

Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет. – 2001. – 238 с.

Чудинов А.П. Финансовая метафора в современной политической речи // Известия Уральского государственного педагогического университета. Серия: Лингвистика. – Вып. 7. – Екатеринбург. – 2001.

Ширманов И.А. Концептуальная метафора в дискурсе президентской предвыборной кампании в США // Политическая лингвистика. – Вып. 20. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет. – 2006. – С. 170–174.

Юрина Е.А. Лексико-фразеологическое поле кулинарных образов в русском и итальянском языках // Язык и культура. – Томск: Национальный исследовательский Томский государственный университет. – 2008. – № 3. – С. 83–93.

References

Borislavov Ja. Blagodatnata banica. – Sega. – 2004. – № 300.

Budaev Je.V. Mezhdisciplinarnye istoki politicheskoj metaforologii // Politicheskaja lingvistika. – Екатеринбург: Ural'skij gosudarstvennyj pedagogičeskij universitet. – 2010. – № 2 (32). – S. 15–25.

Chudinov A.P. Finansovaja metafora v sovremennoj politicheskoj reči // Izvestija Ural'skogo gosudarstvennogo pedagogičeskogo universiteta. Serija: Lingvistika. – Vyp. 7. – Ekaterinburg. – 2001.

Chudinov A.P. Rossija v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoj metafory. – Екатеринбург: Ural'skij gosudarstvennyj pedagogičeskij universitet. – 2001. – 238 s.

Coneva L. Bolgarskata politicheska metafora. – Veliko Trnovo. – 2012.

Coneva L. Dumata kriza v medijnija diskurs (bolgarsko-ruski paraleli). – Veliko Trnovo. – 2012.

Coneva L.M. Bolgarskie vybory na fone global'nogo krizisa // Politicheskaja lingvistika. – Екатеринбург: Ural'skij gosudarstvennyj pedagogičeskij universitetju. – № 34. – 2010. – S. 61-69.

Jurina E.A. Leksiko-frazeologičeskoe pole kulinarных obrazov v russkom i ital'janskom jazykah // Jazyk i kul'tura. – Tomsk: Nacional'nyj issledovatel'skij Tomskij gosudarstvennyj universitet. – 2008. – № 3. – S. 83–93.

Pasi I. Metaforata // Izbrani proizvedenija. – Tom 6. – Sofija. – 2003.

Shirmanov I.A. Konceptual'naja metafora v diskurse prezidentsoj predvybornoj kampanii v SShA // Politicheskaja lingvistika. – Vyp. 20. – Ekaterinburg: Ural'skij gosudarstvennyj pedagogičeskij universitet. – 2006. – S. 170–174.

УДК 811.161.1

ББК 81.411.2

Е.М. Маркова

Elena M. Markova

«Слова года» как маркеры общественно-политических интересов и источник сведений о неологических процессах в лексиконе

«Word of the year» as markers of public and political interests and source of information about the processes of neology in the lexicon

Аннотация: В статье анализируются с точки зрения когнитивно-прагматической и лингвистической слова, победившие в конкурсе «Слово года» в России. Автор заостряет внимание на общественно-политическом звучании многих слов и выражений. Рассматриваются наиболее частотные языковые приемы, используемые для объективации актуальных явлений: прием паронимической аттракции, прием контаминации, глагольное словообразование, суффиксация,

семантическое переосмысление. Указываются и признаки, способствующие закреплению слов: актуальность номинируемого явления, деривационная активность, наличие прагматической составляющей.

Ключевые слова: конкурс «Слово года»; язык СМИ; лексика; словообразование.

Abstract: The article analyzes words that won in the competition «the word of the year» in Russia from the cognitive-pragmatic and linguistic aspects. The author focuses on the social and political essence words and expressions. Considered the most frequent linguistic techniques used for word-formation of neologisms: the attraction of paronymy, the admission of contamination, verbal word formation, suffixation, semantic reinterpretation. Listed and characteristics that contribute to the fixing of words: the relevance of the nominated phenomenon, derivation activity, pragmatic aspect.

Keywords: competition «the word of the year»; media language; vocabulary; word formation.

Изменения, происходящие в политической, экономической, социальной и других сферах жизни общества, находят отражение в языке. Новые слова появляются или старые актуализируются как реакция на общественно-политические, социальные, экономические события, происходящие в мире в целом и в конкретной стране в частности, отражают интересы мирового сообщества и конкретного социума. Этому процессу активно способствуют СМИ. Их влияние обуславливает формирование общественного сознания, что реализуется в первую очередь при помощи языковых средств. Социальная информация, передаваемая с помощью этих средств, рассчитана на массового адресата. Язык СМИ, динамичный по своей природе, наиболее оперативно реагирует на изменения в сознании общества и, с одной стороны, отражает его состояние, а с другой – влияет на его формирование. Иначе говоря, «информируя человека о состоянии мира и заполняя его досуг, СМИ оказывают влияние на весь строй его мышления, на стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня» [Володина, URL], а актуальная лексика принимает участие в формировании социально-политического пространства данного исторического периода и идеологической позиции общества [Там же]. Языковые единицы, представляющие собой «слова года» во многом благодаря их активному использованию в языке СМИ, транслируют основные проблемы общества, указывают на то, чем жило общество на данном историческом отрезке времени.

При изучении слов, номинированных в качестве «слов года», можно составить представление о времени и эпохе, набросать «лингвистический портрет» конкретного исторического периода и представить дискурсивный срез жизни современного общества, его интересов и проблем. Это слова-тренды, слова-тенденции. Они отражают то, о чем мы думали в минувшем году, что нас волновало, о чем мы спорили.

Предметом нашего анализа стали слова, победившие в 2016 году в разных номинациях в ежегодном конкурсе «Слово года», который проводится в России с

2007 года по образцу подобных событий в США, Франции, Германии, Японии и других странах. «Слово года» в России выбирают народным голосованием в Facebook, а потом специалисты – писатели, лингвисты, журналисты – определяют способ их происхождения, причины их популярности, возможности их дальнейшего функционирования и жизнеспособности. Цель конкурса, как отмечает в интервью его инициатор и главный идеолог Михаил Эпштейн, – нарисовать языковую картину мира, которая возникает в массовом сознании за год, потому что «то, как мы говорим, определяет то, как мы живем. А подобные конкурсы помогают обществу осознавать, где оно находится в данный момент, откуда идет и, главное, куда» (Московский комсомолец 10.12.2014). Важность подобных проектов и их результатов подчеркивает и О.С. Иссерс: «Это взгляд на языковую жизнь российского общества, ограниченную четкими календарными рамками одного года: по нескольким словам можно судить о том, какова была атмосфера того времени» [Иссерс, 2015, с. 25]. В разные годы победителями стали следующие слова: 2007 – *гламур*, 2008 – *кризис*, 2009 – *антикризисный*, 2010 – *жара*, 2011 – *полиция*, 2012 – *Болотная*, 2013 – *госдура*, 2014 – *крымнаш*, 2015 – *беженцы*, 2016 – *брекзит*. Слова в этом списке, как подчеркивают исследователи языка, отражают фокусы общественного внимания, и их можно рассматривать в качестве индикаторов социальных изменений, маркеров меняющейся системы ценностей [Иссерс, 2014, с. 49]. «Слова года» отражают не только специфику общественного мнения, но и креативный потенциал его субъектов. Кроме того, при их сопоставлении с зарубежными победителями в подобных конкурсах можно увидеть, что российские слова-победители «явно политически маркированы» [Иссерс, 2015, с. 26].

Одним из важнейших признаков востребованности неологизмов является их закрепление в общем употреблении, вхождение в лексическую систему языка, в разряд общеупотребительной лексики. Чем актуальнее новое слово, тем активнее и интенсивнее оно будет включаться в процессы языковой коммуникации, а значит, быстрее утратит свою новизну и будет зафиксировано в лексикографических источниках.

Выбор «слова года» проводится по четырем номинациям: «Слово года» – *брекзит*, «Выражение / фраза года» – *Очередь на Серова / Айвазовского*, «Антиязык» – *Денег нет, но вы держитесь* (Д. Медведев, 2016) и «Неологизм», включая неофразы, – *зловцо* – ‘злое словцо’ (Виктор Кабак).

Признаком актуальности и освоенности нового слова является его словообразовательная активность – стремительный рост новых производных. Так, популярность в недалеком прошлом слова *селфи* сопровождалась быстрым ростом его дериватов: *антиселфи*, *селфиться*, *селфетишизм*, *селфи-палка*, *селфи-пати*. На русской почве возникла и калька *себяшка*, что дало возможность включить его в

Оксфордский словарь раньше установленного срока (чтобы слово попало в Оксфордский словарь, его должны использовать в течение 10 лет, однако иногда жюри идет навстречу и снижает порог употребления, что и произошло со словом *селфи*) [Маркова и др., 2017].

Хотя русское «слово года» 2016 года иностранного происхождения, его появление в России было встречено с энтузиазмом: *брекзит* – от англ. *brexit* – ‘выход Британии из Евросоюза’, образованного от англ. *Britain* и *exit*. Это означает, что современная Европа, организованная экономически и политически как союз ряда европейских государств, находится в глубоком кризисе, что воспринимается в России как победа в противостоянии Россия – Евросоюз, который требовал от всех стран-участников единого политического и экономического отношения к России. Однако, скорее всего, это слово не будет долго востребовано ввиду одномоментности события, вызвавшего его к жизни, что подтверждается и отсутствием каких-либо его производных.

Словом 2016 года по версии Оксфордского словаря стало слово *постправда* (*post-truth*). К такому решению пришло специальное жюри от Оксфордского словаря английского языка, проанализировав популярность языковых единиц. За первое место также боролись *коулрофобия* – ‘боязнь клоунов’, *брекзитер* – ‘сторонник выхода Великобритании из ЕС’ и др. Слово *постправда* означает явление, когда объективные факты не формируют общественное мнение, на смену им приходят эмоции и личные убеждения. Подобное понятие существовало несколько десятилетий, но популярность приобрело только после Brexit и победы республиканца Дональда Трампа на выборах президента США, сообщает «Интерфакс». По мнению члена Медиалингвистической комиссии Международного комитета славистов Елены Кара-Мурза, постправда может привести к печальным последствиям. «В слове “постправда” я вижу грустную идею, в которой констатируется, что одно из важнейших качеств человека является невостребованным. Правда оказывается дискредитированной, работают некие другие механизмы, которые вряд ли можно считать конструктивными» («Постправда» опечалила..., URL).

Михаил Эпштейн предложил в этом году в дополнение к номинациям выделить метавербальную категорию – лейтмотив года. Одним из таких лейтмотивов является слово *дно* (*экономики, кризиса*), которое заняло второе место в списке «слов года». Актуальным его сделала фраза: «Российская экономика достигла дна»: на этом фундаменте сегодня и строится наша вера в будущее.

Наконец, замыкает тройку лидеров слово *покемоны*, известное уже несколько лет по названию популярной игры. Однако в победе этого слова в конкурсе в этом году, по нашему мнению, сыграла роль его метафоризация. *Покемоны* – это не

только название игры (оно бы не вышло на первое место только благодаря этому), это и выдуманные, виртуальные персонажи, идеи и страхи, символизирующие пропагандистские трюки как в западном, так и в российском политическом пространстве. Большинство из того, что, по мнению пропаганды обеих сторон, «угрожает Европе» или «угрожает России», является точно такой же выдумкой, порождением болезненного воображения. По нашим наблюдениям, для того чтобы слово стало лидером в конкурсе слов года, оно должно не просто обладать частотностью в употреблении и быть у всех на слуху, но иметь эмоциональный отклик в душе носителей языка, обладать ярко выраженной коннотацией, иметь более глубокий прагматический оттенок значения, быть общественно и политически заостренным.

Современные словомейкеры не стесняются в выражениях и по поводу других общественных явлений: *обсирились* (как осуждение военных действий России в Сирии), *свиолончелить* (в значении 'украсть' в связи с расследованием дела виолончелиста Сергея Ролдугина, на счетах которого обнаружены 2 миллиарда долларов, что стало поводом для шутки далекого от корректности Сергея Шендеровича: «Что не спианиздили, то свиолончелили!»), *моченосцы* (скандал с допингом), *пересидент* («засидевшийся президент»).

Как свидетельствуют приведенные слова, все более востребованными в современном языкотворчестве становятся некоторые языковые приемы конструирования новых слов, позволяющие транслировать не только значение, но и оценку. К ним относится прием паронимической аттракции. Оценочные новообразования, построенные на основе сходства в звучании отдельных компонентов двух «сближаемых» слов, очень характерны для социальной критики: они высвечивают наиболее острые проблемы общественной жизни [Кнорре-Дмитриева, 2016, с. 9]. При помощи приема паронимической аттракции в свое время были образованы слова *соцсед*, *соцседка* – 'приятель по соцсети' или 'тот, кто постоянно сидит в соцсети' (по аналогии с *сосед*), *лайчуций* – 'жаждущий лайков' как пароним к *алчуцие*, *нипричёмьши* – 'скучные, тихие люди', 'те, кто всегда вдали от любых волнений, вечно ни при чем', коррелирующее с *приёмьши*, которые в разное время признавались «словами года». Этот прием лежит в основе и новообразования прошлого года с яркой эмоционально-оценочной составляющей *моченосцы*.

Часто новые слова создаются по модели контаминации или «междусловного наложения» [Журавлёв, 1982, с. 86] и становятся метафорическими. Большинство из них по структуре являются телескопическими, т.е. конец одного слова накладывается на начало другого, таким образом рождается языковая игра, например: *плебсикон* – 'словарный запас человека с низкой речевой культурой', *советошь* – 'нечто ветхое, советское'. Окказионализм *кадыринг* можно рассматривать как

контаминацию (формальную и семантическую) слов *Кадыров* и *митинг*, глагол *обсирились* – контаминация просторечного глагола *обсериться* – ‘повести себя не надлежащим образом; опозориться’ и *Сирия*. А еще одно «слово года» – *пересидент*, намекающее на превышение сроков исполнения обязанностей президента, – представляет собой контаминацию слов *пересидеть* и *президент*. Приведенные слова как пропагандистская интерпретация различных событий, характерная определенным политическим силам, носят ярко выраженную негативную окраску.

Актуальным остается и глагольное словообразование, в компактной форме с ярко выраженным прагматическим компонентом передающее целую экстралингвистическую ситуацию, свидетельством чему является глагол свиолончелить. Чуть ли не в анекдот попала «уборщица Газпрома», которая, выражаясь новыми глаголами, «намыла» или «наподметала» себе на очень дорогую сумочку.

Популярны и суффиксальные образования. Высокую продуктивность продолжает демонстрировать суффикс -инг-, о чем свидетельствует окказионализм кадыринг, вошедший в список слов года (от фамилии Кадыров как название прошедшего в чеченской столице митинга в поддержку главы республики Рамзана Кадырова – мероприятия, получившего различную оценку в сети интернет, в том числе и неодобрительную).

Впрочем, и другие вполне нейтральные, казалось бы, слова: *война, допинг, выборы* – имеют в России собственные, отличные от общепринятых значения. *Война* вошла в нашу жизнь и язык не только из-за затянувшихся военных событий на востоке Украины, а также войны в Сирии, в которой Россия принимает активное участие, откликнувшись на призыв о помощи сирийского правительства, всегда дружески относящегося к нам, но и благодаря такому понятию, как *информационная война*, которая происходит во всех СМИ и отражает противостояние Россия – Запад, а также *кибервойна*, в которой важное место отводят России. *Допинг, допинговый скандал*, будораживший общество на протяжении года и стоивший России многих потерь в спортивной борьбе, также не мог не найти отражения в языке. Наконец, язык отразил и главное политическое событие года – *выборы* в Государственную Думу, ставшие моментом истины и продемонстрировавшие, какие политические силы являются ведущими.

Следом за этими выборами, выявившими внутреннюю расстановку сил в России, прошли еще более волнующие выборы – выборы нового президента США, в которых победил Дональд Трамп, во многом критиковавший предыдущего президента, что вызвало волну радости и надежд в российском обществе на смену недружелюбного отношения к России со стороны евро-американского содружества. Для языков характерно широкое использование в качестве базовых основ имен лиц

собственных, что обусловлено усилением личностного начала [Земская, 1996, с. 99]. Недаром 8 строчку в списке «слов года» заняли новообразования от фамилии *Трампа*, созданные как узуальными способами – аффиксацией и сложением: *трампизм*, *трампист*, *антитрамповский*, *трампанутый*, *трампофилы*, *трампировать*, так и незузальными – с помощью заместительного словообразования благодаря паронимической аттракции: *трампункт* («Белый дом»), *трампономика*, *трамплантиция*, *трампотрясение*, путем семантического переосмысления: *ТРАМПлин*, *трам-пам-пам* и другие креативные окказионализмы быстро сформировали словообразовательное гнездо с новой антропонимической основой. Появился и фразеологизм *топить за Трампа*, внесший в язык новое значение глагола *топить* – ‘поддерживать’. *Траманизм* стал обозначением нового вектора американской политики, а вместе с ним и направления в изменении окружающего политического мира, связанного с заявлением Трампа о прекращении двух мощных трендов последних десятилетий: мультикультурализма и глобализации как исключительного блага.

Совершенно уникальны слова *нооскоп* и *божествование*, вошедшие в обиход благодаря новому главе администрации президента Антону Вайно и новому министру образования Ольге Васильевой. Нооскоп как некий прибор для сканирования ноосферы – сферы коллективного разума, о котором написал в своей статье Антон Вайно, стал фейком, символом чиновничьей пустоты и бессодержательности. Подобным образом было осмеяно и новообразование *божествование*, которое употребила Ольга Васильева, узнав о назначении на должность министра образования и науки России. «В отношении эмоций – божествование, если вы понимаете. Божествование того, что ты делаешь», – сказала Васильева, отвечая на соответствующий вопрос журналиста [«Комсомольская правда», 2016, 19 августа].

Как уже отмечалось, российский контент «Слово года», в отличие от зарубежных аналогов, сильно политизирован [см. об этом также: Цонева, 2016]. В нем почти нет места для описания новых бытовых явлений или развлечений, исключение составляет только слово *лабутены* (как название дорогих туфель известного бренда), растиражированное благодаря популярному интернет-ролику: для одних это символ богатства, для других – мечты и подражательства, но, что внушает оптимизм, для многих – свидетельство иронического восприятия действительности, символ самоиронии. Шуточки про лабутены свидетельствуют о том, что мы готовы иронизировать над собой и над окружающим нас миром, а это является показателем зрелости нашего общества, его возврата к другим ценностям. *Лабутены* и *гелики* (от названия супердорогой марки машин – *Гелендваген*, на которой представители так называемой «золотой молодежи» устраивали гонки на дорогах Москвы) потеряли свой «высокий» смысл.

В номинации «Выражение года» победила *очередь на Серова / Айвазовского*,

означающая не столько физическое явление, скопление людей, сколько состояние души. Многочасовые очереди на морозе с целью попасть на выставки известных русских художников являются еще одним подтверждением преодоления материалистического отношения к жизни, реинкарнации духовных ценностей и приоритетов.

С победителем в номинации «Антиязык» в этот раз сомнений у экспертов не возникло. Выражение *Денег нет, но вы держитесь*, принадлежащее премьер-министру Д.А. Медведеву, оставило далеко позади остальных призеров. В современной медиа-среде от целого выражения очень скоро остается один только мем (в данном случае слово *держитесь*): оно объясняет нам механизм комического эффекта всей фразы. Глагол *держитесь* ассоциируется с советским героическим лексиконом. Комбаты и политруки в фильмах и книгах призывали «держаться», стоять до последнего, насмерть. Но военный лексикон неприменим к мирному времени – это выглядит как абсурд, и порождает трагикомический и саморазоблачающий эффект.

Новейшие лингвистические исследования (М.А. Кронгауза, М.Н. Эпштейна, Г.Ч. Гусейнова, Л.О. Чернейко и др.) дают основание говорить о подъеме словообразовательной активности в современном коммуникативном пространстве. Многие исследователи склоняются к мысли, что кардинальные изменения в экономической и социально-политической жизни общества неизбежно приводят к усилению лингвокреативной деятельности человека. Происходит поиск возможностей слов, которые помогут выразить отношение к изменяющимся явлениям действительности. В последнее время мода на словотворчество не только не прошла, но начала распространяться все шире, привлекая внимание лингвистов к проблеме всестороннего исследования новых слов в плане их коммуникативной, когнитивно-прагматической и социолингвистической специфики. Благодаря этому появилась номинация «Неологизм года».

Появление окказионализма – творческий процесс. Автор, создавая некий образ, стремится выразить его как можно более ярко и емко, включаясь в языковую игру. При этом он осознает новизну и необычность нового слова. Игра со словом становится еще более увлекательной, когда и собеседник понимает это и принимает правила игры, поддерживая ее. Этот процесс можно назвать «народным словотворчеством», когда слова образуются по случаю, в конкретных условиях речевой коммуникации как реакция на конкретные события; их окказиональный статус не препятствует тому, чтобы они были понятны носителям языка [Маркова и др., 2017].

В номинации «Неологизм года» победителем стало слово *зловцо* – как *контаминация словосочетания злое словцо* (авторство его не установлено). Зло сегодня

аккумулируется в слове, которое может оболгать, унижить, внушить ненависть, искалечить души, что совершается при активном участии соцсетей и масс-медиа. И это вербальное насилие порождает фундаментальные изменения в массовом сознании: вместо коммуникации в мире происходит обмен злом. Несколько новообразований представляют собой плоды словомейкерства организатора конкурса «Слово года» Михаила Эпштейна: *неуезжАнт* – тот, кто не уезжает из страны, хотя и имеет такую возможность (слово отсылает нас к *уезжантам* – советским эмигрантам 1970-х годов); *волеизъявление* – болезнь, порча, отсутствие той воли, которая предполагается в волеизъявлении. По мнению М. Эпштейна, политические инстинкты большинства россиян подвержены порче, в них есть изъян, их разъедает язва. Наконец, *мочизм* (автор Алексей Михеев) – слово, имеющее отношение сразу к нескольким явлениям действительности уходящего года: публичного обливания мочой произведений конкурентов, допинговому скандалу, актуализированному в слове *моченосцы*, наконец, близости по звучанию со сленговым словом *мочить*, растиражированным и не теряющим свою актуальность уже несколько лет после употребления его президентом России в выражении «Мочить в сортире». Благодаря таким широким ассоциативным связям слово *моча* также стало одним из лейтмотивов года.

Таким образом, анализ новейшего материала СМИ позволяет провести лингвистическую диагностику динамики общественных процессов, отразить фрагменты массового сознания конкретной социальной общности на определенном этапе. Среди положительных результатов анализа лексики можно отметить тот факт, что практически исчезли агрессивные слова, и внимание носителей языка сосредоточилось больше на внутренних экономических и политических проблемах. Если в 2014 году был пик словотворчества ненависти, прежде всего связанный с украинским конфликтом, то в 2015 остатки этого тренда ушли на второй план, а сейчас такой лексики вовсе нет.

Актуальная, новая и креативная лексика в дискурсивных практиках традиционных и новых медиа оказывает существенное влияние на формирование модели мира массового адресата, его системы ценностей. Новое слово, рожденное сознанием конкретного носителя языка, попадает в интернет-пространство и начинает жить своей жизнью, прокладывая путь в пространство языка. Закрепится ли новое слово в речи или, попав в фокус общественного внимания на короткое мгновение, исчезнет, покажет только время. Задача лингвистов – зафиксировать и исследовать данное явление на современном этапе его существования.

Библиографический список

Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание: электронное учебное пособие. URL: <http://evartist.narod.ru/text12/03.htm>

Журавлёв А.Ф. Технические возможности русского языка в области предметной номинации // Способы номинации в современном русском языке. – М.: Наука. – 1982. – С. 45–109.

Земская Е.А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). – М.: Языки русской культуры. – 1996. – С. 90–141.

Иссерс О.С. В поисках общего словаря: дискурсивные практики новейшего времени через призму проектов «Слово года» // Политическая лингвистика. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет. – 2014. – № 50. – С. 48–54.

Иссерс О.С. От серьезного – до смешного: игровой потенциал русского слова года // Политическая лингвистика. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет. – 2015. – № 54. – С. 25–32.

Кнорре-Дмитриева К. Глядь – а тут сыроцид. URL: <http://novayagazeta.livejournal.com/4004610.html>.

Маркова Е.М., Рацибурская Л.В., Иссерс О.С. и др. Роль СМИ в демократизации и креативизации современного русского языка (круглый стол) // Вестник Московского государственного областного университета. – М.: Московский государственный областной университет. – 2017. – № 1. – 12 с.

«*Постправда*» опечалила российских лингвистов // Национальная служба новостей. 16 ноября 2016 года. URL: <http://nsn.fm/culture/postpravda-stala-slovom-goda-lingvisty-priznali-vybor-zhyuri-pechalnoy-tendentsiey.php>

Цонева Л. Слова-победители в конкурсе «Слово года» // Славистика XX. – Белград. – 2016. – С. 258–263.

Источники

Слово года. URL: <https://www.facebook.com/groups/slovogoda/>

Словарь перемен. URL: <https://www.facebook.com/notes/2015/776172429135957>

References

«*Postpravda*» opechalila rossijskih lingvistov // Nacional'naja sluzhba novostej. 16 nojabrja 2016 goda. URL: <http://nsn.fm/culture/postpravda-stala-slovom-goda-lingvisty-priznali-vybor-zhyuri-pechalnoy-tend>

Coneva L. Slova-pobediteli v konkurse «Slovo goda» // Slavistika XX. – Belgrad. – 2016. – S. 258–263.

Issers O.S. Ot ser'eznogo – do smeshnogo: igrovoj potencial rossijskogo slova goda // Politicheskaja lingvistika. – Ekaterinburg: Ural'skij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet. – 2015. – № 54. – S. 25–32.

Issers O.S. V poiskah obshhego slovarja: diskursivnye praktiki novejshego vremeni cherez prizmu proektov «Slovo goda» // Politicheskaja lingvistika. – Ekaterinburg: Ural'skij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet. – 2014. – № 50. – S. 48–54.

Knorre-Dmitrieva K. Gljad' – a tut syrocid. URL: <http://novayagazeta.livejournal.com/4004610.html>

Markova E.M., Raciburskaja L.V., Issers O.S. i dr. Rol' SMI v demokratizacii i kreativizacii sovremennogo russkogo jazyka (kruglyj stol) // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. – M.: Moskovskij gosudarstvennyj oblastnoj universitet. – 2017. – № 1. – 12 s.

Slovar' peremen. URL: <https://www.facebook.com/notes/2015/776172429135957>

Slovo goda. URL: <https://www.facebook.com/groups/slovogoda/>

Volodina M.H. Jazyk SMI – osnovnoe sredstvo vozdejstvija na massovoe soznanie: jelektronnoe uchebnoe posobie. URL: <http://evartist.narod.ru/text12/03.htm>

Zemskaja E.A. Aktivnye processy sovremennogo slovoproizvodstva // Russkij jazyk konca XX stoletija (1985–1995). – M.: Jazyki russkoj kul'tury. – 1996. – S. 90–141.

Zhuravljov A.F. Tehnicheskie vozmozhnosti russkogo jazyka v oblasti predmetnoj nominacii // Sposoby nominacii v sovremennom russkom jazyke. – M.: Nauka. – 1982. – S. 45–109.