

Ономатопеическая и эрративная лексика как текстообразующее лингвокреативное средство массмедиа

Тарасова М.С.

Государственный университет просвещения (ФГБОУ ВО ГУП), г. Москва, Российская Федерация

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1792-6187>, e-mail: mariannatarasova@gmail.com

Статья посвящена лингвокреативным особенностям языка СМИ. Автором проанализированы приемы языковой игры, основанные на эрративном словотворчестве и ономатопее. Выявлено, что использование подобных лексических единиц усиливает коммуникативное воздействие на аудиторию и аттракцию. Использовались методы наблюдения, словообразовательного и стилистического анализа, критический анализ медиадискурса, нацеленной выборки окказиональных единиц, эрративов, описательный. В качестве результата исследования представлены типы ономатопеических окказиональных единиц как лингвокреативного текстообразующего средства, в их числе охарактеризованы эрративы. Установлены функции этих единиц в программе про жизнь столичного кота Бублика на канале «Москва 24».

Ключевые слова: лингвокреативность, языковая игра, играма, ономатопея, эрратив, язык СМИ, кот Бублик.

Для цитаты: Тарасова М.С. Ономатопеическая и эрративная лексика как текстообразующее лингвокреативное средство массмедиа [Электронный ресурс] // Язык и текст. 2024. Том 11. № 2. С. 34–42. DOI: [10.17759/langt.2024110203](https://doi.org/10.17759/langt.2024110203)

Onomatopoeic and Errative Vocabulary as a Text-Forming Linguo-Creative Means of Mass Media

Marianna S. Tarasova

State University of Enlightenment, Moscow, Russia,

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1792-6187>, e-mail: mariannatarasova@gmail.com

The article is devoted to the linguistic and creative features of the media language. The author analyzes language game techniques based on errative word creation and onomatopoeia. It was revealed that the use of such lexical units enhances the communicative impact on the audience and attraction. Methods of observation, word-formation and stylistic analysis, critical analysis of media discourse, targeted sampling of occasional units, erratives, and descriptive were used. As a result of the study, types of onomatopoeic occasional units as a linguo-creative text-forming

means are presented, among them erratives are characterized. The functions of these units were established in the program about the life of the capital's cat Bublik on the channel "Moscow 24".

Keywords: linguistic creativity, language game, gameme, onomatopoeia, errative, media language, cat Bublik.

For citation: Tarasova M.S. Onomatopoeic and Errative Vocabulary as a Text-Forming Linguo-Creative Means of Mass Media. *Yazyk i tekst = Language and Text*, 2024. Vol. 11, no. 2, pp. 34–42. DOI:10.17759/langt.2024110203 (In Russ.).

Введение

Лингвокреативность в текстах СМИ служит для передачи коммуникативной интенции, усиления воздействия на адресата [14; 15]. Используемые при этом приемы языковой игры повышают экспрессивность речи, в том числе за счет сознательного нарушения авторами медиатекстов языковой нормы. Согласимся с Т.П. Крановой, что «языковая игра многофункциональна» и в текстах современных СМИ выполняет разнообразные функции: комическую, развлекательную, гедонистическую, характерологическую, фатическую, аттрактивную, компрессивную, смыслообразующую, выразительную, эстетическую, экспрессивную (воздействующую), дискредитирующую и оценочную [8, с. 5]. Нами также ранее рассматривалась лексическая креативность медийных текстов, направленная на привлечение внимания аудитории в рекреационных и развлекательных целях [13].

Языковая игра, в том числе в текстах СМИ, является предметом заинтересованного изучения как отдельных лингвистов, так и екатеринбургской школы «Лингвистика креатива». Как отмечает И.Т. Вепрева, лексическая сфера стала «самым чутким барометром, реагирующим на социальные изменения» [2, с. 116], что находит свое отражение в «массовом лингвокреативе», играющем в жизни современного человека не только «лингвистическую, но и социальную и культурологическую роль» [11, с. 287]. Прагматику кодов языковой игры в рекламе, медиатекстах и интернет-коммуникации текста в своих работах исследует Т.А. Гридина [3; 4; 5] и представители сформированной ученым научной школы.

Использование ономатопеи и эрративов при создании языковой игры в медиатекстах

В настоящей работе продолжим изучение в текстах СМИ языковой игры, связанной с использованием игром, эрративной лексики и ономатопеи. Материалом для исследования послужили тексты развлекательной программы про жизнь столичного кота Бублика на канале «Москва 24». Это около ста выпусков, в которых ведущий кот Бублик делится с москвичами полезными советами и новостями из жизни города. Тематически они подразделяются на три основных блока: «*Мрр вашему дому!*», «*Лучший город мрра*», «*Котейка рубль бережет*». Материал в исследованных нами видеороликах преподносится легко, с юмором, на «кошачьем» языке, хотя темы сюжетов важны для горожан: финансовая грамотность, реновация, транспортная инфраструктура, медицинское обслуживание и проч. Поддерживает развлекательный характер программы и формат видеоизображения: «целиком анимированный выпуск, или комбинированные съемки (расположение мультипликационного героя-ведущего в необходимых по сюжету локациях города)» [13, с. 341]. Программа имеет короткий

хронометраж, в среднем 35–40 сек., что отражает и общую концепцию эфирной сетки канала «Москва-24», который использует в основном такие (короткие) формы контента (15–45 минут) и в течение дня активно задействует повторы [9, с. 195].

Как мы отметили выше, ведущий *кот Бублик* разговаривает со зрителем «кошачьим» языком, который создается авторами программы с помощью сочетания таких лексических средств, как эрративы и ономатопы. Термин «эрратив» (от лат. *errare* в значении «ошибаться»), введенный Г. Гусейновым, означает слово или выражение, подвергнутое нарочному искажению носителем языка, владеющим литературной нормой, для придания особого эффекта [19] воздействия, создания заинтересованности, вовлечения в языковую игру. Ономатопея подразумевает словотворчество, связанное со звукоподражанием, фонетическим уподоблением окказиональных единиц неречевым звукокомплексам [10], в том числе наподобие «языка» животных. Согласимся с Э.В. Эрдниева, что в русском языке звукоподражания — активные участники словообразовательных процессов, т. к. являются производящей основой для различных частей речи [18].

Видеоролики про кота Бублика выходят с субтитрами, поэтому зритель может быть уверен, что не ослышался, заметив необычное слово. Для нашего исследования это также полезно, т. к. нередко игры в речи кота-ведущего оформлены с использованием графикации: ***Я это КОТегорически одобРМЯУ!; ПоздравьМЯУ!***

Рассмотрим примеры употребления в исследованном материале ономатопеической окказиональной лексики. Поскольку ведущий программы «по происхождению» *кот*, то очевидно, что в составе текстов развлекательной программы использованы игры, базирующиеся на звукоподражании классическим кошачьим «мяу» и «мур»:

(1) *Я открыл портал! «Активный гражданин» — тут каждый может выразить свое мнение по всяким названиям! Ну, держись, Мяусква! Переименовать Котельники в КОТейники, станцию Беговую в Тыгыдовскую. А Фили... В Филе! Желательно куриное! К уголовному розыску вопросов нет. МУР-р-р — это всегда хорошо!*

(2) *Вот блин! Все они облагородили! И ЦАО, и ЗАО, и ЮВАО. А кто облагородит МЯО? Я тоже мяусквич! Мне положена набережная...вокруг миски. И современный фудкорт, сколько можно с пола есть?! И почему у меня в лотке опилки?*

(3) *Все. Включаю главное чувство мяусквича — чувство собственного достоинства. Звоню в диспетчерскую ругаться!*

Игры «*Мяусква*» и «*мяусквич*» подчеркивают столичное происхождение Бублика (в пресуппозиции: хозяйка Наташа взяла его в одном из приютов города) и по-кошачьи хозяйское отношение к своей территории (ср.: *Мы, москвичи, всем рады. Пусть только паспорт получит... Ветеринарный* [о новом питомце Наташи, собаке Зефирке]).

Языковая игра омофонов: звукоподражание «мур» и аббревиатура МУР – Московский уголовный розыск (*К уголовному розыску вопросов нет. МУР-р-р — это всегда хорошо!*), к которому у добропорядочного и законопослушного жителя столицы не должно быть вопросов.

(4) Бублик: *Прощай, дорогой друг! Мне будет тебя не хватать!* [смотрит в пустую миску]

Наташа: *Ну все, Бублик. Импортный корм закончился, переходим на российский.*

Бублик: *Блин, страшновато... А буду выпендриваться, могут и меня импортозаместить.*

Я ж шотландец. Эх, была не была! Мы и не таких едали. [Ест] Ой! Сосисочненько... вполне себе колбасытненько, и даже... Фуа-грандиозно! А ведь работает импортозамурчение!

Композит *«импортозамурчение»* – пример языковой игры с актуальной лексикой современного периода. Тема санкций и импортозамещения — одна из наиболее востребованных в массмедийном дискурсе последних лет, в том числе и с точки зрения словообразования [12]. Соответственно, «импортозамещение» можно назвать «ключевым словом текущего момента» (понятие предложено Т. В. Шмелевой), что делает его «объектом активной и массовой языковой рефлексии» [17]. В данном случае сложное слово *«импортозамурчение»*, благодаря внедрению звукоподражательной части, приобретает особенную позитивную окраску: новый российский корм не только может заменить импортный, а он даже ‘очень вкусный’. Это подчеркивается контекстом, в котором используются окказиональные композитные наречия *«сосисочненько»*, *«колбасытненько»* и *«фуа-грандиозно»*, имеющие положительную «деликатесную» коннотацию. Считается, что коты от удовольствия, в том числе от вкусной еды, мурчат. Таким образом, *«импортозамурчение»* создает «у реципиента яркий акустический образ» [16], чтобы продемонстрировать, по замыслу авторов текстов, что новый российский корм очень понравился Бублику.

Подобный акустический образ представлен и в следующем контексте:

(5) Диктор в телевизоре: *В районе Ясенево откроют новый рекреационный центр. Площадки для йоги, боксерские груши и скалодром...*

Бублик спал на диване, вскочил: *ЧТО? Я возмущен! Площадка для йоги? Москвичи, да вас прогнуть пытаются!* [стоит, прогнув спину] *Боксерские груши?* [на лапках боксерские перчатки] *А где боксерские яблоки?* [стучит лапой в перчатке по яблоку] *Еще и скалодром!* [лезет вверх по шторе] *Да мы от ваших идей уже на стенку лезем! Ладно, нормальный центр. А не нравится он мне, потому что он в Ясенево. А я — нет!*

С помощью эрратива *«возмущен»*, основанного на звукоподражании, авторы текстов программы передают эмоции Бублика «кошачьим» языком.

(6) *На мос.ру есть целый раздел с благотворительностью... Ведь настоящий москвич всем помогает! Тем, кто прикован к постели... Вставай!* [сидит на груди у спящей хозяйки Наташи] *Тебе пора на работу, а мне — под одеялко! Помогает детям! Малыш, давай-ка я тебе помогу!* [придвигает себе миску с кормом собаки Зефирки] *Ты же одна явно все не съешь! Помогает животным... Потому что мяуимуцим нужна поддержка!*

(7) *Сегодня я буду цирковым котиком... Работаю со страховкой! И расскажу, какой она бывает. Кроме привычных* [на экране окошки: ‘автомобиль’, ‘гипс’, ‘пожар’], *бывают и необычные страховки. Например, страхование домашних животных, оно же — страхование мяуущества. Заболеет Бублик... Хозяйка получит на лечение рублик.*

В контекстах (6) и (7) представлены игремы, лексически связанные с владением домашними животными. Композит *«мяуимуцие»* (ср. малоимущие) обозначает хозяина, владельца кота. Эрратив *«мяуущество»* подразумевает мяукающее имущество, т. е. домашнего питомца, у которого тоже должны быть документы: ветеринарный паспорт, страховой полис.

(8) *Программа «Мой район» идет много лет... А программа «мой квартиру» начинается прямо сейчас! Ты моешь пол...* [у собаки Зефирки швабра в зубах] *А я буду пылесосить!*

[катается на роботе-пылесосе] Ты — вылизывай кухню... А я... миску! Ты почисти прихожую... А я историю браузера! [в истории просмотров: «Выставка голых кошек», «Голые кошки», «Сфинксы»] Главное — это грамотный **мяунеджмент**! Эх, что бы ты без меня делала!

(9) Диктор в телевизоре: Вы можете участвовать в жизни Москвы, предлагая свои идеи для развития на портале «Город Идеи»...

Бублик: А что? Есть и у меня идеи для **мяудернизации**! В общественном транспорте выделить места для пассажиров с котьми! В МФЦ помогать не только с оформлением, но и с кормлением. А в поликлиниках устроить чек-лап! Дерзайте и вы! Проявите свою незаурядную столичность!

В примерах (8) и (9) эрративы, окказионализмы с помощью звукоподражательного компонента придают исходным процессам (менеджмент и модернизация) направленность на «кошачьи нужды». «**Мяунеджмент**» подразумевает, что кот выступает руководителем в процессе уборки квартиры. «**Мяудернизация**» столицы должна, по мнению Бублика, включать различные обновления в сфере услуг для владельцев кошек и других домашних животных.

(10) У нас во дворе больницу реконструировали. Представляю, как доктора этому врачуду радуются! У окулиста глаза на мокром месте от счастья. Причем все! ЛОР повсюду свой нос сует... В новое оборудование! У аллерголога аж зудит, как всех вылечить хочется! А медбратья и медсестры молиться готовы на новый ремонт! Интересно, им там нужны **мяудицинские** работники?

(11) Московские поликлиники стали превращаться в **мяудицинские** центры! Ну, привет, чудо-юдо-робо-кот! Это раньше пациенты могли в очереди погавкаться. А теперь... Только мурчать будут. Пришел пациент к окулисту, а она ему со входа глазки строит. Записались на рентген? Она вас просвЕтит... в какой кабинет идти. А какая же она покладистая! Всю вашу тяжелую поклажу перевезет. Настоящий сервис с нечеловеческим лицом! Теперь в трех московских больницах, каждому заболевшему готовы протянуть еще и лапу помощи... Добро пожаловать, или, как говорится: наше вам с кисочкой! Ха-ха-ха!

Эрратив «**мяудицинский**» предполагает связь котов с медицинской сферой. А в примере (11) описывается новые роботы-помощники, размещенные в нескольких столичных больницах (см. **чудо-юдо-робо-кот**), которые имеют дизайн, напоминающий кота: выступы «ушки» на корпусе и мордочка кота на экране интерфейса — «сервис с нечеловеческим лицом» (ср. с прецедентным выражением «сервис с человеческим лицом», т. е. с высокой клиентоориентированностью).

Заключение

Итак, мы проанализировали еще один способ осуществления языковой игры, используемой в медиадискурсе для воздействия на адресата, зрителя. Хотя сами по себе звукоподражания «не способны передавать чувства, переживания, волеизъявления и т.п.», их сочетание с эрративами «усиливает и дополняет значение» [16] вновь созданных лексических единиц. Такие искаженные, деформированные слова и выражения создают особые фонетические эффекты, привлекают внимание аудитории.

Отметим, что эрративы напоминают окказионализмы, но это поверхностное сходство. Для окказионализмов характерно необычное употребление в содержательном плане или

оригинальное индивидуально-авторское словообразование, они «понятны на фоне контекста, ситуации, к которым “привязаны”, и модели или образца, которые послужили базой для их создания» [1]. Эрратив — это «искаженное слово, имеющее другой семантический контекст, но не изменяющее в корне своего значения» [6].

Д.Д. Корниук и В.В. Цицкун в рамках своего исследования употребления эрративов в речи провели социальный опрос и выяснили, «что чаще всего употребление эрративов обусловлено стремлением говорящего/пишущего усилить экспрессивную окраску речи, оживить повествование, придать ему шутливо-ироничный оттенок, поддержать непринужденное общение и т. д.» [7]. Подобные цели преследуют и на телевидении в работе над современным развлекательно-информационным контентом.

Языковая креативность, использование таких средств, как игры, эрративы и онамотопы, позволяют создавать лаконичные и неформальные медиатексты, обладающие высоким уровнем выразительности и воздействия на аудиторию.

Литература

1. Бельчиков Ю.А. Окказионализмы [Электронный ресурс] // Большая российская энциклопедия. URL: <https://old.bigenc.ru/linguistics/text/2686792> (дата обращения: 21.03.2023).
2. Вепрева И.Т. О креативном подходе к употреблению префиксальных глаголов в современном русском языке // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2022. № 2. С. 115–126.
3. Гридина Т.А. Реклама как игровой текст: прагматика кодов языковой игры // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. 2018. № 16. С. 36–48.
4. Гридина Т.А., Коновалова Н.И. Ассоциативные проекции слова в игровом медиатексте // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. 2019. № 17. С. 73–93.
5. Гридина Т.А., Талашманов С.С. Языковая игра в современной интернет-коммуникации: метаязыковой аспект // Политическая лингвистика. 2019. № 3 (75). С. 31–37. DOI: 10.26170/pl19-03-03.
6. Карась Л. «Рыбов продаете или просто показываете»: что такое эрративы и зачем они нужны [Электронный ресурс] // Теории и практики. URL: <https://business.theoryandpractice.ru/posts/19434-rybov-prodaete-ili-prosto-pokazyvaete-chto-takoe-errativy-i-zachem-oni-nuzhny> (дата обращения: 21.03.2023).
7. Корниук Д.Д., Цицкун В.В. Влияние эрративов на речь современной молодежи // Севастопольские Кирилло-Мефодиевские чтения. 2023. № 16. С. 75–84.
8. Куранова Т.П. Языковая игра в речи теле- и радиоведущих: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ярославль, 2008. 23 с.
9. Могилевская В.С. Программирование телеканалов двух столиц («Москва 24» и «Санкт-Петербург») как инструмент создания образа вещателя // Медиа в современном мире. 61-е Петербургские чтения: статьи участников ежегодного апрельского научного форума. Том 1. Санкт-Петербург: ООО «Медиапапир», 2022. С. 194–196.
10. Онамотопея [Электронный ресурс] // Словари и энциклопедии на Академике. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/23311> (дата обращения: 21.03.2023).
11. Ремчукова Е.Н. Феномены массового лингвокреатива: актуальный комплекс «понаехали – понаехали тут – понаехавшие» // Лингвистика креатива – 3 / под. общ. ред. проф. Т.А. Гридиной. Екатеринбург: ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2014. С. 286–303.
12. Тарасова М.С. Актуальная лексика периода экономических санкций 2014–2017 гг.

«Импортозаместительный»: семантика, употребление, коннотации // Политическая лингвистика. 2018. № 3 (69). С. 76–83.

13. Тарасова М.С. «Мрр вашему дому»: языковая игра как средство аттракции в СМИ // Русский язык в славянской межкультурной коммуникации: сборник научных трудов по итогам Международной научной конференции, посвященной 80-летию со дня рождения д-ра филол. н., профессора Войловой К. А. / отв. ред. О.В. Шаталова. М.: Постатор, 2023. С. 340–344.

14. Тарасова М.С. Слова-композицы в языке СМИ (на примере употребления композитных прилагательных в речи А. Доброва в программе «Добров в эфире») // Русский язык в славянской межкультурной коммуникации: сборник научных трудов по итогам международной научной конференции, посвященной 75-летию со дня рождения доктора филологических наук, профессора К.А. Войловой / отв. ред. О. В. Шаталова. М.: ИИУ МГОУ, 2018. С. 311–317.

15. Тарасова М.С. Сложные слова коронадискурса // Русский язык в славянской межкультурной коммуникации. Материалы Международной научной конференции, посвященной памяти доктора филологических наук, профессора К. А. Войловой / отв. ред. О.В. Шаталова. М.: Постатор, 2021. С. 249–253.

16. Хабибуллина О.А., Николаева А.В. Ономатопея как выразительное средство рекламного текста (на материале английского и немецкого языков) // Вестник ТГПУ. 2017. № 3 (180). С. 68–74.

17. Шмелева Т.В. Кризис как ключевое слово текущего момента // Политическая лингвистика. 2009. № 2 (28). С. 63–67.

18. Эрдниева Э.В. Звукоподражания как производящая основа знаменательных слов // Семантико-когнитивные исследования: межвузовский сборник научных трудов / под ред. И.А. Стернина. Вып. 9. Воронеж: ООО «Издательство РИТМ», 2018. С. 151–153.

19. Эрратив [Электронный ресурс] // Словари и энциклопедии на Академике. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/tuwiki/109190> (дата обращения: 21.03.2023).

References

1. Bel'chikov Yu.A. Okkazonalizmy [Elektronnyy resurs] [Occasionalisms]. Bol'shaya rossiyskaya entsiklopediya [Great Russian Encyclopedia]. Available at: <https://old.bigenc.ru/linguistics/text/2686792> (Accessed: 21.03.2023).

2. Vepreva I.T. O kreativnom podkhode k upotrebleniyu prefiksalykh glagolov v sovremennom rusском yazyke [On a creative approach to the use of prefixed verbs in modern Russian]. *Ural'skiy filologicheskiy vestnik. Seriya: Yazyk. Sistema. Lichnost': Lingvistika kreativa = Ural Journal of Philology. Series: Language. System. Personality: Linguistics of creativity*, 2022, no. 2, pp. 115–126 (In Russ., abstr. in Engl.).

3. Gridina T.A. Reklama kak igrovoy tekst: pragmatika kodov yazykovoy igry [Advertising as a game text: the pragmatics of the language game codes]. *Psikholingvisticheskiye aspekty izucheniya rechevoy deyatel'nosti = Psycholinguistic aspects of the study of speech activity*, 2018, no. 16, pp. 36–48 (In Russ.).

4. Gridina T.A., Konvalova N.I. Assotsiativnyye proyeksii slova v igrovom mediatekste [Associative projections of the word in play media text]. *Psikholingvisticheskiye aspekty izucheniya rechevoy deyatel'nosti = Psycholinguistic aspects of the study of speech activity*, 2019, no. 17, pp. 73–93 (In Russ.).

5. Gridina T.A., Talashmanov S.S. Yazykovaya igra v sovremennoy internet-kommunikatsii: metayazykovoy aspekt [Language Game in Modern Internet Communication: Metalinguistic

Aspect]. *Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics*, 2019, no. 3 (75), pp. 31–37. DOI: 10.26170/pl19-03-03 (In Russ., abstr. in Engl.).

6. Karas L. «Rybov prodavote ili prosto pokazyvayete»: chto takoye errativy i zachem oni nuzhny [Elektronnyy resurs] [“Are you selling fish or just showing them”: what are erratives and why are they needed]. *Teorii i praktiki* [Theories and practices]. Available at: <https://business.theoryandpractice.ru/posts/19434-rybov-prodaete-ili-prosto-pokazyvaete-chto-takoe-errativy-i-zachem-oni-nuzhny> (Accessed: 21.03.2023).

7. Korniyuk D.D., Tsitskun V.V. Vliyaniye errativov na rech' sovremennoy molodozhi [The influence of erratives on the speech of modern youth]. *Sevastopol'skiye Kirillo-Mefodiyevskiyechteniya = Sevastopol Cyril and Methodius Readings*, 2023, no. 16, pp. 75–84 (In Russ.).

8. Kuranova T.P. Yazykovaya igra v rechi tele- i radiovedushchikh: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk [Language game in the speech of television and radio presenters. Ph. D. (Philology) Thesis]. Yaroslavl, 2008. 23 p. (In Russ.).

9. Mogilevskaya V.S. Programirovaniye telekanalov dvukh stolits («Moskva 24» i «Sankt-Peterburg») kak instrument sozdaniya obraza veshchatelya [Programming of TV channels in two capitals (“Moscow 24” and “St. Petersburg”) as a tool for creating the image of a broadcaster]. In: *Media v sovremennom mire. 61-ye Peterburgskiyechteniya: stat'i uchastnikov yezhegodnogo aprel'skogo nauchnogo foruma. Tom 1* [Media in the modern world. 61st St. Petersburg Readings: articles by participants of the annual April scientific forum. Volume 1]. 2022. Saint-Petersburg, Mediapapir, pp. 194–196 (In Russ.).

10. Onomatopeya [Elektronnyy resurs] [Onomatopoeia]. *Slovari i entsiklopedii na Akademike* [Dictionaries and encyclopedias on Academician]. Available at: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/23311> (Accessed: 21.03.2023).

11. Remchukova Ye.N. Fenomeny massovogo lingvokreativa: aktual'nyy kompleks «ponayekhali – ponayekhali tut – ponayekhavshiy» [Phenomena of mass linguistic creativity: the current complex “came in large numbers – came in large numbers here – came in large numbers”]. In: T.A. Gridina (ed.). *Lingvistika kreativa – 3* [Creative Linguistics – 3]. 2014. Yekaterinburg: Ural State Pedagogical University, pp. 286–303 (In Russ.).

12. Tarasova M.S. Aktual'naya leksika perioda ekonomicheskikh sanktsiy 2014-2017 gg. «Importozamestitel'nyy»: semantika, upotrebleniye, konnotatsii [Essential lexis of the period of economic sanctions of 2014-2017. “Import-substitutional”: semantics, usage, connotations]. *Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics*, 2018, no. 3 (69), pp. 76–83 (In Russ., abstr. in Engl.).

13. Tarasova M.S. «Mrr vashemu domu»: yazykovaya igra kak sredstvo attraktsii v SMI [“Meow to your home”: language game as a means of attraction in the media]. In: O.V. Shatalova (ex. ed.). *Russkiy yazyk v slavyanskoy mezhkul'turnoy kommunikatsii: sbornik nauchnykh trudov po itogam Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii, posvyashchennoy 80-letiyu so dnya rozhdeniya d-ra filol. n., professora Voylovoy K.A.* [Russian language in Slavic intercultural communication: a collection of scientific papers based on the results of the International scientific conference dedicated to the 80th anniversary of the birth of Doctor in Philology, Professor K.A. Voilova]. 2023. Moscow: Postator, pp. 340–344 (In Russ.).

14. Tarasova M.S. Slova-kompozity v yazyke SMI (na primere upotrebleniya kompozitnykh prilagatel'nykh v rechi A. Dobrova v programme «Dobrov v efire») [Composite words in the mass media language (on the example of using adjectives in A. Dobrov's speech in the program “Dobrov v efire”)]. In: O.V. Shatalova (ex. ed.). *Russkiy yazyk v slavyanskoy mezhkul'turnoy kommunikatsii: sbornik nauchnykh trudov po itogam mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii,*

posvyashchonnoy 75-letiyu so dnya rozhdeniya doktora filologicheskikh nauk, professora K.A. Voylovoy [Russian language in Slavic intercultural communication: a collection of scientific papers based on the results of the international scientific conference, dedicated to the 75th anniversary of the birth of Doctor in Philology, Professor K. A. Voilova]. 2018. Moscow: MRSU Ed. Office, pp. 311–317 (In Russ.).

15. Tarasova M.S. Slozhnyye slova koronadiskursa [Compound words of coronadiscourse]. In: O.V. Shatalova (ex. ed.). Russkiy yazyk v slavyanskoy mezhkul'turnoy kommunikatsii. Materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii, posvyashchonnoy pamyati doktora filologicheskikh nauk, professora K. A. Voylovoy [Russian language in Slavic intercultural communication. Materials of the International Scientific Conference dedicated to the memory of Doctor in Philology, Professor K.A. Voilova]. 2021. Moscow: Postator, pp. 249–253 (In Russ.).

16. Khabibullina O.A., Nikolayeva A.V. Onomatopeya kak vyrazitel'noye sredstvo reklamnogo teksta (na materiale angliyskogo i nemetskogo yazykov) [Onomatopoeia as an expressive means of the advertising texts (on the basis of the English and German advertising texts)]. *Vestnik TGPU = Bulletin of Tomsk State Pedagogical University*, 2017, no. 3 (180), pp. 68–74 (In Russ., abstr. in Engl.).

17. Shmeleva T.V. Krizis kak klyuchevoye slovo tekushchego momenta [Krizis (crisis) as the key word of the present moment]. *Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics*, 2009, no. 2 (28), pp. 63–67 (In Russ., abstr. in Engl.).

18. Erdniyeva E.V. Zvukopodrazhaniya kak proizvodnyashchaya osnova znamenatel'nykh slov [Onomatopoeia as a productive basis of significant words]. In: I. A. Sternin (ed.). Semantiko-kognitivnyye issledovaniya: mezhvuzovskiy sbornik nauchnykh trudov. Vyp. 9 [Semantic-cognitive studies: interuniversity collection of scientific works. Issue 9]. 2018. Voronezh: ООО «Izdatel'stvo RITM», pp. 151–153 (In Russ.).

19. Errativ [Elektronnyy resurs] [Errative]. Slovari i entsiklopedii na Akademike [Dictionaries and encyclopedias on Academician]. Available at: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/109190> (Accessed: 21.03.2023) (In Russ.).

Информация об авторе

Тарасова Марианна Сергеевна, кандидат филологических наук, ведущий редактор редакционно-издательского отдела управления маркетинга и коммуникаций, Государственный университет просвещения (ФГБОУ ВО ГУП), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1792-6187>, e-mail: mariannatarasova@gmail.com

Information about the author

Marianna S. Tarasova, PhD in Philology, Leading Editor, Editorial and Publishing Section of the Marketing and Communications Department, State University of Enlightenment, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1792-6187>, e-mail: mariannatarasova@gmail.com

Получена 29.05.2024
Принята в печать 15.06.2024

Received 29.05.2024
Accepted 15.06.2024