

УДК 811.161.1

DOI: 10.15593/2224-9389/2020.2.7

В.Е. Замальдинов

Получена: 24.04.2020

Принята: 18.05.2020

Опубликована: 04.08.2020

Нижегородская академия МВД России,
Нижегород, Российская Федерация

НЕУЗУАЛЬНЫЕ СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

В статье рассматриваются неузальные инновации. Материалом исследования послужил корпус новых номинаций, составленный по результатам сплошной выборки из сетевых медиатекстов. Проведён словообразовательный и структурно-семантический анализ новообразований. Подчёркивается, что в эпоху цифровизации сетевые издания стали неотъемлемой частью современной медиареальности. Интернет-СМИ побуждают читателя к определённым действиям, удерживают его внимание, взаимодействуют с аудиторией, отходят от традиционных правил правописания. Отмечается, что развитие сетевой прессы формирует новое мышление «цифрового поколения». Аудитория не обращает внимание на статьи без визуальных образов, часто не вникает в суть проблемы, теряет причинно-следственные связи, ленится читать длинные тексты. Информационная перегруженность породила такую форму восприятия, как клиповое мышление. Для носителей языка характерны высокая скорость обработки текстов, быстрое переключение внимания. В новых условиях журналистам приходится осваивать такие языковые средства, которые будут усиливать выразительность статьи, выражать авторскую позицию и вовлекать медиапользователя в процесс интерпретации текста. Выявлено, что огромным потенциалом в этом плане обладают инновации, созданные с помощью следующих окказиональных способов словообразования: контаминация (*бравоспектива, банкстеры, наспехтуция*), междусловное наложение (*муниципалево, тратный, франшизофрения*), графическая гибридизация (*СРОслись, СПИрт, НеСНОсно*), субституция (*вирус-мажорные, головомор*). Делается вывод о том, что подобные номинации активизируют внимание, дают возможность журналистам вступить с адресатом в языковую игру. Практическая значимость работы заключается в возможности применения её результатов в лексикографической практике при составлении словарей новых слов и в журналистской практике создания текстов.

Ключевые слова: *инновации, интернет-пространство, контаминация, междусловное наложение, графическая гибридизация, субституция.*

V.E. Zamaldinov

Received: 24.04.2020

Accepted: 18.05.2020

Published: 04.08.2020

Nizhny Novgorod Academy of the Ministry
of Internal Affairs of Russia,
Nizhny Novgorod, Russian Federation

NON-FORMAL WAYS OF CREATING NEW WORDS IN THE INTERNET SPACE

The article deals with non-formal techniques of word formation. The research material was the corpus of new nominations, compiled from a solid sample of online media texts. Word formation and structural-semantic analysis of innovations is carried out. It is emphasized that in the era of digitalization, online publications have become an integral part of modern media reality. Online media encourage readers to take certain actions, hold their attention, interact with the audience, and deviate from traditional spelling rules. It is noted that the development of the online press forms a new thinking of the «digital generation». The audience does not pay attention to articles without visual images, often does not delve into the essence of the problem, loses cause-and-effect relationships and is lazy to read long texts. Information overload has given rise to a form of perception called clip thinking. Native speakers are characterized by high speed of text processing and rapid switching of attention. In the new conditions, journalists have to master such language tools that will enhance the expressiveness of the article, express the author's position and involve the media user in the process of interpreting the text. It is revealed that the huge potential in this regard have innovations created using the following ad hoc ways of word formation: contamination (*бравоспектива, банкстеры, наслехтуция*), overlay (*муниципалево, тратный, франшизофрения*), graphic hybridization (*СРОслись, СПИрт, НеСНОсно*), substitution (*вирус-мажорные, головомор*). It is concluded that such nominations activate attention and give journalists an opportunity to engage in a language game with the addressee. The practical significance of the work lies in the possibility of applying its results in lexicographic practice when compiling dictionaries of new words and in journalistic practice of text creation.

Keywords: *innovation, Internet space, contamination, inter-word overlap, graphic hybridization, substitution.*

Введение

В эпоху цифровизации Интернет стал основным каналом и пространством для получения доступа к неограниченному количеству информации. По мнению исследователей, «Интернет сегодня является наиболее влиятельной сферой социальной коммуникации; <...> именно он оказывает наиболее значительное воздействие на изменение норм русского литературного языка» [1, с. 122]. В связи с развитием Интернета появилась такая разновидность СМИ, как сетевая журналистика. По словам А.А. Градюшко, «двойственная природа Интернета как источника получения информации и как возможности её оперативного распространения обуславливает его стремительное развитие. Прежде всего сегмента, именуемого сетевой прессой (сетевые СМИ, интернет-СМИ, онлайн-СМИ – общее название ресурсов, которые распространяют информацию по каналам глобальной сети)» [2, с. 19].

Для побуждения адресата к определённым действиям и удержания внимания читателя в виртуальном пространстве авторы статей взаимодействуют с

аудиторией, чутко реагируют на изменение её вкусов, отходят от традиционных правил правописания, ориентируются на визуальный характер восприятия информации, регулярно публикуют новости и т.д. Как отмечает Е.Ю. Коломийцева, «интернет-издания, блоги и социальные сети постепенно стали неотъемлемой частью современной медиареальности. Они учитывают и используют не только давние и неплохо изученные традиции работы “старых” СМИ, но и порождают новые методы и приёмы» [3, с. 123].

Клиповое мышление как феномен современного общества

Развитие сетевой прессы формирует новый образ жизни и мышления «цифрового поколения». На статьи без наглядной графики не обращается внимание, аудитория часто не вникает в суть проблемы, теряются причинно-следственные связи, снижается способность к анализу, длинные тексты вовсе не читаются. «Пользователя Интернета можно описать следующим образом: не читает, а смотрит; очень занят; не лоялен. В сети люди ленятся читать тексты, все хотят разглядывать фотографии и смотреть видео» [4, с. 45]. Обилие разнообразной информации породило такую форму восприятия, как клиповое (мозаичное) мышление. Однако для носителей такого способа познания действительности характерны высокая скорость обработки текстов и быстрое переключение внимания. «Клиповое мышление – это мышление зрительно-слуховое, оперирующее прежде всего образами. Причём оценка этих образов происходит не с помощью рации, а с помощью эмоционально-чувственного восприятия, то есть клип воспринимается, минуя аналитическую обработку» [5, с. 89].

Иллюстрация теоретических идей медийным материалом

В связи с клиповостью мышления журналистам приходится осваивать новые языковые средства, которые будут усиливать выразительность текста, выражать авторскую позицию и привлекать внимание читателя. Огромным потенциалом в этом плане обладают инновации неязыковых способов словообразования. Как отмечают исследователи, «огромные языковые ресурсы Интернета, мощность которых трудно переоценить, имеют особенно большое значение при изучении образования и употреблении новых слов в разнообразных текстах, представленных в Сети» [6, с. 141]. Использование подобных словообразовательных неологизмов (новообразований) делает текст ярким, активизирует внимание, даёт возможность журналистам вступить с адресатом в языковую игру. «Окказиональные слова отличаются тем, что при их образовании нарушаются (обычно сознательно, в целях экспрессивности) законы построения соответствующих общезыковых единиц, нормы языка» [7, с. 239].

К особым словообразовательным приёмам можно отнести контаминацию. «При контаминации часть одного из соединяемых в процессе деривации слов устраняется» [8, с. 56]: **Бравоспектива** (заголовок). *Браво «зажгут» ГЛАВCLUB на своё 35-летие 16 и 17 ноября* («Наша версия». 06.11.18) ← (группа) **«Браво»** + (пер)спектива; **Банкстеры** (заголовок). *«Антиотмывочный» закон спровоцировал самоуправство банкиров* («Наша версия». 12.08.19) ← банк + (ганг)стеры; **Наспехтуция** (заголовок). *Стоит ли нам торопиться с принятием поправок в Основной закон?* («Наша версия». 17.02.20) ← наспех + (консти)туция; **Вирусоника Трампа** (заголовок). *Президент США объявил в стране режим «чрезвычайной ситуации» из-за вспышки коронавируса* («Новая газета». 14.03.20) ← вирус + (эк)оника. Контаминированные номинации обладают прагматическим потенциалом, демонстрируют лингвокреативность журналистов, экономят речевые усилия, являются средством выражения иронической оценки. Как отмечает Н.А. Николина, «контаминация с периферии словопроизводства постепенно перемещается в центр современного экспрессивного словообразования» [9, с. 289].

Неожиданное орфографическое оформление получают инновации, созданные способом междусловного наложения. Данный способ словообразования представляет собой наложение конца одной основы и омонимичного начала другой основы двух узуальных лексем: **Муниципалево** (заголовок). *Как Владимир Путин разлучал муниципалитеты с их прежней жизнью* («Коммерсантъ». 31.01.20) ← муниципал(итеты) + палево; **Тратный труд** (заголовок). *10 февраля премьер-министр Михаил Мишустин на совещании с вице-премьерами поручил проанализировать причины возникновения денежных остатков по итогам расходования средств бюджета в 2019 году, в том числе средств нацпроектов, с применением дисциплинарных мер по итогам проверки* («Коммерсантъ». 11.02.20) ← трат(ы) + ратный; **Франшизофрения** (заголовок). *Продажа и покупка франшизы стали в России очень популярным бизнесом. В стране 2,6 тыс. таких предприятий – парикмахерские, кофейни и рестораны* («Коммерсантъ». 14.02.20) ← франшиз(а) + шизофрения; **Минздравый смысл** (заголовок). *Замена Скворцовой на Мурашко пользу медицине не принесёт* («Наша версия». 17.02.20) ← Минздрав + здравый; **Мероприятельские отношения** (заголовок). *Россия и Киргизия будут дружить годами подалее от Запада* («Коммерсантъ». 27.02.20) ← мероприя~~т~~(ие) + приятельские. Необходимо отметить, что распространение коронавирусной инфекции не могло не отразиться на языке: **Вирусь, куда ж несёшься ты** (заголовок). *Россия дождалась своего коронавируса* («Коммерсантъ». 01.02.20) ← вирус + Русь; **Симптом затруднённого отдыха** (заголовок). *Политическое противостояние России и Турции и вспышка коронавируса могут подтолкнуть туристическую отрасль к новому кризису. Аналитики не исключают, что вы-*

ручка российских туроператоров в этом году сократится на 30–50 %, а некоторые небольшие игроки обанкротятся («Коммерсантъ». 05.03.20) ← отдых + дыхание; **Ковидиот** происходит от двух отдельных слов: «COVID-19» и «идиот». Этим словом называют тех, кто чрезмерно паникует из-за пандемии коронавируса и игнорирует правила защиты от инфекции. Также им называют тех, кто скупает товары в магазинах и аптеках («ТСН.ua». 23.03.20) ← ковид + идиот; **Эпидемократический централизм** (заголовок). Регионы борются с коронавирусом блокпостами («Коммерсантъ». 09.04.20) ← эпидем(ия) + демократический. Возникновение подобных номинаций обусловлено реакцией журналистов на вспышку коронавируса в мире. С помощью «вирусных» инноваций адресанты выражают свою гражданскую позицию, привлекают внимание читателей к современным проблемам.

При междусловном наложении возможна замена графем в инновациях: Рынки охвачены **пандением** (заголовок). Инвесторы по всему миру реагируют на угрозу изоляции («Коммерсантъ». 13.03.20) ← пандемия + падение; **Муслимое** дело (заголовок). Авторы сериала «Магомаев», идущего сейчас на Первом канале, признавались, что стремились показать не привычный для зрителя сценический образ легендарного певца, а то, каким он был на самом деле («Новое дело – Нижний Новгород». 19.03.20) ← Муслим (Магомаев) + мыслимый; Тихая **орбитель** (заголовок). 10 апреля президент России Владимир Путин вышел на связь с экипажем Международной космической станции, поздравил его с надвигающимся Днём космонавтики и провёл совещание по вопросам развития отрасли («Коммерсантъ». 11.04.20) ← орбит(а) + обитель.

Как видно из примеров, эффективность способа междусловного наложения заключается в том, что с его помощью одна лексема может плавно переходить в другую. Подобные новообразования активизируют мыслительную деятельность читателя, отличаются семантической ёмкостью, эмоциональной (негативно-иронической) реакцией на окружающую действительность.

Журналисты предпочитают конструировать оригинальную единицу в интернет-текстах с помощью графической гибридизации, сущность которой заключается в графическом выделении сегмента. Для создания игрового окказионализма адресанты чаще всего используют капитализацию. «Мощное воздействие на зрительное восприятие оказывает такая разновидность графической гибридизации, как капитализация – употребление в узуальном слове прописных букв» [10, с. 276]: **Аудиторы СРОслись** (заголовок). **Растянувшееся** более чем на три года объединение саморегулируемых организаций (СРО) на рынке аудита подошло к концу («Коммерсантъ». 03.12.19); **Не СПИрт** (заголовок). **На чём «погорела» экс-замглавы Росалкогольрегулирования Ирина Голосная** («Наша версия». 20.12.19); **НеСНОсно** (заголовок). **Как в Петербурге сносят и «аварируют» исторические здания ради коммерческого новодела** («Наша версия». 18.02.20); **«Швейцария». ПереПАРКуется ли нижегородская**

власть (заголовок)? Весной 1903 года на Арзамасской дороге у станции Мыза на площади двух десятин учениками школ Нижнего Новгорода было высажено около 1000 саженцев трёх-пятилетних сосенок. <...> За короткий срок сложился небольшой зелёный массив, который за красоту народ назвал «Швейцарией» («Нижний сейчас». 17.03.20); **ЭТАЛОНное** шулерство (заголовок). Покупка строительной группы компаний «Эталон» из Санкт-Петербурга Владимиром Евтушенковым может привести к её уничтожению («Наша версия». 26.03.20). Как видно из примеров, графическая игра может проявляться в сфере глаголов, имён существительных, наречий, имён прилагательных.

Дополнительный смысл в новообразованиях могут вносить латинские элементы. «Иноязычные слова, попадая в русский язык, могут быстро ассимилироваться и активно использоваться носителями языка – и как готовая единица, и как база для создания разнообразных производных, в том числе полиграфиксатов» [11, с. 313]: **COVIDная** перспектива: шипы коронавируса помогли найти эффективное лекарство от него (заголовок). Найден быстрый способ переориентировать уже одобренное для применения в Японии лекарство от хронического панкреатита для подавления инфекции COVID-19 («Известия.Ru». 17.03.20) ← COVID + солидная; **COVIDарность** (заголовок). В условиях самоизоляции петербуржцы читают детям сказки по телефону, общаются в онлайн-барах и развозят старикам бесплатную еду («Новая газета». 25.03.20) ← COVID + солидарность; **COVIDный** союз: какую помощь Китай окажет США в борьбе с коронавирусом (заголовок) («Baltnews». 27.03.20) ← COVID + солидный. Комбинирование латиницы с кириллицей придаёт тексту в сетевой медиареальности особую экспрессивность и броскость, привлекает внимание адресата, задействует его фоновые знания, способствует запоминаемости статьи. Однако, на наш взгляд, иностранные элементы должны только дополнять кириллицу, быть семантически мотивированными, иначе у читателя могут возникнуть сложности с интерпретацией новообразования. «Зона лингвоэкологического риска современной русской речи следует признать сферу, в которой осуществляются лингвокреативные практики игры кириллицы с латиницей» [12, с. 211].

Проанализированный материал показал, что виртуальное пространство пестрит графическими гибридами. Подобные номинации переключают языковые коды, развлекают читателя, возбуждают его интерес, создают комический эффект, «являются результатом лингвокреативного мышления» [13, с. 31]. Таким образом, «изменённая средствами графики внешняя форма слова останавливает внимание читателя и заставляет в новой оболочке искать новый смысл» [14, с. 297].

Игровую окказиональную номинацию журналисты могут создать с помощью заменительной деривации. При ней в исходном слове заменяется кор-

невая или другая неформантная часть: **Вирус-мажорные обстоятельства** (заголовок). *Власти РФ готовы учесть фактор эпидемии при исполнении госконтрактов* («Коммерсантъ». 10.03.20) – ср. исходное *форс-мажорные (обстоятельства)*; **Головомор** (заголовок). *Изолированная общественность обрушилась на «Зулейху» и Чулпан Хаматову, требуя себе не только другого прошлого, но и иного будущего* («Новая газета». 17.04.20) – ср. исходное *голомор*. Новообразования, созданные с помощью субституции, построены на эффекте обманутого ожидания, являются средством иронической оценки, демонстрируют творческие возможности журналистов и уход от клишированности.

Заключение

Обобщая наши наблюдения за инновациями в медиареальности, выскажем ряд соображений. Электронное коммуникативное пространство сформировало зрительно-слуховое мышление у читателей. «Неслучайно в научных и публицистических дискуссиях обсуждается реальная возможность возникновения нового типа культуры, отмечаются неизвестные ранее феномены – *клиповое мышление, сетевое мышление*» [15, с. 176]. В связи с этим журналистам пришлось находить такие языковые средства, которые будут эффективно воздействовать на аудиторию и привлекать её внимание. Одним из распространённых средств экспрессивизации текста стали инновации, созданные с помощью следующих окказиональных способов словообразования: контаминация, междусловное наложение, графическая гибридизация, субституция. Подобные номинации обладают оценочностью, активизируют внимание, дают возможность журналистам вступить с адресатом в языковую игру.

Список литературы

1. Клушина Н.И., Иванова М.В. Трансформация медийных жанров в коммуникативном пространстве интернета // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. – 2017. – № 3 (88). – С. 121–129.
2. Градюшко А.А. Сетевая пресса в системе СМИ. – Минск: Изд-во ЗАО «Современные знания», 2005. – 144 с.
3. Коломийцева Е.Ю. Актуальные тренды развития новых медиа // Вестник Волжск. ун-та им. В.Н. Татищева. – 2019. – Т. 1. – № 4. – С. 122–129.
4. Градюшко А.А. Основы творческой деятельности веб-журналиста. – Минск: Изд-во БГУ, 2019. – 239 с.
5. Симакова С.И. Роль СМИ в формировании клипового мышления // Высшее образование для XXI века: XIII Междунар. науч. конф.; Москва, 8–10 декабря 2016 г.: доклады и материалы. Круглый стол. Профессиональная подготовка в сфере масс-медиа. Ч. 1 / отв. ред. О.Е. Коханая. – М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2016. – С. 87–95.

6. Петрухина Е.В., Дедова О.В. Интернет как источник лингвистической информации (для изучения динамики русского словообразования) // Вестник Томск. гос. ун-та. Филология. – 2019. – № 57. – С. 137–159.

7. Земская Е.А. Современный русский язык. Словообразование. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 328 с.

8. Дедова О.В., Григорьева П.В. Игровое словообразование в современном русском языке // Вестник Моск. ун-та. Сер. 9: Филология. – 2018. – № 5. – С. 49–64.

9. Николина Н.А. Типы и функции контаминированных образований в современной русской речи // Труды Института русского языка им. В.В. Виноградова. – 2017. – Т. 13. – С. 288–295.

10. Замальдинов В.Е. Графические гибриды как визуальные средства воздействия в современном медиатексте // Горизонты современной русистики: сб. ст. междунар. науч. конф., посв. 90-лет. юбилею акад. В.Г. Костомарова (30–31 января 2020 г.) / отв. ред. М.Н. Русецкая, М.А. Осадчий, И.А. Лешутина, В.И. Аннушкин [и др.] – М.: Изд-во гос. ин-та рус. языка им. А.С. Пушкина, 2020. – С. 275–279.

11. Галактионов А.П., Попова Т.В. Морфемные типы номинативных полиграффиксатов-симплексов в современном русском языке // Вестник Нижегород. ун-та им. Н.И. Лобачевского. – 2011. – № 5–1. – С. 313–317.

12. Иванян Е.П. Проблемы лингвоэкологии в свете лингвистики креатива // Уральский филологический вестник. Сер.: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. – 2018. – № 2. – С. 209–215.

13. Замальдинов В.Е. Графическая окказиональность как результат лингвокреативности в современных масс-медиа // Лингвистическое образование на современном этапе: российский и зарубежный опыт: сб. науч. ст. и материалов междунар. конф., посв. 15-лет.первого выпуска спец. в обл. лингвистики в Сургут. гос. ун-те / отв. ред. И.А. Курбанов. – Сургут: Изд-во Сургут. гос. ун-та, 2017. – С. 27–31.

14. Балахонская Л.В., Сергеева Е.В. Лингвистика речевого воздействия и манипулирования. – М.: Флинта: Наука, 2017. – 352 с.

15. Казак М.Ю. О функционально-стилистическом статусе языка массовых коммуникаций // Вестник Воронеж. гос. ун-та. – Сер.: Филология. Журналистика. – 2006. – № 2. – С. 176–180.

References

1. Klushina N.I., Ivanova M.V. Transformatsiia mediinykh zhanrov v kommunikativnom prostranstve interneta [Transformation of media genres in the online communication space]. *Vestnik Rossiiskogo fonda fundamental'nykh issledovani. Gumanitarnye i obshchestvennyye nauki*, 2017, no. 3 (88), pp. 121–129.

2. Gradiushko A.A. Setevaia pressa v sisteme SMI [Online press in the media system]. Minsk, *Sovremennye znaniia*, 2005.

3. Kolomiitseva E.Iu. Aktual'nye trendy razvitiia novykh media [Current trends in the development of new media]. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva*, 2019, vol. 1, no. 4, pp. 122–129.

4. Gradiushko A.A. Osnovy tvorcheskoi deiatel'nosti veb-zhurnalista [Basics of creative activity of a web journalist]. Minsk, BSU, 2019.

5. Simakova S.I. Rol' SMI v formirovanii klipovogo myshleniia [The role of the media in forming clip thinking]. *Vysshee obrazovanie dlia XXI veka*. Proc. XIII Int. Sci. Conf. (Moscow, Dec. 8–10, 2016). Part 1. Ed. O.E. Kokhanaya. Moscow, 2016, pp. 87–95.
6. Petrukhina E.V., Dedova O.V. Internet kak istochnik lingvisticheskoi informatsii (dlia izucheniia dinamiki russkogo slovoobrazovaniia) [The internet as a source of linguistic information (for studying the dynamics of Russian word formation)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*, 2019, no. 57, pp. 137–159.
7. Zemskaya E.A. Sovremennyi russkii iazyk. Slovoobrazovanie [Modern Russian language. Word formation]. Moscow, Flinta, Nauka, 2011.
8. Dedova O.V., Grigor'eva P.V. Igrovoe slovoobrazovanie v sovremennom russkom iazyke [Wordplay derivation in modern Russian]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9: Filologiya*, 2018, no. 5, pp. 49–64.
9. Nikolina N.A. Tipy i funktsii kontaminirovannykh obrazovaniy v sovremennoi russkoi rechi [Types and functions of contaminated constructions in modern Russian speech]. *Trudy instituta russkogo iazyka im. V.V. Vinogradova*, 2017, vol. 13, pp. 288–295.
10. Zamal'dinov V.E. Graficheskie gibridy kak vizual'nye sredstva vozdeistviia v sovremennom mediatekste [Graphic hybrids as visual means of influence in modern media text]. *Gorizonty sovremennoi rusistiki*. Proc. Int. Sci. Conf. dedicated to the 90th anniversary of Academician V.G. Kostomarov (January 30–31, 2020). Ed. M.N. Rusetskaya, M.A. Osadchy, I.A. Leshutina, V.I. Annushkin. Moscow, 2020, pp. 275–279.
11. Galaktionov A.P., Popova T.V. Morfemnye tipy nominativnykh poligrafikatsionno-simplyksovykh slov v sovremennom russkom iazyke [Morphemic structure of simple nominative polygraphically combined words in modern Russian]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo*, 2011, no. 5–1, pp. 313–317.
12. Ivanian E.P. Problemy lingvoekologii v svete lingvistiki kreativa [Problems of linguistic ecology in the light of linguistic creativity]. *Ural'skii filologicheskii vestnik. Seriya: Iazyk. Sistema. Lichnost': Lingvistika kreativa*, 2018, no. 2, pp. 209–215.
13. Zamal'dinov V.E. Graficheskaya okkazional'nost' kak rezul'tat lingvokreativnosti v sovremennykh mass-media [Graphic occasionality as a result of linguocreativity in modern mass media]. *Lingvisticheskoe obrazovanie na sovremennom etape: rossiiskii i zarubezhnyi opyt*. Proc. Int. Conf. Ed. I.A. Kurbanov. Surgut, 2017, pp. 27–31.
14. Balakhonskaya L.V., Sergeeva E.V. Lingvistika rechevogo vozdeistviia i ma-nipulirovaniia [Linguistics of speech influence and manipulation]. Moscow, Flinta, Nauka, 2017.
15. Kazak M.Iu. O funktsional'no-stilisticheskom statuse iazyka massovykh kommunikatsii [About the functional-stylistic status of language of mass communications]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika*, 2006, no. 2, pp. 176–180.

Сведения об авторе

**ЗАМАЛЬДИНОВ Владислав
Евгеньевич**
e-mail: *zvlad-nn@yandex.ru*

Кандидат филологических наук, преподаватель кафедры иностранного языка и культуры речи, Нижегородская академия МВД России (Нижний Новгород, Российская Федерация)

About the author

Vladislav E. ZAMALDINOV
e-mail: *zvlad-nn@yandex.ru*

Candidate of Philological Sciences, Teacher of the Department of Foreign Language and Culture of Speech, Nizhny Novgorod Academy of the Ministry of Internal Affairs of Russia (Nizhny Novgorod, Russian Federation)