

SCIENCE
PROBLEMS.UZ

ISSN 2181-1342

Actual problems of social and humanitarian sciences
Актуальные проблемы социальных и гуманитарных наук

Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari

9-son (5-jild)

2025

SCIENCEPROBLEMS.UZ

**IJTIMOIIY-GUMANITAR FANLARNING
DOLZARB MUAMMOLARI**

№ 9 (5) – 2025

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

TOSHKENT-2025

BOSH MUHARRIR:

Isanova Feruza Tulqinovna

TAHRIR HAY'ATI:

07.00.00- TARIX FANLARI:

Yuldashev Anvar Ergashevich – tarix fanlari doktori, siyosiy fanlar nomzodi, professor;

Mavlanov Uktam Maxmasabirovich – tarix fanlari doktori, professor;

Xazratkulov Abror – tarix fanlari doktori, dotsent;

Tursunov Ravshan Normuratovich – tarix fanlari doktori;

Xolikulov Axmadjon Boymahmatovich – tarix fanlari doktori;

Gabrielyan Sofya Ivanovna – tarix fanlari doktori, dotsent;

Saidov Sarvar Atabullo o'g'li – katta ilmiy xodim, Imom Termiziy xalqaro ilmiy-tadqiqot markazi, ilmiy tadqiqotlar bo'limi.

08.00.00- IQTISODIYOT FANLARI:

Karlibayeva Raya Xojabayevna – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Nasirxodjayeva Dilafruz Sabitxanovna – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Ostonokulov Azamat Abdukarimovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Arabov Nurali Uralovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Xudoyqulov Sadirdin Karimovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

Azizov Sherzod O'ktamovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

Xojayev Azizxon Saidaloxonovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent

Xolov Aktam Xatamovich – iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent;

Shadiyeva Dildora Xamidovna – iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent v.b.;

Shakarov Qulmat Ashirovich – iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.

09.00.00- FALSAFA FANLARI:

Hakimov Nazar Hakimovich – falsafa fanlari doktori, professor;

Yaxshilikov Jo'raboy – falsafa fanlari doktori, professor;

G'aybullayev Otabek Muhammadiyevich – falsafa fanlari doktori, professor;

Saidova Kamola Uskanbayevna – falsafa fanlari doktori;

Hoshimxonov Mo'min – falsafa fanlari doktori, dotsent;

O'roqova Oysuluv Jamoliddinovna – falsafa fanlari doktori, dotsent;

Nosirxodjayeva Gulnora Abdukaxxarovna – falsafa fanlari nomzodi, dotsent;

Turdiyev Bexruz Sobirovich – falsafa fanlari doktori (DSc), Professor.

10.00.00- FILOLOGIYA FANLARI:

Axmedov Oybek Saporbayevich – filologiya fanlari doktori, professor;

Ko'chimov Shuxrat Norqizilovich – filologiya fanlari doktori, dotsent;

Hasanov Shavkat Ahadovich – filologiya fanlari doktori, professor;

Baxronova Dilrabo Keldiyorovna – filologiya fanlari doktori, professor;

Mirsanov G'aybullo Qulmurodovich – filologiya fanlari doktori, professor;

Salaxutdinova Musharraf Isamutdinovna – filologiya fanlari nomzodi, dotsent;

Kuchkarov Raxman Urmanovich – filologiya fanlari nomzodi, dotsent v/b;

Yunusov Mansur Abdullayevich – filologiya fanlari nomzodi;

Saidov Ulugbek Aripovich – filologiya fanlari nomzodi, dotsent.

12.00.00- YURIDIK FANLAR:

Axmedshayeva Mavlyuda Axatovna – yuridik fanlar doktori, professor;

Muxitdinova Firyuza Abdurashidovna – yuridik fanlar doktori, professor;

Esanova Zamira Normurotovna – yuridik fanlar doktori, professor, O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatgan yurist;

Hamroqulov Bahodir Mamasharifovich – yuridik fanlar doktori, professor v.b.,;

Zulfiqorov Sherzod Xurramovich – yuridik fanlar doktori, professor;

Xayitov Xushvaqt Saparbayevich – yuridik fanlar doktori, professor;

Asadov Shavkat G'aybullayevich – yuridik fanlar doktori, dotsent;

Ergashev Ikrom Abdurasulovich – yuridik fanlari doktori, professor;

Utemuratov Maxmut Ajimuratovich – yuridik fanlar nomzodi, professor;

Saydullayev Shaxzod Alixanovich – yuridik fanlar nomzodi, professor;

Hakimov Komil Baxtiyarovich – yuridik fanlar doktori, dotsent;

Yusupov Sardorbek Baxodirovich – yuridik fanlar doktori, professor;

Amirov Zafar Aktamovich – yuridik fanlar doktori (PhD);

Jo'rayev Sherzod Yuldashevich – yuridik fanlar nomzodi, dotsent;

Babadjanov Atabek Davronbekovich – yuridik fanlar nomzodi, professor;

Normatov Bekzod Akrom o'g'li — yuridik fanlar bo'yicha falsafa doktori;

Rahmatov Elyor Jumaboyevich — yuridik fanlar nomzodi;

13.00.00- PEDAGOGIKA FANLARI:

Xashimova Dildarxon Urinboyevna – pedagogika fanlari doktori, professor;

Ibragimova Gulnora Xavazmatovna – pedagogika fanlari doktori, professor;

Zakirova Feruza Maxmudovna – pedagogika fanlari doktori;

Kayumova Nasiba Ashurovna – pedagogika fanlari doktori, professor;

Taylanova Shoxida Zayniyevna – pedagogika fanlari

doktori, dotsent;

Jumaniyozova Muhayyo Tojiyevna – pedagogika fanlari doktori, dotsent;

Ibraximov Sanjar Urunbayevich – pedagogika fanlari doktori;

Javliyeva Shaxnoza Baxodirovna – pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD);

Bobomurotova Latofat Elmurodovna — pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD).

19.00.00- PSIXOLOGIYA FANLARI:

Karimova Vasila Mamanosirovna – psixologiya fanlari doktori, professor, Nizomiy nomidagi Toshkent davlat pedagogika universiteti;

Hayitov Oybek Eshboyevich – Jismoniy tarbiya va sport bo'yicha mutaxassislarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish instituti, psixologiya fanlari doktori, professor

Umarova Navbahor Shokirovna– psixologiya fanlari doktori, dotsent, Nizomiy nomidagi Toshkent davlat pedagogika universiteti, Amaliy psixologiyasi kafedrasini mudiri;

Atabayeva Nargis Batirovna – psixologiya fanlari doktori, dotsent;

Shamshetova Anjim Karamaddinovna – psixologiya fanlari doktori, dotsent;

Qodirov Obid Safarovich – psixologiya fanlari doktori (PhD).

22.00.00- SOTSIOLOGIYA FANLARI:

Latipova Nodira Muxtarjanovna – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston milliy universiteti kafedra mudiri;

Seitov Azamat Po'latovich – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston milliy universiteti;

Sodiqova Shohida Marxaboyevna – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi.

23.00.00- SIYOSIY FANLAR

Nazarov Nasriddin Ataqulovich –siyosiy fanlar doktori, falsafa fanlari doktori, professor, Toshkent arxitektura qurilish instituti;

Bo'tayev Usmonjon Xayrullayevich –siyosiy fanlar doktori, dotsent, O'zbekiston milliy universiteti kafedra mudiri.

OAK Ro'yxati

Mazkur jurnal Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi Rayosatining 2022-yil 30-noyabrdagi 327/5-son qarori bilan tarix, iqtisodiyot, falsafa, filologiya, yuridik va pedagogika fanlari bo'yicha ilmiy darajalar yuzasidan dissertatsiyalar asosiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan.

“Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari” elektron jurnali 2020-yil 6-avgust kuni 1368-sonli guvohnoma bilan davlat ro'yxatiga olingan.

Muassis: “SCIENCEPROBLEMS TEAM” mas'uliyati cheklangan jamiyati

Tahririyat manzili:

100070. Toshkent shahri, Yakkasaroy tumani, Kichik Beshyog'och ko'chasi, 70/10-uy. Elektron manzil:

scienceproblems.uz@gmail.com

Bog'lanish uchun telefon:

(99) 602-09-84 (telegram).

MUNDARIJA

07.00.00 – TARIX FANLARI

Ahmadjonov Ahrorbek Shuhratbek o'g'li

THE JEWS OF CENTRAL ASIA DURING THE RUSSIAN EMPIRE AND SOVIET ERA:

THE LEGAL, SOCIAL, AND CULTURAL LIFE OF THE BUKHARAN JEWS 9-13

Xurramov Xamid Bobokul o'g'li

AMIR TEMUR DAVRIDA TERMIZ VA CHAG'ONIYON QANDAY O'RIN TUTGAN? 14-18

Zikirova Maxprat Soliyevna

HARBIY SOHADA VATANPARVARLIKNI KUCHAYTIRISH TENDENSIYALARI

VA ULARNING MILLIY XUSUSIYATLARI 19-25

08.00.00 – IQTISODIYOT FANLARI

Амбарцумян Анастас Алексеевич

СОСТОЯНИЕ И НЕКОТОРЫЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ

ЭНЕРГЕТИКИ УЗБЕКИСТАНА 26-38

Rajabov Alibek Xushnudbekovich

ILMIY-TADQIQOT VA ISHLANMALARNI MINTAQAVIY IJTIMOYIY-IQTISODIY

RIVOJLANISH TENDENSIYALARIGA TA'SIRI 39-46

Xaytboyeva Nigora Bakmamatovna

OPPORTUNITIES FOR USING CUSTOMER-ORIENTED MARKETING STRATEGIES

IN TEXTILE ENTERPRISES 47-52

Shixiyev Raxim Muhammedovich

QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASIDA QISHLOQ XO'JALIGI TEXNIKALARINING

RIVOJLANISH TENDENSIYALARI VA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASH

ISTIQBOLLARI 53-60

Pardayeva Ma'rifat Muzaffarovna

SURXONDARYO VILOYATI IQTISODIY RIVOJLANISHINING EKONOMETRIK

VA STATISTIK TAHLILI 61-66

09.00.00 – FALSAFA FANLARI

Navro'zova Gulchehra Nigmatovna

BAHOUDIN NAQSHBAND RUBOIYLARIDA VASL MASALASI 67-70

Yuldasheva Diloram Yuldashevna

O'ZBEKISTONDA AXBOROT XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHNING

DOLZARB MASALALARI 71-74

Mamadaliyev Mansurjon Mamajonovich

ZAMONAVIY JAMIYATDA FUTBOL FALSAFASINING AHAMIYATI 75-80

10.00.00 – FILOLOGIYA FANLARI

Ayimbetova Zamira

BADIIY ADABIYOTDA MOTIVLARNI TIZIMLASHTIRISH

VA TASNIFLASHNING NAZARIY ASOSLARI 81-87

<i>Kurbanbaev Djavod Aminbaevich</i> ANTROPOSENTRIZM PARADIGMASINING ASOSIY TUSHUNCHA VA TAMOIYILLARI	88-92
<i>Петросянц Эрнст</i> СЕЛЕБ-СЛОВА: ОККАЗИОНАЛИЗМЫ, РОЖДАЮЩИЕСЯ В МЕДИА	93-99
<i>Gulmuradova Sobira Rustam qizi</i> NAVOIY VA TILIMIZ	100-103
<i>Begmatova Sitora Bekzod qizi</i> ROMANTIZM OQIMINING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI VA ULARNING ASOSIY VAKILLARI	104-107

12.00.00 – YURIDIK FANLAR

<i>Firuz Muxitdinova</i> JAMIYAT BARQARORLIGI VA SHAXSIY BURCH: JAVOBGARLIK MADANIYATI HAQIDA TAHLILY MULOHAZA	108-113
<i>Qayumberdiyeva Dildora Doniyor qizi</i> NIZOLARNI HAL QILISHNING MUQOBIL USULI SIFATIDA MEDIATSIYA INSTITUTINING ROLI	114-123
<i>Narimanov Bekzod Abduvaliyevich</i> IJTIMOIY LOYIHALARNI AMALGA OSHIRISHDA NODAVLAT NOTIJORAT TASHKILOTLARI FAOLLIGINI YUKSALTIRISHNING INNOVATSION USULLARI	124-135
<i>Umarova Barno Akbutayevna</i> FUQAROLIK SUDLARIDA ATROF-TABIIY MUHITGA NISBATAN YETKAZILGAN ZARARLARNI UNDIRISH BILAN SUD AMALIYOTIDAGI MUAMMOLARNING AYRIM JIHATLARI	136-143
<i>Rasulov Baxtiyor Shavkatovich</i> ATMOSFERA HAVOSINI MUHOFAZA QILISH QONUNCHILIGI IJROSI USTIDAN PROKUROR NAZORATI	144-150
<i>Normatov Ermamat Toyir o'g'li</i> ATROF-MUHITNI MUHOFAZA QILISHDA XALQARO HUQUQ VA MILLIY QONUNCHILIK	151-164
<i>Karamanova Benazir</i> YANGI O'ZBEKISTONDA YOSHLARNING QONUN IJODKORLIGIDA ISHTIROKI	165-169
<i>Ametova Nurjamal Kudaybergenovna</i> JINOYATLARNI OLDINI OLISHDA QO'SHIMCHA JAZOLARNING PREVENTIV XUSUSIYATLARI	170-177
<i>Rajabov Sherzodbek Ravshanbekovich</i> NEUSTOYKA TO'LASH JAVOBGARLIK TURI SIFATIDA	178-181

13.00.00 – PEDAGOGIKA FANLARI

<i>Madaminova Gulzoda Madaminovna</i> VOLEYBOL MASHG'ULOTLARI ORQALI MAKTAB O'QUVCHILARINING JISMONIY SIFAT KO'RSATKICHLARINI RIVOJLANTIRISH	182-185
--	---------

Rizayeva Gulnoza Xikmatuloyevna

AKADEMIK LITSEYLARDA “ATOM VA YADRO FIZIKASI BO‘LIMI MAVZULARINI”
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR VOSITASIDA O‘QITISH METODIKASI. (“ELEMENTAR
ZARRALAR «BOG‘I». POZITRONNING KASHF ETILISHI. ANTIZARRALAR. ELEMENTAR
ZARRALARNI XARAKTERLOVCHI KATTALIKLAR. ELEMENTAR ZARRALAR
FIZIKASIDAGI SAQLANISH QONUNLARI. ORALIQ BOZONLAR-KUCHSIZ O‘ZARO
TA’SIRNING TASHUVCHILARI” MAVZUSI MISOLIDA) 186-197

Received: 15 August 2025
Accepted: 30 August 2025
Published: 15 September 2025

Article / Original Paper

CELEB-WORDS: NONCE WORDS EMERGING IN THE MEDIA

Petrosyants Ernst

PhD student

Uzbekistan State of World Languages University

Email: ernstpetrosyanc@gmail.com

Abstract. This article examines nonce words — individually stylistic neologisms that emerge in media discourse based on celebrities' proper names and actions. Nonce words are defined as context-dependent lexical items created for expressivity, evaluation, or satire, frequently formed by means of affixation, blending, clipping, and compounding. The analysis demonstrates the influence of the media on language change: nonce words mirror cultural phenomena and highlight the role of celebrities as linguistically creative agents.

Keywords: proper names, context-dependent words, linguistic-creative agent, media discourse, nonce words, mass media.

СЕЛЕБ-СЛОВА: ОККАЗИОНАЛИЗМЫ, РОЖДАЮЩИЕСЯ В МЕДИА

Петросянц Эрнст

Докторант (PhD)

Узбекский государственный университет мировых языков

ORCID: 0009-0004-6448-3547

Аннотация. Статья посвящена анализу окказионализмов — индивидуально-стилистических неологизмов, возникающих в медиадискурсе на основе имен собственных знаменитостей и их действий. Окказионализмы определяются как контекстно-обусловленные слова, создаваемые для выразительности, оценки или сатиры, часто через механизмы аффиксации, блендинга, клиппинга и словосложения. Анализ иллюстрирует влияние СМИ на языковую эволюцию: окказионализмы отражают культурные феномены, подчеркивая роль знаменитостей как лингвокреативных агентов.

Ключевые слова: имена собственные, контекстно-обусловленные слова, лингвокреативный агент, медиадискурс, окказионализмы, СМИ.

DOI: <https://doi.org/10.47390/SPR1342V5I9Y2025N14>

Введение

Окказионализмы, или авторские неологизмы, представляют собой индивидуально созданные слова, которые употребляются в конкретном речевом акте или тексте и, как правило, не фиксируются в словарях. Они могут формироваться по продуктивным и малопродуктивным моделям словообразования, а также возникать по уникальным, нестандартным схемам, нарушающим привычные нормы и закономерности языка.

К основным характеристикам окказионализмов относятся:

- зависимость от определённого контекста и ситуативная обусловленность;
- элемент новизны и свежести восприятия;
- единичность и неповторимость;

- необычность формы или значения;
- производный характер, при котором слово создаётся заново, а не воспроизводится [1].

Окказиональные единицы возникают в живой речи, однако при благоприятных условиях могут закрепляться и переходить в активный словарный запас носителей языка. В устной коммуникации они нередко возникают спонтанно, по уже существующим моделям, без осознанного намерения говорящего. Подобные образования называют потенциальными словами: они существуют лишь в отдельном контексте и их значение легко реконструируется через морфемный состав и ситуацию употребления.

В современных средствах массовой информации одной из наиболее продуктивных стратегий является языковая игра с именами собственными. Как отмечают исследователи С. В. Ильясова и Л. П. Амири, игра с антропонимами представляет собой одну из самых частотных разновидностей графической и лексической игры в медиадискурсе. Речь идёт преимущественно об именах и фамилиях медийных фигур, чьи действия становятся объектом активного общественного обсуждения и критической оценки, выражаемой через языковую трансформацию их имён [3: 70].

Фамилии и имена представителей медийной сферы выступают своеобразным языковым «материалом» для журналистов и публицистов. Посредством словообразовательных преобразований они превращаются в выразительные окказионализмы, которые выполняют не только номинативную функцию, но и служат инструментом оценки, сатиры и иронии. Подобные практики свидетельствуют о том, что антропонимикон СМИ формируется преимущественно вокруг имён медийных знаменитостей, а сами они становятся значимым источником для порождения новых лексических единиц.

Языковая игра с именами собственными в медиадискурсе тесно связана с процессами неологизации и созданием окказионализмов. Подобные единицы, как правило, формируются по продуктивным словообразовательным моделям — аффиксации, клиппингу, блендингу или словосложению, — при этом сохраняется узнаваемая часть исходного антропонима, обеспечивающая прозрачность и идентифицируемость нового слова [1; 2; 5]. В результате возникают антропонимически мотивированные окказионализмы, выполняющие оценочную, сатирическую или ироническую функцию. Их эффективность в медиатексте во многом объясняется тем, что имя-основа уже обладает высокой степенью узнаваемости в массовом сознании. Благодаря этому новообразование легко интерпретируется читателем, одновременно сохраняя игровую природу и экспрессивность [4, 6].

Основная часть

Антропонимически мотивированные окказионализмы, возникающие на основе имени Тейлор Свифт, представляют собой интересные случаи практики словообразования в медиа и интернет-дискурсе. Тейлор Свифт – одна из наиболее узнаваемых современных артисток, вокруг её имени сложилось множество «окказионализмов» (терминов, связанных с конкретными событиями). Например, когда в 2014 году Свифт удалила всю свою музыку из сервиса Spotify, СМИ быстро окрестили

это событие «SwiftGate». Аналогично, медиа адаптировали её имя и для других публичных скандалов: Guardian, описывая инцидент 2009 года на MTV с участием Канье Уэста, называет его «SwiftGate» (отмечая, что этот эпизод «SwiftGate utterly shamed Kanye»). Эти примеры показывают, что крупные конфликты и истории со Свифт часто маркируются производными от её имени. Так, яркий пример — Swiftgate, созданный по аналогии с традицией «-gate» (например, Watergate), демонстрирует, как имя Свифт трансформируется в обозначение скандала, и служит для критической оценки ситуации. Модель словообразования — суффиксальный дериват с добавкой суффикса «-gate», сразу вызывающего ассоциации с коррупцией, политическими конфликтами и драмой [10].

Когда «-gate» - это суффикс: он добавляется к имени или другому слову для обозначения крупного публичного скандала, часто связанного с попыткой сокрытия информации. Примером также является «Ирангейт» (скандал, связанный с тайными поставками оружия в Иран) [11].

Кроме споров, появились и окказионализмы, связанные с её фанатской культурой. Так, в 2023 году в СМИ ввели термин «Taylor-gating» для описания случаев, когда фанаты собираются под концертными площадками The Eras Tour, чтобы слушать и подпевать выступлению извне. Business Insider отмечает: *«есть множество причин, почему люди “Taylor-gate”»* – например, технические трудности при покупке билетов или их дорогая цена. Taylorgating, происходит от термина tailgating (американская «встреча у парковки перед матчем») и включает фамилию певицы вместе с герундийной формой «-ing». Это сложение основ и кроме того с помощью суффикса «-ing» выражает действие, характерное для жанра фан-культуры, где имя становится частью культурного ритуала: поклонники, не имеющие билетов, собираются возле площадок Eras Tour, чтобы подпевать и танцевать. Этот неологизм отражает коллективную практику и чувство общности, превращаясь в медиасобытие [12].

Ещё одно понятие – «свифти» (swiftie) – обозначает особо преданных поклонников. По определению Urban Dictionary, swiftie это человек, который «знает все о её (Тейлор Свифт) жизни и музыке» и мечтает лично встретить Свифт, чтобы сказать, насколько она изменила ему/ей жизнь (urbandictionary.com). Все эти примеры демонстрируют, как имя/фамилия Тейлор Свифт порождает специальные термины, отражающие разнообразные аспекты её публичного образа и фандома [13].

Блендинг – словообразовательный приём, при котором новая лексема образуется путём объединения частей двух (или более) слов (обычно частей их корней) с сохранением некоторого смысла каждого компонента. В случае знаменитостей обычно берутся части имен или фамилий звёзд (часто супругов, коллег или постоянных тандемов) и складываются в одно слово. Так в английском языке широко известны «именнографические» портманто (составные никнеймы), объединяющие имена знаменитых пар. Например, сочетание имён актёров Брэд Питт и Анджелины Джоли дало неологизм Brangelina – портманто от «Brad» и «Angelina» Пример данного слова в онлайн издание: *«Six children, a \$70m vineyard and eight years of fighting: Brangelina’s two decades of drama»* [14]. Аналогично, Bennifer (объединение «Ben» + «Jennifer») долгое время употреблялось для обозначения пары Бена Аффлека и Дженнифер Лопес. Пример

данного словообразования показан в заголовке от издания The Guardian: «*Bennifer is over – again. But why does Ben Affleck and Jennifer Lopez's divorce feel so sad?*» [16].

В обоих случаях отражается восприятие пары как единого «целого» в медиа: названия Brangelina и Bennifer сразу указывают на конкретную знаменитую пару.

В разных исследованиях отмечают, что такие именные портманто часто фиксируются в прессе: «Типичный пример такого названия – Brangelina, составленный из имён Брэда Питта и Анджелины Джоли. К другим примерам можно отнести Kimye (Kim + Ye, отношения между бывшими супругами Ким Кардашьян и Канье Уэст) – обозначение пары Ким Кардашьян и Канье Уэста, а также J-Rod (Jennifer + Rodriguez) для Дженнифер Лопес и Алекса Родригеса. Все эти примеры демонстрируют комбинирование частей имён пары знаменитостей.

Кроме «парных» сочетаний, блендинг может сочетать имя звезды с другим словом. Например, неологизм Hathahate образован от фамилии актрисы Энн Хэтэуэй (Hathaway) и существительного hate («ненависть»). Этот термин описывает феномен внезапной волны негативного отношения к Хэтэуэй, и получил широкую известность в СМИ о «эры Hathahate» упоминалось в популярных статьях. Здесь часть фамилии (Hatha-) складывается с конечным словом «hate», что создаёт броское сочетание. Подобный приём встречается и в других примерах: иногда фанаты или пресса нарочно сочетают имя знаменитости с подходящим по смыслу словом, чтобы подчеркнуть характер явления.

Примером является статья «The Telegraph»: «*Hathahate: Why the world turned on poor Anne Hathaway*» [15].

Каждое из этих слов возникло как единое название, обозначающее конкретный культурный феномен или пару знаменитостей, подчёркивая их единство или характер ситуации. Важно, что блендинг здесь опирается именно на части имён и фамилий: он объединяет фонетические элементы и смысловые ассоциации двух референтов в одной новой лексеме.

Другой распространённый способ – аффиксация, когда к основе, образованной от имени знаменитости, добавляется суффикс или приставка. В частности, часто образуются прилагательные или существительные с помощью английских суффиксов. Классический пример – добавление суффикса –esque к имени Канье Уэста (Kanye), что даёт Kanyesque. Данный термин буквально означает «в стиле Канье» или «похожий на Канье». Он используется в заголовках и тексте статей для характеристики ситуации или стиля поведения, ассоциируемого с этим исполнителем. Например, в журнале «The Advocate» можно встретить заголовок «*A Kanyesque teachable moment about second line culture bias*» [17]. Таким образом, к фамилии знаменитости прибавляется морфема, указывающая на стилистическую или поведенческую схожесть.

Образование слов по схеме «имя + -esque» аналогично созданию прилагательных от фамилий исторических личностей (Kafkaesque, Orwellian и т. п.), но в современных неологизмах фигурируют именно живые звёзды и реальные события. Суффикс –esque подчёркивает «характерность» или стилистику образа. Аффиксация может использовать и другие суффиксы. Например, нередко к именам политиков прибавляют суффиксы –ism или –ist для обозначения идеологий или типов поведения: термины «Thatcherism» (Thatcher + -ism) и «Thatcherite» возникли для описания политики

Маргарет Тэтчер. Согласно одному исследованию, схема «имя собственное + -ism/-izm» приводит к таким словам, как Blairism, Putinism и т. д. В медиа эти сочетания служат для подчёркивания идеологических черт, связанных с именем лидера. Хотя названные «изм» -словоформы скорее относятся к политическим деятелям, сам механизм аффиксации одинаково применим и к любым известным личностям. В целом, аффиксация с именем знаменитости даёт новые прилагательные и существительные, отражающие характерный стиль, политику или феномен, ассоциируемый с этой персоной.

Таким образом, образование неологизмов на основе имён и фамилий знаменитостей в актуальном языке опирается главным образом на блендинг и аффиксацию. Блендинг соединяет части имён известных людей с частями других слов (часто имён партнёров или подходящих по смыслу слов), создавая узнаваемые портманто. Аффиксация добавляет к имени морфему, указывающую на тип или стиль (например, -esque, -ism), формируя прилагательное или существительное, связанное со знаменитостью. Оба механизма проявляются в современном медиадискурсе и позволяют динамично конструировать новые лексические единицы.

В лингвистике неологизмы и окказионализмы часто возникают не только на основе имен собственных знаменитостей, но и под влиянием их действий, поведения или изобретенных ими выражений, которые становятся частью культурного и медийного дискурса. Такие лексические инновации отражают социокультурные тенденции, где знаменитости выступают как «лингвокреативные агенты», генерирующие новые слова для описания своих развлечений, скандалов или повседневных практик [7]. Это явление особенно заметно в эпоху цифровых СМИ, где действия звезд быстро монетизируются в вирусный контент, а связанные с ними термины эволюционируют от сленга к фиксированным неологизмам. Один из ярких примеров — термин «freak-offs», ассоциированный с «white parties» (белыми вечеринками) американского рэпера и продюсера Шона Комбса, известного как P Diddy. Термин «freak-offs» (или сокращенно «FO») представляет собой неологизм, возникший в медийном и юридическом дискурсе вокруг скандалов P Diddy. Согласно федеральным прокурорам Южного округа Нью-Йорка, «freak-offs» — это «расширенные сексуальные перформансы» (extended sexual performances). Как указано в обвинительном акте от сентября 2024 года, Комбс якобы использовал наркотики (кетамин, экстази и GHB) для поддержания «послушания и податливости» жертв, а также записывал события на видео, используя записи как «залог» (collateral) для шантажа. В статье Yahoo от 2024 года подробно объясняется значение термина в контексте обвинений, подчеркивая его роль как неологизма, мотивированного действиями знаменитости [18].

Происхождение термина коренится в сленге афроамериканской культуры и хип-хоп сообщества 1990-х–2000-х годов, где «freak» обозначает раскрепощенного человека (с песней Adina Howard «Freak Like Me», 1995), а «off» подразумевает «отрыв» или «выключение» от норм (Urban Dictionary). Таким образом, термин «freak-offs» — это неологизм, мотивированный действиями знаменитости, где P Diddy выступает как «автор» и популяризатор, превращая личные развлечения в культурный феномен. С лингвистической точки зрения, «freak-offs» — это компаунд (сложное слово), образованный по модели «noun + noun» с добавлением множественного суффикса -s.

Первый компонент «freak» — сленговый термин из афроамериканского вернакулярного английского (AAVE), обозначающий «странный» или «извращенный» [9]. Второй компонент «off» — сокращение от «freak out» или «blow off» (выпуск пара), но в контексте подразумевает «отрыв». Это типично для сленга в хип-хоп культуре, где неологизмы возникают для эвфемистического обозначения табуированных практик [8].

От сленга хип-хоп к обвинительному акту, он отражает влияние звезд на язык, подчеркивая риски эксплуатации. В 2025 году, с продолжающимися судами, такие неологизмы способствуют дебатам о этике знаменитостей, обогащая лингвистику примерами культурно-мотивированных инноваций. Дальнейшие исследования могли бы анализировать подобные термины в других культурах, подчеркивая глобальную роль СМИ в лексикализации скандалов.

Заключение

Анализ окказионализмов, мотивированных именами собственных знаменитостей и их действиями в медиадискурсе, позволяет подвести итоги ключевых лингвистических механизмов и социокультурных тенденций, определяющих эволюцию современного языка. Как показано в статье, окказионализмы — это не просто спонтанные новообразования, но целенаправленные инструменты выразительности, оценки и сатиры, возникающие в контексте живой речи и СМИ. Их характеристики, включая контекстную зависимость, новизну и единичность, делают их эффективным средством для отражения динамики общественной жизни, где знаменитости выступают как катализаторы языковых инноваций. В эпоху цифровых медиа, когда действия звезд мгновенно становятся вирусным контентом, такие неологизмы переходят от потенциальных слов к фиксированным лексическим единицам, обогащая словарь и формируя культурные нарративы.

Литература/References/Adabiyotlar:

1. Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия. М., 2000. (Zemskaya E. A. Aktivnye protsessy sovremennogo slovoпроизводства // Russkiy yazyk kontsa XX stoletiya. Moscow, 2000)
2. Иванова А. А. Влияние СМИ на формирование русского языка. E-Koncept, 86(586); 2016. <https://e-koncept.ru/2016/86586.htm> (Ivanova A. A. Vliyanie SMI na formirovanie russkogo yazyka. E-Koncept, 86(586), 2016.)
3. Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М.: Флинта, 2013. – 296 с. (Ilyasova S. V., Amiri L. P. Yazykovaya igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy. Moscow: Flinta, 2013. – 296 p.)
4. Казак М.Ю. Язык газеты: учеб. пособие – Белгород: ИД «Белгород», 2012. – 120 с. (Kazak M. Yu. Yazyk gazety: ucheb. posobie – Belgorod: ID "Belgorod", 2012. – 120 p.)
5. Касперова Л. Т., Смирнова Н. В., Блендинг в интернет-коммуникации: лингвокреативный аспект (на материале социальной сети «ВКонтакте»). М., 2022. URL: https://mediamonitorsu.ru/analiz-media-kontenta/?ELEMENT_ID=98414 (Kasperova L. T., Smirnova N. V. Blending v internet-kommunikatsii: lingvokreativnyy aspekt (na materiale sotsial'noy seti "VKontakte"). Moscow, 2022.)
6. Шмелева Е. С. Когнитивные механизмы и прагматический потенциал лингвокреативности (на материале The Economist). // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. — Т. 18. — No 3. — С. 78—86. (Shmeleva E. S. Kognitivnye mekhanizmy i pragmaticheskiy potentsial lingvokreativnosti

- (na materiale The Economist). // Vestnik NGU. Ser.: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya. 2020. — vol. 18. — No 3. — pp. 78–86.)
7. Behera B., P. Mishra. The Burgeoning Usage of Neologisms in Contemporary English. IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSRJHSS), 18 (3), 2013. — pp. 25-35.
 8. Eble C. Slang and Sociability: In-Group Language Among College Students. University of North Carolina Press, 1996. — 240 p.
 9. Smitherman G. Word from the mother: Language and African Americans. New York: Routledge, 2006. — 172 p.
 10. The Church; URL: <https://techcrunch.com/2014/12/05/swiftgate-and-the-future-of-music/>
 11. BBC; URL: https://www.bbc.com/russian/international/2011/12/111201_us_irangate_25anno
 12. Bussiness Insider; URL: <https://www.businessinsider.com/taylor-swift-the-eras-tour-taylorgating-experience-without-ticket-2024>
 13. Urban Dictionary; URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Swiftie>
 14. The Telegraph; URL: <https://www.telegraph.co.uk/films/2024/12/31/brad-angelina-brangelina-divorce-what-happened-two-decades/>
 15. <https://www.telegraph.co.uk/films/0/hathahate-why-the-world-turned-on-anne-hathaway/>
 16. The Guardian; URL: <https://www.theguardian.com/film/article/2024/aug/21/jennifer-lopez-ben-affleck-divorce-latest>
 17. The Advocate; URL: https://www.theadvocate.com/gambit/new-orleans/news/the-latest/deb-cotton-2010-a-kanyesque-teachable-moment-about-second-line-culture-bias/article_b2ec20ee-95d6-536f-a3a9-ab324f78948d.html
 18. Yahoo; URL: <https://www.yahoo.com/news/diddy-freak-off-meaning-explained-184738199.html>

SCIENCEPROBLEMS.UZ

IJTIMOYIY-GUMANITAR FANLARNING DOLZARB MUAMMOLARI

№ 9 (5) – 2025

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

“Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari” elektron jurnali 2020-yil 6-avgust kuni 1368-sonli guvohnoma bilan davlat ro'yxatiga olingan.

Muassis: “SCIENCEPROBLEMS TEAM”
mas'uliyati cheklangan jamiyati

Tahririyat manzili:

100070. Toshkent shahri, Yakkasaroy tumani, Kichik Beshyog'och ko'chasi, 70/10-uy. Elektron manzil:

scienceproblems.uz@gmail.com

Bog'lanish uchun telefon:

(99) 602-09-84 (telegram).