

На правах рукописи



Замальдинов Владислав Евгеньевич

**СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ НЕОЛОГИЗМЫ
КАК СРЕДСТВО РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ
(НА МАТЕРИАЛЕ НИЖЕГОРОДСКИХ СМИ НАЧАЛА XXI В.)**

Специальность 10.02.01 – русский язык

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Нижний Новгород – 2018

Работа выполнена на кафедре современного русского языка и общего языкознания Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Рацибурская Лариса Викторовна

Официальные оппоненты:

Попова Татьяна Витальевна, доктор филологических наук, профессор, ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», профессор кафедры иностранных языков;

Фатхутдинова Венера Габдулхаковна, доктор филологических наук, профессор, ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», профессор кафедры русского языка и прикладной лингвистики

Ведущая организация – **ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова»**

Защита состоится « 29 » ноября 2018 г. на заседании диссертационного совета Д 999.061.03 на базе ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина», ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва» по адресу: 603000, г. Нижний Новгород, ул. Б. Покровская, 37.

С диссертацией можно ознакомиться в фундаментальной библиотеке ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» по адресу: 603950, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23 и на сайте <http://diss.unn.ru>

Автореферат разослан « 26 » сентября 2018 года

Учёный секретарь
диссертационного совета



Юхнова Ирина Сергеевна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемое диссертационное исследование посвящено анализу словообразовательных неологизмов (новообразований) региональных (нижегородских) СМИ в постсоветскую эпоху и выявлению их структурно-семантической и функциональной специфики как средства речевого воздействия.

Исследование языка СМИ – одно из самых перспективных направлений современной лингвистики. Это связано с тем, что язык СМИ чутко реагирует на социально-политические изменения общества. Более того, усиление личностного начала, стилистическая «многогранность», ориентация на привлечение внимания аудитории привели к тому, что журналисты включили в свой арсенал и словообразовательные средства языка, активно создавая новообразования. Новые номинации становятся ярким средством речевого воздействия (РВ) на адресата.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения растущего потока новообразований в условиях «неологического бума»; актуальностью изучения различных приёмов, способов речевого воздействия в условиях усилившегося социально-политического противостояния в России в постсоветскую эпоху; недостаточной изученностью словообразовательных неологизмов (узуального и неузуального характера) как средства речевого воздействия в языке региональных СМИ начала XXI века.

В работе представлено комплексное описание словообразовательных неологизмов (новообразований) региональных (нижегородских) СМИ в постсоветскую эпоху и выявлена их структурно-семантическая и функциональная специфика как средства речевого воздействия.

Цель диссертационного исследования – выявить структурно-функциональную специфику словообразовательных неологизмов в нижегородских медийных текстах начала XXI века как средства речевого воздействия на сознание носителей языка.

Указанная цель предполагает решение следующих **задач**:

- охарактеризовать специфику речевого воздействия на основании анализа основных концепций речевого воздействия, представленных в науке;
- с учётом основных положений теории речевого воздействия и медиалингвистики охарактеризовать язык СМИ как сферу речевого воздействия;

- рассмотреть соотношение лингвистических понятий «неологизм», «окказионализм», «потенциальное слово», «новообразование»;
- выявить словообразовательные неологизмы в текстах нижегородских СМИ начала XXI века;
- определить способы создания словообразовательных неологизмов и дать классификацию данных способов в аспекте речевого воздействия; исследовать ключевые элементы деривационного пространства (способы, модели, словообразовательные средства) в аспекте речевого воздействия;
- определить когнитивно-дискурсивные функции словообразовательных неологизмов как средства речевого воздействия в текстах нижегородских СМИ начала XXI века;
- выявить наиболее актуальные в нижегородских медиатекстах стратегии и тактики речевого воздействия, которые реализуются с помощью словообразовательных неологизмов с определённой структурно-семантической спецификой.

Объектом исследования выступают словообразовательные неологизмы, представленные в региональных (нижегородских) СМИ начала XXI века.

Предмет изучения – структурно-функциональные особенности словообразовательных неологизмов как средства речевого воздействия в региональных СМИ.

Материалом исследования послужил корпус новообразований, составленный по результатам сплошной выборки из текстов нижегородских СМИ за 2011-2018 гг. Общее количество собранного и обработанного материала составило 389 единиц.

Источниками фактического материала послужили тексты современных региональных газет («Аргументы и Факты – Нижний Новгород», «Дзержинское время», «Ленинская смена», «Нижегородская правда», «Новое дело – Нижний Новгород», «Патриоты Нижнего» и др.), интернет-газет («Зеркало», «Правда ПФО» и др.), информационных агентств («Агентство политических новостей – Нижний Новгород», «Борское информационное агентство», «Нижний сейчас» и др.), журналистских блогов («Заноза» и др.), городского интерактивного портала («Открытый Нижний» и др.), нижегородской телестанции («Волга»), радиостанции «Европа плюс. Нижний Новгород».

Все рассматриваемые региональные СМИ ориентируются на близость к аудитории, дополняют создаваемую российскими журналистами информационную картину действительности.

При отборе материала использовались следующие лексикографические источники: Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов (М., 1969); Жеребило Т.В. Введение в языкознание: словарь-справочник (Назрань, 2015); Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов и понятий (Назрань, 2016); Козулина Н.А., Левашов Е.А., Шагалова Е.Н. Аффиксоиды русского языка. Опыт словаря-справочника / отв. ред. Е.А. Левашов (СПб., 2009); Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. (М., 2003); Лопатин В.В., Улукханов И.С. Словарь словообразовательных аффиксов современного русского языка (М., 2016); Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века: В 2 т. / Отв. ред. Т.Н. Буцева. Ин-т лингвистических исследований РАН (СПб., 2009); Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века: в 3 т. / под ред. Т.Н. Буцевой (отв. ред.) и Е.А. Левашова. Ин-т лингвистических исследований РАН (СПб., 2014); Русская грамматика: В 2-х т. / гл. ред. Н.Ю. Шведова. Фонетика. Фонология. Ударение. Интонация. Словообразование. Морфология (М., 1980); Русский язык: энциклопедия / гл. ред. Ю.Н. Караулов (М., 1997); Словарь новых слов русского языка (середина 50-х – середина 80-х гг.) / под ред. Н.З. Котеловой (СПб., 1995); Сводный словарь современной русской лексики: в 2 т. / АН СССР; Ин-т рус. яз.; под ред. Р.П. Рогожниковой (М., 1991); Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г.Н. Складчиковой. РАН, Ин-т лингвистических исследований (СПб., 2000); Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г.Н. Складчиковой (М., 2008); Ширшов И.Я. Толковый словообразовательный словарь русского языка (М., 2004).

В работе использовались следующие **методы и приёмы** исследования: приём сплошной выборки, метод непосредственного лингвистического наблюдения, общенаучный описательно-аналитический метод с использованием приёмов обобщения, интерпретации и классификации исследуемого материала, компонентный, словообразовательный, количественный виды анализов, а также контент-анализ.

Степень разработанности проблемы. Специфика речевого воздействия рассматривалась в трудах таких учёных, как Л.В. Балахонская, Г.Р. Власян, Э.И. Глинчевский, Е.А. Горло, Е.В. Денисюк, И.М. Дзялошинский, М.Р. Желтухина, О.С. Иссерс, Г.А. Копнина, А.А. Котов, Н.Н. Кошкарлова, Ю.Э. Леви, К.В. Машанова, О.Н. Мищук, Ю.И. Плахотная, Л.С. Полякова, А.П. Сковородников, И.А. Стернин, В.Е. Чернявская, Е.В. Шелестюк и др.

Активность деривационных процессов в последние десятилетия привлекла внимание лингвистов к проблемам неологии. Исследование новых номинаций в различных аспектах (словообразовательном, функционально-стилистическом, лингвокультурологическом и др.) связано с работами Л.П. Амири, Н.Г. Бабенко, Т.А. Гридиной, Э.С. Денисовой, Г.А. Заварзиной, Е.А. Земской, С.В. Ильясовой, Л.Д. Кадыровой, Л.Ю. Касьяновой, Л.П. Крысина, Н.А. Лавровой, В.В. Лопатина, А.Г. Лыкова, Е.В. Мариновой, З.И. Минеевой, Р.Ю. Намитоковой, И.А. Нефляшевой, Н.А. Николиной, Е.В. Петрухиной, Л.И. Плотниковой, Т.В. Поповой, М.В. Радченко, Л.В. Рацибурской, Е.В. Розен, Е.В. Сенько, Т.А. Сидоровой, Г.Я. Солганика, А.В. Спиридонова, С.И. Тогоевой, Э.А. Тугуз, И.С. Улуханова, В.Г. Фатхутдиновой, Н.И. Фельдман, Ю.Н. Шаталовой и др.

Вопросы медиакоммуникации, медиалингвистики рассматривались в исследованиях таких учёных, как З.К. Беданоква, М.Н. Володина, Т.Г. Добросклонская, М.Р. Желтухина, Н.И. Клушина, М.А. Кормилицына, В.Г. Костомаров, Л.А. Мардиева, О.Б. Сиротинина, С.И. Сметанина, Г.Я. Солганик и др.

Несмотря на достаточно большое количество работ по проблемам речевого воздействия, словообразования и неологии, медиакоммуникации, медиалингвистики, всё же, на наш взгляд, не получил достаточного освещения прагматический аспект в изучении словообразовательных неологизмов в региональных (нижегородских) СМИ.

Новизна результатов исследования, таким образом, заключается в комплексном описании словообразовательных неологизмов как средства речевого воздействия. В работе определяются факторы, способствующие реализации воздействующей функции региональных (нижегородских) новообразований, что не становилось ранее предметом рассмотрения в отечественной лингвистике. Выявляется структурно-семантическая специфика новообразований в аспекте речевого воздействия в связи с коммуникативными стратегиями и тактиками. Определяются когнитивно-дискурсивные функции

новообразований в языке нижегородских СМИ начала XXI века. Ключевые слова эпохи рассматриваются с учётом социально-временного фактора как ключевые элементы социокультурного пространства. Вводится понятие ключевых элементов деривационного пространства. Устанавливается связь между ключевыми элементами социокультурного и деривационного пространств. Кроме того, в научный оборот вводится новая лексика с 2011 года по 2018 год (первая половина).

На защиту выносятся следующие **основные положения**:

1. При изучении словообразовательных неологизмов нижегородских СМИ начала XXI века следует различать речевое манипулирование и речевое воздействие. В данной работе принимается точка зрения, согласно которой речевая манипуляция – это скрытое принуждение, разновидность речевого воздействия. Под речевым воздействием понимается целенаправленное влияние на установки, намерения, сознание аудитории с целью моделирования реальности и внесение выгодных для коммуникатора изменений, сопровождающихся вербальными и невербальными средствами.

2. Словообразовательные неологизмы как средство речевого воздействия следует рассматривать через выявление и описание коммуникативных стратегий и тактик, что позволяет определить закономерности выбора адресантом алгоритма действий для достижения коммуникативной цели. Реализация той или иной стратегии и тактики во многом зависит от структурно-семантических особенностей словообразовательных неологизмов.

3. Наиболее продуктивными словообразовательными способами в аспекте речевого воздействия в текстах нижегородских СМИ рассматриваемого периода являются узуальные способы создания словообразовательных неологизмов (суффиксация, префиксация, аффиксоидация, сложение).

4. В текстах региональных (нижегородских) СМИ наибольшую активность среди неузуальных словообразовательных способов в аспекте речевого воздействия проявляют разновидности гибридизации, представленные междусловным наложением и графической гибридизацией. Данные неузуальные способы обуславливают более высокую степень экспрессивности медийных текстов.

5. Словообразовательные способы, словообразовательные модели и словообразовательные средства (форманты) можно признать ключевыми элементами деривационного пространства в аспекте речевого воздействия.

Ключевые слова эпохи с учётом социально-временного фактора можно признать ключевыми элементами социокультурного пространства.

6. Новые номинации, опирающиеся на фоновые знания историко-культурного наследия (новообразования, созданные на базе прецедентных феноменов, ключевых элементов социокультурного пространства, а также связанные с проявлением вербальной агрессии), следует признать особенно эффективным средством речевого воздействия.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что на материале текстов нижегородских СМИ были выявлены структурно-семантические и когнитивно-дискурсивные закономерности функционирования словообразовательных неологизмов в аспекте речевого воздействия, связи последних с определёнными коммуникативными стратегиями и тактиками. Результаты работы позволяют определить тенденции развития словообразовательной системы современного русского языка и расширить представление о словообразовательных способах создания новых номинаций; вносят вклад в теорию речевого воздействия, дериватологию, неологию, когнитивную лингвистику, лингвокультурологию.

Практическая ценность работы определяется возможностью применения полученных результатов в практике вузовского преподавания курсов «Современного русского языка» («Словообразование», «Лексикология»), спецкурсов по неологии, языку СМИ. Кроме того, материалы настоящего исследования могут быть использованы в лексикографической практике при составлении словарей новых слов, в журналистской практике создания текстов, а также в лингвокриминалистике.

Апробация работы. Диссертация обсуждалась на заседании кафедры современного русского языка и общего языкознания Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, научном семинаре «Гуманитарные исследования и современная медийная ситуация» (г. Нижний Новгород, 2017), а также в летней школе «Мост над Волгой» Мининского университета (г. Нижний Новгород, 2017). Основные положения и отдельные выводы работы нашли отражение в выступлениях на региональных, всероссийских и международных конференциях (Барнаул 2017; Белгород 2017; Магнитогорск 2016; Москва 2016, 2017; Нижний Новгород 2015, 2016, 2017; Оренбург 2016; Пенза 2016; Санкт-Петербург 2016; Сургут 2017; Сыктывкар

2017; Чита 2016), в 30 публикациях по теме диссертации, в том числе в публикации 5 статей в изданиях, рекомендованных ВАК.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, библиографии (339 наименований) и приложения. Общий объём диссертации (без приложения) составляет 179 страниц машинописного текста.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обоснованы актуальность темы исследования; определяются цель, задачи работы, объект, предмет, материал, методы и приёмы исследования; характеризуются степень разработанности проблемы, научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы; описаны источники текстового материала; представлены положения, выносимые на защиту; приведены сведения об апробации основных положений работы.

Первая глава «Теоретические основы изучения словообразовательных неологизмов как средства речевого воздействия» включает в себя аналитический обзор современных исследований в области речевого воздействия, медиалингвистики, неологии, что служит теоретической и методологической базой для анализа словообразовательных неологизмов.

В разделе 1.1. «**Основы теории речевого воздействия**» излагаются вопросы, связанные с понятием и признаками речевого воздействия, даётся характеристика средствам массовой информации в аспекте речевого воздействия.

Речевое воздействие представляет собой целенаправленное влияние на установки, намерения, сознание аудитории с целью моделирования реальности и внесение выгодных для коммуникатора изменений, сопровождающихся вербальными и невербальными средствами.

В качестве основных выделены следующие признаки речевого воздействия: адресант стремится изменить сознание и установки адресата, не собираясь меняться самому; результат такого взаимодействия – изменения в психических характеристиках адресата; воздействие имеет социальную природу; основное средство воздействия – знаки¹.

¹ Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии: монография. – М.: НИУ ВШЭ, 2012. С. 14-15.

В работе охарактеризованы формы речевого воздействия (вербальное и невербальное), разграничены такие распространённые способы РВ, как убеждение и внушение.

Проблема речевого воздействия включает в себя множество частных вопросов. Одним из них является вопрос о соотношении РВ и манипуляции. Несмотря на сходство, данные явления имеют свои особенности. Так, под манипуляцией (манипулятивным РВ) понимается скрытое воздействие на человека с целью изменения мышления, поведения, вопреки его собственному мнению. Критерием, разграничивающим термины «речевое воздействие» и «манипуляция», является сознательность или бессознательность действий читателя.

В связи с тем, что медиатексты целенаправленно воздействуют на формирование общественного мнения, наблюдаются активизация экспрессивной функции СМИ, усиление индивидуализации медийных текстов, их полистилизм, интертекстуальность, вторжение в медийные тексты разговорной стихии.

Медиатексты могут усложняться различными средствами речевого воздействия. Так, к средствам, повышающим прагматическое воздействие медийного текста, можно отнести прецедентные феномены (ПФ), ключевые слова эпохи, речевую агрессию.

В разделе уточнено соотношение таких понятий, как коммуникативная стратегия и тактика. Коммуникативная стратегия в работе трактуется как комплекс речевых действий, с помощью которых достигается коммуникативная или практическая цель. Тогда как тактика понимается как речевое действие, направленное на реализацию стратегии. В исследовании рассматриваются отмечаемые учёными основные стратегии в СМИ: стратегия оценивания, стратегия разговорности, стратегия дискредитации, стратегия театральности, стратегия популяризации действий, игровая стратегия, стратегия привлечения и удержания внимания, стратегия компрессии текста, стратегия разоблачения, стратегия «свой круг», стратегия героизации.

В разделе 1.2. «Понятие и сущность словообразовательного неологизма» рассматривается проблема определения и классификации неологизмов, анализируется соотношение понятий «словообразовательный неологизм», «окказиональное слово», «потенциальное слово», «новообразование».

Под инновациями в данной работе понимаются новые явления на всех уровнях языка. Термины «инновации» и «новации» употребляются в качестве родовых обозначений новых единиц разных типов в языке и речи.

При всем разнообразии трактовок термина «неологизм» вслед за рядом исследователей (Н.З. Котеловой, Л.Ю. Касьяновой и др.) в работе учитываются следующие критерии (конкретизаторы) неологизмов: время, языковое пространство, вид новизны языковой единицы, установление структурных признаков новизны самого слова.

Важным вопросом в современной лингвистике является проблема типологии неологизмов. В работе описываются классификации неологизмов с учётом следующих признаков: форма языковой единицы, степень новизны, способ номинации, отношение к языку – речи, продолжительность существования, способ образования, условия и цели создания. Словообразовательные неологизмы составляют основной массив неономинаций и являются ярким экспрессивно-оценочным средством, средством речевого воздействия в текстах современных СМИ.

К словообразовательным неологизмам в работе относятся как новая узуальная лексика 90-х гг. XX в. – начала XXI в., отмеченная в словарях, так и неuzuальные новообразования. Под словообразовательными неологизмами в работе понимаются новые неодериваты, неолексемы, созданные при участии словообразовательного механизма языка (безотносительно к узусу). В аспекте речевого воздействия используются как синонимы термины «словообразовательный неологизм» и «новообразование». Термин «окказионализм» употребляется применительно к неuzuальным новообразованиям, которые возникают «по случаю», являются результатом разового словотворчества, не зафиксированы в словарях. В соответствии с широким пониманием сущности окказионализмов в данном исследовании в состав окказиональных лексем включаются и потенциальные слова (как неuzuальные новообразования, созданные, как правило, в соответствии с закономерностями словообразовательной системы), а любая неuzuальная единица рассматривается как окказиональная.

Вторая глава «Словообразовательные неологизмы в текстах нижегородских СМИ как средство речевого воздействия: структурно-семантический аспект» посвящена структурно-семантическому анализу словообразовательных неологизмов узуальных и неuzuальных способов словообразования в их связи с коммуникативными стратегиями и тактиками.

В разделе 2.1. «Словообразовательные неологизмы узуальных способов словообразования» анализируются новообразования, которые созданы с помощью таких способов словопроизводства, как префиксация, суффиксация, аффиксоидация, сложение.

На долю новообразований, созданных узуальными способами производства, в региональной (нижегородской) медиакommunikации приходится 58 % от общей массы инноваций. Наиболее продуктивными способами производства словообразовательных неологизмов являются сложение и именная префиксация с участием префиксов иноязычного характера, что связано с активизацией процесса заимствования, со стремлением журналистов к более компактным формам выражения.

В нижегородских СМИ префиксация (30 %) связана со стратегией оценивания, которая реализуется в тактике иллюстрирования отрицательного (*антирекорд, антирейтинг, антипремия*), выражения антипатии (*недоремонт, «недопосол»*), само-возвышения (*суперремонт, супер-арена, суперкрутой, мегаарена, мега-акция*); стратегией дискредитации, реализующейся в тактике иллюстрирования отрицательного (*псевдо-врач, псевдо-медик, псевдовыгоды, квазифронт, квазиСМИ*), создания «образа похорон» (*экс-зек, экс-опер*).

Суффиксация (10 %) по-прежнему остаётся продуктивным способом словообразования в текстах нижегородских СМИ. Данный способ охватывает в основном именные части речи при незначительном количестве наречий и глаголов. Речевое воздействие новообразований, созданных с помощью суффиксального способа, может быть связано со стратегией оценивания, реализующейся в тактике иллюстрирования отрицательного (*«полицейщина», «телевизионщина», «гламурить», «ураганил»*), иронизирования (*оперативненько, бюджетненько*); стратегией разговорности и тактикой иллюстрирования отрицательного (*«бомбилы», «решалы» «крупняк», блогерша, геймерша*); стратегией дискредитации и тактикой иронизирования (*журналишки*).

В последние годы увеличилась продуктивность образования инноваций с использованием аффиксоидов. В лингвистических работах выделяется даже способ аффиксоидации (Е.И. Коряковцева, Л.В. Рацибурская и др.). Новообразования в нижегородских СМИ, созданные с помощью аффиксоидов, составляют 27 % от общего числа словообразовательных неологизмов.

Значительную роль в современных СМИ играют префиксоиды, которые используются в экспрессивном словообразовании и отражают изменения

внелингвистической реальности. Так, речевое воздействие словообразовательных неологизмов может создаваться благодаря стратегии театральности, которая реализуется в тактике предупреждения (*лже-билеты, лже-кондуктор, лжекандидаты*) и тактике презентации (*топ-команды, топ-сборные*); стратегии популяризации действий, которая реализуется в тактике формирования положительного отношения к природе и закрепления норм «экологически грамотного» поведения (*эко-взгляд, эко-пикник*); стратегии оценивания, которая реализуется в тактике иллюстрирования отрицательного (*кибер-преступления, кибер-мошенники*) и тактике иронизирования («*наноасфальт*», *нано-протезы*).

Речевое воздействие новообразований с суффиксоидами основано, главным образом, на стратегии дискредитации и тактике иллюстрирования отрицательного (*Приваловгейт, «шпионгейт», Панамагейт, «гойхмания», «терактофобия»*); стратегии оценивания и тактике презентации (*ролломаны*).

Одним из продуктивных способов образования новых номинаций в современных СМИ является сложение (33 %). Данный способ словообразования представлен чистым сложением слов (*кот-желе, школа-ресторан*) и основ (*бизнес-счастье, секс-беспредел, стадно-стадионное, гречнево-административным, элитно-обшарпанный*). Проявлением прагматических свойств композитов является их социальная ориентированность, оценочность и экспрессивность. Мы полагаем, что воздействующий эффект достигается с помощью стратегии оценивания (тактика иронизирования, тактика иллюстрирования отрицательного, тактика презентации) и стратегии компрессии текста (тактика привлечения внимания).

В разделе 2.2. «Словообразовательные неологизмы незуальных способов словообразования» рассматриваются новообразования, созданные путём гибридизации и заменительной деривации.

Производство новообразований незуальными способами словообразования в региональных (нижегородских) СМИ менее активно (42 % от общей массы инноваций), чем узуальными. Так, путём гибридизации образовано 88 % новообразований, заменительной деривации – 12 %. Активность процесса гибридизации можно объяснить тем, что гибриды привлекают внимание адресата, стимулируют его фантазию, делают текст более выразительным.

В работе анализируются частные случаи гибридизации: контаминации, междусловного наложения, графической гибридизации. Под контаминацией

понимается «проникновение первой части (не обязательно морфемы) одного слова в другое и вытеснение из этого другого слова его начала»². Применительно к подобным случаям контаминации некоторые учёные используют термин «скорнение» (В.П. Григорьев, Н.А. Николина). В текстах нижегородских СМИ контаминация не представлена, зато в большом количестве представлены случаи междусловного наложения (16 %).

При междусловном наложении происходит «соединение двух слов в одно, в котором полностью сохраняются оба соединяющихся слова, но определённый фонемный отрезок нового слова принадлежит одновременно обоим мотивирующим частям»³: <...> *раздался из толпы сладкий голос Валерия **Мармеладзе*** (Новое дело. Нижний Новгород. 28.02.13) ← *мармелад* + (Валерий) *Меладзе*; *Нижегородская филармония им. Ростроповича отметит Старый новый год «**Карнавальсом**», сообщает пресс-служба филармонии* (NewsNN.ru. 11.01.16) ← *карнавал* + *вальс*. При междусловном наложении возможны формальные замены графем в новообразованиях: ***Паулиний** хвост* (заголовок). *Как Паулине Андреевой удалось увести Бондарчука из семьи* (Новое дело. Нижний Новгород. 08.09.16) ← *Паулина* + *навлиний* (хвост); ***Олегарх*** <...>. *Олегу Валентиновичу Сорокину сегодня – 50* (Репортёр-НН. 15.11.17) ← *Олег* + *олигарх*. При междусловном наложении может наблюдаться усечение основы одного из исходных слов: <...> *Только если Брэда за его непоседливость и энергичность называли просто **Питтлер**, Анджелине повезло чуть меньше* (радио Европа плюс. Нижний Новгород. 15.04.16) ← *Питт* + (Г)*итлер*. В некоторых случаях при междусловном наложении возможно графическое выделение одного из компонентов слова: *Вернуть **мамМу*** <...>. *Глядя на фото обнажённой по пояс женщины с роскошным бюстом, невозможно определить, которая из её молочных желёз своя...* (Нижегородская правда. 26.04.17) ← *мам(олог)* + *маму*.

Итак, в новообразованиях, созданных с помощью междусловного наложения, материально присутствует несколько производящих основ. Такие инновации обладают эмоционально-эстетической окраской, оценочностью, оригинальностью, смысловой уплотнённостью. Посредством междусловного наложения авторы реализуют игровую стратегию (тактика использования

² Намитокова Р.Ю. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект. – Ростов н/Д.: Изд-во Рост. ун-та, 1986. С. 135.

³ Улуханов И.С. Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация. – М.: Русские словари, 1996. С. 52.

языковой игры), стратегию дискредитации (тактика иронизирования), стратегию компрессии текста (тактика привлечения внимания).

Наибольшее распространение в языке современных СМИ получили гибриды с графически выделенным сегментом (72 %). Такие новообразования по-разному терминируются в научных работах: «неологизмы-написания», «визуальные неологизмы» (Е.В. Маринова), «графическое словообразование» (В.П. Изотов), «графические гибриды» (Л.В. Рацибурская), «графодериваты» (Т.В. Попова) и др.

В нижегородских СМИ выделяются случаи капитализации – выделения с помощью прописных букв (**РОКовые** деньги <...>. *Легенде рока Юрию Шевчуку не понравилось, что престижный журнал «Форбс», который ежегодно составляет рейтинг самых богатых звёзд, поставил его на 45-е место и оценил доходы рок-музыканта в миллион долларов* (Новое дело. Нижний Новгород. 01.09.11), **ОБЪЕКТИВный** взгляд на мир <...>. *Публикация первых работ читателей, включившихся в наш «Фотокросс», вызвала новый всплеск творческой активности нижегородцев. Среди участников как новички, так и опытные фотографы* (Нижегородская правда. 25.04.13); парентезиса – разновидности графической игры, при которой сегмент слова заключается в скобки (*Вчерашний (не)санкционированный митинг против коррупции, что состоялся на площади Маркина и немного дальше по центру города, прошёл без форс-мажоров* (Зеркало. 27.03.17); дефисации – разбиения лексемы дефисами на части для придания ей нового смысла (**Не-опера-тивное** строительство <...>. *Ещё в 2008 году началась разработка проекта, а в 2011-м Валерий Шанцев объявил, что в ближайшие три года новое здание театра оперы и балета будет построено* (Патриоты Нижнего. 25.11.15); квотации – выделения части слова кавычками (**«МиГ»нуть** не успеете <...>. *Новые МиГи-35 будут собирать на заводе «Сокол» в Нижнем Новгороде, правда, не более половины операций по производству* (Патриоты Нижнего. 26.07.17); голофразиса – слияния словосочетания или предложения в одно слово (*Если бы сказать в 2005 году, что пройдёт десяток лет, и региональный парламент станет не отдельной ветвью власти, а департаментом согласования **всегочегожелаетгубернатор** Нижегородской области и будет слабее гордумы Нижнего Новгорода – никто бы не поверил* (Заноза. 24.07.17). Таким образом, гибриды участвуют в стратегии компрессии текста и тактике привлечения внимания, стратегии театральности и тактике иронизирования, стратегии оценивания и тактике иронизирования.

Среди графодериватов выделяются случаи полиграфиксации (Т.В. Попова) – сложения кириллических и латинских элементов: ***FIFАнтастика*** <...>. *Подготовка к Чемпионату мира по футболу 2018 года не прекращается в Нижнем Новгороде ни на минуту* (Нижегородский рабочий. 13.04.16) ← *FIFA + фантастика*.

Влияние компьютерных технологий повлекло за собой использование в медиатекстах названий доменов (ru, net). Данный способ образования лексем, сегментными средствами которого являются интернет-символы, называется инетографиксацией (Т.В. Попова): *Фильмов.NET*, *Тайны.net*, *«ЯМ.NET»*, *СВАЛКА.RU*. Каламбурные новообразования с элементом *net* могут быть прочитаны двояко, так как данный домен омонимичен слову *нет* с отрицанием. С помощью интернет-символов журналисты актуализируют название, влияют на оценку адресата.

Среди сложных новообразований распространены структуры с графически неадаптированными элементами: *VIP-забег*, *VIP-перелёты*, *IT-око*, *SMS-мошенники*.

Журналисты активно используют в текстах СМИ кодографиксацию – употребление единиц неязыковых кодовых систем: *ПРО100*, *об100тельство*, *до100яние*. Как видно из примеров, журналисты используют разновидность кодографиксации – нумерографиксацию (Т.В. Попова). Таким образом, с помощью нумерографиксации журналисты усиливают зрительное восприятие информации, поэтому можно говорить о стратегии привлечения и удержания внимания и тактике создания новизны.

Для усиления воздействующей функции при употреблении графических гибридов журналисты используют следующие коммуникативные стратегии и тактики: стратегия компрессии текста (тактика привлечения внимания), стратегия разоблачения (тактика иронизирования), стратегия привлечения и удержания внимания (тактика создания новизны), стратегия оценивания (тактика иронизирования, тактика презентации), стратегия театральности (тактика иронизирования), стратегия «свой круг» (тактика «свой-чужой»). Данные коммуникативные стратегии и тактики влияют на зрительное восприятие адресата, заставляют его подсознательно фиксировать в памяти новообразование, усиливают экспрессию текста, отражают реалии современной действительности.

Эффективным средством речевого воздействия в современных медиатекстах является заменительная деривация (12 %). Суть субституции

заключается в том, что при ней происходит замена корневого, аффиксального или другого неформантного компонента в узуальном сложном слове. Наиболее продуктивна в текстах региональных (нижегородских) СМИ такая разновидность морфемно-морфемной субституции, как трансрадикация (замена корневой части другим корнем): *«ОРВИ-бум» прогремел в Нижегородской области: за неделю заболеваемость выросла почти на 60% <...>* (Твой Бор. 20.01.17) – ср. исходное *беби-бум*. Реже встречаются случаи с транспрефиксацией (заменой префикса префиксом): *Роскомпозор <...>? В Нижегородской области всё больше и больше начинает пахнуть цензурой!* (Ленинская смена. 26.05.15) – ср. исходное *роскомнадзор* (в последнем случае при транспрефиксации происходит актуализация внутренней формы исходного слова). Таким образом, журналисты, создавая новообразования с помощью заменительной деривации, активно используют две основные стратегии: стратегия театральности (тактика иронизирования) и стратегия оценивания (тактика иронизирования). На наш взгляд, адресант предпочитает категоричным номинациям мягкую, непрямую форму. Поэтому употребление таких инноваций позволяет автору выразить собственное отношение к определённой ситуации, избежать «прямых» оценок, указать на проблему читателю, подводя его к определённым выводам.

В третьей главе **«Когнитивно-дискурсивные функции словообразовательных неологизмов как средства речевого воздействия в текстах нижегородских СМИ начала XXI века»** описаны новообразования на базе прецедентных феноменов (ПФ) и ключевых элементов социокультурного пространства, охарактеризованы инновации, связанные с вербальной агрессией.

В разделе 3.1. **«Словообразовательные неологизмы на базе прецедентных феноменов как средство воздействия на адресата»** рассматриваются словообразовательные неологизмы на основе прецедентных феноменов в текстах нижегородских СМИ.

В текстах нижегородских СМИ средством речевого воздействия являются новообразования на базе прецедентных текстов: фразеологизмов и афоризмов, библейских слов и выражений, названий художественных литературных или фольклорных произведений, названий кинофильмов, цитат из художественных текстов, фольклора, а также на базе прецедентных имён: *Горе ДУКовое <...>. По версии следствия, городу как соучредителю районных домоуправляющих компаний в результате фиктивного энергоаудита был нанесен ущерб на сумму свыше 16 млн руб* (Коммерсантъ – Нижний Новгород. 26.02.13); *Власть хочет*

*разрубить «каргиев узел» <...>. Прочитав номера маршрутов, наша башковитая фэйсбучная общественность заволновалась: 71-й маршрут? Как же так? Ведь именно на нём ведётся бесконечная война опального перевозчика Дмитрия Каргина с администрацией города! (Нижний сейчас. 03.07.15); Турецкий **негамбит** <...>. На самом деле, Бабич подходит для Украины, но не подходит для Турции. Как российскому руководству пришла в голову «перспективная» идея сделать Михаила Бабича послом в Украине? (Заноза. 28.12.16); **Отмывальников** начальник <...> (Зеркало. 12.02.16); Суровые мужчины о чём-то перешептывались и поглядывали на небольшую сцену, где в этот момент появился известный вор в законе **Ляпс** (Новое дело. Нижний Новгород. 28.02.13). Наиболее актуальными для регионального дискурса СМИ являются прецедентные тексты со сферой-источником «Литература». Это связано, на наш взгляд, с системой школьного литературного образования и ментальностью русского народа.*

Следует отметить, что для словообразовательных неологизмов на базе прецедентных феноменов характерны следующие коммуникативные стратегии и тактики: стратегия театральности (тактика иронизирования), стратегия дискредитации (тактика создания «образа похорон»), стратегия привлечения и удержания внимания (тактика риторических вопросов), стратегия оценивания (тактика иронизирования, тактика иллюстрирования отрицательного), стратегия компрессии текста (тактика привлечения внимания), игровая стратегия (тактика использования языковой игры).

В разделе 3.2. «Словообразовательные неологизмы на базе ключевых элементов социокультурного и деривационного пространств как средство речевого воздействия» рассматриваются словообразовательные неологизмы, созданные на базе актуальных в социокультурном аспекте слов по продуктивным словообразовательным моделям с помощью продуктивных словообразовательных способов и средств.

Один из способов конструирования действительности — это использование ключевых слов эпохи, которые номинируются терминами «символы эпохи», «высокочастотные слова», «концептуальные слова» и др. С учётом социально-временных факторов можно в подобных случаях предложить термин — «ключевые элементы социокультурного пространства». Данное понятие отражает значимость подобных слов для социально-политической и культурной сфер современного социума в определённый период его существования. Следует отметить, что границы социокультурного

пространства могут различаться в разных социумах, в частности, общероссийском, столичном, региональном.

В диссертационной работе под ключевыми элементами социокультурного пространства мы будем понимать актуальные, высокочастотные лексемы, характерные для определённого периода развития социума и отражающие его национально-культурные особенности.

По-видимому, можно говорить не только о ключевых элементах социокультурного пространства, но и о ключевых словообразовательных моделях, способах, средствах, которые мы предлагаем называть ключевыми элементами деривационного пространства в определённый период времени. Кроме того, нередко словообразовательные неологизмы на базе ключевых слов социокультурного пространства создаются по моделям, способам, с помощью словообразовательных средств, которые становятся, таким образом, ключевыми элементами деривационного пространства.

В качестве ключевых слов социокультурного пространства могут выступать имена собственные, в частности имена политических и общественных деятелей, деятелей культуры и искусства, если они вызывают устойчивые ассоциации с культурными концептами эпохи, символами, политическими идеями и т.д. Такие имена собственные, в силу своих богатых смысловых связей, обладают определённым деривационным потенциалом, который реализуется в журналистской практике.

В нижегородских СМИ активно используются ключевые элементы социокультурного пространства, представленные именами существительными собственными и нарицательными, аббревиатурами: *Шанцев* («шанцевщина», *шанцевец*, «**АнтиШанцев**»), *Сорокин* («**антисорокин**», **антисорокинский**, **просорокинский**), *майдан* («**майданички**», *майдановцы*, «**антимайдан**»), *ФОК* (**ФОКус-группа**, **ФОКус**), *СМИ* (**СМИрно**, **СМИшно**, **СМИщение**). К ключевым можно также отнести не только самостоятельные слова, но и ключевые словообразовательные модели: «антропоним + суффикс *-щин(а)*» («**навальновщина**»), «антропоним + суффикс *-ец*» (*жириновцы*), «префикс *анти-* + антропоним» («**антисорокин**»). Прагматический эффект инноваций может усиливаться благодаря экспрессивно-оценочной, компрессивной и игровой функциям.

В разделе 3.3. «Словообразовательные неологизмы как средство инвективизации и вульгаризации речи» рассматриваются инновации с мощным зарядом негативной экспрессии.

Под вербальной (речевой) агрессией понимается мотивированное поведение, нарушающее этико-речевую норму, нацеленное на оскорбление, а также перенасыщение текста отрицательной информацией: *«Косметика» вместо «перетрахивания» <...>. Очевидно, что за девять лет правления Валерия Шанцева правительство Нижегородской области постарело, утратило мобильность и эффективность* (Зеркало. 30.09.14); *Ритмичное движение пассажирского транспорта по графикам так и осталось мечтой «пассажира-идиота»* (Заноза. 10.08.17). Как видно из примеров, словообразовательные неологизмы участвуют в стратегии оценивания и тактике иллюстрирования отрицательного.

В Заключении подводятся итоги исследования, намечаются перспективы дальнейшей работы. Одним из средств речевого воздействия в нижегородских СМИ являются словообразовательные неологизмы. Анализ языкового материала позволяет сделать вывод о том, что современная медиакommunikация создаёт широкие возможности для проявления узуальных и неузуальных способов словообразования. Их многообразие позволяет журналистам реализовать воздействующий эффект на аудиторию с целью получения желаемого результата.

Систематизация различных классификаций стратегий и тактик позволила выделить основные стратегии и тактики в региональных СМИ с участием словообразовательных неологизмов: стратегия дискредитации (тактика иллюстрирования отрицательного, тактика создания «образа похорон», тактика иронизирования, тактика выражения антипатии), стратегия оценивания (тактика иронизирования, тактика иллюстрирования отрицательного, тактика выражения антипатии, тактика само-возвышения, тактика презентации), стратегия разговорности (тактика иллюстрирования отрицательного), стратегия театральности (тактика предупреждения, тактика презентации, тактика иронизирования), стратегия популяризации действий (тактика формирования положительного отношения к природе и закрепления норм «экологически грамотного» поведения), стратегия компрессии текста (тактика привлечения внимания), игровая стратегия (тактика использования языковой игры), стратегия разоблачения (тактика иронизирования), стратегия привлечения и удержания внимания (тактика создания новизны, тактика риторических вопросов), стратегия «свой круг» (тактика «свой-чужой»), стратегия героизации (тактика «Он – профессионал»).

Представляется целесообразным дальнейшее выявление закономерных связей между ключевыми элементами социокультурного и деривационного пространств. Кроме того, описанные в настоящем исследовании принципы анализа когнитивно-дискурсивных функций речевого воздействия могут быть использованы при исследовании других типов дискурса.

В **Приложении** представлено соотношение определённых структурно-семантических типов словообразовательных неологизмов и стратегий и тактик речевого воздействия.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

Публикации в журналах, входящих в Перечень рецензируемых научных изданий:

1. Замальдинов, В.Е. Новообразования-гибриды как проявление языковой игры в текстах СМИ / В.Е. Замальдинов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2016. – № 1. – С. 210-214.

2. Замальдинов, В.Е. Структурные особенности типовых новообразований в медийном словотворчестве / В.Е. Замальдинов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2016. – № 4. – С. 23-25.

3. Замальдинов, В.Е. Структурные особенности типовых новообразований в региональном медийном словотворчестве / В.Е. Замальдинов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2016. – № 4. – С. 46-49.

4. Замальдинов, В.Е. Ключевые элементы в современном медийном словотворчестве / В.Е. Замальдинов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2017. – № 1. – С. 199-204.

5. Рацибурская, Л.В., Замальдинов, В.Е. Особенности новообразований с экспрессивно-оценочной семантикой в региональной нижегородской прессе / Л.В. Рацибурская, В.Е. Замальдинов // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. – 2017. – № 4. – С. 34-41.

Публикации в других научных изданиях:

6. Замальдинов, В.Е. Графическая окказиональность как экспрессивно-оценочное средство в современных нижегородских СМИ / В.Е. Замальдинов // Социальные варианты языка. Выпуск IX: материалы международной научной конференции 5-6 апреля 2016 года. – Нижний Новгород: ФГБОУ ВПО «НГЛУ». – 2016. – С. 71-74.

7. Замальдинов, В.Е. Интернациональные словообразовательные морфемы как отражение социокультурных реалий / В.Е. Замальдинов // Научное наследие Б.Н. Головина в свете актуальных проблем современного языкознания: материалы международной научной конференции. – Нижний Новгород: ННГУ им. Лобачевского. – 2016. – С. 292-296.

8. Замальдинов, В.Е. Лингвокультурологические аспекты современного медийного словотворчества / В.Е. Замальдинов // Аксиология славянской культуры: материалы II международной научной конференции молодых исследователей. – Нижний Новгород: Мининский университет. – 2016. – С. 58-64.

9. Замальдинов, В.Е. Новообразования как средство речевого воздействия в региональных нижегородских СМИ / В.Е. Замальдинов // Язык. Право. Общество: сб. ст. IV международной научно-практической конференции (г. Пенза, 11-13 октября 2016 г.) / под ред. О.В. Барабаш, Т.В. Дубровской, А.К. Дятловой, Н.А. Павловой. – Пенза: Пензенский государственный университет. – 2016. – С. 218-221.

10. Замальдинов, В.Е. Новообразования-субстантивы как отражение политических реалий в нижегородских СМИ / В.Е. Замальдинов // Языковая норма и речевая практика в Оренбургском регионе: в 2 ч. Ч.2. Материалы международной научной конференции / сост. и науч. ред. П.А. Якимов. – Оренбург: ООО «Издательство “Оренбургская книга”». – 2016. – С. 52-55.

11. Замальдинов, В.Е. Словообразовательная игра как особая форма лингвокреативного мышления в текстах нижегородских СМИ / В.Е. Замальдинов // Студент и наука (гуманитарный цикл) – 2016: материалы всероссийской студенческой научно-практической конференции. – Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова. – 2016. – С. 537-540.

12. Замальдинов, В.Е. Словообразовательная специфика прецедентных феноменов в медийном дискурсе (на материале текстов нижегородских СМИ) / В.Е. Замальдинов // Проблемы языковой картины мира в синхронии и диахронии: сборник статей по материалам всероссийской научной конференции молодых учёных. Вып. 13. 21-22 апреля 2016 г. – Нижний Новгород: Мининский университет. – 2016. – С. 228-233.

13. Замальдинов, В.Е. Словообразовательный аспект использования прецедентных феноменов в дискурсе масс-медиа / В.Е. Замальдинов // Актуальные проблемы языкознания. – С.-Петербург: СПбГЭТУ «ЛЭТИ». – 2016. – Т. 1. – С. 37-39.

14. Замальдинов, В.Е. Специфика новообразований нестандартной словообразовательной структуры в региональном нижегородском медиадискурсе / В.Е. Замальдинов // Язык в различных сферах коммуникации: материалы II международной научной конференции. / Забайкал. гос. ун-т; сост. Т.Ю. Игнатович, Ю.В. Биктимирова. – Чита: ЗабГУ – 2016. – С. 122-124.

15. Замальдинов, В.Е. Способы создания графических окказионализмов в региональных нижегородских СМИ / В.Е. Замальдинов // Наука. Мысль. – 2016. – № 8-1. – С. 133-137.

16. Замальдинов, В.Е. Актуальные антропонимы и их словообразовательные возможности в современных медиатекстах / В.Е. Замальдинов // Текст. Структура и семантика: доклады международной

научной конференции «Русский язык в исследованиях отечественных учёных: история и современность» (Москва, РосНОУ, 2–3 декабря 2016 г.): сборник статей / сост.: Н.А. Ковалева. – М.: Редакционно-издательский дом РосНОУ, 2017. – С. 245-250.

17. Замальдинов, В.Е. Графическая окказиональность как результат лингвокреативности в современных масс-медиа / В.Е. Замальдинов // Лингвистическое образование на современном этапе: российский и зарубежный опыт: сборник научных статей и материалов международной конференции, посвящённой 15-летию первого выпуска специалистов в области лингвистики в Сургутском государственном университете / ответственный редактор И.А. Курбанов. – Сургут: Сургутский государственный университет. – 2017. – С. 27-31.

18. Замальдинов, В.Е. Инновации как средство описания имиджа политика / В.Е. Замальдинов // Русистика без границ. – 2017. – Т.1. – № 2 (2). – С. 93-96.

19. Замальдинов, В.Е. Массмедийные новообразования как средство создания образа политика / В.Е. Замальдинов // Язык. Коммуникация. Культура: альманах по материалам первой международной заочной научно-практической конференции молодых ученых / под ред. В.В. Богуславской. – Москва: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина. – 2017. – С. 61-65.

20. Замальдинов, В.Е. Новообразования в современных СМИ как сигналы речевого воздействия / В.Е. Замальдинов // Дискурсология и медиакритика средств массовой информации: сборник научных работ (по материалам международной научно-практической конференции, НИУ «БелГУ», 4–7 октября 2017 г.) / под ред. А.В. Полонского, М.Ю. Казак, С.В. Ушаковой. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017. – С. 293-297.

21. Замальдинов, В.Е. Новообразования как нарушения лингвоэтических норм в современной медиакommunikации / В.Е. Замальдинов // Учимся говорить по-русски. Проблемы современного языка в электронных СМИ: сб. науч. статей 2-й науч.-практ. конф. – М.: Фак. журн. МГУ имени М.В. Ломоносова; Некоммерческ. партн-во фак. журн. – 2017. – С. 52-53.

22. Замальдинов, В.Е. Новообразования как фактор формирования политического имиджа в современных медиатекстах / В.Е. Замальдинов // Языковые проблемы права (законодательства) и правовые проблемы языка: сборник материалов всероссийского круглого стола с международным участием / под ред. Е.Н.Бондаренко. – М.: Академия ГПС МЧС России. – 2017. – С. 98-101.

23. Замальдинов, В.Е. Особенности языковой интернационализации в современных медийных текстах / В.Е. Замальдинов // Слово и текст в культурном и политическом пространстве: материалы всероссийской с международным участием научной конференции студентов и аспирантов (Сыктывкар, 21 апреля 2017 г.) [Электронный ресурс]: текстовое научное

электронное издание на компакт-диске / отв. ред. Т.Н. Бунчук; Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования «Сыктыв. гос. ун-т им. Питирима Сорокина». – Электрон. текстовые дан. (2,44 Мб). – Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2017. – С. 230-231.

24. Замальдинов, В.Е. Прецедентные феномены как лингвокультурные явления в языке современных СМИ / В.Е. Замальдинов // Ползуновский альманах. – 2017. – Т. 2. – № 3. – С. 71-73.

25. Замальдинов, В.Е. Проявления национального менталитета в словообразовательной игре / В.Е. Замальдинов // Русско-зарубежные литературные связи: сборник статей по материалам VII всероссийской научно-практической конференции с международным участием / под ред. Н.М. Ильченко. – Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина. – 2017. – С. 13-17.

26. Замальдинов, В.Е. Роль новообразований в моделировании имиджа политика в современных российских СМИ / В.Е. Замальдинов // Наука. Мысль. – 2017. – № 2. – С. 123-127.

27. Замальдинов, В.Е. Суффиксальные модели антропонимов в политическом словотворчестве / В.Е. Замальдинов // Наука. Мысль. – 2017. – № 4. – С. 75-79.

28. Рацибурская, Л.В., Замальдинов, В.Е. Имидж политического лидера в медийном пространстве / Л.В. Рацибурская, В.Е. Замальдинов // Болгарская русистика. – 2017. – № 3. – С. 22-31.

29. Замальдинов, В.Е. Активные процессы в русском словообразовании начала XXI века / В.Е. Замальдинов // Национальные коды в языке и литературе. Язык и культура: сборник статей по материалам международной научной конференции «Национальные коды в языке и литературе» (Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Институт филологии и журналистики, 1–3 декабря 2017 г.). – Нижний Новгород: ДЕКОМ, 2018. – С. 113-120.

30. Замальдинов, В.Е. Интернациональные аффиксы и аффиксоиды в медийных новообразованиях / В.Е. Замальдинов // Лингвистические традиции и современность: сб. ст., посвящённый 90-летию со дня рождения проф. В.Н. Немченко / отв. ред. Л.В. Рацибурская. – Нижний Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2018. – С. 35-40.

Подписано в печать 17.09.2018 г. Формат 60×84 1/16.

Бумага офсетная. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 2. Заказ № 555. Тираж 110 экз.

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.
603000, г. Нижний Новгород, ул. Б. Покровская, 37