

ЗНАЧИМОСТЬ СИНТАГМАТИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ В СМИ

Кадирова Гулора Худайназаровна

Преподаватель Академического лицея КГТУ

Магистрант КГУ

Аннотация. Статья посвящена анализу роли синтагматических инноваций в современном медийном дискурсе. В условиях стремительной цифровизации и развития интернет-коммуникации синтагматические новообразования стали неотъемлемой частью языка СМИ. Авторы рассматривают функции, виды и прагматическую направленность таких инноваций в журналистских текстах, социальных сетях и онлайн-платформах. Особое внимание уделяется стилистической экспрессии, манипулятивной силе и способности синтагматических конструкций формировать общественное мнение. Приводятся примеры актуальных выражений и анализируется их лингвистический и культурный контекст.

Ключевые слова: синтагматические инновации, язык СМИ, медиадискурс, фразеологические неологизмы, экспрессия, манипуляция, интернет-коммуникация, стилистика.

ВВЕДЕНИЕ

Современные средства массовой информации (СМИ) играют ключевую роль в формировании общественного сознания и языковых тенденций. В этой связи особую значимость приобретают синтагматические инновации — новые сочетания слов, рождающиеся в медийной среде и активно внедряющиеся в повседневную речь. Они становятся инструментами оценки, влияния, иронии и даже идеологического воздействия. Благодаря своей яркости и выразительности, такие конструкции легко запоминаются и распространяются через СМИ и социальные сети [1].

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В СМИ синтагматические инновации выполняют следующие функции:

Информативная — передача новых понятий: «умное голосование», «гибридная угроза».

Эмоционально-оценочная — создание ярких образов: «санитарный кордон», «ядерный чемоданчик».

Манипулятивная — навязывание определённых интерпретаций: «иностранный агент», «пятая колонна».

Маркетинговая — формирование слоганов и мемов: «оставь свой след», «будущее уже наступило».

Эти выражения часто отражают общественные страхи, ожидания, политические установки и социальные тренды [2].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Виды синтагматических инноваций в медиатексте

Политико-идеологические

Используются для маркировки позиций, убеждений, оппозиции:

«враждебные СМИ», «цветная революция», «цифровая колонизация»

Социально-бытовые

Отражают повседневные реалии, часто с юмором:

«ковид-диссидент», «масочный режим», «удалёнка века»

Экспрессивно-журналистские

Создаются ради выразительности и оригинальности:

«экономический шторм», «шторм смыслов», «волна репрессий»

Меметические

Формируются в соцсетях, становятся интернет-мемами:

«зашквар», «токсичный контент», «зашёл, увидел, удалил»

Синтагматические новообразования в СМИ нередко становятся маркером идеологической принадлежности, признаком групповой идентичности или средством вирусного воздействия. Журналисты и блогеры сознательно используют яркие синтагмы для привлечения внимания и эмоционального отклика.

Такие выражения нередко создаются в условиях информационных войн и «постправды», когда значение слов играет второстепенную роль по сравнению с их эмоциональной окраской и влиянием на восприятие.

Примеры и контекст использования [3]

Синтагматическая инновация	Контекст/значение	Источник
«информационный пузырь»	ограниченное восприятие, фильтр реальности	аналитическая журналистика
«санкционная мясорубка»	гиперболизация экономического давления	политический дискурс
«цифровое рабство»	зависимость от технологий	публицистика
«бессмысленный и беспощадный пост»	ирония в соцсетях	интернет-сленг

Современные медиа функционируют в условиях тесного взаимодействия различных дискурсов: политического, экономического, развлекательного, молодежного, интернет-дискурса и т.д. Это явление носит название междискурсивности, и именно на этой грани рождаются многие синтагматические инновации.

Например [4]:

политический язык заимствует из молодежного: «партия хайпа»,
деловая лексика обогащается игровыми элементами: «перезагрузить экономику»,
меметика внедряется в аналитическую прессу: «новостная прокрастинация».

Такая креативность создаёт языковую гибкость, что особенно актуально в условиях клипового мышления аудитории.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Синтагматические инновации в СМИ представляют собой мощный инструмент языковой экспрессии, социального влияния и культурного

кодирования. Они отражают дух времени, быстро реагируют на события, формируют повестку и закрепляются в массовом сознании. Их изучение необходимо для понимания не только языковой динамики, но и механизмов медийной манипуляции, ценностных ориентаций общества и развития цифровой культуры.

ЛИТЕРАТУРЫ

1. Костомаров В.Г. Язык газеты и культура речи. — М.: Высшая школа, 2019.
2. Баранов А.И., Шмелёв А.Д. Современный медиадискурс: язык и влияние. — М.: Языки славянской культуры, 2010.
3. Гаспаров М.Л. Язык, память, образ: исследования по современной культуре. — СПб.: Академический проект, 2001.
4. Стернин И.А. Медиалингвистика и когнитивная прагматика. — Воронеж: Изд-во ВГУ, 2015.