биологического агентства России, а осенний *министропад* в этом году начался раньше обычного» (КП, 05.10.2020) — сложение с суффиксацией.

2.4. *Крымотрясение* (о политической нестабильности в Крыму в феврале-марте 2014 г.): «понятно, что *крымотрясение* было любимой темой США и Евросоюза» (c-eho.info/, 28.07.2016) — сложение с суффиксацией.

3) Актуализируются различные способы аббревиации:

Правосеки (правый сектор; первоначально: объединение активистов ряда украинских националистических праворадикальных организаций, образовавшееся в ходе протестных акций Евромайдана в Киеве): «Крымские татары массово встанут на защиту Крыма от орд “*правосеков*”» (Комсомольская правда. Крым, 21.08.2014);

«Правосеки давят на миссию ОБСЕ» (Комсомольская правда. Крым, 19.04.2014) — слоговая аббревиатура (есть соединительная гласная), окказиональность погашается частотностью употребления лексем; *нардеп*: «В какие комитеты попали крымские *нардепы*» (Крым 24, 13.08.2016); «В Раде разгорелся скандал из-за украинского *нардепа* в Крыму» (РИА Крым, 08.09.2019);

4) Суффиксация является активным приемом формирования новообразований общественно-политического характера. Так, частотным становится суффикс *-щин(а)*. Нередко в качестве мотиватора используется имя собственное, преимущественно антропоним, в сочетании с другими суффиксальными формантами. Модель «имя собственное + суффикс *-щин(а)*» свидетельствует прежде всего о потенциальности, а не окказиональности образования. При этом на стыке морфем возможны различные морфонологические преобразования: «*Нургалиевичина* как осколки суверенной демократии» (Кафа, 05.06.2014); «Олигархи, «Антисоветская *жириновицина*» и «*русифобская навальновицина*» — главная угроза для России — Зюганов» (Новый Крым, 18.05.2018); «*Жириновицина* как символ русской “суверенной демократии”» (Примечания, 17.08.2014); «Поклонская ответила на “*поклонщину*»» (Allcrimea.net, 11.06.2016); «Если “*клинтоноиды*” ставят на Порошенко, то люди Трампа уже присматриваются к Зеленскому» (c-pravda.ru/news, 16.04.2019).

5) Использование суффиксально-префиксального способа словообразования: *Задарданелльский*. «Благодаря чему уж в Черном-то море российский ВМФ определенно доминирует над всеми ВМС причерноморских государств да и ряда “*задарданелльских*” (от Дарданеллы + префикс *за-* и суффикс *-ск (ий)*) держав, даже если их в кучу сложить» (c-echo.info, 14.05.2021).

6) Лексико-синтаксический способ словообразования (слияние сочетаний слов в одно слово, сращение): «Ни условные “либералы”, ни стремящиеся занять высвобождающуюся нишу “*вместобелье*” и “*вместокрасные*” патриотами не являются» (c-pravda.ru/news/, 28.03.2019); «Фабрика “*постправд*” и “*вместоправд*”» (c-pravda.ru/news/, 14.04.2020).

Таким образом, проанализированные примеры позволяют сделать вывод о степени частотности исследованных словообразова-

тельных моделей и их прагматическом потенциале при представлении и оценке социополитических событий и явлений. Описанные наиболее частотные приемы языковой игры свидетельствуют об определенном семантико-прагматическом потенциале, а сама окказиональная лексика позволяет автору (журналисту) ярко и оригинально выразить свою точку зрения, лаконично представить то или иное социально-политическое явление или событие и дать ему оценку. Степень частотности использования тех или иных способов словообразования при моделировании новых слов, входящих в политическую сферу, отражена в Графике 1/

ГРАФИК 1. Способы образования новых слов
в общественно-политической сфере



Проанализировав новые слова и выражения реалий общественно-политической сферы в текстах региональных СМИ, можем сделать вывод, что наиболее востребованными оказываются такие способы словообразования, как суффиксация, различные

способы сложения (сложение основ, сложение с суффиксацией), аббревиация и контаминация. Менее частотными были суффиксально-префиксальный и лексико-синтаксический способы словообразования.

2.2.2. Деривационный потенциал языковой единицы *Крым* как основа современного медийного словотворчества

На сегодняшний день существует много исследований, посвященных новообразованию *Крымнаш*. В связи с широким распространением сервиса Instagram и системы хештегов политический лозунг начал восприниматься как клише. Можно проследить судьбу данного новообразования: попав в эпицентр общественного внимания, окказионализм становится объектом языковой игры, которая, в свою очередь, способствует расширению словообразовательного гнезда за счет разного рода других новообразований, актуальных при экспликации описываемых журналистом событий. Отметим, что не все события общественно-политического характера вызывают большой интерес у читателей, а использование креативной лексемы дает возможность журналисту привлечь как можно больше читательской аудитории. Так, лексема *крымнаш* уже выходит за рамки интернет-пространства и используется как номинация, патриотический концепт, имеющий большие шансы войти как в лингвистические словари, так и в учебники истории.

Отметим, что лексема *крымнаш*, вошедшая во все СМИ с 2014 года, продолжает существовать и активно использоваться журналистами, она понятна и известна всем представителям лингвокультурного сообщества. По мнению И.Т. Вепревой, окказиональная единица *крымнаш* «обладает уникальностью номинализации синтаксической структуры с пропозитивной семантикой, позволяющей осуществить полноценную смысловую свертку ситуации» [57, с. 31].

В виду того, что *крымнаш* не имеет словарной дефиниции, мы можем предложить следующее определение данной лексемы: «политическая ситуация, возникшая после референдума в Крыму и характеризующаяся как с позитивной, так и с негативной оценкой в зависимости от социополитических предпочтений интерпретатора».

Важным является тот факт, что коннотативное значение лексемы напрямую обусловлено контекстом и способно варьироваться от резко отрицательного до положительного. Позитивная коннотация в медиапространстве фиксируется при описании основной политической линии российских органов власти: «*Крымнаш*. Так улицы Симферополя наполнились сотнями людей, которые вышли встретить 3 годовщину присоединения Крыма к Российской Федерации» (Крымская газета, 16.03.2017); «*Крымнаш*. “Крым выбрал будущее” — это стало слоганом третьей годовщины референдума в Крыму» (Allcrimea.net, 16.03.2017); «*Затокрымнаш*» как ответ на любые проблемы (Крымская газета, 20.11.2014).

Наши наблюдения свидетельствуют о том, что в текстах политических СМИ большую популярность приобрели контексты с негативной коннотацией. Так, с негативной коннотацией лексема *крымнаш* фиксируется преимущественно в оппозиционных высказываниях: «Новости *Крымнаша*» (название заблокированного в России интернет-блога); «Коротко о “*Крымнаше*”»; Сбербанк объяснил проблемы банковского сектора “*крымнашем*”» (Крымские известия, 02.06.2015); «Как россияне живут с “*крымнашем*”» (Спутник в Крыму, 18.03.2019).

Подобная тенденция наблюдается и в производных словах, являющихся пейоративами. Рассмотрим несколько из них:

1) *Крымнашевский* (Крымнаш + суффикс -евск(ий)): «Банк России монетизировал “*крымнашевский*” патриотизм, выпустив в обращение 10 миллионов штук монет с изображением символа Крыма — Ласточкиного гнезда — на фоне полуострова» (Новый Крым, 25.05.2015); «Россия “*крымнашевского*” периода» (Аргументы недели — Крым, 08.04.2018); «Знаете, что эпохального в “*крымнашевских*” заявлениях Навального и Ходорковского?» (Крымское время, 17.10.2014); «*КрымНашевские* будни. Переходной период закончился» (Крымская газета, 13.12.2016); «Путин назначил “*крымнашевские*” выборы в России» (Первый крымский телеканал, 12.09.2018).

2) *Крымнашевец* (Крымнаш + суффикс -евец): «Российские силовики и “*крымнашевцы*” будут учить белорусов патриотизму в Смоленске» (РИА Крым, 18.03.2018); «Удальцов — принципиальный

“крымнашевец»» (Спутник в Крыму, 12.03.2017); «Карма настигла крымнашевецев» (Комсомольская правда. Крым, 12.07.2017).

3) *Крымнашист* (Крымнаш + суффикс -ист): «Почему российские оппозиционеры становятся “крымнашистами”?» (РИА Крым, 17.10.2014); «Мировая пресса о Крыме: итальянские “крымнашисты” и срок для отчета Поклонской» (РИА Крым, 29.06.2016); «Анатолий Стреляный: *Крымнашисты* и новые лоялисты. В госаппарате и около немало людей, которые всей душой и особенно — телом преданы путинизму» (РИА Крым, 23.03.2016).

В текстах СМИ социально-политической направленности активными становятся лексемы, образованные по принципу словообразовательной модели *крымнаш*, зафиксированные в региональных газетах. Отметим, что зачастую новообразования имеют положительную коннотацию («выход из затруднительного положения или решение проблем региона»): «*Сириянаш*: Путин в Сирии пошел ва-банк» (Крымское время, 01.10.2015); «*Космоснаш*: КБ “Южное” продолжает выполнять заказы из России» (РИА Крым, 20.11.2018); «*#МостНаш*: Окончательный проект моста в Крыму» (Аргументы недели.Крым, 16.05.2018); «*#Мостнаш*: в сети радуются открытию Крымского моста» (Крым 24, 16.05.2018); «*Светнаш!* Как происходил прорыв энергоблокады Крыма» (Крымские известия, 04.12.2015); «*ГазНаш*: На полуостров Крым начало поступать российское голубое топливо» (Севастопольская газета, 27.12.2016); «*Кредитнаш*: оккупанты сделали новый ход против Украины в Крыму» (Севастопольская газета, 24.07.2014).

Однако в зависимости от периода активизации использования лексемы «*Крым*» как стержневого компонента нового слова и политических взглядов адресанта коннотация способна из пейоративной трансформироваться в мейоративную. Например, лексема *крыминг* (Крым + митинг) появилась в 2014 году как реакция на многочисленные митинги, происходившие на полуострове в преддверии референдума; изначально имела негативный оттенок, о чем свидетельствуют газетные заголовки того периода: «Учителей сгоняют на *#крыминг*» (Новый Крым, 17.03.2015). Массовые мероприятия, посвященные празднованию присоединения Крыма к России, несогласные называют *крымингом*: «Доверенное лицо

Михаила Прохорова подрабатывает бригадиром массовки на «Крыминге» (Крымская газета, 20.03.2015).

Наряду с лексемой *крыминг* используется лексема *крыминг-аут*, напоминающая о выходе Крыма из состава Украины: с присоединением к производящей основе элемента -аут: «Ходорковского тоже вытянули на “*крыминг-аут*” и заставили дать ответ на вопрос о смысле жизни» (Крымское время, 17.10.2014).

Отметим, что описываемое слово (как продукт новообразования), изначально имевшее негативную коннотацию, переосмысливается и начинает использоваться в позитивном шуточном контексте (объявление о поиске попутчиков): «*Крыминг* — моринг — кемпинг. Приглашаю семейную пару с собакой на своей машине для совместной поездки на море в Краснодарский край и Крым» (Крымское время, 12.06.2017).

Кроме указанных новообразований, в текстах политических СМИ активными становятся динамические глаголы: *скрымздить*; *скрымствовать*, производные от лексемы *Крым*, а также реализуются словообразовательные модели, построенные на основе языковой игры: «Великий *Крымчий* (ср. кормчий) *скрымздил*, а нам всем теперь *крымика*» (от Крым + крышка) (primechaniya.ru, 13.03.2016); «Крымнаш» или «*Нам крыши*»? (ИА Крыминформ, 18.03.2014).

Значительно активизировано метафорическое употребление конструкций, связанных с событиями 2014 г.: «Пять лет назад Крым *«вернулся в родную гавань»*» (Крымские известия, 16.03.2019); «Крым *вернулся домой* в Россию! Великий праздник!!!» (Крымская газета, 18.03.2019); «Хроника *Крымской весны* 2014 года» (Комсомольская правда. Крым, 14.03.2019); Аксенов взялся за раскрутку «*Вежливого Крыма*» (Крымская газета, 02.04.2018); «Сергей Аксёнов: “*Вежливые люди*” вместе с крымчанами вежливо изменили ход событий *Крымской весны*» (Крымское время, 11.06.2016).

Таким образом, социополитические реалии 2014 г. и последующие события активизировали словообразовательный потенциал языковой единицы *Крым*, сдвинув на периферию локативный компонент и поставив акцент на компоненте социополитическом. Различия в политических установках адресантов и адресатов (журналистов/политиков и потенциальных читателей медиапро-

дукта) определяют разнополярность коннотаций исследуемых единиц и их широкую образность, реализуемую в контекстах политической направленности.

2.2.3. Лексема *блэкаут* как отражение крымских реалий

Переход Республики Крым в состав Российской Федерации сопровождался для крымчан рядом сложностей социополитического, экономического и культурного характера. Одной из таких сложностей, безусловно, является «энергоблокада» республики, произошедшая в ноябре-декабре 2015 г. и получившая название «блэкаут». Отключение электричества в республике было вызвано подрывом опор линии электропередачи, по которым оно подавалось с материковой части Украины на полуостров.

Лексему «блэкаут» нельзя в полной мере назвать неологизмом, поскольку в других значениях она нашла свое отражение в ряде лексикографических источников.

Так, в «Новом словаре русского языка» *блэкаут* определяется как «1. Прекращение радиосвязи с космическим кораблем при его входе в атмосферу. 2. Временная потеря зрения или помутнение сознания при экстремальном ускорении» [344]. В последнее десятилетие в русский язык данное слово было транслировано в значении, приближенном к лексикографической фиксации англоязычных лексикографических источников. В одном из наиболее авторитетных словарей английского языка «Cambridge dictionary» данное слово определяется так: «a time when all lights must be hidden by law, or when there is no light or power because of an electricity failure: wartime blackouts. Power lines were blown down and we had a blackout of several hours» (время, когда все освещение должно быть отключено по закону или когда нет света или электроэнергии из-за сбоя электричества: отключения электроэнергии во время войны. Линии электропередач были взорваны, и мы отключились на несколько часов) (перевод наш. — *О.Н.*).

Как показал анализ медиатекстов 2011–2021 гг., при отражении крымских реалий лексема «блэкаут» получает свою национальную специфику и закрепленную негативную коннотацию, что, безуслов-

но, связано как с причинами отключения электроэнергии, так и со сложностями, с которыми приходилось сталкиваться жителям региона: «Юмор и семейные посиделки при свечах: как крымчане запомнили *блэкаут*» (РИА-Крым, 22.11.2017); «*Блэкаут* в Крыму: жизнь без гаджетов, живое общение и романтика» (crimea.ria.ru/society/, 30.11.2015); «Полуостров добрых дел: как *блэкаут* сплотил крымчан» (РИА-Крым, 26.11.2015); «Годовщина *блэкаута*: Повторных отключений Крым не допустит» (crimea.kp.ru, 21.11.2016).

Национальная специфика и привязка к конкретной социополитической ситуации наблюдаются при введении зависимого аффиктива *крымский* или наречия *по-крымски*, которые апеллируют к территориальной принадлежности и конкретному времени: «Битва за свет: хроники крымского *блэкаута*» (РИА-Крым, 20.11.2018); «Аналогов крымского *блэкаута* не было нигде в мире» (www.3652.ru/news/, Сайт г. Симферополя, 21.11.2016); «Суд по делу “вождя” крымского *блэкаута* начался в Симферополе» (Севастопольские новости. Портал, 25.05.2020).

При объективации реалий, связанных с крымским *блэкаутом*, актуальным представляется использование элементов языковой игры, построенной на трансформации известных конструкций или их продолжении. Подтвердим данный тезис примерами: «*Пир во время блэкаута*: в Симферополе закрыли кафе, нарушающие режим ЧС» (РИА-Крым, 24.11.2015).

Конструкция «пир во время чумы», лежащая в основе трансформированного сочетания «пир во время блэкаута», представляет собой название одной из маленьких трагедий, написанных А.С. Пушкиным в Болдинскую осень. В 1830 году А.С. Пушкин остался в Болдино, поскольку в Москве началась первая в истории России эпидемия холеры, которую в письмах поэт называл «чумой». Соотнесение «блэкаута» и чумы, на наш взгляд, может быть обусловлено тем, что обе ситуации стали негативным фактором для временного изменения жизни общества.

«“Тушите свет”: вспоминаем *блэкаут* день за днем» (Крыминформ, 22.11.2016) — заголовок известного издания, предваряющий статью о событиях, произошедших за год до публикации. «Тушите свет» — известная российская сатирическая программа,

где повзрослевшие Хрюша и Степашка (герои детской телепередачи «Спокойной ночи, малыши». — *О.Н.*) обсуждают политические новости. Статья, вышедшая под представленным выше заголовком, посвящена детальному описанию причин и последствий энергоблокады в Крыму, описанию различных точек зрения.

После крымских событий ноября-декабря 2015 года отключению электроэнергии был подвергнут и Донбасс. Так лексема, номинировавшая в начале XXI века преимущественно крымские реалии, в 2017 г. была транслирована и на другой регион: «Обстрелы, *блэкаут*, блокада: Что происходит в ЛНР? План Украины устроить *блэкаут* в ЛНР сорвался — после отключения электроэнергии Киевом Донбасс сам обеспечил себя светом» (Политнавигатор, 26.04.2017); «В “Укрэнерго” объяснили, ждет ли ЛДНР тотальный *блэкаут*» (Вести, 26.07.2017); «*Блэкаут* со стороны Украины жителям ДНР не страшен» (Mintek-dnr.ru, 03.05.2017); «Вслед за Луганском Киев хочет устроить *блэкаут* в Донецке» (НТВ, 25.04.2017).

В 2018–2021 гг. лексема «*блэкаут*» в сочетании с адъективами стала использоваться и при описании международных реалий, связанных с отключением электричества и Интернета: «В Минске включили Интернет: минус \$170 миллионов за три дня. Что показал *поствыборный блэкаут* в Белоруссии» (Крым.Ру, 12.08.2020); «Новый *блэкаут* — попытка дестабилизировать Венесуэлу» (News-front, 26.03.2019); «Сквозь град и неожиданный *блэкаут*: Латвия выходит из режима ЧС» (РИА-РУ, 10.07.2020); «Загадочные *блэкауты* по всей планете. Что происходит?» (vseneobichnoe.html, 21.09.2018); «Тотальный *блэкаут*. Что ждет энергетику и человечество в случае солнечной бури» (Energy.media, 10.03.2019).

Таким образом, можно сделать вывод, что языковая единица «*блэкаут*» в 2015 году стала одной из ключевых лексем, входящих в объем общественно-политической лексики, и до сих пор находит свое отражение в русскоязычном медиапространстве. Расширение сфер применения данной лексемы и сфер ее реализации говорит об особенностях ее адаптации и значимом месте при описании современного социополитического пространства, способности трансформироваться в содержательном плане в соответствии с описываемыми посредством данной лексемы реалиями.

2.3. Экономическая сфера как источник появления новых слов и значений в актуальном медиапространстве

Новообразования не занимают центрального места в текстах экономического характера, однако нами были выявлены окказиональные единицы, которые активно функционируют в медиатекстах экономической направленности, формируя новые образы и сценарии. Так, активными становятся следующие способы и приемы образования.

1) Суффиксальный: одним из наиболее частотных становится суффикс *-изм*, образующий имена существительные для номинации экономических действий или состояний: «С моей точки зрения, это очень важное событие — оно позволило вылечить или, по крайней мере, купировать болезнь под названием “*долларизм*” (от доллар + суффикс *-изм*), когда народ смотрел только на курс рубля к доллару и больше ни на что смотреть не хотел» (Спутник в Крыму, 12.08.2017); «Век *рублизма* (от рубль + суффикс *-изм*) и *вещизма*: бережливость или рабство» (Крымское время, 17.11.2014).

Еще одной продуктивной моделью является обозначение действия на *-и(ть)*, которое различным образом связано с тем, что названо производящей основой, с общим словообразовательным значением «функционировать, работать кем-либо, выполнять действия, связанные с мотивирующим существительным»: «Шлапаку нужно будет ввязываться в супервойну, *коллекторить* (от коллектор + суффикс *-и(ть)*) Коломойского» (РИА Крым, 12.08.2016). Еще одним продуктивным является суффикс *-инг*: «Беспросветный *банкинг* (от: банк + суффикс *-инг*). Прошло полгода после появления в Крыму первых российских банков» (Крымское информационное агентство, 18.09.2014); «И именно Индия стала центром мирового ИТ-*офшоринга*» (Примечания, 13.09.2017). Однако в текстах экономического характера функционируют производные слова и с другими суффиксами, образованные по разным моделям.

2) Префиксальный: «*Контрасанкции* (от санкции + префикс контра) России не повредят национальным интересам, — заявил Песков» (Крыминформ, 13.04.2018); «В августе Россия ввела про-

дуктовые “*антисанкции*”» (от санкции + префикс анти-) (РИА Крым, 27.08.2018); «Закон Соединенных Штатов о противодействии врагам Соединенных Штатов, который вступил в силу в августе 2017 года, предусматривает *суб-санкции* (от санкции + префикс суб-) против любой страны, которая покупает военную технику из России» (Спутник в Крыму, 12.97.2018); «По большому счету, создана *антибанковская* (от банковский + префикс анти-) истерия в обществе» (Крым 24, 10.04.2017).

3) Суффиксально-префиксальный: «*Деофшоризация* российских компаний и капиталов получила мощный толчок благодаря кипрскому кризису 2013 года» (Крымское время, 12.07.2013); интересными являются контексты, в которых реализуется компонент со значением «украсть», при этом значимым становится не глагол действия, а существительное, от которого образовано новое слово (номинация субъекта, у которого украли, объекта или украденный предмет): «*Свиолончелили* (от виолончель + префикс с- + суффикс -и(ть)) деньги в офшоры. Инвестбанк “Тройка Диалог”, которым руководил и владел Рубен Варданян, создал сеть офшоров, через которые переводились миллиарды долларов “самым влиятельным людям России”» (Новый Крым, 06.03.2019); «*Скрымздили*: владелец известного львовского бренда обвинил россиян в краже логотипа» (РИА Крым, 05.07.2018); «Я должен поверить, что деньги за “вышки Бойко” *скрымздила* обычный инженер» (Примечания, 13.09.2018); «Как чиновники Луганской облминистрации продинамили коммунизмущество и *солимпиадили* (от олимпиада + префикс с- + суффикс -и(ть)) деньги налогоплательщиков» (Примечания, 25.01.2018).

4) Сложение, сложение основ с суффиксацией: *Деньгомания* (от деньги + мания). «Психологический взгляд на е-декларации украинских чиновников» (allcrimea.net, 09.11.2016); «Раньше такой всеобщей мании обогащения у человечества не наблюдалось. Глобальный *капиталопсихоз?*» (от капитал + психоз) (РИА Крым, 14.10.2017); «“*Гривнепада*” (от гривна + падать) после выборов не будет — НБУ» (Крымский телеграф, 09.03.2019); «Октябрьский *гривнепад*: к чему приведет ослабление гривны» (РИА Крым, 03.10.2018); «“*Рубленад*” (от рубль + падать) продолжался в течение всего дня» (Крымская правда, 29.12.2014); «Банкиры: как дол-

го продолжится *долларопад*» (от доллар + падать) (Первый крымский телеканал, 28.01.2017); «На фоне *«фунтопада»* (от фунт + падать) евро дорожает в паре с долларом» (Крымское информационное агентство, 13.02.2013); *«Деньговеды»* (от деньги + ведать) настолько прониклись своей научной деятельностью, что даже одушевляют деньги и уверены, что они могут обидеться на человека» (Примечания, 12.09.2018); *«Комсомольская правда»* и Институт финансового планирования начинают совместную акцию — *«Рубльпросвет»*» (ср.: культпросвет) (Комсомольская правда. Крым, 11.02.2014); а также сложение с усечением в первом компоненте; по другой точке зрения — аббревиация: *«Крымским наркополицейским»* официально вручено знамя» (Крымское информационное агентство, 11.12.2014).

5) Контаминация: *«Как открыть свой мир модной одежды Зара и Зарабатывать»* (Крымское время, 18.08.2018); *сыронизировать* (иронизировать по поводу санкционного сыра), *сыроцид* (геноцид, уничтожение санкционного сыра), *хамондировка* (от командировка за границу с целью потребления хамона и других запрещенных продуктов): *«Новый вид туризма хамондировка»* (Примечания, 22.11.2015). Подчеркнем, что авторы новых слов используют прием паронимической игры с внутренней формой слова, которая оказывается удобным инструментом для выражения отношения, часто негативного.

6) Универбация: *«Защитили крымчан: власти рассказали, что за год уничтожили 1318 кг санкционки»* (allcrimea.net, 29.12.2018); *«Для получения санкционки (от: санкционная продукция) из интернет-магазинов крымчане используют простую хитрость — в графе “регион” пишут не Крым»* (РИА Крым, 01.12.2019). Неолексема *санкционка* — результат образования слова способом универбации на базе фразы *«продукция, изъятая в результате наложения санкций»*.

Отметим, что тема санкций и экономического кризиса для России является актуальной, ввиду чего появляются окказиональные лексемы неолексемы с новыми оттенками значений, такие как *пармезан*, сыр со значением *«запрещенная деятельность по вывозу санкционных продуктов или преодоление экономических трудностей»*.

Данные лексемы становятся нарицательными для обозначения разных продуктов питания, попавших под санкции: «В эфире программы “Крымский. Пармезан” (семантический окказионализм). За что США расширяют санкции по отношению к России и почему природа наказывает крымчан?» (РИА Крым, 17.06.2017); «Пармезан, который мы заслужили» (allcrimea.net, 14.12.2017); «“Хамон раздора”. ЕС вышел из равновесия, требуя взыскать штраф с России за отказ от свинины» (Примечания, 25.12.2017). «Окказиональная лексема *пармезанистик* (*хамоницик*) стала обозначать либерала, ругающего власть: Повеселил меня Навальный и вся его либеральная тусовка *хамонициков-пармезанициков*» (Примечания, 12.08.2017).

7) Графикация:

7.1. Капитализация: «Украина заблокировала *offшорные* счета Януковича» (Аргументы недели.Крым, 18.06.2014); ««*РосДеньги*» работает с 2010 года и за это время помогли миллионам людей, имеющим финансовые сложности» (Крым 24, 12.08.2017); «Отличная экономика — *Отличная* цена» (Кафа, 12.08.2019); «Инвестбанку — 20 лет! *ИНВЕСТБАНК*. Каждому вкладчику подарок до 18,5 % годовых» (Примечания, 12.09.2018).

7.2. Чередование прописных и строчных букв: «*СМС-соОБЩЕНИЕ*. Главе Крыма С. Аксёнову приходят жалобы от крымчан по фактам угроз от коллекторов» (Кафа, 20.02.2019); «Тарифы 2019 года на горячую и холодную воду по *СЧЕТЧИКАМ* и без» (ИА Крыминформ, 13.07.2015); «Крымчан *обЪЕГЪят* на 100 %» (РИА Крым, 20.10.2015);

7.3. Квотация (использование кавычек): «Подпольный “*аз”арт*: видео обыска в нелегальных казино в Крыму» (Крым 24, 05.04.2014).

7.4. Использование знаков препинания (точки, скобок): «*цветУ.Е.чки*: сколько будет стоить облагораживание города?» (РИА Крым, 12.09.2016); «... *дорог.У.ци.Е* лотереи: выигрывает каждый» (Аргументы недели, 12.09.2017).

Таким образом, источником окказиональных лексем может стать любое событие из экономической жизни страны. Проанализировав языковые новообразования, зафиксированные в текстах экономического характера в региональных СМИ, можем сделать

вывод, что наиболее востребованными оказываются такие способы словообразования, как суффиксация, контаминация, граффиксация, сложение, суффиксально-префиксальный способ образования, префиксация. Частотность использования представленных способов словообразования при моделировании новых слов, входящих в экономическую сферу, представлена на Графике 2.

ГРАФИК 2. Способы образования новых слов экономической сферы



Так, как показал анализ, наиболее частотными являются суффиксация, суффиксально-префиксальный способ, префиксация, граффиксация контаминация. Менее активно используются сложение, сложение с суффиксацией и универбация.

2.4. Реалии культуры и спорта как источник появления новых слов и значений в актуальном медиапространстве

2.4.1. Реалии культуры как источник появления новых слов и значений в текстах

Конфликтность и агрессивность современного мира, противостояния субъектов внутренней и внешней политики определяют тот факт, что тексты социополитического и экономического характера становятся все более мощным инструментом манипулирования потенциальной аудиторией. Таким образом, медиатексты данной тематики все более насыщаются образными средствами и продуктами языковой игры, в то время как иные медийные сферы с иной прагматической установкой используют языковую игру менее активно. Данный тезис приводит к выводу о том, что реалии культуры и спорта, отраженные в медиапространстве, менее часто становятся средой появления новых слов. Обратимся к исследованию выявленных языковых фактов.

Как показал анализ, новообразования в сфере культуры преимущественно номинируют различные выставки, концерты, спектакли, книжные фестивали и другие культурные мероприятия, в названиях которых отражены новые образы или лексемы, созданные авторами для привлечения внимания публики. Так, активными становятся следующие способы образования окказионализмов:

1) Префиксальный: «Водитель “ВАЗа” поджал около школы №7. Акция “Антихамство”» (Спутник в Крыму, 06.08.2017); «Масонство как “Антипросвещение” в комедиях Екатерины II» (Крымские новости, 19.02.2018);

2) Контаминация: «“Крыманьонцы” (от Крым и кроманьонцы) в Севастополе — видеоконцерт в YouTube. Имею удовольствие и честь представить новый плейлист поэтического проекта “Крыманьонцы”, которому 1 декабря исполняется год» (Крымское информационное агентство, 12.12.2014); ««Издранное, или Книга для тех, кто не любит читать» — самое полное собрание рассказов

Алексея Слаповского» (2009); «*Селявизмы* наших улиц (селяви [фр.] + афоризмы)» (Крымский телеграф, 06.10.2011) «Дорохов Влад. “*Лжизнь*”» (от ложь + жизнь) — Журнал «Самиздат» (21.01.2013); «*Лейсатели-фантасты* в информвойнах» (Примечания, 19.08.2016).

3) Сложение, сложение основ с суффиксацией: «В начале марта в Евпатории состоялся городской тур конкурса детского чтения «*Книгомания-2014*»» (откнига + мания) (allcrimea.net, 28.03.2014); «Киркоров-manifesto (от Киркоров + manifesto, осложнено граффиксацией): ренессанс российской *поп-квир-эстетики*» (Примечания, 02.12.2018); «*Мистико-эротико-этно-дорожное* кино, которое завораживает» (Примечания, 09.09.2014); «*Кнопкотыки* (от кнопка + тыкать) больше не нужны. Кто такой режиссер монтажа?» (РИА Крым 24, 27.08.2014); «Свергая поп-короля: планету охватил *Джексонопод* (Джексон + падать)» (Примечания, 16.03.2019); «“*Кинопроба*” — международный фестиваль киношкол; фестиваль *медиапоэзии*» (КрымКультура, 13.09.2020); «*Котокафе* “Котиссимо” — это большой теплый дом, в котором живут десятки кошек и котов, спасенных с улицы» (Примечания, 12.09.2019); «*Киносвидания*. Это то, чем может похвастаться формат антикино» (Слава Севастополя, 11.07.2018).

4) Аббревиация: «Кристина Агилера (ChristinaAguilera) покрасилась в жгучую брюнетку и появится в нескольких эпизодах сериала в роли *поп-принцессы*» (от популярный + принцесса) (ИА Крыминформ, 19.03.2015); «Российские *поп-бабушки* (от популярный + бабушка) дотанцевали до финала» (РИА Крым, 23.05.2012); «*Ноябрьфест* (от ноябрь + фестиваль) — Фестиваль молодого вина и гастрономии; фестиваль #*ГастролиФест* (от гастрологи + фестиваль); В Крыму впервые пройдет «*Книгофест — 2014* (от книга + фестиваль)» (Крымское время, 12.08.2014); «Фестиваль “*Крымфест*” (от Крым + фестиваль) на полуострове проходит в условиях, приближенных к боевым» (Крымские известия, 23.07.2015); «... в России есть 2 *федуниверситета*, непосредственно с округами не связанные. Так что никуда КФУ не денется и будет развиваться» (с-eho.info/, 09.04.2016).

5) Граффиксация:

5.1. Капитализация: «“Комсомолка” объявляет «КнигоБум-2017»» (Комсомольская правда.Крым, 14.06.2017); «В рамках реализации проекта “Библиотека — информация для жизни” международной программы “БиблиоМОСТ” и проекта “WEB-притяжение крымской поэзии и Бардовский видеомост” состоялась творческая программа “Палео-ЛИТ” поэта Мариной Матвеевой» (Крымская правда, 28.04.2014); «Глава Крыма Сергей Аксенов призвал использовать БРЕНД “Вежливый Крым” для развития культуры на полуострове» (kafanews.com, 16.03.2016); «Фестиваль *Люди-КакЛюди*» (РИА Крым, 02.04.2019); «“ЭкспоКрым” — выставки в Крыму; “СтопХамы” нужны не только на дорогах, но и в чиновничьих кабинетах. В Крыму открылось отделение российской некоммерческой организации “СтопХам”, выступающей против хамства водителей на дорогах» (Крымское информационное агентство, 06.12.2014).

5.2. Квотация (использование кавычек): «В Крыму прошла акция “Время *Чистой книги*”» (Крым 24, 05.04.2017); «*Букинг “да”*. Ростуризм сообщит о судьбе Booking.com до 4 июня» (Крым 24, 24.05.2018).

5.3. Дефисация (разделение слов дефисами на части): «Седьмая *поп-пытка*. 19 мая состоится очередной фестиваль “Максидрома”» (РИА Крым, 22.03.2016).

5.4. Использование знаков препинания (точки, скобки): «Центром встречи была презентация новой книги поэта “ТРАНС[крым]ЦИЯ”» (Крымская правда, 27.03.2014).

Некоторые новые слова и выражения, не зафиксированные в словаре, образуются по известным словообразовательным моделям и в силу частотности употребления такой модели воспринимаются как потенциальные единицы узуальной лексики: «СПА-этикет (спа + этикет) — это определенные правила и стандарты, ознакомиться с которыми мы советуем до прихода в СПА-центр» (Слава Севастополя, 06.07.2017); «*Киносвидания* (кино + свидание). Это то, чем может похвастаться формат *антикино*» (префикс анти- + кино) (Слава Севастополя, 11.07.2018); «*Кинопроба* — международный фестиваль киношкол; фестиваль медиапоэзии (медиа + поэзия); *Котокафе* (кот + кафе) “*Котиссимо*” — это

большой теплый дом, в котором живут десятки кошек и котов, спасенных с улицы» (Примечания, 12.09.2019).

Таким образом, проанализировав медийные новообразования со сферой-источником «культура» в текстах региональных СМИ, можем сделать вывод, что наиболее востребованными оказываются такие способы словообразования, как контаминация, графикация, сложение, аббревиация. Степень частотности использования каждого из способов словообразования при моделировании текстов из сферы культуры представлена на Графике 3.

ГРАФИК 3. Способы образования новых слов сферы культуры



Подчеркнем, что в сфере культуры новые слова моделируются значительно реже, чем в политической или экономической сфере, что связано с различиями в прагматических установках авторов медиапродукта. Так, при апеллировании к адресату политических или экономических очевидным является манипулятивный потенциал текстов, желание автора привлечь целевую аудиторию на свою сторону, дискредитировать оппонента, заставить воспользоваться определен-

ными товарами или услугами. Для текстов культурной направленности такой посыл не характерен, поскольку в данной сфере автор преимущественно делится определенной культурно значимой информацией, которая либо изначально имеет определенную оценку, либо предполагает, что адресат сам сделает свой вывод.

2.4.2. Спорт как источник появления новых слов и значений в текстах современных СМИ

Новые слова, вошедшие в сферу спортивной лексики, обладают такими характеристиками, как необычность формы, чаще негативная коннотация (иронический/саркастический характер), понятны большинству носителей языка без комментария. Источником словотворчества может стать как то или иное спортивное событие, известные имена спортсменов, санкции и др., так и акт мыслительной деятельности субъекта, воспринятый через призму индивидуального мировоззрения. Таким образом, в современных региональных СМИ при словотворчестве в спортивной сфере оказываются востребованными следующие способы словообразования.

1) Суффиксация: «*Черчесовщина* (от Черчесов + суффикс –щин(а)). До чего эксперименты доведут сборную?» (Первый крымский телеканал, 02.11.2016); «*Локомотивщики* (от Локомотив + суффикс –щик(а)) победили по пенальти» (Независимое телевидение Севастополя, 15.03.2019); «*Вся сборная России зарядилась “дзюбовщиной”* (от Дзюба + -щин(а)) и показала игру» (Примечания, 14.08.2018); «*“Неймаровщина”* (от Неймар + -щин(а)) не смущает? — На самом деле, за три или четыре матча на Неймаре фолили 24 раза» (Руинформер, 12.07. 2018).

2) Суффиксально-префиксальный: «*Забывковали*. Как главный тренер нашей хоккейной сборной [Вячеслав Быков] привел ее к провалу» (Керчь, 25.05.2011); «*“Зенит”* опять *наспартачил* (от Спартак + префикс на- и суффикс -и(ть), ассоциация с напоргачили). Петербуржцы проиграли принципиальному сопернику» (Аргументы недели. Крым, 02.04.2017); «*Болельщики наспартачили*. “Спартак” оштрафовали на полмиллиона рублей за глупость и нерадивость его фанатов» (Примечания, 24.08.2017).

3) Контаминация: «ВнаЗИДАНИЕ “Ювентусу”» (РИА Крым, 26.11. 2014). В данном примере графически выделена фамилия знаменитого игрока футбольного клуба «Ювентус» – З. Зидана, который был дисквалифицирован за грубую игру; «ОбЛУЧение “Спартак” о победе команды «Луч»» (Allcrimea.net, 01.08.2014); «HuFIFA не ясно. Футбол в рекламных целях выявил много спорных моментов» (Allcrimea.net, 01.05.2016).

4) Сложение: «Дзюбомания (от Дзюба + мания), нога Акинфеева и голы Черышева» (РИА Крым, 19.12.2018); «Футболеутоляющее (от футбол + утоляющий; ассоциация к болеутоляющий). После поражения от словенцев многие стали задаваться вопросом: почему чемпионат страны выигрывают одни футболисты, а в сборной играют другие?» (Примечания, 23.11.2014); «Олимпиадофобия (от олимпиада + фобия). Почему хозяева летних Игр 2012 года боятся гостей» (Руинформер, 13.04.2014); «Ланч-реваниш (от ланч + реванш). Сборная России снова стала чемпионом, и это стоит того, чтобы с ней отужинал президент» (Руинформер, 30.05.2014).

5) Графикация:

5.1.Капитализация: «НаКЛИПанные Сочи. Есть ролики, в которых просто под красивую музыку участники олимпиады демонстрируют свое мастерство, а есть, где диктор просто объясняет, что, где и когда» (Примечание, 25.01.2014); «ЕВРОзвери. Что нужно сделать, чтобы не допустить приезда футбольных хулиганов на матчи Евро» (Комсомольская правда. Крым, 04.12.2014); «Скованы одной целью. Сборная России может удивить всех» (Севастопольская газета, 12.02.2015); «ЗНАКовое событие. Открытие стадиона “Самара-Арена” является знаковым событием для всего российского футбола» (Примечания, 29.04.2018).

Таким образом, проанализировав новообразования, характерные для региональных СМИ спортивного характера, можно сделать вывод, что наиболее востребованными оказываются такие способы и приемы словообразования, как сложение, графикация, суффиксация, суффиксально-префиксальный способ образования.

На Графике 4 представлена степень частотности новообразований, построенных с помощью данных способов и отражающих реалии сферы спорта/

ГРАФИК 4. Способы образования новых слов сферы спорта



Подчеркнем, что, как показал анализ, в текстах спортивной тематики новообразования являются самыми малочисленными, что обусловлено минимализацией манипулятивного потенциала спортивных СМИ, наиболее объективным отражением происходящих событий и спецификой целевой аудитории.

2.5. Ключевые слова эпохи в актуальном медиапространстве

Переформатирование словарного состава, связанного с трансформационными процессами в языковой картине мира, напрямую связано с историческими преобразованиями, происходящими в социуме.

Вполне естественно, что каждая эпоха формирует свой набор главных (ключевых) слов. Так называемые ключевые слова эпохи — «лексемы, обозначающие наиболее актуальные понятия или явления определенного исторического периода» [169; 313]. Вместе с

тем, расширяя представление о ключевых словах, ученые выделяют также «ключевые слова текущего момента» [318]. К «языковым приметам ключевых слов также относят следующие: 1) резкое возрастание частотности употребления, 2) тяготение к позиции заголовка, 3) расширение формо- и словообразовательных возможностей, 4) расширение сочетаемости слова, 5) формирование новых синонимических и антонимических связей (парадигматика), 6) использование слова в качестве имени собственного (онимическое употребление), 7) склонность включаться в высказывания типа дефиниций, 8) тенденция быть объектом вкусовых оценок (языковой рефлексии) и языковой игры» [318, с. 40]. А.П. Сквородников говорит также о ключевых словах русского менталитета [258, с. 272] и отмечает: если под менталитетом понимать «национальный способ видеть мир и действовать (когнитивно и прагматически) в определенных обстоятельствах» [150, с.106], иначе говоря, «специфические особенности национального самосознания и мироощущения, обусловленные историей народа, его культурой, традициями и характером (психическим складом) национального, то ключевыми словами менталитета следует называть такие слова (и соответствующие концепты), которые занимают доминирующее положение в “мыслительном пространстве” национального самосознания» [360]. Свидетельствуя о составляющих русского менталитета, А.П. Сквородников утверждает, что «ключевые слова русского менталитета — это лексика, выражающая опорные понятия и символы, определяющие идеи и представления традиционного русского национального мировоззрения и миросозерцания» [258, с. 270]. Исследователь отмечает, что такие ключевые слова однородными не являются, равно как их нельзя отнести к какой-либо унифицированной тематической группе или лексико-семантическому полю: «Можно выделить по крайней мере три группы таких слов (на основе тематической или предметно-понятийной соположенности): 1) слова, обозначающие понятия и предметы традиционного народного быта, преимущественно крестьянского (*дом, усадьба, земля, семья, хозяин* и др.); 2) слова, обозначающие основные понятия русской государственности и общественной жизни (*государство, родина, отечество, держава, народ, соборность, мир,*

артель и др.); 3) слова, обозначающие мир русской души и народной этики (*Бог, правда, совесть, справедливость, сострадание, милосердие, терпение, раскаяние* и т.д.)» [258, с. 272].

Характеризуя данные группы слов, следует отметить, что они (группы слов) представляют собой способные к детализации открытые ряды, слова в которых объединены на основе единого (интегрального) признака и особенностей семантики на уровне парадигматики и синтагматики. Отличительными признаками следует считать зафиксированные в современном измерении и историческом прошлом особенности национального русского менталитета.

На рубеже 2013–2014 гг. сложившаяся информационная система СМИ и соцсетей, как маркеры общественного внимания, транслировали по большей части положение социальной неопределенности. В таких условиях миссию формирования нарратива «Крымской весны» (главного события десятилетия) выполнили ситуативные неологизмы, содержание которых было понятным для участников событий. Языковые единицы «Русская весна», «Вежливые люди», «Крымнаш» стали символическими носителями смыслов, для полноценного вербального описания которых должно было пройти определенное время.

Метафорические номинации «вежливые люди», «зеленые человечки» и императивная формула «за Севастополь ответите» (герой Виктора Сухорукова в культовом художественном фильме «Брат», 1997 г., режиссёр Алексей Балабанов) существовали и раньше, но в 2014 году появился запрос на оценочные слоганы, афоризмы из истории русской культуры, то есть всего того, что свидетельствовало о переломной эпохе и об изменениях в картине мира и, следовательно, в языковом сознании граждан: «И все-таки она русская!» [ЦарьГрадТВ, 18.03.2019]; «“Комсомолка” нашла мальчика, ставшего символом Крымской весны» [Комсомольская правда. Крым, 6.06.2018]; «Крымская весна — это наше все!» [Крымская газета, 17.04.2017], «Во время событий Крымской весны люди разных национальностей готовы были отстаивать нашу благословенную землю до последней капли крови» [Крымские известия, 18.03.2017]; «Крымская весна — русская весна надежды» [Крымская правда, 18.03.2016]; «Крымнаш — это наша, русская земля» [Комсомольская

правда. Крым, 27.02.2017]. Повод для употребления и запрос на смысловую нагрузку и когнитивную трансляцию имели в 2014 году гораздо больший объем, чем это было ранее. В условиях работы привычных информационных, политических и логистических процессов пришел внешний трансфер культурного кода *Крым — наши, Русская — весна, Вежливый — человек, Мост — наши*.

Язык как живая система может реагировать на исторические события двумя способами: 1) через дополнение привычных форм подачи материала сопровождающим комментарием, но без перехода к новым формам интерпретации событий и 2) через очевидные приемы адаптации языковых средств к изменившемуся событийному пространству. В первом случае региональная журналистика демонстрирует прежнюю норму формирования информационного материала, во втором — идет поиск нового языка описания через усиление оценочности, метафоричности, внедрение новых жанрово-композиционных форм, то есть к неологизации всех уровней языковой структуры, прежде всего — лексической и деривационной.

Стратегическое значение приобретает аксиологический аспект в подаче материала. Система ценностей — атрибут человеческого сознания. Знание ценностей объекта исследования и использование его репрезентативной системы позволяют концентрировать ценности, контактировать с объектом на вербальном и невербальном уровнях [26; 20; 48; 55; 61; 67; 68; 92; 142; 150; 161; 197; 199; 211; 228; 249; 271; 272; 333 и др.].

Понятие «код» в семиотике непосредственно связано с понятием «язык», а в настоящее время широко применяется и в семиотике культуры. При этом «код» можно определить как «систему, в которой заданы (т. е. оговорены по предварительному соглашению) репертуар знаков и их значений вместе с правилами комбинаций знаков» [323, с. 57]. В.А. Маслова определяет код лингвокультуры через его отношение к нескольким современным областям знаний: когнитивной лингвистике, лингвокультурологии, лингвоконцептологии [199]. Исследование процессов языковой категоризации, языка как когнитивного механизма предполагает описание и языковой картины мира с учетом системы концептов, ценностей и кодов культуры. Термин «код» предполагает определенную сумму знаков,

подчиняющихся обозначенным правилам, с помощью которых можно хранить информацию, создавать, обрабатывать и передавать.

Назовем особенности крымских новообразований рассматриваемого периода:

– аккумулируют (накапливают, объединяют, расширяют) информацию о событии через эмоционально убедительный образ — *Крым вернулся в родную гавань* [Российская газета. 14.12.2014];

– охватывают все информационные площадки, в том числе виртуальные, что способствует переходу от слова к символу и нередко подтверждается креативным оформлением — *Словом 2014 года стал лозунг «крымнаш»* (в одно слово и со строчной буквы) [Российская газета. 14.12.2014];

– определяют массовое генерирование новых смыслов и их обработку с целью объяснить процесс — «зеленые человечки» (*Присоединение Крыма: Как «зеленые человечки» стали «вежливыми людьми»*) [РБК. Политика. 18.03.2014];

– формируются в ускоренном ритме, мгновенным распространением креативно оформленной вербальной и невербальной информации — *Дальше хоть камни с неба, Мы на Родине!* (*Фотография сделана в движении из салона общественного транспорта, но надпись на борде цветом российского триколора гласит: «Что дальше?... Да хоть камни с неба! Мы на Родине!»*) [Sevas.com. Политика. 18.07.2014]. В этом случае коммуникация ориентирована на независимое приобретение ранее не известных знаний, что способствует достижению взаимопонимания людей, полноценно общающихся на родном языке.

Итак, новые слова и выражения оказываются действенным способом языкового конструирования действительности, моделей и практик социального поведения. А сами медиатексты — действенный инструмент воздействия на общественное сознание [7; 47; 51; 59; 78; 106; 233; 240; 256; 303].

Новые слова и выражения вписываются (или не вписываются) в ментальные конструкции, влияют на нормы речевого поведения; не все такие языковые единицы могут быть распознаны, и «крымская весна» окажется просто весной в Крыму, а «наш» («Крым-наш») — просто притяжательное местоимение, имеющее отноше-

ние к Крыму. В этом смысле пример крымских новых слов и выражений очень симптоматичен и может использоваться в качестве отправной точки для конструирования исторически изменчивых межкультурных ментальных конструкций.

Мы выделили ключевые слова и выражения, которые по отношению к Крыму активно публикуются различными средствами массовой информации, как крымскими, так и находящимися за пределами полуострова: *Крым наш, Крым ваш, Крымнашевы, Крымнашисты, Крымский мост, Мост наш, Крымская весна, Русская весна, Вежливые люди, Зеленые человечки, Вернули Крым — вернем и Аляску, Третья оборона Севастополя, Крым вернулся в родную гавань, Блэкаут, Русский Крым, Российский Крым, Дети крымской весны, Дальше хоть камни с неба — Мы на Родине! Новые русские крымчане, Недороссияне, Переходный период, Крым вместо пенсий, Крымский вопрос.*

По данным нашего исследования, активно вербализованы следующие слова и выражения, появившиеся в текстах средств массовой информации рассматриваемого периода.

Крым наш: «Почему Крым — наш: 5 заблуждений об “аннексии” полуострова» (РИА-Новости, 16.03.2015); «Крым наш, мы счастливы — В Москве отметили вторую годовщину присоединения полуострова» (Медуза. 18.03.2016); «Крым наш: что нашла, а что потеряла Россия» (Рамблер-Новости.06.02.2016); «Зачем Крым наш?» (Известия, 30.07.2015).

Крым ваш: «Крым ваш? А порядки наши!» Россиян заставляют платить за песок на полотенцах и простынях» (Яндекс-Новости, 29.12.2018). «Крым ваш? Приходите — забирайте!» (life.ru, 21.08.2018); «“Крым Ваш” и “Вежливые люди” XVIII века» (Русский след, 07.12.2019); «Крым — ваш: кто в мире признал полуостров частью России» (РИА-Новости.Крым, 09.10.2018).

Крымнашевы: «После крымской истории в России оформились две партии: “крымнашевы” и “крымненашевы”. Отношение и к крымскому казусу, и к России, и к мировой политике разделяет их на враждующие лагеря» (Коммерсант, 26.10.2017).

Крымнашисты: «Крымнашисты и крымвернисты. Политическая сатира» (Сноб, 16.03.2017); «Амосов действительно считает,

что крымский вопрос и пенсионная реформа не повод для раздора на муниципальном уровне: в Движении демократического обновления могут состоять и “крымнашисты”, и сторонники повышения пенсионного возраста» (Новая газета, 28.11.2018).

Крымский мост: «Первое видео из кабины машиниста поезда, едущего по Крымскому мосту» (Керчь-Новости, 11.10.2019); «В прошлом году был введен Крымский мост, в этом году направлением через Крымский мост воспользовалось 3 миллиона 300 тысяч туристов» (Кремль.ру, 25.09.2019).

Мост наш: «“Мост наш!” — Наталья Радулова узнала, что дала и чего лишила жителей Крыма эпохальная стройка» (Коммерсантъ, 07.12.2020); «“Мост наш!”» (Огонек, 21.05.2018).

Крымская весна: «“Крымская весна показала миру, что Россия умеет себя защищать”, — заявил Путин» (РИА-Новости, 18.03.2018); «На Украине мужчине грозит 10 лет тюрьмы за поддержку “Крымской весны”» (Форпост. Севастополь, 23.05.2020); «Политиков, открыто придерживающихся схожих взглядов на события “Крымской весны” и взаимоотношения с РФ, в Европе и в других государствах мира с каждым годом становится все больше» (РИА-Новости. Крым, 09.10.2018).

Русская весна: «Ушедшие из жизни вожди “Русской весны” Донбасса» (Взгляд, 08.12.2020); «Для меня “русская весна” в Крыму началась 25 января 2014 года на совещании с командованием Черноморского флота» (Новая газета, 16.03.2017).

Вежливые люди: «“Вежливые люди” как новый образ Российской армии» (РИА-Новости, 16.05.2014); «“Вежливые люди” в Крыму: как это было» (Новая газета, 17.04.2014).

Зелёные человечки: «Присоединение Крыма: Как “зеленые человечки” стали “вежливыми людьми”» (Комсомольская правда. Кубань, 19.03.2015); «С военной точки зрения, “зеленые человечки” (“вежливые люди”) — это хорошо экипированные военнослужащие российских спецподразделений в камуфлированной форме без знаков отличия и государственной принадлежности, которые в период подготовки референдума о статусе Крыма в феврале-марте 2014 года, во-первых, безо всякого насилия обеспечили его мирное проведение (была очевидная опасность, что волеизъявлению

крымчан помешают радикально настроенные националисты), а во-вторых, корректно и без единого выстрела заняли все стратегические объекты и столь же бескровно блокировали и обезоружили все дислоцирующиеся в Крыму украинские воинские части» (Военное обозрение, 04.04.2015).

Крым вернули, когда вернем Аляску?: «Крым вернули, когда вернем Аляску?» (Майл.ру, 07.12.2019).

Третья оборона Севастополя: «Получилось так, что события, начавшиеся в Севастополе 23 февраля 2014 года, с чьей-то легкой руки окрестили “Третьей обороной Севастополя”. Это словосочетание прочно вошло в лексикон и даже увековечено в надписях на различных наградах, связанных с произошедшими событиями. Однако “Третья оборона” началась не зимой прошлого года: началась она с распада Советского Союза и длилась до начала 2014-го» (Мужская работа, 01.09.2017).

Крым вернулся в родную гавань: «5 лет назад Крым вернулся в родную гавань» (Парламентская газета, 18.03.2019); «Крым возвращается в родную гавань» (Утро.ру. 18.04.2014).

Блэкаут: «В ночь с субботы на воскресенье в Крыму произошел полный блэкаут. Из-за подрыва опор ЛЭП в Херсонской области, где действуют сторонники блокады Крыма, без света к настоящему времени остаются почти 2 млн. жителей полуострова» (Московский комсомолец, 22.11.2015); «Крым. Блэкаут. Взорванные на территории Украины линии электропередач обесточили полуостров, оставив жителей без света и удобств. Ситуацию квалифицировали как ЧП» («Новая газета, 23.11.2015).

Водный кризис: «В Крыму усиливается водный кризис — власти полуострова вынуждены вводить новые ограничения водоснабжения» (Коммерсантъ. 08.12.2020).

Русский Крым: «Швейцарский журналист знакомит Европу с русским Крымом» (NewsFront. 22.09.2019).

Российский Крым: «В истории российского Крыма начинается новый этап, — заверил Сергей Аксенов. — За пять лет наш полуостров, образно говоря, “врос” в Россию, как растение вырастает в родную почву, которая дает ему все необходимое для жизни» (Русская народная линия. 20.09.2019); «Как и чем луч-

ше добраться в российский Крым в 2019 году» (Крымотека.ком, 10.11.2014).

Мы на Родине!: «Характер Крыма, всегда с вызовом, проглядывает уже на въезде хоть в Ялту, хоть в Севастополь или Симферополь. Там еще с прошлого курортного сезона висят синие как небо растяжки: “А что теперь? Да хоть камни с неба. Мы — на Родине”. Это показатель отношения людей и к последовавшим санкциям, и к угрозе блокады мятежного полуострова, и к неостывшей возможности вооруженных провокаций» (Русский мир. 16.03.2015); «“Что дальше? Да хоть камни с неба! Мы — на Родине!”: как поменялся Крым за последние четыре года» (Яндекс.ру, 21.11.2018).

Дети крымской весны: «Мама первого ребенка Крымской весны: “Боялись, что роддом захватят украинские силовики”. В семье Анны и Владимира Бельмас 18 марта двойной праздник — воссоединение полуострова с Россией и пять лет дочери» (Комсомольская правда. Крым, 18.03.2019).

Новые русские крымчане. «Новые русские... крымчане. Корреспондент “НВ” опровергла слухи о трудностях отдыха в Крыму и узнала от жителей полуострова, каково им живется после возвращения в Россию» (Невское время, 18.08.2015).

Недороссияне. «Эти люди называют нас “недороссиянами”. Да кто они такие?» (Яндекс.Дзен, 16.12.2018).

Переходный период: «Чем дольше длится переходный период, тем сложнее потом будет входить полностью в правовое поле РФ» (Коммерсантъ.ру. 04.12.2015); «Переходный период по вхождению Крыма в РФ будет действовать до 2015 г.» (РИА-Новости.Крым, 18.03.2014).

Крым вместо пенсий: «Крым вместо пенсий. У Минфина нет денег для возврата накоплений НПФ» (Городской портал, 26.06.2014).

Крымский вопрос: «Крымский вопрос. А рядовые севастопольцы больше думают о том, что будет с ценами и укладом жизни» (Московский комсомолец, 18.03.2014); «Простое решение Крымского вопроса» (Anna-news.info, 13.01.2017); «Путин закрыл крымский вопрос» (Вести.Ру, 17.02.2018).

Крымский консенсус: «Что такое на самом деле “крымский консенсус”? Это национальное единство, то есть объединение людей вокруг базовых патриотических принципов» (Взгляд, 10.03.2019);

«Крымский консенсус: политический смысл и значение» (РИА-Новости, 24.03.2015); «Радикальные оппоненты режима и “крымский консенсус”» (Русская идея, 25.10.2017).

Названные новообразования, с одной стороны, являются продуктом времени, способом его исторической фиксации, но, с другой стороны, вербальное наполнение таких ключевых слов эпохи находится в движении: развиваются новые метафорические связи, конструируются оппозиционные оценки, расширяется поле риторических и стилистических приемов и т.д. Некоторые новообразования пополнили лексический фонд русского языка, усилили его символические возможности, дополнили значимые социальные концепты (толерантность, политкорректность); другие войдут в диахронный срез языка.

Представленный языковой фрагмент медийной составляющей портрета региона (на примере наиболее употребительных единиц эпохи «Крымской весны») сформирован по ряду методологически значимых параметров.

По когнитивно-прагматическому параметру:

– связь языка и сознания («Крым вернулся в родную гавань: 5 лет назад Крым вернулся в родную гавань» (Парламентская газета, 18.03.2019));

– описание языковой семантики сквозь призму понятийных категорий («“Вежливые люди” в Крыму: как это было» (Новая газета, 17.04.2014));

– психолингвистических, этнолингвистических и культурологических особенностей региона («Что такое на самом деле «крымский консенсус»? Это национальное единство, то есть объединение людей вокруг базовых патриотических принципов» (Взгляд, 10.03.2019)).

По соотношению общего и отдельного:

– территориальная индивидуальность, формируемая на основе взаимодействия («“Крымская весна показала миру, что Россия умеет себя защищать”, — заявил Путин» (РИА-Новости, 18.03.2018));

– внешняя среда (информация о стране) и внутренние факторы (события в Крыму) — «Как и чем лучше добраться в российский Крым в 2019 году» (Крымотека.ком, 10.11.2014);

– процесс определения новой идентичности при условии сохранения традиций и актуализации исторического опыта («Поче-

му Крым — наш: 5 заблуждений об “аннексии” полуострова» (РИА-Новости, 16.03.2015)).

По национальному параметру:

– создание толерантного общества; реальная интеграция культур («Присоединение Крыма: Как “зеленые человечки” стали “вежливыми людьми”») (Комсомольская правда. Крым, 19.03.2015)).

По аксиологическому параметру:

– определение и внедрение в медийное пространство категории ценностей («Крымский консенсус: политический смысл и значение» (РИА-Новости, 24.03.2015));

– выявление оценочного потенциала языковых единиц, в том числе новообразований («Эти люди называют нас “недороссиянами”. Да кто они такие?» (Яндекс.Дзен, 16.12.2018)).

Медиапортрет Крымской весны, эпохального события в жизни России и Крыма, зафиксирован в объемном медиадискурсе, как в общероссийском, так и в региональном, и свидетельствует о том, что ядро семантического поля составляют слова, актуализирующие параметр по соотношению общего и отдельного: внешняя среда (информация о стране) и внутренние факторы (события в Крыму), связывающие с Россией и русским миром.

Представленный фрагмент рассматривается нами как аргумент, подтверждающий сложность и многоаспектность медиапортрета, наполнение которого может быть продолжено.

Представленный фрагмент можно рассматривать как зарисовку к сюжетному медиапортрету региона; он достаточно убедительно свидетельствует о том, что языковая составляющая медиапортрета — явление многоаспектное, разнофункциональное, требующее дополнительного изучения и описания. При характеристике необходимо учесть и междисциплинарную специфику, а также сам факт портретирования с учетом жанрового разнообразия и техники исполнения, а значит, и методики описания.

Формирующиеся в начале XXI века требования к языковому портрету региона зависят от широкого спектра исследовательских задач и определяют набор особенностей, которые, как в искусстве, можно соотнести с различными видами портретов. Таким образом, прикладные задачи, связанные с изучением медиатекста, представляют для иссле-

дователей различных областей научного знания значимые фрагменты медиапортретирования, с помощью которых и формируется общая языковая составляющая описываемого медиапортрета.

* * *

Меняющиеся социополитические реалии определяют изменения в подаче материала, его содержании и расставляемых акцентах. Так, одной из ярких черт актуального медиапространства является широкое употребление новой лексики, построенной с учетом словообразовательного потенциала русского языка. Проведенный нами анализ текстов современных СМИ позволяет сделать вывод о том, что умелое использование авторами словообразовательных возможностей с целью подчеркнуть экспрессию в процессе словотворчества способствует акцентированию внимания читателя на актуальных социополитических, экономических проблемах, вопросах спорта и культуры; актуализирует имеющиеся у читателя культурологические знания и содействует расширению образовательного пространства в современном обществе.

Специфика крымских реалий последних лет обусловила появление в медиапространстве новых слов, актуальных сегодня именно при характеристике региона или описании происходящих на его территории событий. Так, как показал анализ, яркими и активными при моделировании медиапортрета региона представляются языковые единицы *Крымнаш* и *блэкаут*. Высокую степень адаптации данных слов доказывают их широкий деривационный потенциал и специфика текстовой реализации. От новообразования *Крымнаш* произошло более 10 новых слов различной частеречной принадлежности (*крымнашевец*, *крымнашист*, *крымнашизм*, *крымнашевский*, *по-крымнашевскому* и др.).

Различия в политических установках адресантов и адресатов (журналистов/политиков и потенциальных читателей медиапродукта) определяют разнополярность коннотаций исследуемых единиц и их широкую образность, реализуемую в контекстах политической направленности. Кроме того, в региональных СМИ социально-политической направленности активизируются лексемы, образованные по принципу словообразовательной модели

крымнаш (*Сириянаш, мостнаш, светнаш, газнаш* и т.д.). Данные единицы отражают значимые для общества реалии, акцентируя внимание на проблемах и путях их решения. В исследовании показано, что зачастую подобные новообразования имеют положительную коннотацию и эксплицируют значение «выход из затруднительного положения или решение проблем региона».

Проанализировав различные сферы СМИ, такие как общественно-политическая, экономическая, культурная и спортивная, мы пришли к выводу о том, что новообразования весьма активно функционируют в региональных газетах и информационных агентствах независимо от направленности издания. Словообразовательные процессы современности, результатом которых является образование новых слов, привели к выявлению наиболее продуктивных моделей сегодняшнего дня, наиболее ярко и многоаспектно представленных в текстах региональных СМИ.

Активизация словообразовательных процессов в языке современных СМИ свидетельствует о том, что журналист ищет новые возможности для реализации коммуникативных задач и прагматических стратегий. Проведенный в исследовании анализ показал, что наиболее востребованные способы образования новых слов коррелируют с тематической направленностью издания.

Так, для общественно-политической сферы наиболее частотным стало использование суффиксации, контаминации, суффиксально-префиксального и лексико-синтаксического способов словообразования (см. Приложение 1). Новая лексика из экономической сферы включает в себя преимущественно языковые единицы, построенные с помощью суффиксации, контаминации, графикации, при этом менее продуктивными являются сложение, суффиксально-префиксальный способ образования, префиксация (см. Приложение 2). Новообразования в сфере культуры смоделированы преимущественно с помощью контаминации, графикации, сложения, суффиксально-префиксального способа образования (см. Приложение 3). При моделировании новых слов в текстах спортивной направленности доминирующими выступили такие способы словообразования, как сложение, графикация, суффиксация, суффиксально-префиксальный способ образования (см. Приложение 4).

Степень частотности использования тех или иных способов словообразования безотносительно от направленности медиатекста представлена на Графике 5.

ГРАФИК 5. *Способы образования новых слов в актуальном медиапространстве*



Особое место при описании новых слов и выражений рассматриваемого исторического периода занимают так называемые ключевые слова эпохи, ключевые слова текущего момента, появление которых в актуальном медиапространстве трансформирует языковую картину мира, способствует влиянию на формирование лексического состава языка.

Проведенный анализ языковых фактов позволяет говорить о расширении спектра новых слов в русскоязычном медиапространстве независимо от отраженной в медиатекстах сферы и особенностей коннотации новообразований.

ГЛАВА 3

Образная составляющая медиапортрета Республики Крым

Медиапортрет государства, а тем более медиапортрет региона складывается десятилетиями и напрямую зависит от места данного геополитического субъекта на международной арене. Социополитические реалии последних лет определили тот факт, что Крым стал объектом пристального внимания российских и международных СМИ, проблемной точкой, вызывающей большое количество вопросов и лежащей в основе широкого спектра дискуссий социополитической направленности.

Комплексный анализ медиатекстов позволяет сделать вывод, что медиапортрет Республики Крым последнего десятилетия является разносторонним и многогранным и включает как положительные, так и отрицательные характеристики на основе комплексного описания образной составляющей медиапортрета Республики Крым, включающего метафорическое моделирование образа региона и иллюстрацию прецедентных единиц, отражающих ключевые события и ситуации.

3.1. Метафорическое моделирование позитивного образа Крыма в текстах русскоязычных СМИ

Медиатексты, моделирующие метафорический образ Крыма, характеризуют его в разных аспектах, при этом сферы, в которых образ Крыма моделируется с позитивной и с негативной коннотацией, не являются тождественными. Так, сфер, в которых моделируется позитивный образ Крыма, как показал анализ, значительно больше. Наиболее частотными представляются такие: политика, общество, экономика, культура, наука, спорт, туризм. Негативный

метафорический образ Крыма формируется в медиатекстах, описывающих политическую, социальную и экономическую сферы, реже — туристическую отрасль. С другой стороны, контексты, моделирующие негативный образ Крыма, являются более частотными и включают более 65% от общего объема фактического материала.

Обратимся к анализу образных средств, моделирующих позитивный образ Крыма в текстах русскоязычных СМИ.

Крымские события февраля-марта 2014 г. определили тот факт, что Крым стал символом возрождения русского национального самосознания, основой государства и бесспорной частью Российской Федерации. Именно эта идея лежит в основе широкого спектра метафорических образов, глубоко и полно характеризующих Крым как значимую составляющую современной России: «*Крым — это гораздо большее, чем небольшой кусочек суши у теплого моря со сложной историей, это краеугольный камень, основа нашей цивилизации*» (skeptimist.ru, 02.12.2019); «*Крым — это основа российской государственности, цивилизации и идентичности*» (Международная жизнь, 13.03.2019).

Исторические корни, общие культурные традиции, определяющая роль православия, распространение которого тесно связано с крымской землей, определили частотность использования метафорического образа *колыбели*.

В лексикографических источниках языковая единица «*колыбель*» во втором значении определяется как «2. перен. Место возникновения чего-н. (высок.)». В контекстах прослеживается реализация семантических компонентов 'истоки', 'основа', 'общность', 'единство', что характеризует Крым как некий консолидирующий конструкт, значимый как в ретроспективе, так и в будущем развитии государства: «*Крым — колыбель русского православия*» (kro-krim.narod.ru/LITERAT/KRIM2/simvol2.htm, 23.07.2018); «Георгий Мурадов: *Крым — это колыбель российской цивилизации*» (gazetacrimea.ru/news/, 30.12.2019); «Владимир Константинов: *Крым — колыбель российской государственности*» (ria.ru/20141211/1037684004.html, 11.12.2014); «*Крым — колыбель православного христианства на Руси*» (krum-kolybel-pravoslav-nogo-hristianstva, 09.09.2018); «*Крым — колыбель древнейших цивилизаций*» (www.perekop.info/, 25.12.2011).

Интегральные компоненты 'единство', 'основа' при моделировании медиапортрета Республики Крым прослеживаются также при реализации языковых единиц *эпицентр*, *точка сборки*, активно реализующихся сегодня при описании определенных консолидирующих действий общества и государства, новых решений во внутренней и внешней политике: «И сегодня Крым мог бы стать местом проведения встречи лидеров “пятерки” стран — членов Совета Безопасности ООН, о которой говорил наш президент, “точкой сборки” нового миропорядка, основанного не на вражде и стремлении к доминированию, а на сотрудничестве и взаимном уважении» (КП, 19.06.2021); «Крым должен снова стать эпицентром разворачивающейся глобальной дискуссии о будущем человечества, о закреплении новой системы координат и системы международной безопасности» (КП, 15.02.2021).

Тесная связь России и Крыма прослеживается не только в контексте общих исторических и политических событий, географической расположенности территорий, но прежде всего в контексте общей ментальности.

В контекстах подчеркивается, что Крым не только является частью русской культуры, но и представляет ее стержень, основу. Именно поэтому, как нам кажется, настолько частотными представляются метафоры, связанные с ментальной сферой человека: «Светлана Савченко: Крым — это душа России» (politika-crimea.ru/s/795-savchenko-svetlana-borisovna-dose/51820-svetlana-savchenko-krym-eto-dusha-rossii, 18.05.2019); «Крым — это сердце в груди России» (pro.ru/2017/07/20/309, 20.07.2017); «Крым — сердце России» (zen.yandex.ru, 29.04.2020).

Не менее частотными являются ориентационные метафоры *верх*, *вершина*, *верхушка*, описывающие Республику Крым или значимые для нее общественно-политические реалии: «Возвращение Крыма — вершина русского патриотизма» (КП, 20.11.2014); «Крым не просто новый регион, место на карте современной России у Черного моря, это вершина российской культуры, истории, основа православия, гордость русского народа» (НГ, 16.08.2019).

Современной Россией Крым воспринимается как уникальная ценность, бесспорная для истории и культуры всего русского народа:

«Крым — жемчужина в короне России» (kartaslov.ru, 10.04.2021); «Крым — сокровище России...» (chitalnya.ru/work/1719730/, 30.02.2016).

Сложная политическая обстановка, сопровождавшая переход Крыма в состав Российской Федерации, последующие политические и экономические трудности определили высокую частотность реализации метафорического образа победы, великой цели, достижение которой предопределяет успешную стратегию развития страны: «Крым — стратегическая победа России» (newsland.com/user, 18.03.2015); «Крым: новая победа России» (www.pravda.ru/video/politics/14131.html, 19.03.2014); «Крым: победа Путина» (КП, 19.07.2018).

Присоединение Крыма к Российской Федерации — не прогнозируемое и заранее запланированное действие; это ситуация, обусловленная рядом политических, исторических и культурных факторов, радостное событие для многих крымчан и россиян. Данный факт обусловил частотность использования метафоры подарка, ценного и значимого для граждан государства: Михаил Горбачев: «Возвращение Крыма России — это счастье» (republic.ru/posts/11071703, 17.03.2014); «В Крыму назвали воссоединение с Россией подарком судьбы» (ria.ru/20200318/1568762431, 18.03.2020); «Крым: “подарок”, который Россия забрала обратно» (inosmi.info, 19.02.2020).

Для медиатекстов, моделирующих медиапортрет Республики Крым, характерно использование метафоры семьи, в которой Крым является неотъемлемой частью: Крым — это гордость России. «Крым — это та пята, на которую Россия всегда может опереться и пойти дальше к новым высотам. Крым — это часть общей и единой российской семьи, в которой заведено делить пополам все трудности и достижения» (novorosinform.org/, 25.07.2021). В многонациональной семье Крыму достается место младшего и любимого ребенка, который как никто другой нуждается в помощи, поддержке и мудром наставничестве со стороны родителей: «Вячеслав Никонов: “Крым — самый младший и любимый “ребёнок” России”» (new.crimiz.ru/rubriki, 16.03.2019); «Крым — любимый ребёнок России» (www.oreanda.ru/common/popnews, 09.04.2014).

Значимое место при моделировании медиапортрета Республики Крым занимает метафорический образ дома, реализованный посредством широкого спектра метафор и метафорических моделей: «Сергей Аксенов: Так было в 1783 году, когда древняя Таврида возродилась и расцвела, стала родным домом для многих народов. Под крылом великой империи прекратились междоусобные распри, наступил мир, началось развитие промышленности и сельского хозяйства, выросли новые города. *Так произошло и в 2014 году, когда крымчане после многих лет вынужденной разлуки с Родиной вернулись домой*» (КП, 21.03.2014); «В. Константинов: *Мы строим Крым нашей мечты — благоустроенный и безопасный дом для крымчан всех национальностей*. Они же уверенно движутся к новой “Хрустальной ночи”» (КП, 14.11.2020).

При реализации метафорического образа дома центральное место занимает метафора «родной гавани», ставшая популярной после выступления В.В. Путина на митинге «Крым — за Россию!», прошедшем 18 марта 2014 г. В своем выступлении Президент сказал так: «После тяжелого, длительного, изнурительного плавания Крым и Севастополь возвращаются в родную гавань — в Россию, к родным берегам, в порт постоянной приписки». Данная фраза лежит в основе большого количества контекстов, иллюстрирующих присоединение Крыма к Российской Федерации, интерпретируемое как возвращение домой: «Крым вернулся в “родную гавань” из-за того, что Россия стала сильной» (regnum.ru/news/polit/3220941.html, 21.03.2021).

Важное значение при моделировании медийного образа Крыма занимают медиатексты, связанные с культурой, литературой, музыкой. Так, Крым представляется источником вдохновения, местом, где талантливые поэты и писатели, художники и композиторы искали темы и идеи для своего творчества: «*Крым — муза русских поэтов*» (ok.ru/video/152828069398726-1, 11.08.2020); «*Лилия Гумерова: Литературный Крым — ярчайшая страница в истории русской культуры и литературы*. Всех нас объединяет любовь к русской литературе, понимание ее воспитательной, эстетической и нравственной ценности, влияния на развитие мировой культуры» (taurica.net/274313, 09.08.2018).

Таким образом, ценностные ориентиры современного общества, связанные с семьей и домом, добром и счастьем, различными культурными и нравственными установками, формируют позитивный образ Крыма и наделяют его широким спектром положительных характеристик.

3.2. Метафорическое моделирование негативного образа Крыма в текстах русскоязычных СМИ

Переход Республики Крым в состав Российской Федерации был чреват не только подъемом патриотического духа, пробуждением национального самосознания, но и чередой экономических и политических проблем, санкциями, внутривнутриполитическими и международными конфликтами. Данный тезис объясняет широкое разнообразие языковых единиц образной системы, несущих негативную коннотацию. Обратимся к анализу фактического материала.

Республика Крым как новый субъект Российской Федерации, бесспорно, требовал и продолжает требовать серьезного финансирования, при этом значительная часть финансовых вложений России в развитие полуострова была связана с водоснабжением. Как известно, до 2014 г. около 85% потребностей Крыма в пресной воде обеспечивала вода из Днепра, поступающая по Северо-Крымскому каналу. После вхождения Крыма в состав России Украина перекрыла канал, что стало причиной серьезных проблем как в масштабах бытового водоснабжения, так и в аспекте различных нужд региона: «В период с 2015 по 2022 годы в Крым будет инвестировано примерно 13 миллиардов долларов. Остается *черная дыра*: водоснабжение, в которую нужно вкладывать миллиарды и годы труда» (ru.krymr.com/a/krym-v-inosmi, 19.05.2019).

Дополнительное финансирование Республики Крым — важная проблема России, поскольку государство зачастую сталкивается с двумя серьезными сложностями: с одной стороны, различные сферы, объективно требующие серьезных финансовых вложений, с другой — нечистоплотность и недалекость представителей

местных властей: «Чалый: Пока у меня ощущение, что со стороны федерального правительства это отношение (к Крыму. — *ред.*), как к собесу. Это же реально так: когда 75% заливается федеральными деньгами, как это еще назвать — собес есть собес! Для России Крым — это некоторая *черная дыра*, в которую сыплются деньги, и пока надо следовать этой политике» (sevastopol.bezformata.com/listnews/,11.01.2019); «Россиянин о Крыме: это *черная дыра*, туда сколько денег ни впихивай — все растворится» (vchasnik.ua/v-mire, 20.05.2018); «Расходы Севастополя сравнили с “*черной дырой*”. Выделенные на “сбалансированность бюджета” деньги власти Севастополя могут тратить по своему усмотрению, и это вызывает много вопросов» (sevastopol.su/news, 16.08.2018).

Оппозиционные журналисты подчеркивают, что ожидания России от присоединения Республики Крым были завышенными, а вместе с территориями, выходом в море и подъемом патриотического духа вместе с Крымом могут прийти новые и политические проблемы, связанные не только с реакцией Украины и иных государств, но и с отсутствием единой позиции при самоопределении крымчан: «Если сегодня в Крыму антиукраинский, русский сепаратизм, то завтра он развернется в антирусский, украинский сепаратизм! В общем — получили *дырку от бублика*... Зато отняли эту дырку, эту головную боль у братской Украины...» (ЗН, 11.09.2016); «Крым — арена разгула великодержавного шовинизма и украинского национализма» (www.ndkt.org, 09.07.2020).

Наиболее ярко идея негативного образа Крыма, определение полуострова как источника конфликтов и проблем прослеживается при использовании образной конструкции «бомба замедленного действия»: «Крым — это *бомба замедленного действия*, которая может развалить Россию, — российский политолог» (24tv.ua, 07.02.2020); «Крым как *бомба замедленного действия* Москвы для Запада» (www.politforums.net/crimea, 11.03.2020); «Аннексия Крыма — *бомба замедленного действия*» (ru.krymr.com/a, 23.08.2019).

Военный конфликт на Донбассе и возможность военного конфликта в Крыму в феврале-марте 2014 года предопределили использование в медиатекстах данных топонимов как пары, при этом моделируемые контексты характеризуют их как источники

нестабильности внутренней и мировой политики: «Крым и Донбасс — это черная дыра» (ru.krymг.com, 21.04.2020); «Точка невозврата для Донбасса и Крыма уже пройдена — Бортник» (www.politnavigator.net, 15.09.2014).

Проблема внутренней политики, недоверие к властям региона также моделируют значимый фрагмент медиапортрета Республики Крым, указывающий на сложности региона, не связанные с преобразованиями 2014 года: «Крым — дыра в вашем кошельке. Крымские власти с возрастающим аппетитом требуют дотаций из бюджета» (maxpark.com? 09.09.2018).

Важным аспектом является проблема самоопределения крымчан, которые не чувствуют себя востребованными ни в Украине, ни в России: «В Украине мы предатели, в России — нахлебники». Голоса Крыма 6 лет спустя» (theins.ru/obshchestvo/, 14.03.2020); «СБУ отлавливает как “изменников родины” крымчан, обратившихся в консульские отделы на территории Украины» (www.politnavigator.net, 11.09.2019).

При моделировании негативного образа Крыма весьма частотной представляется метафора *дна*, характеризующая следующие аспекты:

1) Сферу туризма: «Крым — это дно, здесь невозможно отдыхать» (www.youtube.com/watch?v=NYG9w2FbDp4, 2.06.2019);

2) Проблемы в отдельных секторах экономики региона: «“Крымские порты” планомерно “идут ко дну”, причем политика Минтранса Крыма этому печальному процессу лишь способствовала» (meridian.in.ua/news/31646.html, 10.12.2017);

3) Последствия перехода Крыма в состав РФ: «“Полуостров свободы” идет ко дну» (ru.krymг.com/, 15.12.2016); «Флагман «крымской весны» идет ко дну» (maxpark.com/community, 21.03.2019).

Таким образом, отрицательный образ Крыма моделируется на уровне метафор, приобретающих в контекстах негативную коннотацию. Наиболее частотными основаниями для формирования негативно коннотированного метафорического образа Крыма являются политические и экономические проблемы полуострова, а также внешнеполитические сложности, связанные с переходом Республики Крым в состав РФ.

3.3. Прецедентные единицы как основа моделирования медиапортрета Республики Крым

3.3.1. Прецедентные единицы как основа моделирования медиапортрета Республики Крым

Комплексный анализ медиатекстов, моделирующих медиапортрет Республики Крым, позволяет сделать вывод о высокой частотности прецедентных единиц, представленных преимущественно прецедентными топонимами и прецедентными конструкциями. Обратимся к анализу фактического материала.

Голгофа является у христиан ценным и значимым сакральным символом. Согласно Новому Завету, именно на Голгофе был распят Иисус Христос, что обусловило дальнейшее развитие значения устойчивой конструкции *взойти на Голгофу*, интерпретируемую следующим образом: «принять страдания, муки» [351, с. 135].

Анализ медиатекстов, моделирующих портрет Республики Крым, позволяет прийти к заключению о том, что при частичном сохранении денотативного значения в текстах СМИ языковая единица *Голгофа* насыщается новыми коннотативными смыслами, формирующими в контекстах новые значения и лежащими в основе расширения образного потенциала прецедентного топонима *Голгофа*.

В актуальном медиадискурсе при моделировании медиапортрета Республики Крым ключевая единица *Голгофа* расширяет свой синтагматический потенциал посредством сочетания с оттопонимичными зависимыми атрибутами (*крымская Голгофа, севастопольская Голгофа, ялтинская Голгофа*). В контекстах эксплицируются компоненты 'страдание', 'скорбь', 'трагедия', 'прошлое', при этом отсутствует прямая отсылка к библейским событиям: «*Крымская Голгофа: чем расплачиваются крымчане за свой выбор?*» (КП, 12.02.2017); «*Севастопольская Голгофа... Тут были массовые расстрелы белогвардейцев и жителей Севастополя. В парке расстреливали офицеров и зажиточных севастопольцев. Расстреливали из пулеметов. Это были страшные дни, недели, месяцы...*» (www.liveinternet.ru/users/4768613/, 12.10.2015); «*“Крымская Голгофа” в словацких Карпатах. Русская 13-я пехотная диви-*

зия находилась в самом центре этих боев, и составлявшие ее косяк крымские воины приняли участие в форсировании Карпат в районе перевала Руске Седло на современной границе Словакии и Польши» (Таврический информационно-аналитический центр, 21.02.2016); «Багреевка — *ялтинская голгофа*. Багреевка — это страшное прошлое нашей Ялты. Именно здесь, в имении присяжного поверенного Алексея Федоровича Фролова-Багреева замучили и убили самых выдающихся ялтинцев. На седьмом километре от Ялты, не доезжая водопада Учан-Су, в глуши, приняли свой смертный час многие представители дворянства, духовенства, интеллигенции Южнобережья» (www.derzhavnaya.org/bagreevka-yaltinskaya-golgofa.html, 08.02.2013).

Образ пути на Голгофу, добровольного выбора страданий ради великой цели является в актуальном медиадискурсе весьма популярным и применяется при характеристике той или иной социально-политической ситуации, в которой требуются сила духа, мужество и терпение, свойственные не каждому члену общества: «Все ли крымчане согласны идти *на голгофу*?» (Правда.ру, 10.06.2014).

Гиперболизация сложностей, с которыми столкнулся Крым при переходе в состав РФ, стала основой развернутых метафорических сценариев. Так, в приведенном ниже контексте каждая из политических или экономических проблем региона приравнивается к отдельной Голгофе, при этом автор медиатекста подчеркивает, что после страданий следует благополучное будущее: «*Крым — это не просто голгофа, это десяток голгоф*: проблемы во внешней политике, санкции, миллиарды потраченных рублей. Только после Голгофы, как известно, было Воскрешение. Может, подождем?» (Православие, 19.08.2019).

События февраля-марта 2014 г. в политике и журналистике оцениваются неоднозначно, поэтому в контекстах находит свое отражение оппозиция *Олимп* (как символ величайшего успеха) / *Голгофа* (как символ величайшей трагедии): «*Олимп или Голгофа*: чего добился Крым в марте 2014 года?» (Корреспондент, 13.03.2019).

Значимой представляется контаминация прецедентных единиц, причем показательным является тот факт, что контаминируются образы, апеллирующие к разным сферам-источникам. В частно-

сти, Библии и мифологии: «И катит Сизиф [РФ. — *О.Н.*] свой камень [Крым. — *О.Н.*] на вершину горы, а тот всё катится вниз со страшным грохотом. Кто знает, может, и хорошо, что катится. Страшно только, если эта гора превратится в Голгофу» (Ukrainian.org, 23.03.2018). В представленном выше контексте внимание обращается на невозможность предугадать, чем обернется политика РФ по отношению к Крыму, чем станет Крым для России: благом или серьезной проблемой.

При моделировании медиапортрета Республики Крым активно реализуется гидроним *Рубикон* и устойчивая конструкция *перейти Рубикон*. В лексикографических источниках отмечается, что Рубикон (река на Апеннинском полуострове) в 49 г. до н. э. был той границей между Италией и римской провинцией Цизальпинская Галлия, которую перешел Цезарь со своим войском.

Переход Рубикона Цезарем ознаменовал начало гражданской войны. Данная прецедентная ситуация определила появление устойчивой конструкции *«перейти Рубикон»*, зафиксированной в лексикографических источниках со значением «принятие бесповоротного решения» [342, с. 1145].

В актуальных медиатекстах под *Рубиконом* преимущественно понимается Республика Крым, а конструкция *«перейти Рубикон»* используется при описании перехода Крыма в состав РФ: *Рубикон перейден*: «Крым снова станет российским» (newsland.com/, 12.03.2014); «В Крыму Путин *перешел Рубикон*. Бой за будущее России принял Путин, принял народ, и никакие сомнения или колебания “элиты” не могут помешать им сделать то, что нужно для укрепления и развития страны» (rusprav.tv/, 27.12.2014); «Россия *перешла Рубикон*: Крым стал точкой невозврата во внешней политике страны» (Подробности, 20.04.2014).

Образ *Рубикона* в политических медиатекстах становится основой метафорических сценариев, при этом показательным является тот факт, что номинация *«крымский Рубикон»* в контекстах приобретает положительную коннотацию и определяется как символ возрождения РФ, начало эпохи сильной и успешной России: *«Крымский Рубикон*. Крым для всей нашей страны — не просто 84-й регион, только недавно вошедший в состав Российской Федерации.

Не просто Ласточкино гнездо, Ливадийский дворец, гора Ай-Петри, древний Чуфут-Кале и прекрасные ялтинские пляжи. Нет, в первую очередь Крым (и Севастополь, ставший 85-м регионом нашей страны) — это символ возрождения России. Момент, когда руководство страны положительно ответило на просьбу жителей полуострова о включении в состав РФ, стал границей между старой и новой Россией. По ту сторону остались голод, разруха и разгул преступности лихих 90-х, всплеск коррупции и “дикого рынка” и криминальный передел бизнеса начала 2000-х. Мы вошли в новое время, когда слово “Россия” снова начало внушать уважение по всему миру» (vm.ru/opinion/686781-krumskij-rubikon, 18.01.2018).

Как показал анализ русскоязычного медиапространства, прецедентные антропонимы используются менее активно, чем прецедентные единицы с локативным значением. Как правило, при моделировании медиапортрета Республики Крым реализуются прецедентные антропонимы со сферой-источником Библия.

Показательным является тот факт, что независимо от того, положительным или отрицательным является библейский персонаж при описании денотативного значения, в медиатекстах он приобретает негативную коннотацию.

Так, известный персонаж Моисей в лексикографических источниках определяется как основоположник иудаизма и одна из ключевых фигур в христианской религии.

Согласно преданиям, Моисей был тем пророком, который вывел евреев из египетского плена и сорок лет водил народ по пустыне в поисках Земли Обетованной. В медиатекстах сохраняется идея предводительства и поиска, однако происходит замещение конечной точки пути: если Моисей и еврейский народ знали, что они ищут и к чему должны прийти, то персонажи в представленном ниже контексте не владеют такой информацией: *«Моисей крымских татар. Жизнь в Крыму за этот период и заявления сегодняшних политиков все более убеждают в том, что у крымских татар появились свои моисеи.* Помните библейскую историю, в которой рассказывается о том, как Моисей водил евреев по пустыне 40 лет? До сих пор вопрос о том, для чего он это делал, вызывает споры среди теологов и рядовых, так сказать, верующих. Надеюсь, они разберутся в этом без нашей по-

мощи. *А вот к чему ведет деятельность крымскотатарских мусульман и кто они?»* (kartamirakrym.blogspot. com, 07.11.2015).

Как известно, *Иуда* был одним из двенадцати апостолов Иисуса Христа, тем самым, который предал своего Учителя за 30 сребреников. В основе соотнесения прецедентного антропонима *Иуда* с личностью политика лежит семантический компонент ‘предательство’, моделирующий образ человека, доверие к которому было напрасным: *«Кто он — “крымский Иуда” или “патриот”? Ветеранов “русского движения” возмущает факт присутствия на должности этого человека. По их мнению, именно этот политик сделал все возможное, чтобы не допустить развития российских настроений в период прихода к власти на полуострове в качестве президента Республики Крым Юрия Мешкова»* (ru.krymr.com/a/28099911.html, 07.11.2016).

В религиозной литературе (христианстве и иудаизме) *Каин* и *Авель* — дети Адама и Евы. *Каин* был земледельцем, *Авель* — скотоводом. Из-за того, что Бог отдал предпочтение жертвоприношению *Авеля*, *Каин* убил своего брата. Первое братоубийство, зафиксированное в религиозной литературе, становится источником прецедентности и находит свое отражение в медиатекстах: *«Каин и Авель по-крымски: симферополец чуть не убил собственного брата»* (РИА Новости Крым, 20.09.2019).

Таким образом, прецедентные онимы, представленные топонимами, гидронимом и антропонимами, апеллирующими к истории, мифологии и Библии, формируют ценный фрагмент медиапортрета Республики Крым, связанный с ценностными установками адресата медиапродукта.

3.3.2. Прецедентные конструкции как основа моделирования медиапортрета Республики Крым

Прецедентные конструкции, моделирующие медиапортрет Республики Крым, отражают преимущественно негативные политические и экономические стороны развития региона, подчеркивают несостоятельность определенных политических решений и диалогов.

События февраля-марта 2014 г., ставшие причиной многочисленных внешнеполитических проблем, обусловили частотность использования прецедентной конструкции *«яблоко раздора»*. Прецедентная

конструкция «яблоко раздора» берет свое начало в древнегреческих мифах о Троянской войне, описанных Гомером в поэме «Илиада».

Когда богиню раздора Эриду не пригласили на свадебный пир, она подбросила трем красивейшим богиням (Гере, Афине и Афродите) золотое яблоко с надписью «прекраснейшей». Каждая из богинь считала прекраснейшей себя, а невозможность объективно рассудить трех красавиц стала причиной Троянской войны.

В русскоязычном медиадискурсе последних лет «яблоком раздора» зачастую становится сам Крым, переход которого в состав РФ повлек за собой серьезное осуждение и санкции со стороны других государств: «*Крым как вечное яблоко раздора между Россией и Украиной*» (www.liveinternet.ru/users/, 19.10.2017);» *Крым — выращенное яблоко раздора*» (pub.wikireading.ru/37016, 11.09.2020); «*Крым станет яблоком раздора между братскими народами с подачи США*» (rb7.ru/business/inopressa, 21.08.2018); «*Крым — яблоко раздора: Зеленский планирует расширить санкции против России*» (vk.com/wall-174323004_278420, 04.11.2020).

Менее активно конструкция «яблоко раздора» номинирует определенные политические и экономические реалии, актуальные для Республики Крым: «*Крымскотатарская карта как яблоко раздора в отношениях России и Турции*» (mixednews.ru/archives/116819, 09.06.2019).

Высокая степень адаптации анализируемой конструкции обусловливает возможность ее трансформационного потенциала, при этом, как показал анализ, способен замещаться только первый компонент конструкции: «*Золото раздора: у кого останутся сокровища Крыма*» (www.forbes.ru/forbeslife/, 12.03.2021).

Обращает на себя внимание интересный факт языковой игры, представленный в следующем контексте: «*“Яблоко” раздора: Apple обозначила Крым как российский*» (ru.euronews.com/, 27.11.2019).

Так, известная во всем мире американская корпорация *Apple* в технических настройках обозначила непризнанный мировой общест-венностью Крым как российский регион. В контексте наблюдается языковая игра: *apple* в переводе с английского языка обозначает «яблоко», а в сознании пользователей данная компания ассоциируется с яблоком еще и из-за известного логотипа.

Весьма активно при моделировании медиапортрета Республики Крым реализуется еще одна прецедентная конструкция, связанная с Троянской войной.

«Троянский конь», согласно древнегреческим мифам, — хитроумная выдумка ахейцев, которые соорудили огромного деревянного коня, вмещающего большое количество воинов. Троянцы, считая коня своим трофеем, ввезли его в город и были разгромлены сидящими внутри воинами. В лексикографических источниках конструкция «троянский конь» интерпретируется как «тайный, коварный замысел, замаскированный под подарок».

В медиатекстах под «троянским конем» понимается, как правило, неожиданное негативное для региона событие, повлекшее определенные проблемы и сложности: «*Троянский конь* для Крыма: россияне ответили на идею “вернуть” полуостров с помощью воды из Днепра» (social.riafan.ru/, 15.07.2018).

В медиатекстах, связанных с внешней политикой, Крым и события, происходящие в регионе, также могут номинироваться «троянским конем», что связано с экспликацией интегральных сем ‘неожиданность’, ‘хитрость’, ‘угроза’: “*Троянский конь* для аннексии Крыма”: как “Русское единство” стало частью российского плана по дестабилизации Украины» (ru.krymr.com/, 22.12.2019).

Образ «троянского коня» характерен и при описании внутренней политики России, в которой также наблюдаются неожиданные и не всегда приятные ситуации: «Выборы в Крыму: *троянский конь* российской государственности» (hromadske.ua/ru/, 19.03.2014); «Чалый как “*троянский конь*” для Севастополя?» (skeptimist.livejournal.com, 29.02.2016).

При трансформации конструкции происходит замещение второго компонента на топонимы Крым или Донбасс, характеризующиеся как источники нестабильности РФ, дополнительные и серьезные проблемы: «*Троянский Крым* и *трижды троянский Донбасс*. Зачем нам нужны Крым и Донбасс, если мы теряем Сибирь?» (НГ, 11.06.2014).

Сходный набор коннотативных компонентов имеет и прецедентная конструкция «*ящик Пандоры*». Согласно древнегреческим мифам, «ящик Пандоры» — это сосуд, наполненный бедами и болезнями, которые были выпущены в мир.

В лексикографических источниках конструкция «ящик Пандоры» интерпретируется как «любой источник больших и неожиданных неприятностей». При реализации в медиатекстах эксплицируются семантические компоненты 'неожиданность', 'опасность', 'угроза': «Россия: *крымский ящик Пандоры*» (www.svoboda.org, 19.06.2014); «Легализация самозахватов — это *ящик Пандоры* для Крыма» (crimea-news.com/politics, 23.05.2015).

Наиболее частотной при моделировании медиапортрета Республики Крым является конструкция «*камень преткновения*», апеллирующая к ветхозаветной истории. Так, впервые конструкция «*камень преткновения*» встречается в Ветхом Завете в Книге пророка Исаии, где Бог говорит о себе: «будет Он освящением и камнем преткновения, и скалою соблазна для обоих домов Израиля» (Ис. 8: 14). Фразеологические словари интерпретируют данную конструкцию как «препятствие на пути к решению какой-либо задачи» [355].

В актуальных медиатекстах таким препятствием преимущественно является сам Крым, ставший причиной большого количества споров и конфликтов как на межгосударственном, так и на внутривнутриполитическом уровне: «*Крым — камень преткновения* или разменная фигура в большой игре» (history.wikireading.ru/243013, 12.02.2019); «*Крым — это камень преткновения* для нашей оппозиции, или с ворованным в Европу не берут» (viktor-ch.livejournal.com/725231.html, 12.12.2014); «“Крымский раскол”: как *полуостров стал камнем преткновения* в Великобритании...» (politexpert.net/, 16.08.2015). Весьма частотным в качестве «камня преткновения» выступает образ Крымского моста, соединившего Крым с материковой частью РФ («*Крымский мост — камень преткновения* в отношениях России и Украины» (zen.yandex.ru, 30.04.2018)) и Севастополя как опоры Черноморского флота России («*Севастополь как камень преткновения “Большого договора”*» (cyberleninka.ru/article/n/, 02.03.2015)).

Анализ показал, что использование конструкции «камень преткновения» актуально и при характеристике внутренних проблем региона. Наиболее ярко посредством данной конструкции интерпретируются вопросы, связанные с незаконным перераспределением земли и недвижимостью: «*Камень преткновения — бесценная земля Крыма*» (politika-crimea.ru, 28.07.2017); «...*главным камнем преткно-*

веня в Крыму стала недвижимость. Перипетии, с ней связанные, зачастую приобретают драматический характер» (rg.ru, 11.11.2014).

В современном медиадискурсе происходит трансформация конструкций не только в аспекте формы, но и на уровне содержания. Так, «камнями преткновения» в текстах СМИ называли таблички, на которых выгравированы имена жертв холокоста: «В Крыму установят “камни преткновения”». В Крыму предложат увековечить память жертв холокоста с помощью “каменной преткновения» — табличек с именами, датами рождения и смерти погибших, которые устанавливают возле домов, где они когда-то жили» (crimea-news.com/society/, 16.02.2015).

Отношение общественности к переходу Крыма в состав РФ видно на примере параллельного использования двух прецедентных конструкций со сферой-источником Библия.

Так, с одной стороны, Крым характеризуют как «блудного сына», который вернулся к отцу после длительного периода скитаний: «Вот так Крым прильнул к России, как блудный сын Матушки России!» (sti.ru/2019/06/05/4773, 05.06.2019); «Крым — блудный сын России. С возвращением!» (ok.ru/koloritnyegalerej, 06.08.2019).

С другой стороны, в текстах СМИ частотное использование конструкции «заблудшая овца». В Новом Завете, в Евангелие от Матфея, встречаем такие строки: «Как вам кажется? Если бы у кого было сто овец, и одна из них заблудилась, то не оставит ли он девяносто девять в горах и не пойдет ли искать заблудившуюся? И если случится найти ее, то, истинно говорю вам, он радуется о ней более, нежели о девяносто девяти не заблудившихся» (гл. 18, ст. 12–13). В медиатекстах под «заблудшей овцой» понимается Крым, отделенный от России не по своей воле: «Заблудшая овца возвращается в стадо: в России появился 84-ый субъект» (milli-firka.org, 20.04.2014).

Негативное и жестокое отношение к Крыму ассоциируется в медиатекстах с «египетскими казнями», которые, согласно текстам Библии, были посланы Богом египтянам и фараону за отказ выпустить евреев из египетского рабства.

В лексикографических источниках «египетские казни» определяются как «невыносимые и жестокие страдания». При моделировании медиапортрета Республики Крым под «казнями» понимаются водная

блокада, блэкаут, санкции, коронавирусная инфекция и иные сложности региона: «Крым: “Казни египетские”» (www.politnavigator.net/, 13.11.2015); «Геноцид Крыма: *египетская казнь* от Украины» (pravdoryb.info, 07.06.2018); «“Казни египетские” и другие крымские итоги» (www.vesti.ru/, 20.03.2016); «Камни с неба: на Крым обрушились *казни египетские*» (yandex.ru/search/, 02.09.2019); «В аннексированном Крыму паника из-за *египетской казни*» (politeka.net/news/, 27.07.2015); «“На троих”. Испытание вакцины, *казнь египетская* в Крыму и ягнята для Навального» (podfm.ru/episodes/, 22.01.2021).

Сложности в политических отношениях между Россией и Украиной после перехода Республики Крым в состав РФ обусловили активизацию использования конструкции «*запретный плод*». В Библии повествуется о том, что, создав Адама и Еву, Бог запретил им вкушать плоды Дерева добра и зла, однако первые люди ослушались запрета и были изгнаны из рая на землю. В лексикографических источниках «*запретный плод*» определяется как «экспрес. Что-либо заманчивое, соблазнительное, но недозволенное, запрещенное» [350].

В медиатекстах «*запретным плодом*», как правило, становится Крым, при этом можно выделить контексты, характеризующие одну из двух ситуаций.

1. Недозволенность перехода Республики Крым с точки зрения определенной части общественности: «Россия сорвала *запретный плод*: к чему это может привести?» (НГ, 20.03.2014).

2. Запрет на посещение Крыма как временно оккупированной территории со стороны Украины: «*Оккупированный полуостров Крым — запретный плод?*» (новости-крыма.ru-an.info, 20.07.2016).

Большое количество проблем, связанных как с политикой и экономикой самого региона, так и с внешнеполитическими событиями, вызванными присоединением Крыма, обусловили частотность функционирования конструкции «*авгиевы конюшни*».

В древнегреческих мифах «*авгиевы конюшни*» описывались как огромные и очень грязные конюшни царя Элиды Авгия, которые Геракл очистил за один день.

В современном обществе выражение «*авгиевы конюшни*» используется при характеристике очень грязного помещения, а также «сильной запущенности, засоренности, беспорядка в делах, требую-

щих больших усилий для их устранения» [350]. В медиатекстах «авгиевыми конюшнями» называются крупные давние проблемы, решение которых представляется весьма затруднительным: «Авгиевы конюшни Крыма: чистка в разгаре» (www.pnp.ru/regions, 23.10.2015); «Аксенов поручил избавить столицу Крыма от “авгиевых конюшен”» (ria.ru, 24.11.2014); «Глава республики пообещал расчистить крымские “авгиевы конюшни”» (new.crimiz.ru/rubriki, 22.08.2020).

В древнегреческой мифологии «ахиллесова пята» — единственное уязвимое место героя Ахилла. Стрела Париса попала в это уязвимое место, и Ахилл погиб.

Ставшее крылатым выражение «ахиллесова пята» в коммуникации реализуется в значении «слабое, уязвимое место». Как показал анализ, при моделировании медиапортрета Республики Крым в качестве наиболее уязвимых мест можно выделить следующие.

1. Переход Крыма в состав РФ (в таком случае можно говорить о том, что данный социополитический факт сделал более уязвимой как Россию, так и Украину): «Крым — ахиллесова пята Путина» (ru.krymr.com/, 18.11.2019); «Крым станет ахиллесовой пятой Зеленского» (ytrou.ru/politics/, 22.04.2019).

2. Крымский мост: «Аксенов назвал Крымский мост ахиллесовой пятой во время пандемии» (news.rambler.ru/politics/, 19.03.2020).

3. Энергетическая безопасность Крыма: «Не вдаваясь в политические перипетии этих споров, отметим главное на сию минуту: теперь уже энергетическая безопасность Крыма на 100 процентов зависит от ставшего российским “Черноморнефтегаза”. Потому что только по его трубопроводам на полуостров поступает природное топливо. И больше никуда отсюда не уходит. Переруби эти “дороги жизни” — все. Крым немедленно замерзнет, замрет, погрузится в беспросветную ночную темень. Другой “трубы”, допустим с Кубани, туда не протянули и протянут нескоро. Если вообще об этом кто-нибудь нынче думает. Поэтому настоящая ахиллесова пята Крыма — вот она» (news.obozrevatel.com/, 18.05.2019).

4. Внутренние проблемы крымских регионов: «Ахиллесова пята Судакского региона» (vesti-sudak.ru, 25.12.2014); «Ахиллесова пята Симферополя: как избавиться от пробок и избежать транспортного коллапса?» (Регнум, 30.09.2020).

Высокую степень адаптации данной конструкции подтверждает тот факт, что она расширяет свои синтагматические и парадигматические возможности, в частности может использоваться в форме множественного числа: «*Ахиллесовы пяты* крымскотатарских джигитов из меджлиса. Владимир Скачко» (e-news.su/in-ukraine, 16.03.2021).

Энергоблокада Крыма, введенная в сентябре 2015 года по инициативе крымскотатарских и украинских «активистов», определила частотность реализации широкого спектра образных средств, иллюстрирующих сложность жизни крымчан при ограниченной поставке электричества. Ярko и образно в медиатекстах данную ситуацию иллюстрирует конструкция «*царство (царствие) Аида*». В древнегреческих мифах отмечается, что «*царство Аида*» — это царство мертвых, которое находится под землей в вечной темноте.

В текстах СМИ «царством Аида» номинируются либо определенные места и территории, погруженные в темноту из-за энергоблокады («Подземный переход в Симферополе: экзотика “*царства Аида*”» (mt-smi.mirtesen.ru/blog/, 05.10.2015); «*Царство Аида* или новые последствия энергоблокады» (КП, 11.09.2017); «“*Царство Аида*”: в некоторых районах Крыма свет дают по 2 часа в сутки» (КП, 03.10.2015)), либо пещерные достопримечательности Республики Крым («Карадаг: вход в мрачное *царство Аида* в Крыму» (zen.yandex.ru/media/id, 17.06.2019); «Пещерный город и “*царство Аида*”. Бахчисарай глазами нижегородки» (www.nn.ru/text/world, 30.07.2019); «Керчь и *царство Аида*» (pantikapei.ru, 25.10.2016)).

Конструкция «*золотой дождь*», восходящая к древнегреческому мифу о Зевсе, в словарях интерпретируется как «большие денежные суммы». В медиатекстах о Крыме подчеркивается, что под такими суммами понимаются инвестиции России в определенные сферы Республики Крым, при этом отмечается, что зачастую финансовые вложения завершаются весьма неожиданно для тех, кто ими пользовался: «*Золотой дождь* после эйфории в Крыму: гром победы, раздавайся!» (iarex.ru/, 22.08.2014); «*Золотой дождь* окончен: жителей Крыма ждут новые реалии» (НГ, 11.10.2019); «*Золотой дождь* или золотой ливень? Сколько денег потратят власти Крыма на ремонт очистных сооружений?» (КП, 23.08.2020); «Керченский мост построен — “*золотой дождь*” кончился» (ru.krymr.com, 03.06.2019).

Таким образом, оценочные характеристики, апеллирующие к системе позитивно и негативно коннотируемых метафор и прецедентных единиц, формируют многогранный и глубокий медиапортрет Республики Крым, выявляя сильные стороны региона и уязвимые места в политической, экономической и культурной сферах.

Комплексный анализ языковых единиц образной системы позволит создать объективный и многоаспектный медиапортрет Республики Крым, учитывающий как интралингвистические, так и экстралингвистические факторы.

* * *

В современных исследованиях бесспорной видится ключевая роль медиаисточников в процессе формирования образа государства или определенного региона. Ученые справедливо подчеркивают, что средства массовой информации могут способствовать правильному (или неправильному) восприятию определенных геополитических субъектов, а комментарии ведущих журналистов и политических обозревателей способны манипулировать сознанием обывателя, адресата того или иного медиапродукта.

Медиапортрет Республики Крым определяется сегодня как сложный и многогранный феномен, аккумулирующий приоритеты и прагматические установки автора-журналиста, специфику целевой аудитории, культурно-исторический фон и иные факторы, значимые при моделировании адресантно-адресатных отношений.

Ценностное пространство, зафиксированное в СМИ, позволяет говорить о полярности в экспликации и восприятии региона: от образа туристического рая, идеализированного субъекта РФ, идеологически ориентированного сообщества, единогласно сделавшего свой выбор в пользу перехода в состав России до неуспешного региона с немыслимым количеством политических и экономических проблем, внутренними конфликтами и отсутствием диалога с другими государствами.

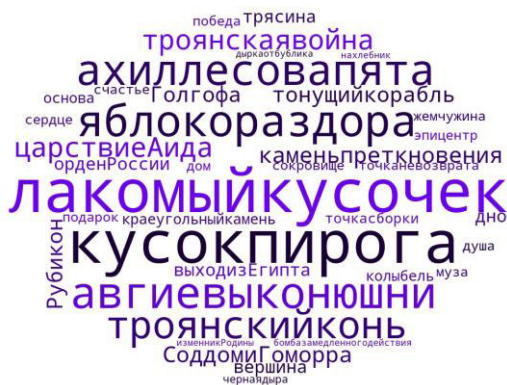
Доминантные черты медиапортрета Республики Крым формируются преимущественно посредством метафор и прецедентных единиц, эксплицирующих позитивную или негативную коннотацию, ярко выраженную в контексте.

Для автора медиапродукта стереотипы восприятия крымчан и более широкой целевой аудитории становятся ориентирами и основой моделирования широкого контекста, оказывают воздействие на формирование медиапортрета Республики Крым.

Широкое использование языковых фактов для формирования общественного мнения позволяет говорить о высоком манипулятивном потенциале языка, который является сегодня основой инструментария успешного политика, журналиста, общественного деятеля на всех уровнях политического влияния.

Медиапортрет Республики Крым, моделируемый на основе русскоязычных медиатекстов печатного и электронного характера и отражающий как провластные, так и оппозиционные настроения, строится прежде всего на основе образных средств, представленных на следующем графике.

ГРАФИК 6. Фрагмент медиапортрета на основе медиатекстов



Так, бесспорным является тот факт, что медиапортрет Республики Крым является значимой составляющей внутренней и внешней политики региона, отражает систему ценностей и антиценностей, приоритетов и опасений Крыма и крымчан. Медиапортрет Крыма лежит в основе политического настроения и сплоченности всей нации, поскольку Крым сегодня является не только одним из субъектов РФ, но и центром притяжения политических интересов многих государств, важной составляющей российской действительности начала XXI века.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Национальная картина мира не является унифицированной и закреплённой категорией, а представляет собой сочетание и взаимопроникновение различных фрагментов. Моделирование картины мира представителей русской лингвокультуры определяется, с одной стороны, широтой пространств ее распространения, с другой — кросскультурной интерференцией, предполагающей влияние на русскую лингвокультуру широкого спектра иных культурных традиций. Наиболее очевидным данный факт представляется при изучении региональных картин мира, отраженных в медиапространстве. Проведенное нами комплексное моделирование медиапортрета Республики Крым 2011–2021 гг. с установлением семантико-прагматического потенциала языковых единиц, отраженных в текстах актуальных СМИ? позволило сделать следующие выводы.

1. Современное медиапространство является зеркалом, в котором находят отражение различные социополитические события, конфликты и дискуссии, действия и ситуации. Конфликтность и агрессивность современного мира определяют тот факт, что при моделировании актуального медиапространства доминирующее место занимают языковые единицы, реализованные в тексте с положительной или отрицательной коннотацией.

Медиадискурс как своеобразный маркер современной гуманитарной парадигмы образует сложное синтаксическое целое, непосредственно определяется ментальностью, спецификой языкового сознания индивида и проявляется как сложная коммуникативная составляющая, с учетом экстралингвистических факторов влияющая на производство и восприятие текста — фрагмента действительности реальной картины мира, сформированной с помощью языковых возможностей человека.

Отличаясь значительной долей манипулятивного и субъективного потенциала, авторы медийного контента совмещают с редакционной политикой коммерческие установки и искусство языковой привлекательности, целенаправленно формируя имиджевую

составляющую региона. Активизация языковой игры в разных формах ее выражения способствует появлению значительного числа новых слов и выражений в текстах, с помощью которых, отражая действительность, моделируется и трансформируется актуальное медиaproстранство.

2. Комплексное описание лингвокультурной ситуации региона и его имиджа неизменно связано с представлением языкового портрета и медиапортрета — своеобразного образа территории, в котором отражается спектр заявленных и актуализированных в медийной сфере тематических характеристик. Медиапортрет Крыма — образ Крыма в информационном пространстве, зафиксированный на определенном временном срезе, переосмысленный носителями языка, а медиапортретирование представляет собой разноаспектное многоуровневое явление, представленное в комплексе экстралингвистических и интралингвистических составляющих. При этом задачи нашего исследования определяют обращение к когнитивно-прагматическому параметру, определению соотношения общего и отдельного (территориальная индивидуальность, соотношение внутренней и внешней среды, внимание к традициям и историческому опыту, специфика актуальных социополитических реалий), культурно-национальному и аксиологическому параметрам и некоторым другим, ориентированным на реальные события жизни региона, отраженные в медийном пространстве.

3. События, происходящие в обществе, оказывают существенное влияние на трансформацию лексической и фразеологической системы русского языка, включая в ее состав новые компоненты. Доказанным является тот факт, что значимое место при моделировании актуального медиaproстранства занимают ключевые «слова эпохи», новые слова и выражения, в которых, как в зеркале, запечатлеваются актуальные социополитические события.

Описание языковой картины мира современного полуострова позволяет выделить центральные языковые единицы, лежащие в основе формирования образа Крыма второй декады XXI века, и в частности, 2014–2021 гг. — периода перехода республики в состав Российской Федерации. При описании социополитических событий в Республике Крым важное место занимают новые слова и

выражения, которые способны отражать современные интересы общества и государства, ключевые региональные события и при этом актуализировать фоновые знания носителей языка. Как показал анализ медиапространства указанного периода, для крымского региона наиболее востребованными являются неолексемы *крымнаш* и *блэкаут*, лежащие в основе описания специфики социополитической ситуации региона.

4. Активизация словообразовательных процессов в языке современных СМИ свидетельствует о том, что автор медиапродукта ищет новые возможности для реализации коммуникативных задач и прагматических стратегий. Анализ показал, что наиболее востребованные способы словообразования вновь созданных единиц варьируются в зависимости от описываемой сферы деятельности человека. В работе доказываются значимость влияния социокультурной ситуации на язык и высокая степень адаптации окказиональной лексики в языковом сознании современных крымчан. Являясь своеобразным инструментом для привлечения внимания потенциального адресата, новые слова и выражения представляют собой источники ассоциаций и содержат имплицитную коннотацию, реализуемую в контекстах.

5. Исследование словообразовательной структуры новообразований второго десятилетия XXI века позволяет проанализировать фрагмент медийной картины мира и отметить своеобразие приемов пополнения лексического запаса русского языка, а также охарактеризовать перспективы развития деривационной системы языка. Тенденция к активизации новообразований на страницах крымских газет и журналов печатного и электронного характера заметно увеличивается, что обусловлено появлением новых медиа с их коммуникационно-технологическими возможностями, а также явлениями языковой моды и языковой игры.

6. Деривационный потенциал лексем *Крымнаш* и *блэкаут* свидетельствует об акценте на социополитическое пространство, а различия в политических установках адресантов и адресатов (журналистов/политиков и потенциальных читателей медиапродукта) определяют разнополярность коннотаций исследуемых единиц и их широкую образность, реализуемую в контекстах по-

литической направленности. Показательно, что активными при моделировании контекстов с указанными языковыми единицами становятся цитаты из литературных произведений, фразы из кинофильмов, фразеологические обороты, крылатые выражения, которые в трансформированном виде или с дополнительной семантикой отражают актуальные проблемы региона или иные социально-политические реалии. При этом важными оказываются территориальная соотнесенность, индивидуальность, исторический опыт и национальные приоритеты крымчан или иных социополитических субъектов.

7. Характеристика языковых единиц рассматриваемого периода позволяет по-новому взглянуть на природу новообразований, которые следует рассматривать как ключевые, значимые слова, являющиеся важными для языковой палитры десятилетия в описываемом регионе. Судьба таких слов может быть различной (узуальное, потенциальное, окказиональное образование) и, несомненно, является яркой составляющей медиапортрета Крыма, в которой акцентируется внимание на той или иной сфере деятельности социума. Новые слова и выражения, зафиксированные в социально-политической, экономической сферах, сфере культуры и спорта, в медиапортрете Крыма характеризуются аксиологической маркированностью, свидетельствующей об актуализации когнитивно-прагматической направленности. Проведенный анализ языковых фактов позволяет говорить о расширении спектра новых слов в русскоязычном медиaprостранстве независимо от отраженной в медиатекстах сферы применения и особенностей коннотации новообразований.

8. Значимой составляющей создания качественного медиапортрета следует считать использование разнообразных средств и приемов создания образа региона, построенного на основе широкого спектра образных средств. Комплексное описание образной составляющей медиапортрета Республики Крым, включающее метафорическое моделирование образа региона и описание прецедентных единиц, отражающих ключевые события и ситуации, позволяет расширить представление о медиапортретировании, представив позитивную и негативную коннотацию, актуализировав фоновые знания носителей русской лингвокультуры.

Приметой современного медиадискурса следует считать актуализацию прецедентных онимов для создания яркого, красочного, убедительного языкового портрета полуострова. При этом используются разнообразные способы и приемы создания художественного образа для привлечения внимания к медиатексту (медиаконтенту). Трансформации смыслов в онимах различных медиаконструкций — прецедентные онимы, представленные топонимами, гидронимом и антропонимами, апеллирующими к истории, мифологии и Библии, формируют важный фрагмент медиапортрета Республики Крым, связанный с ценностными установками адресата медиапродукта.

9. Оценочные характеристики, апеллирующие к системе позитивно и негативно коннотируемых метафор и прецедентных единиц, формируют многогранный и глубокий медиапортрет Республики Крым, выявляя сильные стороны региона и уязвимые места в политической, экономической и культурной сферах. Комплексный анализ языковых единиц образной системы позволяет создать объективный и многоаспектный медиапортрет Республики Крым, учитывающий как интралингвистические, так и экстралингвистические факторы.

10. Медиапортрет Республики Крым — сложный и многогранный феномен, аккумулирующий приоритеты и прагматические установки автора-журналиста, специфику целевой аудитории, культурно-исторический фон и иные факторы. Ценностное пространство, зафиксированное в СМИ, позволяет говорить о полярности в экспликации и восприятии региона, а стереотипы восприятия крымчан и более широкой целевой аудитории становятся ориентирами и основой моделирования широкого контекста, оказывают воздействие на формирование актуального медиапортрета Республики Крым.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аврамова В.Н.* Прецедентность или квазипрецедентность в языке массмедиа // Медиалингвистика. 2017. № 4(19) // medialing.ru/precedentnost-ili-kvaziprecedentnost-v-yazyke-massmedia/ (01.08.2021).

2. *Акопов А.И.* Методика типологического исследования периодических изданий. Иркутск, 1985. 95 с.

3. *Алаторцева С.И.* Проблемы неологии и русская неография: диссертация ... доктора филологических наук: спец. 10.02.01 — Русский язык. СПб., 1998. 224 с.

4. *Алексеева М.С.* Прецедентные феномены в интернет-рекламе предприятий ресторанного бизнеса: диссертация ... кандидата филологических наук. Екатеринбург, 2009. 236 с. // www.disserscat.com/content/pretsedentnye-fenomeny-v-internet-reklame-predpriyatii-restorannogo-biznesa (22.02.2021).

5. *Алексеевко М.А.* Текстовая реминисценция как единица интертекстуальности // Массовая культура на рубеже XX–XXI веков: Человек и его дискурс. Сборник научных трудов. М., 2003. С. 221–233.

6. *Алиаскарова Г.Ф.* Сравнительный анализ неологизмов в современном русском и немецком языках // Вестник СГТУ. Саратов: СГТУ, 2007. №4 (16). С. 226–231.

7. *Амиров В.М.* «Крымская» тема: аргументы политической борьбы в публикациях российских и зарубежных СМИ // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 3 (129). С. 52–55.

8. *Аникина М.Е.* Типология периодической печати / М.Е. Аникина, В.В. Баранов, О.А. Воронова. М., 2009. 236 с.

9. *Апресян Ю.Д.* Дейксис в лексике и грамматике и наивная картина мира // Избранные труды: В 2 т. Т. 2. М.: Восточная литература, 1995. 766 с.

10. *Арбузова В.Ю.* Прецедентность в русском языке как лингвистический и культурный феномен (на материале научных и эпистолярных текстов): диссертация ... кандидата филологических наук. Липецк, 2007. 202 с.

11. *Арнольд И.В.* Семантика. Стилистика. Интертекстуальность / Научн. ред. П.Е. Бухаркин. СПб.: Санкт-Петербургский университет, 1999. 444 с.

12. *Арутюнова Н.Д.* Метафора и дискурс // Теория метафоры. М., 1990. 499 с. С. 5–32.

13. *Арутюнова Н.Д.* Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1998. 896 с.

14. *Ахмедова С.Н.* Феномен прецедентности в современных лингвистических исследованиях // Филология и литературоведение. 2015. № 2 // philology.snauka.ru/2015/02/1186 (12.04.2021).

15. *Бабаян В.Н.* Различные подходы к определению понятия «дискурс» // cyberleninka.ru/article/v/razlichnye-podhody-k-opredeleniyu-ponyatiyadiskurs-i-ego-osnovnyie-harakteristiki (18.07.2019).

16. *Бабушкин А.П.* Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж: Воронежский университет, 1996. 104 с.

17. *Базылев В.Н.* Политика и лингвистика: «Великий и могучий...» // Политическая лингвистика. Екатеринбург: Уралский государственный университет, 2009. Вып. 3 (29). 162 с. С. 9–39.

18. *Бакумова Е.В.* Ролевая структура политического дискурса: диссертация ... кандидата филологических наук: специальность 10.02.19 — Теория языка. Волгоград, 2009. 200 с.

19. *Балашова Л.В.* Прецедентные феномены политического дискурса в современных русских социолектах // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2011. № 4 (38). С. 34–42.

20. *Балашова Л.В.* Русская метафорическая система в развитии: XI–XXI вв. М.: Знак, 2014. 632 с. (—Рукописные памятники Древней Руси).

21. *Баранов А.Н.* Речевое воздействие и аргументация / А.Н. Баранов, П.Б. Паршин, А.П. Репьев // Рекламный текст: семиотика и лингвистика. М., 2000. 270 с.
22. *Баранов А.Н.* Введение в прикладную лингвистику. М.: URSS, 2013. 368 с.
23. *Баркинхоева З.М.* Ключевые слова эпохи как маркер динамики ориентиров поколений российских журналистов // Филологические науки: Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2017. № 2 (68): в 2-х ч. Ч. 2. С. 12–16.
24. *Барт Р.* Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, 1994. 616 с.
25. *Баскаков А.Н.* Языковые ситуации в тюркоязычных республиках Российской Федерации (краткий социолингвистический очерк) / А.Н. Баскаков, О.Д. Насырова // Языки Российской Федерации и нового зарубежья: статус и функции. М.: Эдиториал УРСС, 2000. С. 34–129.
26. *Бахтин М.М.* Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 424 с.
27. *Бацевич Ф.С.* Текст, дискурс, речевой жанр: соотношение понятий // Вісник Харківського університету. № 520. Серія «Філологія». Харків, 2001. Вип. 33. С. 3–6.
28. *Беликов В.И.* Социолингвистика / В.И. Беликов, Л.П. Крысин. М.: РГГУ, 2001. 439 с.
29. *Белянин В.П.* Введение в психолингвистику. М.: ЧеРо, 1999. 128 с.
30. *Бенвенист Э.* Общая лингвистика / Под ред. Ю.С. Степанова. М.: Прогресс, 1974. 446 с.
31. *Бессонова Л.Е.* Политический текст: метафорические модели построения концептуального пространства / Л.Е. Бессонова, Н.А. Сегал // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». Т. 24 (63). 2011. № 2. Ч. 2. С. 3–8.
32. *Богданов В.В.* Коммуникативная компетенция и коммуникативное лидерство // Язык, дискурс и личность. Тверь: Тверской университет, 1990. С. 26–31.
33. *Богданович Г.Ю.* Лингвокультурная ситуация в Крыму: межкультурное славянское взаимодействие языков / Г.Ю. Богданович, В.И. Димитрова // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. 2019. Т. 5 (71). № 2. С. 178–191.
34. *Богданович Г.Ю.* Русский язык в аспекте проблем лингвокультурологии. М: Флинта, 2017. 296 с.
35. *Богуславская В.В.* Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. М., 2008. 114 с.
36. *Болдырев Н.Н.* Языковые категории как формат знания // Вопросы когнитивной лингвистики. 2006. № 2. С. 5–22.
37. *Борисова И.Н.* Категория цели и аспекты текстового анализа // Жанры речи: Сборник научных статей. Саратов: ГосУНЦ «Колледж», 1999. Вып. 2. С. 81–97.
38. *Борисова О.Г.* Лексика и фразеология современных кубанских говоров как макросистема: модель и ее реализация : диссертация ... доктора филологических наук. Краснодар, 2018. 609 с.
39. *Боярских О.С.* Прецедентные феномены со сферой-источником «Литература» в дискурсе российских печатных СМИ (2004–2007 гг.): диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.01. Нижний Тагил, 2008. 230 с.
40. *Бриченкова Е.С.* Прецедентные высказывания в русскоязычном публицистическом дискурсе и их место в преподавании русского языка как иностранного: диссертация... кандидата филологических наук. М., 2007 // dissercat.com/content/pretsedentnye-vyskazyvaniya-v-russkojazychnom-publitsisticheskom-diskurse-i-ikh-mesto-v-prep (15.02.2021).
41. *Будаев Э.В.* Метафора в политическом интердискурсе / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2006. 214 с.
42. *Будаев Э.В.* Современная политическая лингвистика: учебное пособие / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2006. 267с.
43. *Бударagina Е.И.* Средства создания образа адресата в художественном тексте: диссертация... кандидата филологических наук: 10.02.01 — Русский язык. М., 2006. 174 с.

44. Булатова Т.В. Медиапортрет культурного поля в контексте региональной культурной политики / Т.В. Булатова, А.П. Глухов // Вестник Томского государственного университета: Философия, Социология, Политология. 2015. № 1 (29). С. 32–39.
45. Булыгина Т.В. Проблемы теории морфологических моделей. М.: Наука, 1977. 287 с.
46. Булычева В.П. Средства образности в английских текстах экономической тематики: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.04 — Германские языки. Астрахань, 2010. 176 с.
47. Бушев А.Б. Украинский кризис 2014 года в освещении мировых медиа // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления. Материалы международной научной конференции. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2014. С. 37–42.
48. Быкова О.И. Лингвокультурологический подход к исследованию этноконнотации // Вестник ВГУ. Серия лингвистика и межкультурная коммуникация. 2001. № 2. С. 32–38.
49. Вакуров В.Н. Стилистика газетных жанров / В.Н. Вакуров, Н.Н. Кохтев, Г.Я. Солганик. М., 1998. 183 с.
50. Валгина Н.С. Теория текста [Серия: Учебник XXI века]. М.: Логос, 2004. 280 с.
51. Валушина Т.А. Опыт оценки влияния медиапропаганды на содержание интернет-дискуссий (на примере анализа полемики о присоединении Крыма) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. М., 2015. С. 158–166.
52. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учебное пособие. М.: Аспект-Пресс, 2003. 335 с.
53. Вартанова Е.Л. Медиасистема России. М.: Аспект-Пресс, 2021. 424 с.
54. Васильев А.Д. Слово в телеэфире: очерки новейшего словоупотребления в российском телевидении. М.: Флинта, 2018. 225 с.
55. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. М.: Русские словари, 1996. 411 с.
56. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. М.: Языки славянской культуры, 2001. С. 288.
57. Вепрева И.Т. Об актуальной лексеме Крымнаш // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры: материалы 13 конгр. МАПРЯЛ (Гранада, Испания, 13–20 сентября 2015 г.): в 2 т. СПб., 2015. Т. 2. С. 31–35.
58. Вернадский В.И. Пространство и время в неживой и живой природе // Философские книги натуралиста. М.: Наука, 1998. 520 с.
59. Веришинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2011. 253 с.
60. Виноградов В.В. Лексикология и лексикография: избранные труды. М.: Наука, 1977. 312 с.
61. Винокур Г.О. Культура языка: лингвистика и стилистика, язык быта, язык прессы, искусство слова и культура языка. М.: URSS, 2006. 346 с.
62. Витгенштейн Л. Философские исследования // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1985. Выпуск XVI: Лингвистическая прагматика. С. 79–129.
63. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика / Сост.: В.И. Карасик, Н.Н. Трошина. Волгоград: Перемена, 1997. 139 с.
64. Володина М.Н. Язык СМИ — основное средство воздействия на массовое сознание // Язык массовой информации как объект междисциплинарного исследования: учебное пособие / Отв. ред. М.Н. Володина. Часть 1. М.: МГУ, 2003. С. 9–31.
65. Воркачев С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. 2001. № 1. С. 64–72.
66. Воркачев С.Г. Оценка и ценность в языке: Избранные работы по испанистике. Волгоград: Парадигма, 2006. 186 с.
67. Воркачев С.Г. Правды ищи: идея справедливости в русской лингвокультуре. Волгоград: Перемена, 2009. 190 с.

68. *Воркачев С.Г.* Счастье Родины: патриотический дискурс (лингвокультурные аспекты). Краснодар: КубГТУ, 2020. 218 с.
69. *Воробьева О.И.* Политический язык как сфера социальной коммуникации. М.: ИКАР, 2011. 295 с.
70. *Ворожбитова А.А.* Теория текста. Антропоцентрическое направление. М.: Высшая школа, 2005. 368 с.
71. *Ворожцов Б.Н.* Авторские окказионализмы как способ реализации игровой функции языка // Лингвистические исследования. К 75-летию проф. В.Г. Гака. Дубна: Феникс, 2001. С. 79–85.
72. *Гак В.Г.* О современной французской неологии // Новые слова и словари новых слов. Л., 1978. С. 37–52.
73. *Гак В.Г.* Языковые преобразования. М.: Школа «Языки русской культуры», 1998. 768 с.
74. *Галинская Т.Н.* Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник Оренбургского государственного университета. 2013. № 11. С. 91–94.
75. *Гальперин И.Р.* Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 140 с.
76. *Гацалова Л.Б.* Неология как наука в общей парадигме современного языкознания: на материале русского и осетинского языка: дисертация ... доктора филологических наук. Нальчик, 2005. 510 с.
77. *Голев Н.В.* Особенности современного обыденного метаязыкового сознания в зеркале обсуждения вопросов языкового строительства // Вестник Томского государственного университета. Серия Лингвистика. 2008. № 3 (4). С. 5–17.
78. *Голоусова Е.С.* Крымский референдум и интерпретация его итогов в СМИ (на примере анализа российской и американской печати) / Е.С. Голоусова, В.М. Амиров // Политическая лингвистика. № 2(56). 2016. С. 55–59.
79. *Голуб И.Б.* Стилистика русского языка. М.: Рольф, 2001. 448 с.
80. *Гордеева Е.М.* Семантика «ключевых слов эпохи» в общественно-политическом дискурсе Германии (на материале периода объединения Германии 1989–2000 гг.): дисертация ... кандидата филологических наук. Калининград, 2004. 186 с.
81. *Гореляд Е.Н.* Окказионализмы как средство создания экспрессии в современной публицистике / Е.Н. Гореляд, О.Н. Кулиева // Культура народов Причерноморья. 2004. № 49. Т. 1. С. 167–169.
82. *Грачев М.Н.* Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М.: Прометей, 2004. 328 с.
83. *Грицай Л.А.* Два интервью В.В. Путина Ларри Кингу: к вопросу об эволюции политического медиапортрета. 2018 // mic.org.ru/phocadownload/24-gricai.pdf (17.06.2020).
84. *Гришаева Л.И.* Теория межкультурной коммуникации: Учебное пособие / Л.И. Гришаева, Л.В. Цурикова. М.: ИЦ Академия, 2006. 300 с.
85. *Грицева Е.С.* Структурно-семантическое и функциональное описание лексических окказионализмов в рамках теории элокутивного поля : автореферат дисертация ... кандидата филологических наук. Абакан, 2006. 22 с.
86. *Гудков Д.Б.* Прецедентные феномены в текстах политического дискурса // Язык СМИ и тексты политического дискурса. М., 2008. 368 с. // www.litsoch.ru/referats/read/63658/ (12.02.2021).
87. *Гудков Д.Б.* Прецедентное имя и проблемы прецедентности. М.: ЛЕНАНД (Урсс), 2020. 152 с.
88. *Дейк Т.А. ван.* Язык. Познание. Коммуникация / Под ред. Ю.Н. Караулова, В.В. Петрова. Благовещенск: БГК имени И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
89. *Дейк Т.А. ван.* Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Пер. с англ. Е.А. Кожемякина, Е.В. Переверзева, А.М. Аматава. М.: Либроком, 2014. 344 с.

90. Демьянков В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ // Язык средств массовой информации: Учебное пособие. М.: Академический проект, 2008. 400 с.
91. Денисова Э.С. Особенности речевого и ментального функционирования окказионального слова (на материале газетного дискурса). Томск: ТГУ, 2008. 232 с.
92. Дзюба Е.В. Лингвокогнитивная категоризация в русском языковом сознании. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2015. 286 с.
93. Добровольский Д.О. О возможности моделирования внутренней формы фразеологизма. М., 1988. 215 с.
94. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: ФЛИНТА: Наука, 2008. 264 с.
95. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи. М.: URSS, 2010. 286 с.
96. Долевец С.Н. О иерархии прецедентных феноменов в сознании языковой личности. 2005. С. 145–149 // cyberleninka.ru/article/n/ob-ierarhii-pretседentnyh-fenomenov-v-soznanii-yazykovoy-lichnosti (12.05.2020).
97. Драпалюк А.С. Прецедентные феномены как один из способов интеллектуализации газетного текста : диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19. Саратов, 2010. 300 с.
98. Егорова Л.Г. Имиджевый текст как феномен современного информационного пространства. Симферополь: ИП Корниенко А.А., 2016. 204 с.
99. Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре: репрезентация ценностей в журналистике начала XXI века. Новосибирск: СО РАН, 2009. 340 с.
100. Жабеева Ю.И. Структурно-семантические и функциональные особенности окказионализмов В. Высоцкого : диссертация ... кандидата филологических наук. Саранск, 2010. 225 с.
101. Жаева Р.Р. Способы актуализации прецедентных феноменов в публицистических текстах Ю.Д. Поминова : диссертация ... кандидата филологических наук. Кемерово, 2012. 186 с.
102. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиадискурса: О проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ. М.: Институт языкознания РАН; Волгоград: ВФ МУПК, 2003. 656 с.
103. Заварзина Г.А. Без идеологических наслоений: Общественно-политическая лексика на исходе XX века // Русская речь. № 6. 2000. С. 56–58.
104. Заварзина Г.А. Неологизмы в политической сфере // Русская речь. 2004. № 6. С. 65–67.
105. Залевская А.А. Введение в психолингвистику. М.: РГГУ, 1999. 382 с.
106. Зарипов Р.И. Когнитивные аспекты метафорического моделирования в политическом дискурсе (на материале французских политических метафор образа России) : диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19. М.: Военный университет, 2015. 262 с.
107. Засурской Я.Н. Колонка редактора: медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2005. № 2. 6 с.
108. Захаренко И.В. Прецедентные высказывания как символы прецедентных феноменов / И.В. Захаренко, В.В. Красных, Д.Б. Гудков, Д.В. Багаева // Язык, сознание, коммуникация. М.: МГУ, 1997. С. 82–103.
109. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика на рубеже веков // От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. М.: МГУ, 2000. С. 61–74.
110. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. М.: МГУ, 1999. 301 с.
111. Земская Е.А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). М.: ЯСК, 1996. С. 90–141.

112. *Земская Е.А.* Цитация и виды ее трансформации в заголовках современных газет // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. М., 1996. 157 с.
113. *Земская Е.А.* Словообразование как деятельность. М.: КомКнига, 2005. 224 с.
114. *Земская Е.А.* Литературная норма и неузальное словообразование // Современный русский язык: Система — норма — узус. М.: Языки славянских культур, 2010. С. 207–253.
115. *Земская Е.А.* Современный русский язык. Словообразование. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. 328 с.
116. *Зирка В.В.* Языковая парадигма манипулятивной игры в рекламе : диссертация ... доктора филологических наук: 10.02.02. Днепропетровск, 2005. 242 с.
117. *Золотарев М.В.* Лингвопрагматические особенности прецедентных феноменов в современном молодежном дискурсе (на материале английского и русского языков) : диссертация ... кандидата филологических наук. Саратов, 2016 // www.disserscat.com/content/lingvopragmaticheskie-osobnosti-pretседentnykh-fenomenov-v-sovremennom-molodezhnom-diskurs (17.03.2020).
118. *Иванищева О.Н.* Социолингвистический портрет региона: программа и методика (на примере приграничного северного региона) // www.gramota.net/materials/2/2008/1-1/31.html (17.06.2020).
119. *Иванцова Е.В.* Проблемы формирования методологических основ лингвоперсонологии // Вестник Томского государственного университета. Серия «Филология». 2008. № 3 (4). С. 27–41.
120. *Изотов В.П.* Параметры описания системы способов словообразования (на материале окказиональной лексики русского языка) : диссертация ... доктора филологических наук. Орел, 1998. 341 с.
121. *Ильясова С.В.* Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ: диссертация... доктора филологических наук. Ростов-н/Д., 2002. 411 с.
122. *Ильясова С.В.* Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С.В. Ильясова, Л.П. Амири. М.: Флинта, 2009. 296 с.
123. *Илюшкина М.Ю.* Прецедентные высказывания в печатной туристической рекламе // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2004. № 13. С. 137–146.
124. *Илюшкина М.* Прецедентные феномены в печатной рекламе // mmj.ru/index.php?id=44&article=107&type=98 (09.12.2020)
125. *Инишакова Е.С.* СинТагРус сегодня / Е.С. Иншакова, Л.Л. Иомдин, Л.Г. Митюшин, В.Г. Сизов, Т.И. Фролова // Труды Института русского языка имени В.В. Виноградова. М., 2019. Вып. 21. С. 14–40.
126. *Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: УРСС, 2002. 284 с.
127. Итоги переписи населения 2014 года в Крымском федеральном регионе // crimea.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/crimea/ru/census_and_researching/census/crimea_census_2014 (12.05.2020).
128. *Казак М.* Специфика современного медиатекста // Современный дискурс-анализ. Выпуск 6. 2012. Белгород // discourseanalysis.org/ada6/st42.shtml (21.07.20).
129. *Каирова И.А.* Медиапортрет современной российской семьи в социально-философском дискурсе // Вестник ДШТУ. 2011. Т. 11. № 7 (58). С. 1088–1096.
130. *Калашишникова А.А.* Вербальные компоненты рекламного текста как прагматически обусловленные элементы императивного дискурса // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Филология и искусствоведение. 2013. Вып. 2. С. 65–69.
131. *Калниязов М.У.* Окказиональные существительные, созданные с нарушением законов словообразования // Актуальные проблемы русского словообразования. Ученые записки. Ташкент, 1975. Т. 143. Ч. 1. С. 285–290.

132. *Карасик В.И.* О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сборник научных трудов. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5–20.
133. *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2004. 390 с.
134. *Караулов Ю.Н.* Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании прецедентных текстов // Научные традиции и новые направления в преподавании русского языка и литературы: Доклады советской делегации на VI конгрессе МАПРЯЛ. М., 1986. С.105–126.
135. *Караулов Ю.Н.* Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. 261 с.
136. *Караулов Ю.Н.* Русский язык и языковая личность. М.: Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.
137. *Катермина В.В.* Номинации человека: национально-культурный аспект (на материале русского и английского языков). М.: ФЛИНТА, 2016. 222 с.
138. *Кибрик А.Е.* Лингвистические предпосылки моделирования языковой деятельности // Моделирование языковой деятельности в интеллектуальных системах. М., 1987. С. 33–52.
139. *Кибрик А.А.* Рассказы о сновидениях. Корпусное исследование устного русского дискурса. М.: Языки славянской культуры, 2009. 736 с.
140. *Кирьянова О.С.* Гибридизация как способ языковой игры в современных СМИ / О.С. Кирьянова, Л.В. Радибурская // Жизнь провинции как феномен духовности. Нижний Новгород: Вектор ТиС, 2008. С. 179–181.
141. *Китайгородская М.В.* Современная политическая коммуникация / М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова // Русский язык конца XX столетия (1988–1995). М.: Якс, 1996. С. 151–240.
142. *Клушина Н.И.* От стиля к дискурсу: новый поворот в лингвистике // Язык, коммуникация и социальная среда. Воронеж, 2011. Вып. 9. С. 26–33.
143. *Клушина Н.И.* Введение в интернет-стилистику: учебник / Н.И. Клушина, А.В. Николаева. М.: ФЛИНТА, 2020. 240 с.
144. *Кобозева И.М.* Лингвистическая семантика: Учебник. М.: Едиториал УРСС, 2004. 352 с.
145. *Ковалев Г.Ф.* Имя собственное как прецедент в рекламе // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2004. № 1. С. 158–164.
146. *Кожемякин В.* Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. № 2 (73). 2010. Вып. 11. С. 13–21.
147. *Кожанова В.Ю.* Проблема рецепции медиатекста как фактор взаимодействия автора и читателя // Гуманитарные исследования: Материалы Междунар. интернет-конф. «Актуальные проблемы журналистиковедения, литературоведения, книговедения и смежных областей знания». Краснодар: КСЭИ, Парабеллум, 2010. С. 64.
148. *Кожина М.Н.* Стилистика русского языка. М.: Просвещение, 1993. 224 с.
149. *Кожина М.Н.* Стилистика русского языка / М.Н. Кожина, Л.Р. Дускаева, В.А. Салимовский. М.: Флинта, 2008. 464 с.
150. *Колесов В.В.* Русская ментальность в языке и тексте. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2006. 624 с.
151. *Колокольцева Т.Н.* Стилистика русского языка. М.: Флинта, 2019. 196 с.
152. *Коливанский Г.В.* Объективная картина мира в познании и в языке. М.: Наука, 1990. 108 с.
153. *Комлев Н.Г.* Десять тысяч русских неологизмов от «оттепели» до «перестройки» // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 1996. № 4. С. 168–171.
154. *Комлева М.Н.* Способы образования и внутренняя форма окказиональных единиц (на материале заголовков печатных СМИ) // Научное мнение. СПб.: Санкт-Петербургский университетский консорциум, 2013. № 8. С. 51–55.

155. *Костомаров В.Г.* Как тексты становятся прецедентными / В.Г. Костомаров, Н.Д. Бурвикова // Русский язык за рубежом. 1994. № 1. С.73–76.
156. *Костомаров В.Г.* Языковой вкус эпохи: из наблюдений за речевой практикой масс-медиа. СПб.: Златоуст, 1999. 246 с.
157. *Костомаров В.Г.* Наш язык в действии. Очерки современной русской стилистики М.: Гардарики, 2005. 287 с.
158. *Кострова О.А.* Моделирование языковой ситуации в мультиэтническом регионе (на примере Самарской области России). 1999 // olgakostrova.narod.ru/articles/lang_model.html (22.10.2020).
159. *Костылев Ю.С.* Лексические средства создания образа врага (на примере текстов советской массовой печати 1919–1953 гг.), освещающих локальные и региональные конфликты): автореферат диссертация ... кандидата филологических наук. Екатеринбург, 2012. 20 с.
160. *Котелова Н.З.* Теоретические аспекты лексикографического описания неологизмов // Советская лексикография. М.: Русский язык, 1988. С. 46–63.
161. *Кравченко А.В.* Язык и восприятие. Когнитивные аспекты языковой категоризации. Иркутск: Иркутский государственный университета, 2004. 206 с.
162. *Кравченко Н.К.* Практическая дискурсология: школы, методы, методики современного дискурс-анализа-2012. // docplayer.ru/26028230-Prakticheskaya-diskursologiya-shkolyy-etodymetodiki-sovremenno-go-diskurs-analiza.html (10.06.2020).
163. *Красникова И.Р.* Прагматика окказиональных антропонимов в современном русском языке: диссертация ... кандидата филологических наук. Ростов-н/Д., 2004. 153с.
164. *Красных В.В.* Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации / В.В. Красных, Д.Б. Гудков, И.В. Захаренко, Д.В. Багаева // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. 1997. № 3. С.62–75.
165. *Красных В.В.* Основы психолингвистики и теории коммуникации: Курс лекций. М.: ИТДГК «Гнозис», 2001. 270 с.
166. *Красных В.В.* Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. 284 с.
167. *Красных В.В.* «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 375 с.
168. *Кронгауз М.А.* Медийный язык под лупой // Отечественные записки. 2003. № 4 // gtmarket.ru/library/articles/810 (21.03.2020).
169. *Кронгауз М.А.* Русский язык на грани нервного срыва. М.: Знак: Языки славянских культур, 2007. 232 с.
170. *Кронгауз М.А.* Слово за слово. О языке и не только. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2015. 480 с.
171. *Кронгауз М.А.* Сто языков. Вселенная слов и смыслов / М.А. Кронгауз, А.Ч. Пиперски, А.А. Сомин. М.: АСТ, 2018. 224 с.
172. *Крылова О.А.* Лингвистическая стилистика: В 2 кн. М.: Высшая школа, 2006. Кн. 1. Теория. 320 с.
173. *Крысин Л.П.* Современный русский интеллект: попытка речевого портрета // Русский язык в научном освещении. № 1. М.: Языки славянской культуры, 2001. С. 90–106.
174. *Крюкова И.В.* Рекламное имя: от изобретения до прецедентности. Волгоград: Периодика, 2004. 288 с.
175. *Ксензенко О.А.* Рекламная коммуникация в поликультурном пространстве // Мир лингвистики и коммуникации. 2011. Т. 1. Вып. 3. С. 1–9.
176. *Кубрякова Е.С.* Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX века. М.: Российский Гуманитарный университет, 1995. С. 144–238.

177. *Кудрявцева Л.А.* Моделирование динамики словарного состава языка. К.: ИСДОУ, 1993. 280 с.
178. *Кузнецов А.М.* Когнитология, «антропоцентризм», «языковая картина мира» и проблемы исследования лексической семантики // *Этнокультурная специфика речевой деятельности*. М.: ИНИОН РАН, 2000. С. 8–22.
179. *Кузьмина Н.А.* Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка. Екатеринбург: Уральский университет; Омск: Омский государственный университет, 1999. 268 с.
180. *Кузьмина Н.А.* Интертекстуальность и прецедентность как базовые когнитивные категории медиадискурса // *Медиаскоп*. 2011. № 1 // www.mediascope.ru/node755 (12.03.2020).
181. *Кузьмина Н.А.* Современный медиатекст: Учебное пособие. Омск, 2011. 414 с.
182. *Куликова Е.В.* Языковая специфика рекламного дискурса // *Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского*. 2008. № 4. С. 197–205.
183. *Куликова И.С.* Введение в металингвистику. Лингвистическая терминология в коммуникативно-прагматическом аспекте / И.С. Куликова, Д.В. Салмина. СПб.: САГА, 2002. 352 с.
184. *Кутина Н.А.* Языковое строительство: от системы идеологем к системе культурем // *Русский язык сегодня*. М.: Азбуковник, 2000. С. 213.
185. *Лакофф Дж.* Метафоры, которыми мы живем / Пер. с англ.; под ред. и с предисл. А.Н. Баранова / Дж. Лакофф, М. Джонсон. М.: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
186. *Латышева В.Л.* Национальные прецедентные феномены как элементы ассоциативного тезауруса русского и французского языков (по данным экспериментального исследования) // *Вестник ИГЛУ*. 2010. С. 110–118.
187. *Лисицкая Л.Г.* Медиатекст в языковом и функциональном аспектах // *Вестник университета Российской Академии образования*. 2008. № 3. С. 22–25.
188. *Лисицкая Л.Г.* Прагматическая адекватность медиатекста: взаимодействие контента и аксиологии: диссертация ... доктора филологических наук. Краснодар, 2010. 355 с.
189. *Лихачев Д.С.* Концептосфера русского языка // *Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: Антология*. М.: Академия, 1997. С. 280–287.
190. *Лопатин В.В.* Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования. М.: Наука, 1973. 52 с.
191. *Луканина М.В.* Текст средств массовой информации и конвергенция // *Политическая лингвистика*. Вып. 20. Екатеринбург, 2006. С. 205–214.
192. *Лыков А.Г.* Можно ли окказиональное слово называть неологизмом? // *Русский язык в школе*. 1972. № 2. С. 76–82.
193. *Лыков А.Г.* Современная русская лексикология (Русское окказиональное слово): Учебное пособие для филологических факультетов университетов. М.: Высшая школа, 1976. 120 с.
194. *Лыков А.Г.* Русское окказиональное слово в аспекте теории и методики // *Лексикология: материалы межвузовской конференции*. М., 1990. С. 76–80.
195. *Макаров М.Л.* Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.
196. *Маярчук-Прошина У.О.* Средства выражения оценки в современных русскоязычных газетных текстах (лингво-прагматический аспект): диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.02. Симферополь, 2014. 192 с.
197. *Манаенко Г.Н.* Методологические и теоретические аспекты когнитивно-дискурсивных исследований языка. Ставрополь: СКФУ, 2016. 123 с.
198. *Маслова В.А.* Лингвокультуроология: Учебное пособие. М.: Академия, 2004. 202 с.
199. *Маслова В.А.* Коды лингвокультуры / В.А. Маслова, М.В. Пименова. М.: Флинта, 2016. 180 с.
200. *Мельник Г.С.* Медиатекст как объект лингвистических исследований // *Журналистский ежегодник*. Вып. 1. 2012. С. 27–29.

201. Мельник Ю.А. Трактовка прецедентных высказываний в современной лингвистике // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия: Филология. Социальные коммуникации. Т. 26 (65). 2013. № 1. С. 254–258.
202. Мечковская Н.Б. Социальная лингвистика. М.: Аспект Пресс, 1996. 207 с.
203. Милованова М.В. Методы исследования языковой личности современного диалектоносителя // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2012. № 2 (16). С. 135–139.
204. Михайлова Е.Н. Роль оценочных средств в создании мемориального медиапортрета Жака Ширака (1932–2019) // Научный диалог. 2020. № 9. С. 97–110.
205. Михалева О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. М.: Книжный дом «Либроком», 2009. 256 с.
206. Намитокова Р.Ю. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект. Ростов-на-Дону: Ростовский университет, 1986. 154с.
207. Насырова В. Эволюция прецедентного средства воздействия на читателя в печатных СМИ // Старт в науке. 2017. № 2. С. 146–151 // science-start.ru/ru/article/view?id=601 (04.08.2021).
208. Нахимова Е.А. О критериях выделения прецедентных феноменов в политических текстах // Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2004. Т. 14. С. 166–174.
207. Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. Екатеринбург, 2007. 207 с.
209. Нахимова Е.А. О классификации и дифференциации видов прецедентных феноменов в политической коммуникации // Политическая лингвистика. 2018. № 1 (67). С. 41–46.
210. Николаева Т.М. «Социолингвистический портрет» и методы его описания // Русский язык и современность: Проблемы и перспективы развития русистики. В 2 ч. М.: Институт русского языка АН СССР, 1991. Ч. 2. С. 69–74.
211. Новые тенденции в русском языке начала XXI века: Коллективна монография / Под ред. Л.В. Рацибурской. М.: Флинта; Наука, 2015. 304 с.
212. Орехова Е.Н. Прецедентность и приращение смысла в общественно-политическом дискурсе: когнитивно-прагматический аспект: диссертация ... кандидата филологических наук. Майкоп, 2013. 226 с.
214. Острова Е.В. Речевой имидж: Учебное пособие. Красноярск: Красноярский государственный университет, 2004. 218 с.
215. Пантина А.В. Медиапортрет современного иммигранта (на примере интернет-издания REGNUM) // Век информации. 2020. Т. 8. № 2. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет; Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2020. С. 67–72.
216. Паришин П.Б. Об оппозиции системоцентричности и антропоцентричности применительно к политической лингвистике // Труды Международного семинара Диалог'2000 по компьютерной лингвистике и ее приложениям. Протвино, 2000. Т. 1: Теоретические проблемы. С. 78–92.
217. Петров А.А. Метафора: от семантических представлений к когнитивному анализу // Вопросы языкознания. М.: Наука, 1990. 318 с.
218. Петрова Н.Е. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии / Н.Е. Петрова, Л.В. Рацибурская. М.: Флинта; Наука, 2011. 160 с.
219. Пикулева Ю.Б. Прецедентный культурный знак в современной телевизионной рекламе: Лингвокультурологический анализ: дисертация ... кандидата филологических наук. Екатеринбург, 2003. 230 с.
220. Пименова М.В. Душа и дух: особенности концептуализации. Кемерово: Графика, 2004. 386 с.
221. Плотникова Л.И. Новое слово: порождение, функционирование, узуализация. Белгород, 2000. 207 с.

222. *Плотникова Л.И.* Словотворчество как феномен языковой личности. Белгород: БелГУ, 2009. 329 с.
223. *Плунгян В.А.* Почему языки такие разные. М: АСТ — Пресс Книга, 2010. 272 с.
224. *Полякова С.В.* Метафорическое моделирование в русском и американском медицинском дискурсе: дисертация ... кандидата филологических наук. Пермь, 2011. 179 с.
225. *Попова З.Д.* Семантико-когнитивный анализ языка / З.Д. Попова, И.А. Стернин. Воронеж: Истоки, 2007. 252 с.
226. *Попова Т.В.* Русская неология и неография. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ–УПИ, 2005 // www.unizd.hr/Portals/35/2011-12/neol.pdf (17.09.2020).
227. *Попова Т.В.* Неология и неография современного русского языка: Учебное пособие / Т.В. Попова, Л.В. Рацибурская, Д.В. Гугунава. М.: Флинта: Наука, 2011. 167 с.
228. *Потебня А.А.* Слово и миф в народной культуре // *Потебня А.А.* Собрание трудов. М.: Лабиринт, 2000. Т. 2. 479 с.
229. *Прохоров Ю.Е.* Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М.: ЛКИ, 2008. 224 с.
230. *Рахилина Е.В.* Когнитивный анализ предметных имен: семантика и сочетаемость. М.: Русские словари, 2000. 415 с.
231. *Рацибурская Л.В.* Особенности новообразований в современных средствах массовой информации // Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского. Серия Филология. 2003. Вып. 1. С. 111–116.
232. *Регушевская И.А.* Категория нормы и ее выражение в русскоязычном публицистическом медиатексте (функционально-коммуникативный аспект): дисертация ... кандидата филологических наук : 10.02.02. Симферополь, 2014. 180 с.
233. *Репина Е.А.* Политический текст: психолингвистический анализ воздействия на электорат. М.: ИНФРА-М, 2011. 90 с.
234. *Рождественский Ю.В.* Теория риторики. М.: Добросвет, 1997. 600 с.
235. *Романов А.А.* Политическая лингвистика: Функциональный подход. М.; Тверь: ИЯ РАН; ТьГУ, 2002. 190 с.
236. *Романов А.А., Романова Л.А.* Стратегический ресурс коммуникативных практик «острой силы» в информационном противостоянии «война без войны» // Человек и язык в коммуникативном пространстве. Красноярск-Лесосибирск. 2020. Выпуск 11 (202). С. 46–53.
237. *Русакова О.Ф.* Политическая дискурсология: предметное поле, теоретические подходы и структурная модель политического дискурса / О.Ф. Русакова, Д.А. Максимов // Политические исследования. 2006. № 4. С. 26–43.
238. *Русакова О.Ф.* PR-Дискурс: Теоретико-методологический анализ / О.Ф. Русакова, В.М. Русаков. Екатеринбург: Институт философии и права УрОРАН — Институт международных связей, 2008. 282 с.
239. Русская грамматика: В 2 т. / Н.С. Авилова, А.В. Бондаренко, Е.А. Брызгунова и др. М.: Наука, 1980. Т. 1. Фонетика. Фонология. Ударение. Интонация. Словообразование. Морфология. 783 с.
240. *Савицкий И.В.* Терминологические определения крымских событий 2014 года в российской и украинской историографии и публицистике // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2017. С. 149–151.
241. *Сазонова Е.Б.* Образные средства как компонент структуры художественного текста (на материале метафор и метафорических эпитетов в произведениях Р.П. Уоррена). Л., 1984 // cheloveknauka.com/obraznye-sredstva-kak-komponent-struktury-hudozhestvennogo-teksta-na-materiale-metafor-i-metaforicheskikh-epitetov-v-proizv (12.02.2020).
242. *Самохин И.С.* Окказионализмы Андрея Вознесенского: опыт создания онлайн-словаря // Молодой ученый. 2013. № 12. С. 877–880.

243. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки славянской культуры, 1999. 544 с.
244. Сегал Н.А. Ассоциативно-образная семантика ключевых единиц в политическом тексте // Русская филология. Украинский вестник: Республиканский научно-методический журнал. Харьков, 2009. № 2 (39). С. 42–46.
245. Сегал Н.А. Категория *пространство* в лингвокогнитивном освещении (на материале русскоязычных политических текстов 2005–2013 гг.). Симферополь: ДИАИПИ, 2015. 242 с.
246. Сегал Н.А. Политический текст: метафорическое моделирование. М.: Флинта; Наука, 2017. 248 с.
247. Седов К.Ф. Общая и антропоцентрическая лингвистика. М.: Издательский Дом «ЯСК», 2016. 440 с.
248. Селиванова Е.А. Когнитивная ономастиология. К.: Украинский фитосоциологический центр, 2000. 248 с.
249. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Учебное пособие. К.: Фитосоциоцентр, 2002. 336 с.
250. Семенюк О.А. Ключевые слова в картине мира и языке эпохи // Культура народов Причерноморья. 2002. № 32. С. 129–132.
251. Сенько Е.В. Теоретические основы неологии. Владикавказ: Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова, 2001. 108 с.
252. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М., 1993. 655 с.
253. Сибидапов Б.Б. Функционирование дискурса: от прецедентного текста культуры к синхронному дискурсу // Вестник Бурятского государственного университета. 2016. Вып.5. С. 58–67.
254. Синельникова Л.Н. О дискурсологии в модульном измерении: размышления о проблемах, рассмотренных в рамках юбилейного заседания Ялтинского дискурсологического кружка (25–27 сентября 2019 года) // Дискурс ПИ. 2019. № 4. С.131–148.
255. Синельникова Л.Н. Современная дискурсивная «матрица» как показатель состояния общественного сознания // book.net/index.php?bid=9082&chapter=1&p=achapter (17.08.2020).
256. Сипко Й. События в Крыму в начале 2014 г. в русско-словацких лингвокультурных ассоциациях // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2014. С. 69–78.
257. Сиротинина О.Б. Русская разговорная речь. М.: Просвещение, 1983. 180 с.
258. Сквородников А.П. О ключевых словах русского менталитета. Красноярск: Светлица, 1993. № 1. С. 272.
259. Скребицова Т.Г. Когнитивная лингвистика: курс лекций / Филологический факультет СПбГУ. СПб.: СПбГУ, 2011. 256 с.
260. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М.: Академия, 2000. 128 с.
261. Слышкин Г.Г. Дискурс и концепт // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград, 2000. С. 38–45.
262. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты. Волгоград: Перемена, 2004. 260 с.
263. Сметанина С.И. Медiateкст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб: Издательство Михайлова, 2002. 383 с.
264. Смирнов, Д.О. Человек и культура: диалог в медиапространстве. Опыт практической работы лаборатории медиапсихологии. 2010 // www.myshared.ru/slide/100228/ (23.09.2020).
265. Смутаковская Р.Л. Свообразие использования прецедентных феноменов в газетном дискурсе // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2004. Т. 12. С. 60–66.

266. *Солганик Г.Я.* Газетные тексты как отражение важнейших языковых процессов в современном обществе (1990–1994) // Журналистика и культура русской речи. Вып. 1. М., 1996. С. 202.
267. *Солганик Г.Я.* Автор как стилиобразующая категория публицистического текста // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2001. № 3. С.76.
268. *Солганик Г.Я.* К определению понятий «текст» и «медиа́тэкст» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 7–15.
269. *Соловьева Д.В.* Медийные новообразования как фактор рискогенности текстов общественно-политической прессы начала XXI века: автореферат дисертация ... кандидата наук. Нижний Новгород, 2019. 24 с.
270. Социокультурный портрет региона: Типовая программа и методика: Материалы конференции «Социокультурная карта России и перспективы развития российских регионов» / Под ред. Н.И. Лапина, Л.А. Беляевой. М.: ИФРАН, 2006. 11 с.
271. *Степанов Ю.С.* Смена «культурных парадигм» и ее внутренние механизмы / Ю.С. Степанов, С.Г. Проскурин // Философия языка в границах и вне границ. Харьков, 1993. С. 13–37.
272. *Степанов Ю.С.* Константы: Словарь русской культуры. М.: Академический проект, 1995. 992 с.
273. *Стернин И.А.* Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания. М., 2000. С. 97–112.
274. *Стернин И.А.* Основные принципы семантического анализа в лингвокриминалистической экспертизе текста // Вестник Кемеровского государственного университета. 2017. № 1(69). С. 202–207.
275. *Страмной А.В.* Газетный текст как источник неологизмов (на материале русской и французской прессы): автореферат дис. ... кандидата филологических наук. Волгоград, 2007. 22 с.
276. *Супрун А.Е.* Текстовые реминисценции как языковое явление // Вопросы языкознания. 1995. № 6. С. 17–29.
277. *Тарасова А.Н.* Прагматический потенциал композиции французского медиа-портрета // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Выпуск 11 (804). С. 256–267.
278. *Телия В.Н.* Человеческий фактор в языке. Языковые механизмы экспрессивности. М.: Наука, 1991. 260 с.
279. *Телия В.Н.* Роль образных средств языка в культурно-национальной окраске миропонимания. М.: Просвещение, 2006. 467 с.
280. *Тер-Минасова С.Г.* Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово/Slovo, 2000. 624 с.
281. *Тер-Минасова С.Г.* Война и мир языков и культур: вопросы теории и практики: учеб.пособие. М.: АСТ: Астрель; Хранитель, 2007. 286 с.
282. *Тичер С.* Методы анализа текста и дискурса / С. Тичер, М. Мейер, Р. Водак, Е. Веттер. Харьков: Гуманитарный центр, 2017. 356 с.
283. *Тогоева С.И.* Современная лексикография и новые единицы номинации. М.: Академия, 2007. 264 с.
284. *Тропина Н.П.* Семантическая деривация: мультипарадигмальное исследование. Херсон: ХГУ, 2003. 336 с.
285. *Труфанова Н.В.* Особенности функционирования ключевых слов советского периода в современной художественной литературе (на примере произведений В. Пелевина) // gigabaza.ru/doc/4768.html (16.05.2020).
286. *Улуханов И.С.* Узуальные и окказиональные единицы словообразовательной системы // Вопросы языкознания. 1984. № 1. С. 44–54.
287. *Улуханов И.С.* Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация. М.: URSS, 2019. 232 с.

288. *Фаткуллина Ф.Г.* Медиатекст в современном коммуникативном пространстве // Ф.Г. Фаткуллина, Р.Р. Хабиров // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1 // science-education.ru/ru/article/view?id=18258 (26.05.2021).
289. *Федоров А.В.* Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям // psyfactor.org/lib/fedorov14.htm (19.07.2020).
290. *Федотова О.С.* Когнитивное моделирование как метод познания и изучения объекта в научных исследованиях // Филологические науки. Тамбов: Грамота, 2015. № 4. Ч. 2. С. 199–202.
291. *Федотова Т.В.* Концепт и концептосфера в аспекте систематизации топонимического пространства // Вестник ВлГУ. Серия: Социальные и гуманитарные науки. 2020. № 1 (25). С. 61–70.
292. *Фельдман Н.И.* Окказиональные слова и лексикография // Вопросы языкознания. 1957. № 4. С. 64–73.
293. *Франк С.* Очерки философии культуры. Культура и личность / С. Франк, П. Струве // Культура в современном мире: опыт, проблемы, решения: информационный сборник. М., 1990. Вып. 1. 360 с.
294. *Фрумкина Р.М.* Психоллингвистика. М.: Издательский центр «Академия», 2001. 320 с.
295. *Хайдеггер М.* Бытие и время. М.: AdMarginem, 1997. 451 с.
296. *Ханнира Э.И.* Об окказиональном слове и окказиональном словообразовании // Развитие словообразования современного русского языка / Под ред. Е.А. Земской, Д.Н. Шмелева. М., 1966. С. 153–166.
297. *Ханнира Э.И.* Окказиональные элементы в современной речи // Стилистические исследования. М.: Наука, 1972. С. 245–317.
298. *Хлопаева Н.А.* Креативные методы анализа текстов СМИ как инструмент коммуникационного менеджмента. 2016 // psihdocs.ru/hlopaeva-nataleuya-anatoleevna-kreativnie-etodianaaliza-teksto.html?page=8 (17.01.2020).
299. *Цейтин Г.С.* О соотношении естественного языка и формальной модели // Вопросы кибернетики. Общение с ЭВМ на естественном языке. М., 1982. С. 20–34.
300. Человек и его дискурс — 6: дигитализация коммуникативных практик: коллективная монография / Отв. ред. М.Р. Желтухина; ВГСПУ; ИЯ РАН. Волгоград: ПринТерра-Дизайн, 2020. 384 с.
301. *Черниченко С.В.* К вопросу о переводе прецедентных феноменов в публицистическом тексте. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2012. № 6 (41). С. 284 // moluch.ru/archive/41/5008/ (27.03.2021).
302. *Чернышова Т.В.* Модель когнитивно-речевого взаимодействия в сфере массовой газетной коммуникации: детерминационные факторы // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Орел, 2008. С. 237.
303. *Чернявская В.Е.* Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: Учебное пособие. М.: Флинта; Наука, 2006. 136 с.
304. *Чичерина Н.В.* Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности // Известия Российского гос. пед. ун-та имени Герцена. Серия: Социальные и гуманитарные науки. 2007. № 9 (47). С. 159–166.
305. *Чудинов А.П.* Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000). Екатеринбург: Екатеринбургский университет, 2001. 246 с.
306. *Чудинов А.П.* Метафорическое моделирование в политическом нарративе «Российские выборы на рубеже веков» // Respektusphilologicus. 2002. № 2. С. 77–85.
307. *Чудинов А.П.* Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург, 2003. 248 с. // philology.ru/linguistics2/chudinov-03a.htm (12.01.2020).
308. *Чудинов А.П.* Новые исследования по политической лингвистике (2002–2004) // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2005. Вып. 15. С. 39–55.

309. *Чудинов А.П.* Политическая лингвистика (общие проблемы): Учебное пособие. М.: Флинта; Наука, 2007. 254 с.
310. *Чуркина Н.И.* Социокультурные факторы развития образования Западной Сибири (вторая половина XIX — начало XX века) // Вестник Томского государственного педагогического университета (TSPUBulletin). 2011. № 13 (115). С. 40–45.
311. *Шаклеин В.М.* Лингвокультурная ситуация и исследование текста. М.: Общество любителей российской словесности, 1997. 184 с.
312. *Шапочкин Д.В.* Когнитивные аспекты политического дискурса (на материале британских, американских и немецких публичных политических речей): автореферат дис. ... кандидата филологических наук: специальность 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание». Тюмень: ТюмГУ, 2005. 244 с.
313. *Шачкова И.Ю.* Семантика «ключевых слов эпохи» (Эпоха Т. Блэра, 1997–2007): автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.04 «Германские языки». Нижний Новгород, 2008. 18 с.
314. *Шейгал Е.И.* Семиотика политического дискурса. Волгоград: Перемена, 2000. 368 с.
315. *Шилихина К.М.* Формальные модели в лингвистике: Учебное пособие. Воронеж: ВГУ, 2005. 31 с.
316. *Шишикина А.А.* Активные процессы современного словопроизводства и их отражение в текстах СМИ // Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского. Серия: Филология. Вып. 2. Н. Новгород: ННГУ имени Н.И. Лобачевского, 2010. С. 302–307.
317. *Шкондин М.В.* Типология периодической печати: Учебное пособие / М.В. Шкондин, Л.Л. Решнянская. М.: Аспект-Пресс, 2007. 236 с.
318. *Шмелева Т.В.* Ключевые слова текущего момента // Collegium. 1993. № 1. С. 33–40.
319. *Шмелева Т.В.* Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов, 1997. С. 88–99.
320. *Шумилова А.В.* Новообразования в газетном заголовке: структурно-функциональный аспект (на материале Нижегородских СМИ): автореферат дис. ... кандидата филологических наук. Нижний Новгород, 2011. 24 с.
321. *Щипицина Л.Ю.* Стилистико-языковой и жанровый подходы к изучению компьютерно-опосредованной коммуникации // Вестник Челябинского университета. Серия: Филология. Искусствоведение. 2009. № 5. С. 155–161.
322. *Эко У.* Роль читателя. Исследования по семиотике текста. СПб.: Симпозиум, 2005. 502 с.
323. *Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Симпозиум, 2006. 544 с.
324. *Эпитейн О.В.* Семантико-прагматические и коммуникативно-функциональные категории политического дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2008. С. 150–156.
325. *Юрьева Е.В.* Прецедентные тексты в современных слоганах // Русская речь. 2012. № 6. С. 62–67.
326. *Юсупова З.Ф.* Изучение фразеологии русского языка в национально-культурном аспекте в поликультурной среде: учебно-методическое пособие. Казань: Казанский университет, 2018. 20 с.
327. *Язык и народ: Социолингвистическая ситуация на Северо-Западе России: Сборник статей / Под ред. А.С. Герда, М. Савиярви, Т. де Граафа. СПб.: СПбГУ, 2003.*
328. *Языковой портрет Приамурья: коллективная монография.* Благовещенск: АмГУ, 2011. 212 с.
329. *Янко Т.Е.* Коммуникативные стратегии русской речи. М: Языки славянской культуры, 2001. 384 с.
330. *Янко-Триницкая Н.А.* Продуктивные способы и образцы окказионального словообразования // Актуальные проблемы русского словообразования: Ученые записки Ташкентского университета. Ташкент, 1975. Вып.1. С. 143–152.

331. *Яхина Д.И.* Образные средства в современной русской разговорной речи (на материале метафор и сравнений): автореферат дис. ... кандидата филологических наук. Саратов, 2007. 22 с.
332. *Ячук Н.Д.* Системность лексических новообразований. Орск, 2011. 95 с.
333. *Benoit W.L.* Content Analysis on Political Communication // The Sourcebook for Political Communication Research / ed. by H. Bucy, L. Holbert . N.Y.: Routledge, 2011. P. 268–279.
334. *Bolinger D.* Language — the Loaded Weapon: the Use and Abuse of Language Today. London; New York: Longman, 1980. 214 p.
335. *Byram M.* Developing intercultural competence in practice / M. Byram, A. Nichols, D. Stevens. N.Y.: Multilingual Matters, 2003. 283 p.
336. *Hodge R.* Language as Ideology / R. Hodge, G. Kress. New York: Routledge, 1993. 230 p.
337. *Klein G.* The Power of Intuition: How to Use Your Gut Feelings to Make Better Decisions at Work. New York, 2004. 352 p.
338. *Klein G.* Streetlights and Shadows. Searching for the Keys to Adaptive Decision Making. Cambridge, 2009. 361 p.
339. Peoples of Eurasia: history, culture and interaction problems: materials of the VI international scientific conference on April 5–6, 2016. Prague: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2016. 124 p. // sociosfera.com/files/conference/2016/k-04_05_16.pdf (10.09.2020).

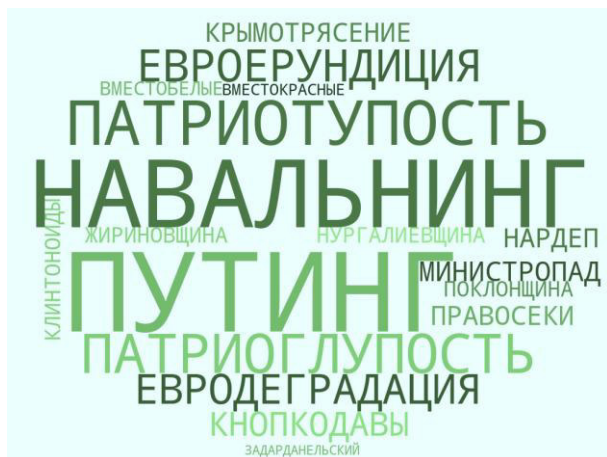
Список лексикографических источников

340. *Аристова Т.С.* Словарь образных выражений русского языка / Т.С. Аристова, М.Л. Ковшова, Е.А. Рысева, В.Н. Телия, И.Н. Черкасова. М.: Отечество, 1995. 369 с.
341. *Ахманова О.С.* Словарь лингвистических терминов. М.: УРСС: Едиториал УРСС, 2004. 571 с.
342. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. М.: Советская энциклопедия; СПб. фонд «Ленинградская галерея», 1993. 1632 с.
343. Большой энциклопедический словарь // niv.ru/doc/dictionary/big-encyclopedia/articles/132/krym.htm. (20.08.2020).
344. *Ефремова Т.Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Русский язык, 2000. 1209 с.
345. *Жеребило Т.В.* Словарь лингвистических терминов. Назрань: Пилигрим, 2016. 610 с.
346. *Кубрякова Е.С.* Краткий словарь лингвистических терминов. М.: Наука, 1996. 224 с.
347. Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева; Институт русского языка имени В.В. Виноградова РАН. М.: Флинта; Наука, 2003. 840 с.
348. Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В.Н. Ярцевой. М.: Советская энциклопедия, 1990. 682 с.
349. *Лопатин В.В.* Толковый словарь современного русского языка. М.: Эксмо, 2013. 928 с.
350. *Молотков А.И.* Фразеологический словарь русского языка. М.: Русский язык, 1978. 543 с.
351. *Ожегов С.И.* Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова; Российская академия наук Институт русского языка имени В.В. Виноградова. М.: А ТЕМП, 2006. 944 с.
352. *Ожегов С.И.* Словарь русского языка / Под ред. Н.Ю. Шведовой. М.: Флинта; Наука, 2008. 797 с.
353. *Розенталь Д.Э.* Словарь-справочник лингвистических терминов / Д.Э. Розенталь, М.А. Теленкова. М.: Астрель; АСТ, 2009. 624 с.
354. Русское культурное пространство: Лингвокультурологический словарь: Вып. 1 / И.С. Брилева, Н.П. Вольская, Д.Б. Гудков, И.В. Захаренко, В.В. Красных. М.: Гнозис, 2004. 318 с.

355. *Серов В.* Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений. М.: Локид-Пресс, 2003 // azbyka.ru/fiction/enciklopedicheskij-slovar-krylatyx-slov-i-vyrazhenij-serov/ (11.09.2020)
356. Словарь иностранных слов и выражений / Авт.-сост. Е.С. Зенович. М.: АСТ: Олимп, 2006. 784 с.
357. Словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. А.П. Евгеньевой. М.: Русский язык; Полиграфресурсы, 1999.
358. Словарь языка интернета.ru / Под ред. М.А. Кронгауза. М.: АСТ-ПрессКнига, 2016. 288 с.
359. Современная энциклопедия // www.niv.ru/doc/encyclopedia/modern/articles/39/krym.htm (10.09.2020).
360. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2008. 696с.
361. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. Функциональный стиль, или функциональная разновидность языка, функциональный тип речи // stylistics.academic.ru/56/Ключевые_слова (11.09.2020).
362. *Федоров А.И.* Фразеологический словарь русского литературного языка. М.: Аст-рель: АСТ, 2008. 878, [2] с.
363. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона // niv.ru/doc/dictionary/brockhausefron/articles/202/krymskij-poluostrov.htm (11.09.2020).

ПРИЛОЖЕНИЕ

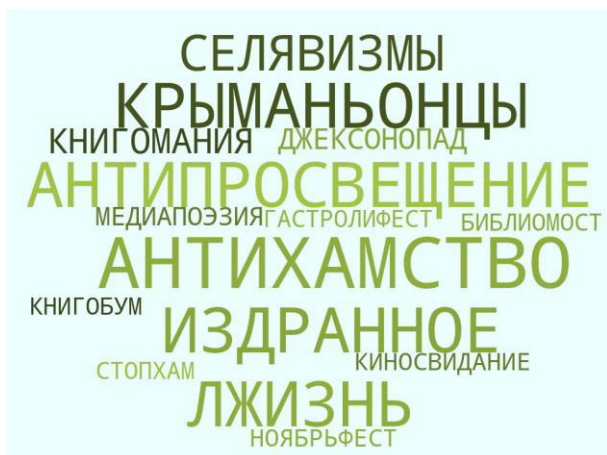
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Новая лексика сферы *политика* в региональном медиапространстве



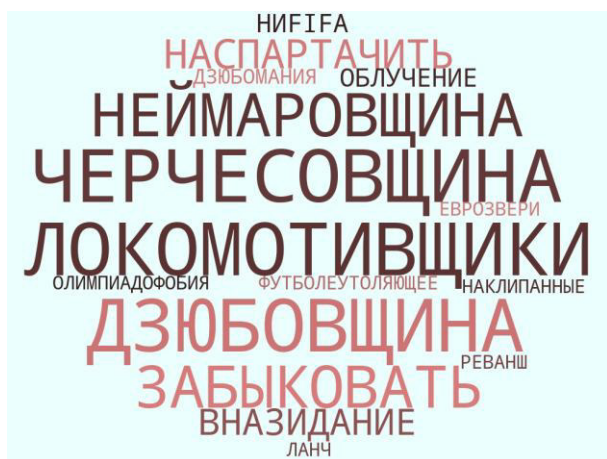
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Новая лексика сферы *экономика* в региональном медиапространстве



ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Новая лексика сферы *культура*
в региональном медиапространстве



ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Новая лексика сферы *спорт*
в региональном медиапространстве



ДЛЯ ЗАПИСЕЙ
