

МЕДИАДИСКУРСОЛОГИЯ

УДК 81'373.47

Медиатекст как отражение динамических хронологических изменений в лексике и фразеологии*

Е. В. Генералова

Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Для цитирования: Генералова, Е. В. (2021). Медиатекст как отражение динамических хронологических изменений в лексике и фразеологии. *Медиалингвистика*, 8 (2), 180–192.
<https://doi.org/10.21638/spbu22.2021.207>

Ставится задача изучения информативности медиатекста в отношении представления динамических хронологических процессов, происходящих в языке. Применяется «от-словарный», лексикографический сопоставительный подход, который заключается в сравнении языкового материала современных СМИ с устаревшей и неологической лексикой и фразеологией, представленной в словарях русского языка разного типа. Описываются функции устаревшей лексики (традиционно выделяемых историзмов и архаизмов) и неологизмов в публицистическом дискурсе, а также фиксируемое медиатекстом перераспределение лексики между активным и пассивным запасом (процессы актуализации и быстрой архаизации). Оперативно реагируя на все экстралингвистические изменения, медиатекст становится источником появления неологизмов в языке, полигоном для использования лексики разных эпох в актуальных значениях и с современными коннотациями, чутко откликается на протекающий в современном языке процесс возвращения в активное употребление устаревшей лексики. Медиатекст особенно ценен в отношении фиксации переносных значений историзмов, стилистических коннотаций архаизмов, словообразовательных и семантических неологизмов, новейшей фразеологии (и ее трансформаций). В результате исследования лексики разных временных пластов в сопоставлении материалов языка СМИ с данными лексикографии делается вывод, что при отражении динамических хронологических процессов отношение «медиатекст — словарь» должно осуществляться в обоих направлениях. С одной стороны, словари современного русского языка черпают в медиатексте информацию о реальном функционировании лексики пассивного запаса. С другой стороны, обращение журналистов к словарям и знание условий употребления как устаревшей лексики, так и появляющихся неологизмов позволяет избежать речевых ошибок

* Исследование выполнено при поддержке гранта РФФИ № 19-012-00214 А «Человек и общество в зеркале новой русской фразеологии».

и достичь грамотного, реализующего поставленные цели использования этой части пассивного запаса русского языка.

Ключевые слова: историзм, архаизм, неологизм, медиатекст, лексикография.

Постановка проблемы

Постоянно обновляясь, язык содержит лексику, ограниченную хронологически: слова и выражения, относящиеся к прошлым эпохам и только входящие в употребление. Понятия устаревшей и неологической лексики неразрывно связаны и могут быть использованы только в применении к конкретному синхронному срезу (например, по отношению к современному языку). При историческом рассмотрении материала эти понятия условны: «Актуален фактор времени: те слова, которые для одного синхронного среза являются новыми, на другом синхронном срезе могут оказаться нейтрально-актуальными, а другие слова того же периода — уже устаревшими и ушедшими из языка» [Бурыкин 2016: 13].

Именно в медиатексте, оперативно реагирующем на изменения в жизни общества, постоянно происходит перераспределение лексики между активным и пассивным запасом, намечаются изменения семантической структуры и стилистической окраски отдельных слов и выражений, обнаруживается специфика использования лингвистических единиц, относящихся к минувшим и будущим эпохам. В статье ставится задача изучения информативности медиатекста в отношении динамических хронологических процессов в языке, применяется «отсловарный», лексикографический сопоставительный подход, заключающийся в сравнении функций и особенностей употребления устаревшей лексики на страницах современных СМИ с представлением устаревшей и неологической лексики и фразеологии в словарях русского языка разного типа. На настоящем этапе развития науки с учетом «отчетливой ориентации всех направлений современной лингвистики на обнаружение результатов своей деятельности в словарной форме» [Козырев, Черняк 2014: 5] актуально изучение соотношения реального узуса (и особенно медиатекста как ресурса, наиболее быстро фиксирующего изменения) и его лексикографической интерпретации, притом что грамотному использованию лексики пассивного запаса способствует ее адекватное словарное представление. Насколько в медиатексте отражаются динамические процессы обновления словарного состава? Следует ли журналист языковым нормам использования пласта устаревшей лексики в современном дискурсе (ориентируясь в том числе на словарную интерпретацию этих единиц) или лексикограф, описывая узус, во многом черпает материал из языка СМИ (и в отношении употребления лексики пассивного запаса)?

История вопроса

И устаревшая, и новейшая лексика как существенные пласты словарного состава давно привлекали внимание исследователей, однако статус этих лингвистических единиц, их стратификация и функционирование активно обсуждаются и в настоящее время.

В отношении устаревшей лексики важным методологическим вопросом является уточнение ее классификации (работы Т. Г. Аркадьевой, М. И. Васильевой, Б. Ю. Нор-

мана, И. С. Правдиной, С. А. Чурикова, Е. В. Лесных и др.). Злободневно исследование возвращения утраченных ранее активным фондом языка слов и фразеологизмов, а также оживления исторической памяти слова (работы Т. Г. Аркадьевой, Л. В. Полякова, В. В. Шмельковой, М. Е. Зюзиковой, динамические словари /«словари языковых изменений»/ под редакцией Г. Н. Склярёвской). Изучается употребление устаревшей лексики в современном русском языке (работы А. И. Федорова, Н. Л. Васильева, С. А. Ржановой, С. И. Тереховой и др.), а также устаревшая лексика с точки зрения прикладной лингвистики. Отдельным предметом изучения является словарное представление устаревшей лексики (работы Л. Г. Самогик, О. Н. Емельяновой и др.).

Исследования неологической лексики и фразеологии многочисленны и разнообразны, однако само понятие неологизма до сих пор уточняется именно в связи с историчностью явления. В русской академической неографии, созданной на основе концепции Ю. С. Сорокина, Н. З. Котеловой и Т. Н. Буцевой, принят основанный на факте словарной фиксации критерий выделения неологизмов в языке: новой считается лингвистическая единица, не зарегистрированная в словарях (особенно толковых) предыдущего периода. Такое понимание неологизмов как особой категории, маркированной конкретным хронологическим периодом, является основой словника лексикографических проектов серии «Новые слова и значения», создаваемых в секторе неологии ИЛИ РАН.

В отношении исследования лексики разных хронологических пластов в медиатексте изучались функции таких лингвистических единиц в различных газетных жанрах и текстах разной тематической направленности (работы В. И. Конькова, Ю. В. Подкиной, О. С. Журавской, Е. И. Бегловой), на материале языка СМИ описывались процессы актуализации лексики (работы Т. Г. Аркадьевой, В. В. Шмельковой, С. А. Чурикова), неологизации (работы Е. О. Матвеевой), в частности функционирование неологической фразеологии (работы Н. В. Баско, Н. В. Саютиной, Т. Г. Гусейновой) и ее трансформации в газетном тексте. Особый интерес вызывают функции неологизмов и устаревшей лексики в плане коммуникативной прагматики (работы Н. А. Прокофьевой, С. В. Кончаковой, Ф. Р. Одековой и др.).

Методика исследования

Для анализа были взяты, с одной стороны, данные газетного подкорпуса Национального корпуса русского языка (<https://ruscorpora.ru/new/search-paper.html>) и новостных ресурсов «Яндекс» (<https://newssearch.yandex.ru/>) и Google (<https://www.google.ru/search?newwindow>), с другой стороны, словари разных типов (специализированные словари редких и устаревших слов, неологизмов, фразеологических неологизмов, а также толковые).

В работе применялся «отсловарный» подход: изучалось функционирование в современном медиатексте лексики, выделенной в словарях как устаревшая (маркированная хронологическими пометами: *ист.* — «историзм», *устар.* — «устарелое»), новейшая лексика и фразеология рассматривались на предмет отражения в лексикографических источниках. Материалы современных СМИ, таким образом, сопоставлялись с данными лексикографии в плане отражения медиатекстом хронологических процессов в обновлении словарного состава, при этом информативны были как совпадения, так и различия узуса и его словарного представления.

Изучались функции неологизмов (новых слов и выражений, еще не вошедших в активный запас современного языка и не получивших лексикографическую фиксацию) и устаревшей лексики (слов и выражений, вышедших из активного запаса современного языка), внутри которой отдельно рассматривалось употребление историзмов (устаревших слов и выражений, в связи с изменениями в жизни общества вышедших из употребления вместе с называемыми ими предметами) и архаизмов (устаревших слов и выражений, вышедших из употребления по языковым причинам — в связи с возникновением нового слова для называния сохранившегося предмета), а также актуализированная лексика (слова, вернувшиеся в активный состав языка, как правило, с определенным изменением значения).

Анализ

Устаревшая лексика и фразеология. Исследователи текстов современных СМИ подчеркивают, что особое место в них занимают «устаревшие слова, обладающие значительным экспрессивным потенциалом» [Подкина 2019: 59], наблюдается «тенденция к активизации употребления языковых единиц пассивного словаря русского языка» [Журавская 2016: 83]. Устаревшая лексика активно используется в заголовках, названиях телепередач и т. п. [Одекова 2020]. Такая востребованность устаревшей лексики объясняется и прагматической установкой на манипуляцию читателем (путем отсылки к узнаваемым историческим событиям, реалиям, эпохам), и стилистическими возможностями этого пласта лексики.

Историзмы. Одна из основных функций историзмов как в языке СМИ, так и в других стилях литературного языка — описание прошлого или апелляция к нему. Использование историзмов в публицистическом дискурсе способствует интеллектуализации и усилению фактографичности текста. Но в отличие от текстов художественной литературы, описывающих определенную историческую эпоху и с помощью историзмов передающих ее колорит, в медиатекст историзмы включаются прежде всего с целью просвещения читателя: «Основной функцией журнальных текстов, отражающих какое-либо историческое явление, является просветительская, а текст — текстом сферы когнитива» [Коньков 2015: 40]. Исследуя функции историзмов в статьях исторических журналов, Е. И. Беглова приходит к аналогичному выводу: историзмы просвещают адресата о теме, обогащая его лексикон, а в текстах исторического содержания служат смыслообразующим компонентом текста [Беглова 2018]. При этом чаще, чем для описания прошлых эпох, историзмы в медиатексте используются для проведения параллели между временем, к которому осуществляется отсылка, и современной действительностью. Нередко значение требующих пояснения, с точки зрения автора, историзмов раскрывается прямо в газетном тексте: «Новости» обратили внимание на городскую баню под названием «Абвер» (военная разведка и контрразведка нацистской Германии), слоган которой гласит «Освенцим отдыхает» (lenta.ru, 2017.03.13); Все они изображают величественную королеву в роскошном платье, ударяющую мечом по плечу коленопреклоненного адмирала (как того требует и по сей день ритуал, именуемый, кстати, **акколадой**) (lenta.ru, 2017.06.26).

Толковые словари, словари редких и устаревших слов — большое подспорье для журналистов и редакторов в выяснении собственно исторического значения историзмов. В толковых словарях используются разные пометы, указывающие на

выход лексики из активного запаса по хронологическим причинам: в «Словаре современного русского языка» под ред. А. Е. Евгеньевой (МАС) используется помета *устар.*, «Словарь современного русского языка» под редакцией К. С. Горбачевича, А. С. Герда (БАС-3) различает *устар.* и *устаревающее*, в создающемся по принципам антропоцентрической лексикографии «Словаре русского языка XXI в.» под редакцией Г. Н. Складневской есть пометы *ист.*, *устар.* и *устаревающее*. Толкование историзмов включает лингвистические и энциклопедические элементы, точное указание на период функционирования обозначаемой реалии и примеры употребления слова в тексте: «азбуковник. **Ист.** Русский алфавитный глоссарий XIII–XVIII вв. *Древнерусский рукописный а. Роль азбуковников в русской лексикографии.* <...> § Об учебном пособии справочного или нравоучительного характера XVII–XVIII вв. *Петровский а. “Школьное благочиние”. Наставления при азбуковнике XVII века.*»

Показательны случаи, когда историзмы развивают переносное значение: например, у слова *вакханалия* (*Ист.* в Древнем Риме: празднество в честь бога вина и веселья Вакха) появляются значения ‘безудержное буйное веселье, характеризующееся диким разгулом и сексуальной свободой’ (*Попойка превратилась в настоящую вакханалию*), и ‘крайняя степень проявления какого-л. негативного явления, свойства’ (*налоговая вакханалия*); у историзма *аракчеевщина* возникает семантика ‘проявление деспотизма, произвола, насилия в какой-л. области общественной жизни’, у слова *абрек* (*Ист.* в XIX в.: кавказский горец, давший обет воевать и вести аскетическую жизнь) в конце 1990-х гг. появляется современная разговорная семантика ‘житель Кавказа’ (*За дальним столиком сидели два мрачных абрека*) и т. д. Толковые и фразеологические словари далеко не всегда фиксируют все появляющиеся в языке СМИ новые слова, фразеологизмы, значения. Например, в толковых словарях для историзма *гильотина* еще не зафиксировано возникающее в публицистике переносное значение ‘резкое, радикальное сокращение; отмена, ликвидация чего-л.’: *Гильотина уже ждет коррупцию Порошенко. Сегодня мы все убедились, что этот процесс уже не остановить!* (*lenta.ru*, 2017.11.13); *И хотя попавшим под гильотину реформы младшим специалистам обещают не урезать зарплату (предлагая служить сержантами)... многие уходят по собственному желанию* (*Комс. правда*, 2009.02.25). Эта ситуация естественна, хотя и, к сожалению, далека от идеала. И. Левина подчеркивает, что «газетизм имеет интенсивную, но краткую жизнь, что делает его весьма удобным средством демонстрации диахронии, однако, как правило, затрудняет отражение его в лексикографических изданиях» [Левина 2019: 421].

Опираясь во многом на материалы СМИ, толковая лексикография старается максимально точно описать употребление историзмов в современном языке, отмечая зародыши таких значений, семантические и стилистические сдвиги специальными пометами. Это может быть фиксация нейтрального употребления слова (когда историческая реалия используется в наше время в каких-то специальных условиях) («*алебарда. Ист.* Старинное холодное оружие в виде длинного копья с топориком или секирой. <...> § **В соврем. употр.** *А. состоит на вооружении швейцарской гвардии Ватикана как парадно-церемониальное оружие*»), представление зарождающегося нового переносного значения («*аниллюс. Ист.* Политика насильственного присоединения Австрии к Германии, проводившаяся германским правительством после Первой мировой войны. § Перен. О насильственном присоединении одной страны к другой. *А. автономий. Российский а. Крыма. Натовский*»

а. Черногории») или указание на стилистическую окраску современного семантического оттенка («*батрак. Ист.* Наемный сельскохозяйственный рабочий в помещицьем или кулацком хозяйстве. ... § *В совр. употр. Разг. Неодобр.* О человеке, выполняющем по найму тяжелую низкооплачиваемую работу. *Бесправные батраки на стройках. Батраки из ближнего зарубежья.* § *В совр. употр. Разг. Неодобр.* О человеке, которого принуждают выполнять чьи-л. обязанности (обычно не щадя сил). *Нашел батрака! Я тебе не б., чтобы за тебя всю работу делать!*).

Архаизмы. Архаизмы нередко используются с целью постановки яркого стилистического акцента, торжественного или значительно чаще иронического: *10 лет строгого режима, по всей видимости, произвели столь неизгладимое впечатление, что велеречивые чиновники попросту потеряли дар речи* (Новый регион, № 2, 2007.07.26).

Толковые словари идут за текстами и реагируют на такое употребление, отмечая использование «в стилизованной речи», «в современном употреблении» и тому подобное, а также характеризуя стилистический регистр функционирования архаической лексики в современном языке. В словарях, например, отмечается, что архаизмы *верноподданный* и *аглицкий* используются в современном употреблении с иронической или шуточной окраской, ср. современный газетный материал: *Не этого ли давно и не безуспешно добивается Америка от своих верноподданных: идти за президентом и не думать!* (Известия, 2014.05.07); *Респект, как добавили бы неравнодушные к аглицкому бабули* (Известия, 2012.05.27).

Использование архаизмов тоже отсылка к эпохе, но отсылка прежде всего к ее языку: *Словно в ответ на его слова из комнаты выбегает глазастое, кудрявое чудо — вылитый маленький Пушкин. Да, Вова оказался аранчонком* (Комсомол. правда, 2012.01.30). Но архаизмы не всегда используются в современном языке как стилистически окрашенные лексемы, они могут выступать и как нейтральные: «Устаревшие слова в жизни общества довольно частое явление, а анализ употребления устаревших слов в современной языковой ситуации показал, что они теряют свою возвышенность и архаичность, входят в состав публицистической, художественной и даже разговорной речи, становясь межстилевыми лексическими единицами» [Апкаримова, Шаталова 2019: 75].

По словарям редких и устаревших слов и толковым словарям современного русского языка можно уточнить значение активно использующихся на страницах газет лексем. В толковом словаре: «*афронт* [< франц. affront — «оскорбление, обида»] *Устар. и в стилизованной речи.* Неожиданная неудача, посрамление; резкий отпор, сопротивление», — и в медиатексте: *Многие рассматривали визит Киссинджера как попытку прощупать почву в преддверии президентства Трампа и тут такой афронт* (lenta.ru, 2016.12.14), ср. неудачное употребление: *Довольно быстро на любой международный афронт России то ли с ближними соседями, то ли с дальними товарищам народ начинает смеяться* (Известия, 2013.10.10).

Новейшая лексика и фразеология в современном медиатексте. Такие особенности медиатекста, как мобильность состава, актуальность не столько стилистических средств, сколько стилистических функций, нетипичная синтагматика, проявляющаяся в активном сочетании средств различной окраски [Левина 2019: 414], делают язык СМИ важнейшим ресурсом для изучения современной лексики и предметом пристального внимания лексикографов для исследования обогаще-

ния словарного состава языка и стилистических сдвигов в употреблении уже известных лексем. Исследователи подчеркивают, что во многом именно медиатекст является источником неологизации современного русского языка (см., например: [Баско 2015; Баско 2016; Матвеева 2016]). «При анализе материалов современных российских СМИ прежде всего обращает на себя внимание появление большого количества новых слов и фразеологических оборотов» [Баско 2016: 30]. «Медиа-текст сегодня является основным источником изменения и развития языка» [Прокофьева, Щеглова 2020: 282].

Оперативное отражение в медиатексте актуальных реалий и явлений, практически мгновенное реагирование СМИ на изменения в жизни общества делают газетный дискурс площадкой, на которой язык испытывает новейший лексический и фразеологический арсенал. Е. О. Матвеева приходит к выводу, что основными источниками неологизации являются тексты политической публицистики, рекламные тексты и тексты, описывающие шоу-бизнес [Матвеева 2016]. Целый пласт неологизмов возник в русском языке за последний год в связи с пандемией, и абсолютное большинство этих слов и выражений были усвоены обществом из языка СМИ.

Неологизмы выполняют в медиатексте целый ряд прагматических функций: номинации, привлечения внимания к адресату, экономии лексических средств, эвфемизации [Кончакова 2015; Рацибурская 2016]. Особо хочется подчеркнуть ценность медиатекста в фиксации так называемых «потенциальных» слов, семантических неологизмов (появлении новых значений у уже существующих в языке слов) и новейшей фразеологии.

В медиатексте активно реализуются словообразовательные возможности языка. По наблюдению Л. В. Рацибурской, в современном публицистическом дискурсе среди лексико-словообразовательных неологизмов много новаций с экспрессивно-оценочной семантикой (*гламурненько, атеистишка, домайданиться*), так как «в современных СМИ, отражающих актуальные социально-политические реалии, события, на первом плане оказывается не столько информативно-номинативная, сколько экспрессивно-оценочная, а порой и манипулятивная функция новообразований» [Рацибурская 2016: 191] и некоторые такие образования впоследствии «становятся модными словами, воздействуя на сознание и речь граждан» [Рацибурская 2016: 195].

Медиатекст — источник появления новых значений уже известных слов, и на материале газетных текстов можно наблюдать ряд актуальных для современной лексико-семантической системы процессов. Например, медиатекст демонстрирует такую тенденцию современного русского языка, как развитие относительными прилагательными новых качественных значений: «Окачествление относительных прилагательных является живым и очень активным процессом в современном русском языке» [Тазиева 2006: 212]. См.: **атмосферный** ‘создающий, воспроизводящий какую-л. психологическую обстановку’ (*Мне нравится идея музея, построенного на контрасте, одна часть — мемориальная, атмосферная, с духом времени, вторая — с современными приемами экспонирования, ориентированная на молодежь* (Новая газета, 2018.07.25); **инфарктный** ‘волнительный (обычно о спортивных соревнованиях)’ (*Да и времени не оставалось — раз за разом прокручивая в голове события инфарктной концовки встречи, Фридзон так и не смог ответить на вопрос: все ли правильно он сделал в той атаке?* (Сов. спорт, 2013.05.27). Семантические неологизмы (хотя и с неизбежным отставанием) попадают в словари разных

типов (неологические, динамические, толковые), которые следуют за материалом, в ряде случаев в словарях даже ставится помета *публ.* — «публицистическое».

Стилистические неологизмы (новые коннотативные смыслы у известных слов) фиксируются словарями еще реже в силу меньшей активности этого процесса и меньшего круга таких лексических единиц, а также в силу сложности выявления стилистической окраски и ее субъективности.

Трудно переоценить роль медиатекста в плане появления новой фразеологии. Многие новые устойчивые выражения рождаются и фиксируются именно в языке СМИ. Например, *печатный станок* (*остановился, заработал* и т. п.) 'о не поддержанном реальными товарами выпуске денег', (*запустить, включить*) *печатный станок* 'выпустить денежную массу, не поддержанную реальными товарами': *Если правительству не хватает средств на решение государственных задач, то несложно запустить «печатный станок» и обеспечить себя таким объемом капитала, которого хватит как на погашение текущих долгов, так и на выполнение социальных задач или на закупку необходимых товаров за границей* (Московский комсомолец, 2018.11.06). Таким образом экономика получает деньги без включения *печатного станка* (lenta.ru, 2016.09.05); *диванные войска* 'пользователи социальных сетей, радиослушатели, телезрители, активно раздающие советы (обычно властям), но ничего не делающие для реализации предлагаемых идей': *Еще до официальных заявлений Кремля «диванные войска» призывали к ответу турецкого лидера Реджепа Эрдогана, а также предлагали бойкотировать турецкие курорты и продукты* (lenta.ru, 2015.11.26); *на серьезных (больших) щах* 'серьезно, с серьезным выражением лица': *Да, юмор отлично помогает высветить трудную тему и привлечь к ней внимание, а вот менять мир к лучшему мы призываем на совершенно серьезных щах* (<https://n-e-n.ru/holidaymorning/>, <https://newssearch.yandex.ru/>). При этом от нарастающих частотность употреблений, являющихся началом образования новых структур, следует отличать действительно окказиональные, единичные употребления лексем пассивного запаса, которые чаще всего представляют собой языковую игру. Трансформация фразеологических единиц очень характерна для языка современных СМИ: например, *от забора и до вечера* (Сов. спорт, 2008.02.08).

В этом смысле серьезной теоретической проблемой становится выделение фразеологизмов-неологизмов, а также проблема вариантности/синонимии фразеологизмов (в связи с чем, в частности, вычленение их заголовочной формы). В предисловии к словарю «Фразеологизмы в русской речи» А. М. Мелерович и В. М. Мокиенко обосновывают понятие фразеологической трансформации и дают подробную типологию преобразований фразеологических единиц [Мелерович, Мокиенко 1997: 10–17]. Выделяют также необходимые условия для возникновения вариантов фразеологизмов. Так, Е. И. Диброва отмечает, что только фразеологические единицы, сохранившие синхронно внутреннюю мотивировку, могут поддаваться процессу варьирования [Диброва 1979: 73]. Материалы современных СМИ в полной мере подтверждают эту гипотезу. Например, *Тройка, пятерка... ВУЗ!* (Российская газета, 2012.27.11). *Его вина очевидна в исчезновении баскетбола с общедоступного ТВ, в путанице с мужским чемпионатом России, заставившей болельщиков заблудиться в трех буквах (причем не важно, ПБЛ это, ВТБ или РФБ)* (Сов. спорт, 2013.07.01). На трансформацию фразеологизмов в языке СМИ влияет ряд экстралингвистических факторов: индивидуальная манера журналиста, тип печатного

издания, жанр текста, социально-политическая обстановка и т.д. Н.В. Саютина сделала вывод, что для текстов новостного жанра, интервью, бесед характерны стандартные способы трансформации (синтаксические инверсии, эллипсис, расширение состава фразеологизма и замена его компонентов), а в ситуативно-аналитических жанрах используются скорее индивидуальные авторские способы трансформации (ролевые инверсии, контаминации и т.д.) [Саютина 2011: 30].

Новейшая лексика и фразеология, активно формирующаяся в русском языке во многом в медиатексте, отчасти получает свою фиксацию в неологических и толковых словарях современного русского языка, словарях жаргонной и разговорной речи, но далеко не полную и весьма лаконичную с точки зрения интерпретации. На настоящий момент в отечественной лексикографии существует ощутимая потребность в создании сводного «Словаря русских фразеологических неологизмов», так как несколько существующих словарей русских неологизмов (Мокиенко В. М. Новая русская фразеология. Opole, 2003; Stepanova L., Dobrova M. Словарь русских неологизмов. Slovník ruských neologismů. Olomouc, 2018) достаточно невелики по объему и изданы за рубежом.

Процессы актуализации и деактуализации. В настоящее время в обновлении словарного состава русского языка действуют две противоположные тенденции: архаизации и деархаизации (или деактуализации и актуализации). Если явление архаизации характерно для разных периодов развития языка (хотя и протекает с разной интенсивностью), то процесс деархаизации достаточно нов. Переход слов из пассивного словаря в активный сопровождается определенными семантическими изменениями с сохранением при этом предметно-логического плана лексических единиц. Изменения в том числе касаются снятия сем стилистической окрашенности и временной маркированности [Шмелькова 2007: 81–82]: *сенат* ‘Ист. в Древнем Риме: высший орган государственной власти’, ‘Ист. в России до 1917 г.: высшее законодательное и судебно-административное учреждение’ и современное значение ‘в ряде государств: верхняя палата парламента’, а также ‘неофициальное название Совета Федерации, верхней палаты российского парламента’; *лосины* ‘Ист. белые штаны из лосиной кожи как часть военной формы в отдельных полках (в армии Российского государства до 1917 г. и в армиях некоторых других государств)’ и современное значение ‘облегающие эластичные брюки, сшитые обычно с добавлением лайкры или нейлона’.

Материалы медиатекста незаменимы в плане отражения возвращения устаревших слов в активный запас русского языка и, напротив, быстрой архаизации. Газетный текст первым демонстрирует устаревание некогда активно употребляемых слов. Например, страницы советских газет пестрят перифразами, которые с изменением социально-политической ситуации выходят из употребления, оставаясь яркой приметой времени (*степной богатырь* ‘о комбайне’, *архитектор разрядки* ‘о политическом деятеле, выступающем за разрядку международной напряженности’). Ряд возникших в 1990-х годах новаций может быть интерпретирован как уже устаревшие маркеры постсоветского времени (*гэкачепист*, *блокнотный компьютер*, *желтые страницы*). Среди новейшей фразеологии немало острозлободневных устойчивых выражений, которые привязаны к конкретной ситуации и конкретному времени и достаточно быстро устаревают, например *ножки Буша* ‘об импортируемых из США замороженных куриных окорочках’ (о поставке дешевых

продуктов в 1990 г. М. С. Горбачев договорился с американским президентом Джорджем Бушем-старшим), но иногда могут и перерастать свое время. Так, десантные войска нередко именуют *войсками дяди Васи* (шуточная расшифровка аббревиатуры ВДВ), но здесь это не усредненный дядя Вася, а реальный человек — генерал армии Герой Советского Союза Василий Маргелов, внесший огромный вклад в развитие Воздушно-десантных войск (1954–1979 — командующий ВДВ). Некоторые устойчивые выражения, сохраняя отсылку к конкретному времени, продолжают употребляться в языке СМИ как знаки определенных эпох. Например, возникшее в 1990-х годах выражение *прораб перестройки* активно используется в публицистическом стиле: *Обретаясь на чужбине, вдали от России, он куда зорче, чем «прорабы перестройки», видел, понимал, справедливо оценивал достижения и изъяны экономики социализма* (lenta.ru, 2015.09.01).

Таким образом, за счет процессов архаизации и деактуализации идет постоянное перераспределение лексики между активным и пассивным запасом языка, и узус в виде медиатекста во многом источник таких накапливающихся изменений, влияющих на употребительность слова.

Результаты исследования

Лексика пассивного запаса — мощное экспрессивное средство, действительно используемое в языке современных СМИ. Анализ показал, что историзмы в медиатекст включаются прежде всего с целью просвещения читателя, также используются для сравнения эпохи, к которой осуществляется отсылка, с современной действительностью. Толковые словари, словари редких и устаревших слов описывают собственно историческое значение историзмов, однако толковые словари не всегда успевают фиксировать отраженные современными текстами СМИ семантические изменения устаревшей лексики, в частности появляющиеся переносные значения историзмов.

Архаизмы в газетном тексте традиционно используются для создания эффекта торжественности или иронии, но могут входить в ткань текста и как межстилевые лексемы. Толковые словари идут за публицистическим дискурсом и стараются реагировать на такое употребление, используя специальные пометы.

Сложно переоценить значимость медиатекста в отношении фиксации употребления новых слов и выражений, и именно контексты из СМИ зачастую определяют функционирование этих единиц в языке. Многие новые устойчивые выражения рождаются и фиксируются в языке СМИ, кроме того, медиатекст — место активных трансформаций фразеологических единиц. Толковые, неологические словари черпают в медиатексте материал для описания современного состояния языка.

Выводы

1. Тенденции развития лексической системы современного русского языка на рубеже XX–XXI вв. свидетельствуют о взаимосвязанности явлений архаизации, деархаизации (актуализации) и неологизации, отражающих системные изменения в словарном составе языка. Медиатекст становится полигоном для использования лексики разных эпох в актуальных значениях

- и с современными коннотациями, демонстрирует имеющее место в языке перераспределение слов и выражений между активным и пассивным запасом. Языковой материал СМИ для лексикографов — ценнейший источник изучения функционирования лексики разных хронологических пластов в современном языке.
2. В медиатексте фиксируются переносные значения историзмов, задаются направления использования устаревшей лексики, формируются ее коннотации. Устаревшие слова и выражения в медиатексте используются как стилистический ресурс и как межстилевая лексика.
 3. В языке СМИ фиксируется множество неологизмов, в том числе фразеологические неологизмы (и их многочисленные трансформации), активно реализуются словообразовательные и семантические потенции новых слов.
 4. Представляется, что при отражении динамических хронологических процессов отношение «медиатекст — словарь» должно стать взаимодействием. Для лексикографов медиатекст — важнейший источник информации о реальном, современном функционировании лексики пассивного запаса, а для журналистов обращение к словарям позволяет грамотно использовать соответствующие лексические единицы и, таким образом, реализовывать поставленные прагматические цели.

Литература

- Апкаримова, Д. А., Шаталова, О. В. (2019). Стилистическая специфика употребления устаревших слов в современном коммуникативном пространстве. *ФОРУМ / forUM* (с. 72–75). Липецк: Липецкий гос. пед. ун-т.
- Баско, Н. В. (2015). Медиатекст как основа для изучения языковых новаций (на примере фразеологических неологизмов). *Слово. Грамматика. Речь*, 16, 71–74.
- Баско, Н. В. (2016). Язык СМИ: динамика языковых процессов во фразеологии. *Динамика языковых и культурных процессов в современной России*, 5, 30–35.
- Беглова, Е. И. (2018). Историзмы в текстах современных журналов. В *Рациональное и эмоциональное в русском языке — 2018* (с. 192–196). Москва: Моск. гос. обл. ун-т.
- Бурькин, А. А. (2016). Лексический материал словарей «Новые слова и значения» в контексте новых лексикографических источников. В *Неология и неография: современное состояние и перспективы. К 50-летию научного направления* (с. 13–15). Санкт-Петербург: Нестор-История.
- Диброва, Е. И. (1979). *Вариантность фразеологических единиц в современном русском языке*. Ростов: Изд-во Ростов. гос. ун-та.
- Журавская, О. С. (2016). Использование историзмов и архаизмов в общественно-политическом дискурсе. В *Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления* (с. 83–85). Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т.
- Козырев, В. А., Черняк, В. Д. (2014). Современные ориентации отечественной лексикографии. *Вопросы лексикографии*, 1 (5), 5–15.
- Кончакова, С. В. (2015). Прагматические функции неологизмов в современных СМИ. *Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки*, 20, 11 (151), 193–197.
- Коньков, В. И. (2015). Слово живое и мертвое (о двух коммуникативных типах речи). *Актуальные проблемы стилистики*, 1, 37–43.
- Левина, И. Н. (2019). Методический потенциал материалов массмедиа в Национальном корпусе русского языка. *Медиалингвистика*, 6 (3), 414–425.
- Матвеева, Е. О. (2016). Медиатекст как источник неологизации современного русского языка. *Медиалингвистика*, 5, 41–42.
- Мелерович, А. М., Мокиенко, В. М. (1997). *Фразеологизмы в русской речи*. Москва: Рус. слов.
- Одекова, Ф. Р. (2020). О лексико-прагматических особенностях наименований российских телепередач начала века в современном русском языке. *Современный ученый*, 1, 228–234.

- Подкина, Ю. В. (2019). Особенности использования книжной лексики в газетных текстах на экономическую тему. *Вестник Томского государственного педагогического университета*, 2 (199), 59–62.
- Прокофьева, Н. А., Щеглова, Е. А. (2020). Слова текущего момента как основа взаимодействия с целевой общественностью: особенности преподавания. В *Рекламное и PR-образование в условиях информационно-технологических перемен: актуальные вопросы и тренды: сб. материалов II Международной конф., Челябинск, 17–18 апреля 2020 г.* (с. 282–287). Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та.
- Радибурская, Л. В. (2016). Экспрессивно-оценочные возможности современного медийного словотворчества. В *Неология и неография: современное состояние и перспективы. К 50-летию научного направления* (с. 191–195). Санкт-Петербург: Нестор-история.
- Саютина, Н. В. (2011). Трансформация фразеологических единиц в газетной публицистике: жанровая специфика. *Известия Саратовского университета. Сер.: Филология. Журналистика*, 11 (4), 29–33.
- Тазиева, Е. М. (2006). *Развитие качественных значений у относительных прилагательных в современном русском языке*. Новосибирск: Новосибирский гос. ун-т.
- Шмелькова, В. В. (2007). О лексической деархаизации в современном русском литературном языке. *Вестник РУДН. Серия: Вопросы образования: языки и специальность*, 4, 80–84.

Статья поступила в редакцию 2 сентября 2020 г.;
рекомендована в печать 17 февраля 2021 г.

Контактная информация:

Генералова Елена Владимировна — канд. филол. наук; elena-generalova@yandex.ru

Media text as a reflection of dynamic chronological changes in vocabulary and phraseology*

E. V. Generalova

St. Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

For citation: Generalova, E. V. (2021). Media text as a reflection of dynamic chronological changes in vocabulary and phraseology. *Media Linguistics*, 8 (2), 180–192.
<https://doi.org/10.21638/spbu22.2021.207> (In Russian)

The article deals with the informativeness of the media text in relation to the representation of language dynamic chronological processes. A “dictionary” approach is applied, which is based on the comparison of the language material of modern media with the representation of outdated and neological vocabulary and phraseology in modern Russian language dictionaries of different types. The article describes the functions of outdated vocabulary (traditionally distinguished historicisms and archaisms) and neologisms in the language of modern media, as well as the redistribution of vocabulary between active and passive language stock reflected in the media text. Promptly reacting to all extralinguistic changes, the media text is a source of neologisms in the language, a polygon for using the vocabulary of different epochs in actual meanings and with modern connotations, also it sensitively responds to the process of updating outdated vocabulary in the modern language and demonstrates the redistribution of words and expressions between active and passive language stock. As a result of the analysis of the vocabulary of different chronological layers in comparison of media language materials with lexicographic data, the conclusion is made that when reflecting dynamic chronological processes, the “media text dictionary” should be an interaction and be carried out in both directions. On the one hand, dictionaries of modern Russian draw information about the real functioning of the vocabulary of the passive reserve from the media texts. On the other hand, the use of dictionaries by journalists and knowledge of the conditions for using both outdated

* The study was supported by the Russian Foundation for Basic Research grant no. 19-012-00214 A “Man and Society in the Mirror of New Russian Phraseology”.

vocabulary and emerging neologisms is necessary to avoid speech errors and to achieve the goal of competently using this part of the passive stock of the Russian language.

Keywords: historicism, archaism, neologism, media text, lexicography.

References

- Apkarimova, D. A., Shatalova, O. V. (2019). Stylistic specificity of the use of obsolete words in the modern communicative space. In *FORUM / forUM* (pp. 72–75). Lipeck: Lipeck State Pedagogical Univ. Publ. (In Russian)
- Basko, N. V. (2015). Media text as a basis for studying language innovations (on the example of phraseological neologisms). In *Slovo. Grammatika. Rech'*, 16, 71–74. (In Russian)
- Basko, N. V. (2016). Media language: dynamics of language processes in phraseology. *Dinamika yazykovykh i kul'turnykh processov v sovremennoj Rossii*, 5, 30–35. (In Russian)
- Beglova, E. I. (2018). Historicisms in the texts of modern magazines. In *Racional'noe i emocional'noe v russkom yazyke — 2018* (pp. 192–196). Moscow: Moscow State Regional Univ. Publ. (In Russian)
- Burykin, A. A. (2016). Lexical material of dictionaries “New words and meanings” in the context of new lexicographic sources. In *Neologiya i neografiya: sovremennoe sostoyanie i perspektivy. K 50-letiyu nauchnogo napravleniya* (pp. 13–15). St. Petersburg: Nestor-Istoriya Publ. (In Russian)
- Dibrova, E. I. (1979). *The variation of phraseological units in modern Russian*. Rostov: Rostov State Univ. Publ. (In Russian)
- Konchakova, S. V. (2015). Pragmatic functions of neologisms in modern media. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 20, 11 (151), 193–197. (In Russian)
- Kon'kov, V. I. (2015) Word alive and dead (about two communicative types of speech). *Aktual'nye problemy stilistiki*, 1, 37–43. (In Russian)
- Kozyrev, V. A., Chernyak, V. D. (2014). Modern orientations of Russian lexicography. *Voprosy leksikografii*, 1 (5), 5–15. (In Russian)
- Levina, I. N. (2019). Methodological potential of mass media materials in the National Corps of the Russian Language. *Media Linguistics*, 6 (3), 414–425. (In Russian)
- Matveeva, E. O. (2016). Media text as a source of neologization of the modern Russian language. *Media Linguistics*, 5, 41–42. (In Russian)
- Melerovich, A. M., Mokienko, V. M. (1997). *Phraseological units in Russian speech*. Moscow: Rus. Slov. Publ. (In Russian)
- Odekova, F. R. (2020). About the vocabulary and pragmatic features of the titles of Russian television programs of the beginning of the century in modern Russian. *Sovremennyy uchenyy*, 1, 228–234. (In Russian)
- Podkina, Yu. V. (2019). Features of the use of book vocabulary in newspaper texts on the economic topic. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2 (199), 59–62. (In Russian)
- Prokof'eva, N. A., Shcheglova, E. A. (2020). Words of the current moment as the basis of interaction with the target public: peculiarities of teaching. In *Reklamnoe i PR-obrazovanie v usloviyah informacionno-tekhnologicheskikh peremen: aktual'nye voprosy i trendy: sb. materialov II Mezhdunarodnoj konferentsii, Chelyabinsk, 17–18 apreliya 2020 g.* (pp. 282–287). Chelyabinsk: Chelyabinsk State Univ. Publ. (In Russian)
- Raciburskaya, L. V. (2016). Expressive-evaluation possibilities of modern media derivation. In *Neologiya i neografiya: sovremennoe sostoyanie i perspektivy. K 50-letiyu nauchnogo napravleniya* (pp. 191–195). St. Petersburg: Nestor-istoriya Publ. (In Russian)
- Sayutina, N. V. (2011). Transformation of phraseological units in newspaper journalism: genre specificity. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Ser. Filologiya. Zhurnalistika*, 11 (4), 29–33. (In Russian)
- Shmel'kova, V. V. (2007). On lexical diarization of the modern Russian literary language. *Vestnik RUDN. Seriya: Voprosy obrazovaniya: iazyki i spetsial'nost'*, 4, 80–84. (In Russian)
- Tazieva, E. M. (2006). *Development of qualitative meanings of relative adjectives in modern Russian*. Novosibirsk: Novosibirsk State Univ. Publ. (In Russian)
- Zhuravskaya, O. S. (2016). The use of historicisms and archaisms in socio-political discourse. In *Politicheskaya lingvistika: problematika, metodologiya, aspekty issledovaniya i perspektivy razvitiya nauchnogo napravleniya* (pp. 83–85). Ekaterinburg: Ural State Pedagogical Univ. Publ. (In Russian)

Received: September 2, 2020

Accepted: February 17, 2021

Author's information:

Elena V. Generalova — PhD in Philology; elena-generalova@yandex.ru