



Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2024. Т. 24, вып. 1. С. 20–25

Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism, 2024, vol. 24, iss. 1, pp. 20–25

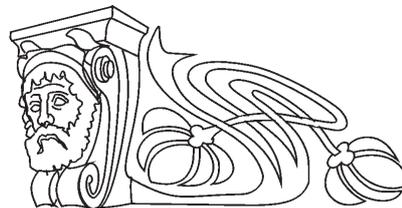
<https://bonjour.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1817-7115-2024-24-1-20-25>, EDN: XVMGZM

Научная статья

УДК 821.161.1'27'373.43:004.738.5

Экспрессивные способы создания новообразований в социальных сетях (на примере социальной сети «Telegram»)



В. Е. Замальдинов

¹Нижегородская академия Министерства внутренних дел Российской Федерации, Россия, 603144, г. Нижний Новгород, Анкудиновское шоссе, д. 3

²Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина, Россия, 603005, г. Нижний Новгород, ул. Ульянова, д. 1

Замальдинов Владислав Евгеньевич, кандидат филологических наук, ¹доцент кафедры иностранного языка и культуры речи, ²доцент кафедры русского языка и культуры речи, zvlad-nn@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4513-3571>

Аннотация. В статье анализируются экспрессивные способы создания новых лексических единиц. Материалом послужили контексты различного содержания, извлечённые из открытых ресурсов мессенджера «Telegram» за 2021–2023 гг. В исследовании применялись приём сплошной выборки, описательный метод с элементами интерпретационного анализа, словообразовательный анализ. Выявлены новые номинации, образованные с помощью контаминации. Подобные словообразовательные неологизмы используются для создания комического эффекта. Проанализированы контаминированные новообразования, которые участвуют в стратегии дискредитации православия. Новые лексические единицы свидетельствуют о низкой коммуникативной компетентности адресанта. Охарактеризованы тмезисные номинации. Доказано, что данные медийные новообразования обладают особой выразительностью, привлекают внимание пользователя. Рассмотрены новые номинации, возникшие в результате междусловного наложения. Подтверждено, что медийные новообразования, созданные с помощью междусловного наложения, выражают оценку и являются средством языковой игры. Проанализированы новые номинации, образованные в результате графикации и её разновидностей. Графические гибриды участвуют в создании намеренной двусмысленности, выражают индивидуальное начало, стимулируют фантазию читателей. Зафиксированы новые лексические единицы на базе прецедентных феноменов. Установлено, что подобные новые номинации привлекают внимание адресата, нарушают предсказуемость, усиливают выразительность заголовка. Обращено внимание на медийные новообразования, в состав которых в качестве производящих вовлекаются бранные и обценные лексемы. Агрессивные номинации вызывают у пользователей нежелательную эмоциональную реакцию, нарушают этические нормы речевого поведения. Результаты работы могут представлять интерес для преподавателей, студентов, курсантов, а также для всех интересующихся активными процессами в области словообразования.

Ключевые слова: новообразования, социальная сеть, Telegram, контаминация, тмезис, междусловное наложение, графикация, прецедентный феномен, бранная лексика, обценная лексика, стратегия дискредитации православия

Для цитирования: Замальдинов В. Е. Экспрессивные способы создания новообразований в социальных сетях (на примере социальной сети «Telegram») // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2024. Т. 24, вып. 1. С. 20–25. <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2024-24-1-20-25>, EDN: XVMGZM

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Expressive ways of creating new nominations in social networks (on the example of the Telegram social network)

V. E. Zamaldinov

Nizhny Novgorod Academy of the Ministry of the Internal Affairs of the Russian Federation, 3 Ankudinovskoe Hwy., Nizhny Novgorod 603144, Russia
Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, 1 Ulyanov St., Nizhny Novgorod 603005, Russia

Vladislav E. Zamaldinov, zvlad-nn@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4513-3571>

Abstract. The article analyzes expressive ways of creating new lexical units. The material consists of contexts of various contents extracted from the open resources of the Telegram messenger in the space of 2021–2023. Research methods and techniques include continuous sampling, the descriptive method with elements of interpretive analysis, word-formation analysis. New nominations formed with the help of contamination have been identified. Such word-forming neologisms are used to create a comic effect. The contaminated innovations that participate in the strategy of discrediting Orthodoxy are analyzed. New lexical units indicate a low communicative competence of the addresser. Tmesis nominations are characterized. It is proved that these media innovations have a special expressiveness, attract the user's attention. The new nominations that have



arisen as a result of the inter-word overlap are considered. It is confirmed that media innovations created with the help of inter-word overlay express evaluation and are a means of language play. The new nominations formed as a result of graphixation and its varieties are analyzed. Graphic hybrids participate in the creation of intentional ambiguity, express an individual element, stimulate the imagination of readers. New lexical units based on precedent phenomena are registered. It is established that such new nominations attract the attention of the addressee, disrupt predictability, enhance the expressiveness of the title. Such media innovations are noted, which have expletive and obscene lexemes in their structures as derivational bases. Aggressive nominations cause users to backlash, to violate ethical norms of speech behavior. The results of this paper may be of interest to teachers, students, cadets, as well as to anyone interested in active processes in the field of word formation.

Keywords: word-forming neologisms, social network, Telegram, contamination, tmesis, inter-word overlap, graphixation, precedent phenomenon, expletive, obscene vocabulary, strategy of discrediting Orthodoxy

For citation: Zamaldinov V. E. Expressive ways of creating new nominations in social networks (on the example of the Telegram social network). *Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism*, 2024, vol. 24, iss. 1, pp. 20–25 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2024-24-1-20-25>, EDN: XVMGZM

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Важную роль в общественной жизни страны играют социальные сети. Под ними мы понимаем онлайн-платформы, которые позволяют пользователям размещать информацию о себе, общаться между собой, создавать списки друзей. Социальные сети влияют на формирование мировоззрения и коммуникативного поведения носителей языка.

К крупнейшим социальным сетям можно отнести и мессенджер «Telegram». Он позволяет пользователям обмениваться сообщениями и фотографиями, совершать аудио- и видеозвонки, создавать внутри аккаунта группы.

В борьбе за внимание аудитории адресант активно использует в Telegram-каналах новообразования, созданные с помощью экспрессивных способов деривации. Новые лексические единицы участвуют в создании комического или сатирического эффекта, реагируют на изменения в общественно-политической жизни страны. Как справедливо отмечают исследователи, «интернет-среда стала своеобразной лабораторией, проводящей языковой эксперимент, результаты которого необходимо наблюдать и анализировать» [1, с. 53].

Цель работы – системное описание экспрессивных способов создания новообразований в социальной сети «Telegram».

Теоретической базой для проведения данного исследования послужили труды отечественных учёных, посвящённые словообразовательной неологии (С. В. Ильёва [2], Е. В. Петрухина [3], В. Е. Замальдинов [4, 5], Н. А. Николина [6], В. В. Катермина [7] и др.).

Изучение новых лексических единиц в различных социальных сетях началось относительно недавно (см., например, работы Л. Н. Ребриной [8], Д. А. Петренко, Э. В. Лихачёва, М. В. Чернышёвой [9], М. В. Ивановой, Н. И. Клушиной [10] и др.).

Новообразования в Telegram-каналах могут создаваться с помощью узуальных (общезыко-

вых) и неузуальных (окациональных) способов деривации. Однако повышенная экспрессивная окраска характерна именно для окациональных способов. Это связано с тем, что при создании неологизмов неузуального характера адресант сознательно нарушает действующие в языке словообразовательные законы.

Так, представлены в Telegram-каналах новообразования, возникшие в результате контаминации. Под данным способом компрессивного словообразования мы понимаем «проникновение первой части (не обязательно морфемы) одного слова в другое и вытеснение из этого другого слова его начала» [11, с. 135]. Приведём примеры: *Пивостранный агент* (заголовок) (Че. 03.06.2022) ← *пиво* + (ин)остранный; *Воскнедельник* (заголовок). *Момент, когда воскресенье перестает ощущаться как воскресенье, и начинается понедельничное беспокойство* (СловоДня. 26.06.2022) ← *воск(ресенье)* + (но)недельник.

Настороженность у адресата могут вызывать контаминированные заголовки, в которых адресант использует речевую стратегию дискредитации православия и тактику приравнивания данного направления в христианстве к психическим расстройствам. Г. А. Копнина пишет: «В информационно-психологической войне применительно к православию широко используются лексические единицы, репрезентирующие концепт “Болезнь” с целью формирования устойчивой негативной ассоциации православия с психическим заболеванием и тем самым отторжения от этой религии» [12, с. 210]. Приведём пример: *Иисус депрестос* (заголовок) (Че. 23.12.2022) ← *депресс(ия)* + (Иисус) (Хри)стос. Контаминированное новообразование *депрестос* способствует расшатыванию традиционных духовных ценностей общества, нарушает этическую приемлемость речи, участвует в формировании насмешливого отношения к представителям религиозной группы. Кроме того, подобные новые лексические единицы могут быть



поводом для возбуждения уголовного дела по ст. 148 Уголовного кодекса РФ (Нарушение права на свободу совести и вероисповеданий) [13].

Используются в Telegram-каналах новые лексические единицы, образованные с помощью тмезиса (вставки/вклинивания сегмента, морфемы, слова, словосочетания или предложения внутрь узуального слова). Проиллюстрируем сказанное: **Самотстоятельно** (заголовок). Когда пытаешься что-то сделать сам, но получается не очень (СловоДня. 19.05.2022) ← *самостоятельно* + *отсто(й)*; **Актуаллочка** (заголовок). Алла, которая всегда кстати (СловоДня. 03.06.2022) ← *актуалочка* + *Алл(а)*; **Анастезия** (заголовок). Настя, которая всё время отмораживается (СловоДня. 08.09.2022) ← *анестезия* + *Наст(я)*; **СерНеГей** (заголовок). Сергей, к которому нет вопросов (СловоДня. 05.02.2023) ← *Сергей* + (*отрицательная частица*) *не*; **Не налыжатъ** (заголовок). Девиз любого лыжника (СловоДня. 16.02.2023) ← *налыжать* + *лыж(и)*; **ВоЛолдя** (заголовок). Владимир, у которого всё хорошо с чувством юмора (СловоДня. 10.05.2023) ← *Володя* + *лол*.

Продуктивны в интернет-коммуникации новообразования, созданные путём междусловного наложения. Суть данного незуального способа деривации заключается в том, что на финаль одной исходной лексемы накладывается омонимичное начало другой узуальной лексемы. Приведём примеры из нашей картотеки: **Тюльпаническая атака** (заголовок) (СловоДня. 08.03.2022) ← *тюльпан* + *паническая*; **Яндексюха** (заголовок). Ксения, которая вечно что-то ищет (СловоДня. 08.09.2022) ← «Яндекс» + *Ксюха*; **Отвалиса** (заголовок). Алиса, которую все достали (СловоДня. 03.10.2022) ← *отвали* + *Алиса*; **Телеграмотный** (заголовок). Человек, который использует только правильные мессенджеры (СловоДня. 28.10.2022) ← «Телеграм» («Telegram») + *грамотный*; **Тупятница** (заголовок). Конец рабочей недели, когда все уже тупят (СловоДня. 11.11.2022) ← *тупят* + *пятница*; **Космостас** (заголовок). Просто космос Стас (СловоДня. 05.02.2023) ← *космос* + *Стас*; **Хулиганя** (заголовок). Анна, которая любит подебосировать (СловоДня. 05.02.2023) ← *хулиган* + *Аня*; **Извинишко** (заголовок). Купить вино, чтобы загладить вину (СловоДня. 08.02.2023) ← *извини* + *винишко*; **Корзинаида** (заголовок). Зиночка, которая любит складывать всё в корзиночку (СловоДня. 02.03.2023) ← *корзина* + *Зинаида*; **Созвонь** (заголовок). Неприятный

созвон (СловоДня. 02.03.2023) ← *созвон* + *вонь*; **ГематоГена** (заголовок). Гена, которого любят дети (СловоДня. 18.03.2023) ← *гематоген* + *Гена*; **ВедьМаша** (заголовок). Мария, которая не стареет, всё про всех знает, и её лучше не обижать (СловоДня. 12.05.2023) ← *ведьма* + *Маша*; **Извинининдзя** (заголовок). Человек, который умеет мастерски оправдываться за свои косяки (СловоДня. 13.06.2023) ← *извини* + *ниндзя*; **АнаЛиза** (заголовок). Лиза, которая вечно всё анализирует (СловоДня. 02.07.2023) ← *анализ* + *Лиза*; **Русландыш** (заголовок). Руслан, который вкусно пахнет (СловоДня. 10.07.2023) ← *Руслан* + *ландыш*; **Поговорислинг** (заголовок). Когда надо хорошенько поговорить, попивая рислинг (СловоДня. 25.08.2023) ← *поговори* + *рислинг*; **Приколлега** (заголовок). Коллега, который думает, что умеет шутить (СловоДня. 08.09.2023) ← *прикол* + *коллега*; **Сергейзер** (заголовок). Сергей, который фонтанирует идеями (СловоДня. 18.09.2023) ← *Сергей* + *гейзер*; **Вулканя** (заголовок). Анна, которая очень горяча и может однажды сильно вспыхнуть (СловоДня. 22.09.2023) ← *вулкан* + *Аня*; **Чекапитан** (заголовок). Человек, который постоянно делает чекапы (СловоДня. 10.10.2023) ← *чекап (check-up)* + *капитан*.

При междусловном наложении может происходить усечение конечной части первого производящего слова. Проиллюстрируем сказанное: **Оптимиша** (заголовок). Михаил, который всегда оптимистично настроен (СловоДня. 07.09.2022) ← *оптими(ст)* + *Миша*; **Оправданя** (заголовок). Даниил (Данила), который всегда может найти оправдание (СловоДня. 07.09.2022) ← *оправдан(ие)* + *Даня*; **Склера** (заголовок). Очень забывчивая Валерия (СловоДня. 08.09.2022) ← *склер(оз)* + *Лера*; **Свалентин** (заголовок). Валя, который свалил (СловоДня. 03.10.2022) ← *свал(ить)* + *Валентин*; **ОтсТаня** (заголовок). Татьяна, к которой лучше не приставать (СловоДня. 05.02.2023) ← *отстан(ь)* + *Таня*; **ЗЛюся** (заголовок). Альтер эго любимой Людмилы, которую выбесили. Безопаснее не трогать, не говорить с ней, не смотреть на неё (СловоДня. 18.03.2023) ← *злюс(ь)* + *Люся*; **Токсюша** (заголовок). Токсичная Ксения (СловоДня. 18.03.2023) ← *токс(ичный)* + *Ксюша*; **Подливан** (заголовок). Ваня, который следит, чтобы у всех было налито (СловоДня. 10.05.2023) ← *подлива(ть)* + *Иван*; **РаспиСаха** (заголовок). Александр, у которого всё расписано (СловоДня. 10.05.2023) ← *расписа(ть)* +



Саша; ЦелеустремЛёха (заголовок). Алексей, который горы свернёт (СловоДня. 10.05.2023) ← целеустремлё(нный) + Лёха; *ПерезаГрузия* (заголовок). То, что мне срочно нужно (СловоДня. 10.05.2023) ← перезагруз(ка) + Грузия; *КардиОлег* (заголовок). Олег, который принимает всё близко к сердцу (СловоДня. 25.05.2023) ← кардиол(ог) + Олег; *Дизайка* (заголовок). Дизайнер, который всё понимает с первого раза (СловоДня. 13.06.2023) ← дизайн(ер) + зайка; *ВечерИнга* (заголовок). Инга, с которой что ни день – то праздник (СловоДня. 30.06.2023) ← вечерин(ка) + Инга; *Алколлега* (заголовок). Коллега, который всегда может принять не только ответственность (СловоДня. 08.09.2023) ← алко(голь) + коллега; *Похмеладзе* (заголовок). Состояние после весёлой тусовки, когда дошло до пения Меладзе (СловоДня. 10.09.2023) ← похмел(ье) + Меладзе.

Междусловное наложение может сопровождаться формальной заменой графем в новых лексических единицах: *Натащак* (заголовок). Вечно голодная Наталья (СловоДня. 22.08.2022) ← натошак + Наташа; *Прадевушка* (заголовок). Бывшая девушка (СловоДня. 08.11.2022) ← прадедушка + девушка; *Отстанься* (заголовок). Вечное женское да, или нет, или не знаю (СловоДня. 26.01.2023) ← отстань + останься; *Пожружки* (заголовок). Подружки, любящие пожрать (СловоДня. 17.02.2023) ← подружки + пожру; *Димагог* (заголовок). Дмитрий, который умеет незаметно манипулировать людьми (СловоДня. 18.03.2023) ← демагог + Дима; *НаДеньга* (заголовок). Надежда, которая очень любит деньги (СловоДня. 18.03.2023) ← Наденька + деньги; *Настящая* (заголовок). Трушная Анастасия (СловоДня. 10.07.2023) ← Настя + настоящая; *Брутал* (заголовок). Человек, предпочитающий брут (СловоДня. 25.08.2023) ← брутал + брут; *Куртизанка* (заголовок). Девушка с лёгкой социальной ответственностью, которая играет в теннис (СловоДня. 11.09.2023) ← куртизанка + курт.

Особый интерес для потребителей представляет новообразование *Гдепрессия* (Состояние из-за отсутствия пресса) (СловоДня. 03.03.2023) ← где пресс + депрессия. Оно образовано сочетанием междусловного наложения и голофразиса (слияния слов в одну языковую единицу). Голофрастические конструкции обладают, как правило, отрицательной оценочностью, контрастируют с остальным текстом публикации. По мнению И. А. Нефляшевой, «голофразис как

способ словообразования оказывается противопоставленным остальным способам сложения. Компрессия здесь <...> происходит только в области семантики» [14, с. 150].

Популярны в интернет-пространстве новообразования, возникшие в результате графической гибридизации (графиксации). Под данным неузальным способом деривации мы понимаем использование адресантом разнообразных средств параграфемии: шрифтового выделения, дефиса, скобок, кавычек и т.д.

Разновидностью графиксации является капитализация – употребление в узальной лексеме прописных букв. Так, в мессенджере «Telegram» она представлена следующими структурными типами:

– выделением одной буквы: *ПиРожное* (заголовок). То, что может умножить мою рожу на число Пи (СловоДня. 11.12.2021); *ВиноВник* (заголовок). Человек, который вник в вино (СловоДня. 17.09.2022); *РюМашка* (заголовок). Мария, которая никогда не откажет от «ну что, по последней?» (СловоДня. 18.03.2023); *РазвАлина* (заголовок). Алина, которая переработала (СловоДня. 18.03.2023);

– выделением трёх букв: *ЗаБАДали* (заголовок). Когда надарили много БАДов и витаминов (СловоДня. 21.11.2022); *Всем причастным хорошего дня, РАБотягам* соболезнуем (Лепра. 28.01.2023); *Резорт энд СПАть* (заголовок). Мой любимый вид отелей (СловоДня. 30.01.2023); *БАДминтон* (заголовок). Когда советуешь БАДы знакомым, а они тебе (СловоДня. 10.10.2023).

Кроме того, в интернет-коммуникации встречаются такие разновидности графиксации, как полиграфиксация (создание новых номинаций с помощью средств разных алфавитов) и голофразис: *QRасотица* (заголовок). Когда можно оплачивать мгновенно через СБП по квар-коду (СловоДня. 14.03.2023); *ЯжеВика* (заголовок). Виктория, которая постоянно говорит о себе (СловоДня. 18.03.2023).

Нередко в Telegram-каналах используются новообразования на базе прецедентных феноменов (ПФ). Под ПФ мы понимаем феномены «хорошо известные всем представителям национально-лингво-культурного сообщества <...>; актуальные в когнитивном <...> плане; обращение (апелляция) к которым постоянно возобновляется в речи представителей того или иного национально-лингво-культурного сообщества» [15, с. 44–45]. К ПФ относятся



стихотворные и прозаические цитаты, строки из известных песен, названия кинофильмов и художественных произведений, пословицы, поговорки и т.д.

Так, например, в социальной сети «Telegram» встречаются трансформации названий таких кинофильмов, как «Побег из Шоушенка» и «Звёздные войны»: «Побег из **хлебушенка**» (заголовок) (Че. 08.10.2021) ← хлеб + (Шо)ушенка; **Звёздные хвойны** (Че. 29.12.2022) ← хво(я) + войны. Подобные новообразования возникают в результате контаминации и междусловного наложения.

Довольно часто при создании новообразований адресант использует прецедентное имя – индивидуальное имя, связанное с известной ситуацией или прецедентным текстом: **Снеговиктор цой** (заголовок) (Че. 06.01.2023) ← снеговик + Виктор Цой. Отметим, что новая лексическая единица произведена путём междусловного наложения.

Новообразования на базе прецедентных феноменов получают широкое распространение в Telegram-каналах, задают тон публикации, привлекают внимание пользователей.

Отдельного внимания заслуживают дериваты, мотивированные бранной и обценной лексикой. Приведём примеры: **Еданутый** (заголовок). *Человек, который повернут на еде* (СловоДня. 19.04.2022); **Крипздец** (заголовок) *Падение рынка криптовалют* (СловоДня. 16.06.2022); **Пезделушка** (заголовок). *Девушка, которая не хочет работать...* (СловоДня. 07.10.2022); **Mood'ак** (заголовок). *Человек-настроение* (СловоДня. 22.12.2022); **Пиздекабрь** (заголовок). *Когда каждый день аврал...* (СловоДня. 25.12.2022); **Влю(блять)ся** (заголовок). *Русский язык очень мудрый, в нём всё что-то значит* (СловоДня. 23.01.2023); **Снегопадла** (заголовок). *Когда только расчистили снег, а его навалило ещё больше* (СловоДня. 09.03.2023); **ХуЯна** (заголовок). *Яна, которая может послать куда надо и куда не надо* (СловоДня. 18.03.2023); **Заебарби** (заголовок). *Когда уже нет сил смотреть, как переделывают свои фотки в барби* (СловоДня. 31.07.2023); **Заебигль** (заголовок). *Порода, у которой всё хорошо...* (СловоДня. 03.10.2023). Для создания данных номинаций адресант использует разнообразные незуальные способы деривации: междусловное наложение, контаминация, графическая гибридизация. Новые лексические единицы имеют грубо-агрессивный характер, вызывают у пользователей нежелательную эмоциональ-

ную реакцию, противоречат нормам речевого этикета. В связи с этим пишущие должны быть корректными и внимательными ко всем гражданам, проявлять терпимость к чужим мнениям, преподносить информацию максимально объективно. Как справедливо отмечает В. Н. Базылев, журналист «не имеет права переходить незримую для общественности грань, за которой наступает ответственность по закону» [16, с. 42].

Подводя итог, отметим, что на современном этапе развития языка Telegram-каналы являются главными «поставщиками» словообразовательных неологизмов. Нельзя не согласиться с Е. Я. Шмелёвой, что «интернет-коммуникация обладает не только большими возможностями для создания новообразований, но и гораздо большими возможностями отслеживания времени появления нового слова, частоты его употребления, особенностей функционирования и степени освоенности русским языком» [17, с. 46–47]. Для создания новых лексических единиц в интернет-коммуникации адресант, как правило, использует те же незуальные способы деривации, что и в печатных СМИ. Однако в Telegram-каналах становятся актуальными экспрессивные способы, которые находятся на периферии языка. К ним можно отнести, например, голофразис. Новообразования, возникшие в результате незуальных способов словообразования, имеют игровой характер, участвуют в создании комического эффекта, помогают выразить авторское отношение к предмету речи. На наш взгляд, многие словообразовательные неологизмы так и не выйдут за пределы интернет-среды с утратой актуальности явления или события.

Список литературы

1. Иванова М. В., Клушина Н. И. Креативные возможности языка в интернет-коммуникации // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. 2021. № 1 (103). С. 52–62. <https://doi.org/10.22204/2587-8956-2021-103-01-52-62>
2. Ильясова С. В. Будет ли covidно? Языковая игра через призму лингвэтики (на материале современных российских СМИ) // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. 2022. № 7. С. 169–172. EDN: ZSLRPK
3. Петрухина Е. В. Когнитивный механизм словообразовательных актов и универбация // Когнитивные исследования языка. 2022. № 4 (51). С. 336–341. EDN: PILWYY



4. Замальдинов В. Е. Новообразования как средство речевого воздействия в региональных нижегородских СМИ // Язык. Право. Общество : сб. ст. IV Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 11–13 октября 2016 г.) / под ред. О. В. Барабаш, Т. В. Дубровской, А. К. Дятловой, Н. А. Павловой. Пенза : Изд-во ПГУ, 2016. С. 218–221. EDN: XEXGYT
5. Замальдинов В. Е. Словообразовательные неологизмы в языке СМИ и интернет-коммуникации: эколлингвистический аспект // Экология языка и коммуникативная практика. 2019. № 4 (1). С. 13–19. <https://doi.org/10.17516/2311-3499-073>
6. Николina Н. А. Постфиксальные глаголы-неологизмы в современной русской речи // Языки и культуры в цифровую эпоху : сб. ст. по материалам Междунар. науч. конф. (Нижний Новгород, 28–30 октября 2022 г.). Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2022. С. 256–262.
7. Катермина В. В. Английские неологизмы с суффиксом *-ism*: семантический и стилистический потенциал // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2023. № 1 (48). С. 7–12. <https://doi.org/10.36622/AQMPJ.2023.87.72.001>
8. Ребрина Л. Н. Неодобряемые / одобряемые фрагменты современной социальной реальности: незуальные неонаминации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2023. Т. 22, № 2. С. 5–22. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.2.1>
9. Петренко Д. А., Лихачев Э. В., Чернышова М. В. Конструирование виртуальной языковой личности в социальной сети ВКонтакте (на материале немецкого языка) // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2023. Т. 9 (75), № 1. С. 78–85.
10. Иванова М. В., Клушина Н. И. Русский язык в современном интернет-пространстве: динамические процессы и тенденции развития // Русистика. 2021. Т. 19, № 4. С. 367–382. <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-367-382>
11. Намитокова Р. Ю. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект. Ростов н/Д : Изд-во Ростовского ун-та, 1986. 156 с.
12. Копнина Г. А. Речевые тактики и приемы дискредитации православия в современной информационно-психологической войне (на материале интернет-текстов // Политическая лингвистика. 2017. № 5 (65). С. 206–216.
13. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 29.12.2022, с изм. от 15.03.2023). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
14. Нефляева И. А. Окказиональное сращение: хештеги и мемы как факторы актуализации способа словообразования // Неология. Неография. 2021 : сб. ст. Междунар. науч. конф. (Санкт-Петербург, 01–02 декабря 2021 г.). СПб. : Ин-т лингвистических исследований РАН, 2022. С. 143–152.
15. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология : курс лекций. М. : Гнозис, 2002. 284 с.
16. Базылев В. Н. Инвективность медийного языка: логика понятия и оценочные коннотации // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : сб. науч. тр. Вып. 16. Орел : Орловский гос. ин-т культуры, 2019. С. 30–43. EDN: EXZRIE
17. Шмелева Е. Я. Интернет-коммуникация: новые тенденции в русском словообразовании // Верхневолжский филологический вестник. 2015. № 2. С. 46–52.

Поступила в редакцию 12.10.2023; одобрена после рецензирования 25.10.2023; принята к публикации 10.11.2023

The article was submitted 12.10.2023; approved after reviewing 25.10.2023; accepted for publication 10.11.2023