

УДК 811.111'42

## ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В ВИРТУАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПАБЛИКОВ ТЕЛЕГРАМ)

**Е.Н. Кондратенко**

Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков  
e-mail: [ekaterina-enz@yandex.ru](mailto:ekaterina-enz@yandex.ru)

**Н.М. Королева**

Кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков  
e-mail: [korolev37-31-72@mail.ru](mailto:korolev37-31-72@mail.ru)

Юго-Западный государственный университет (г. Курск)

В статье рассматривается специфика функционирования неологизмов «кринж», «треш», «фейк», «вайб» в рамках интернет-дискурса на материале молодежных пабликов (публичных страниц, каналов) в сервисе Telegram. Проводится анализ теоретических предпосылок неологического словоупотребления в целом, а также в процессе виртуальной коммуникации. Авторы обращаются к изучению процессов неологизации с целью выявления особенностей функционирования неологизмов в онлайн-пространстве с дальнейшим сравнением полученных данных с результатами эксперимента. В качестве методов исследования были применены метод дискурс-анализа, методика субъективных дефиниций и сопоставительный метод. В процессе исследования приводится ряд примеров из текстов виртуальной коммуникации с их последующим сопоставлением с определениями, данными носителями языка. Принимается во внимание психолингвистическая концепция слова, а также информация, стоящая за словом и базирующаяся на опыте носителя языка. Отмечается, что процесс заимствования в современных реалиях обусловлен глобализацией языковых процессов. Изучение новообразованной лексики представляется достаточно актуальным в связи с необходимостью обновления содержания лексикографических источников.

**Ключевые слова:** неологизмы, виртуальный дискурс, телеграм, субъективные дефиниции.

### **Введение.**

Изучение современного русского языка неизменно влечет за собой анализ активных процессов, которые происходят сегодня в области пополнения словарного запаса в связи с появлением новых слов. Процессы неологизации особенно ярко проявляются в сфере виртуальной коммуникации как с помощью заимствований, в основном из английского языка, так и путем образования новых слов, чаще всего на основании заимствованных. Наблюдение за подобными процессами, фиксация результатов данного вида словотворчества необходимы для пополнения современных словарей и изучения речемыслительной деятельности

человека, его понимания новых реалий на базе личного опыта и мироощущения.

В цифровую эпоху использование неологизмов становится все более распространенным в виртуальной коммуникации, такой как текстовые сообщения, электронные письма и публикации в социальных сетях. В данной статье будут рассмотрены лингвистические особенности неологизмов, проанализировано то, как они используются для передачи смысла в процессе виртуальной коммуникации, а также проведено сравнение контекстуального значения неологизмов с субъективными дефинициями носителей языка.

Следует отметить, что рассмотрение неологической лексики в данной работе происходит в рамках психолингвистики. Исследованием неологизмов занимались такие представители тверской психолингвистической школы, как Т.Г. Родионова [Родионова 1994], Т.Ю. Сазонова [Сазонова 1993], С.И. Тогоева [Тогоева 2000] и др. Согласно мнению последней, под неологизмом следует понимать языковую единицу, которая ранее не встречалась в индивидуальном речевом опыте носителя языка [там же: 88]. В таком случае новое слово рассматривается как единица индивидуального лексикона с точки зрения психолингвистической концепции слова, разработанной А.А. Залевской [Залевская 2005: 134]. Слово при этом является средством доступа к единой перцептивно-когнитивной информационной базе человека, которая формируется по законам психической деятельности, но под контролем выработанных в социуме системы норм и оценок, а индивидуальный лексикон предстает как самоорганизующаяся функциональная динамическая система [Лебедева 2002]. По мнению С.В. Лебедевой, любая информация, стоящая за словом, входит в определенные схемы знаний, границы которых достаточно пластичны, чтобы изменяться в зависимости от каких-либо обстоятельств [Лебедева 2013: 35].

#### **Материалы и методы.**

Целью данной статьи является выявление особенностей функционирования неологизмов в рамках виртуальной коммуникации, а также сравнение полученных данных с субъективными дефинициями носителей языка.

Для достижения поставленной цели нами были обозначены следующие задачи:

- анализ теоретических предпосылок неологического словоупотребления в рамках виртуальной коммуникации;
- отбор и изучение материала на основе текстов, отобранных из онлайн-пабликов популярного мессенджера Телеграм;
- проведение эксперимента с использованием методики субъективных дефиниций.

В качестве материала для исследования мы отобрали тексты из известных среди молодежи Телеграм-каналов, таких как Леонардо Дайвинчик (более 200000 подписчиков), Lepra (более 300000 подписчиков), Super.ru (более 200000 подписчиков). Выбор данных блогов обусловлен их популярностью среди представителей молодого поколения, склонного к использованию в речи исследуемых нами неологизмов: *кринж, треш, фейк, вайб*. В процессе работы было проанализировано более 150 публикаций, появившихся в сети в период с 2020 по 2023 гг., а также около 200 субъективных дефиниций, данных студентами 1 курса, обучающимися в Юго-Западном государственном университете.

### **Результаты.**

В представленной статье были изучены лингвистические особенности современных неологизмов, дан анализ тому, как они используются молодежью для передачи смысла при виртуальном общении. Следует отметить, что неологизмы – это краткие и лаконичные слова, часто состоящие из одного или двух слогов. Нередко неологизмы фонетически похожи на существующие слова и используются для более краткого выражения эмоций или идей.

Носители языка могут распознавать неологизмы, употребляя субъективные определения. Это предполагает использование контекстных подсказок для определения значения нового слова или фразы. Кроме того, человек может идентифицировать неологизмы, отмечая сходство между новым и существующими словами. Например, услышав или увидев новое слово, аналогичное существующему слову, он может вывести/понять его значение на основе личного опыта и знаний.

Следовательно, мы рассматриваем неологизмы, функционирующие в рамках виртуального дискурса, как сложные конструкты с интегрированным значением, отражающим современное состояние общества.

### **Обсуждение результатов.**

Рассматривая функционирование неологической лексики в рамках виртуального дискурса, следует отметить, что в современной науке термин «дискурс» используется в различных областях научного знания (психологии, лингвистике, социологии, педагогике) и понимается как существенная составляющая социокультурного взаимодействия, характерными чертами которого выступают интересы, цели и стили [Дейк, Кинч 2000: 53]. В лингвистике дискурс рассматривается как категория, имеющая социальное содержание и отражающая особенности языкового общения. Дискурс социален, поскольку любая коммуникативная ситуация предполагает общение, обмен информацией, в которой участники обладают определенным социальным статусом [Оломская 2010: 109].

Анализ исследований по данной проблеме [Карасик 2002; Макаров 2003; Дейк, Кинч 2000 и др.] показывает многогранность изучаемого понятия. Следует отметить, что дискурс необходимо рассматривать с позиции языка и речи, учитывая социальное взаимодействие участников общения. По мнению М.Л. Макарова, дискурсивные явления проистекают в качественно отличающейся среде: социально-психологическом человеческом пространстве, которое создается контактирующими индивидами, выполняющими соответствующие коммуникативные, социальные, культурные, межличностные, идеологические, психологические роли [Макаров 2003: 17].

В данной статье мы рассматриваем дискурс как форму взаимодействия молодежи посредством виртуальной коммуникации, которая представляет собой форму общения между людьми и осуществляется при помощи информационных технологий. Интернет-пространство не только объединило людей в информационную единую мультимедийную систему, но и изменило природу их взаимодействия. Популярность и распространённость данного вида коммуникации заключается в удобном формате обмена информацией между пользователями, в познании материального и духовного миров, в возможности ознакомления с другой культурой и языком, в увеличении круга знакомств и расширении личностных предпочтений путём виртуальной коммуникации [Назарчук 2008]. По мнению О.Н. Путиной, виртуальный дискурс – это письменная и устная речь с ее лексическими, семантическими, прагматическими и синтаксическими параметрами, погруженная в ситуацию особого вида коммуникации [Путина 2022: 5].

Следует отметить, что виртуальный дискурс отличается высокой степенью взаимодействия в режиме онлайн, информативностью и гибкостью общения, позволяет использовать неподготовленную письменную речь, максимально приближенную к разговорной. Данную ситуацию речевого общения, при которой происходит соединение межличностной и массовой коммуникации, определяет наличие живой речи в условиях ее реального существования [Яренчук 2013: 69].

В качестве материала для нашего исследования были отобраны публичные страницы из мессенджера (средства для обмена сообщениями), известного как Телеграмм. Выбор подобного рода получения информации не случаен: во-первых, следует отметить высокую популярность данного вида подачи информации, т.к. общение с помощью публичных страниц стало неотъемлемой частью жизни современной молодежи. Во-вторых, нельзя не учитывать когнитивную насыщенность данного вида общения, позволяющего расширить знания в культурной, политической, социальной, культурной, научной и других сферах. На интеракцию влияют социальные роли участников коммуникации, их характер, уровень знаний, способность

обмениваться опытом и актуализировать ассоциативные связи. Таким образом, рассматриваемый нами виртуальный дискурс представляет собой сочетание лингвистического, социального и психологического компонентов, моделирующих процесс коммуникативного взаимодействия.

Важной частью виртуальной коммуникации являются неологизмы, возникновение которых становится все более распространенным в последние годы из-за развития цифровых технологий. Неологизмы употребляются для описания новых концепций или идей и могут рассматриваться как отражение меняющейся природы языка. Они часто обозначают новые понятия или объекты, которые были созданы или популяризированы цифровой эпохой, такие как «селфи» или «твит». Они также могут использоваться для выражения эмоций или идей более лаконичным образом. Например, «lol», являющееся акронимом фразы “laughing out loud”, обозначает громкий смех, а «smh», расшифровывающееся как “shaking my head” (качание головой) используется для одобрения.

Неологизмы в виртуальной коммуникации имеют несколько общих лингвистических особенностей. Как правило, это краткие, состоящие из одного или двух слогов слова, нередко заимствованы из английского языка, такие как «селфи» (от англ. selfie) и «твит» (от англ. tweet), которые обозначают «фотографирование себя» и «чириканье» соответственно. Оба слова вошли в обиход современного общества и стали частью повседневного общения большого количества людей, пользующихся социальными сетями и мессенджерами.

Анализ неологизмов уже много лет представляет интерес, в том числе и для российских ученых. Первое значимое исследование неологизмов в русском языке в начале XX века провёл лингвист Владимир Виноградов, который выделил три основных типа неологизмов: возникшие по аналогии, сформировавшиеся путём заимствования и образованные путём объединения существующих слов [Виноградов 2001]. Он отмечал, что неологизмы имеют короткую продолжительность жизни и нередко заменяются более устоявшимися словами [там же]. Далее изучением новых слов в отечественном языкознании занимались такие ученые, как Е.А. Земская, Н.З. Котелова, Л.П. Крысин и др. В их работах неологизмы рассматриваются в словообразовательном, стилистическом, лексикологическом, нормативном, социолингвистическом и других аспектах [Земская 1992; Котелова 1978; Крысин 2002]. Выводы ученых позволяют предположить, что неологизмы представляются отражением меняющейся природы языка, а также имеют большое значение для изучения языка и создания новых слов и выражений. Согласно мнению И.В. Рец, при помощи неологизмов кодифицируется новый культурный опыт; они свидетельствуют о характере и направлении процессов, которые

определяют культурную динамику того или иного языкового сообщества [Рец 2014: 45–47]. Проанализировав ряд исследований по данной проблеме, можно утверждать, что неологизмы являются новыми лексическими единицами, объединяющими различные социолингвистические и языковые факторы в целом. К тому же это понятие изменяется во времени, и новые слова признаются неологизмами до тех пор, пока они воспринимаются носителями языка как вызывающие ощущение новизны, которое базируется на жизненном опыте личности, а также ее профессиональной, языковой, общекультурной и лингвистической компетенциях [Тогоева 2000].

Итак, нами был проведен эксперимент с использованием методики субъективных дефиниций, в котором испытуемым предлагалось дать определения отобранным нами неологизмам. Нам было интересно проследить связь между полученными определениями и контекстным употреблением неологизмов в рамках виртуального дискурса. В эксперименте принимали участие 50 студентов разного пола в возрасте от 18 до 20 лет, обучающихся в Юго-Западном государственном университете. Испытуемым были выданы карточки с исследуемыми словами, на каждое из которых им предлагалось дать определение или поставить прочерк в случае отказа. Материалом для проведения эксперимента послужили следующие неологизмы: *кринж*, *фейк*, *треш*, *вайб*. В результате эксперимента было получено 195 субъективных дефиниций с общим количеством отказов – 5.

Информационное содержание отобранных нами неологизмов не отражено в словарных статьях толковых словарей русского языка. Таким образом, обратившись к онлайн-источникам, мы выяснили, что экспериментальные лексемы обозначают:

«Кринж» – это заимствование из английского языка (*cringe* – съезживаться, испытывать отвращение). Данная лексема обычно используется в социальных сетях для описания какой-то нелепой ситуации, глупого поступка, когда человеку становится стыдно, а окружающим неловко;

Слово «фейк» (от англ. *fake* – фальшивка) в социальных сетях обычно употребляется для обозначения ложной информации, которая может быть представлена в виде фотографий, видео, текста или других медиа-форматов;

Лексема «треш» происходит от англ. *trash* (мусор, хлам) и обозначает что-то страшное, жесткое, ужасающее. Это может быть какое-то событие или же какая-то вещь, предмет;

Вайб (от англ. *vibe* – вибрация) – настроение или атмосфера, которую создают люди или которую можно почувствовать в определенных местах [Словарь молодежного сленга [http](http://)].

Что касается полученных субъективных дефиниций, то на неологизм *кринж* были получены следующие определения: *стыд* (7); *позор* (4); *когда чувствуешь стыд* (2); *неловкое ощущение* (1); *та еще ситуация* (1); *face palm* (1); *OMG* (1); 3 отказа. Следует отметить, что, несмотря на то, что участникам эксперимента была дана четкая инструкция «дать определение», они зачастую писали всего одно слово в качестве дефиниции. Это можно объяснить тем, что современная молодежь стремится к краткости, чему, в свою очередь, способствует общение в социальных сетях и мессенджерах. Возвращаясь к полученным субъективным дефинициям, отметим, что в целом реципиентами были даны определения, схожие со значением, найденным в онлайн-словаре. Особого внимания требуют единичные дефиниции *та еще ситуация*, *face palm* и *OMG*, свидетельствующие, по-видимому, о личном опыте, повлиявшем на выбор реакции. Дефиниция *face palm* (пер. с англ. – *лицо и ладонь* соответственно) вызывает интерес за счет того, что данный жест, а именно прикрытие лица рукой (ладонью), используется, когда человеку за что-то стыдно или неловко. В свою очередь, аббревиатура *OMG*, расшифровываемая как *Oh My God* (от англ. О, мой Бог), сама по себе является неологизмом и отражает, по-видимому, личный опыт реципиента.

Проанализировав использование лексемы «кринж» в пабликах мессенджера Телеграм, мы, в основном, обнаружили ее в контексте *кринж дня* (см. Рис.1, 2) [здесь и далее: мессенджер Телеграм [http](http://)]:



Рис. 1



Рис. 2

Таким образом, в виртуальном дискурсе неологизм «кринж» выполняет функцию подготовки читателя к прочтению новости, содержащей какую-то неловкую ситуацию, противоречащую здравому

смыслу. В данном случае слово «кринж» достаточно близко по смыслу выражению «испанский стыд», используемому для описания чувства стыда за действия другого человека. Нередко слово «кринж» фигурирует в комментариях к неоднозначным новостям, публикуемым в Телеграм-каналах; при это слово часто сопровождается графическим выражением – смайликом с рукой, прикрывающей лицо – 🙌, вербальное выражение которого встречалось нам среди определений, данных участниками эксперимента.

Далее рассмотрим субъективные дефиниции, полученные на неологизм «фейк»: *фальшивка (6); неправда (5); ложная информация (3); что-то ненастоящее (2); fake face (1), то, что показывают по телевизору (1), информация, которую нам впаривают (1); внешний вид (1)*. Анализ определений позволил определить, что большинство респондентов понимают слово «фейк» согласно его прямому общему значению, в переводе с английского языка. При этом единичные реакции отразили момент недоверия некоторых членов обществ к тому, что транслируется посредством СМИ – *то, что показывают по телевизору, информация, которую нам впаривают*. В то же время часть опрошенных связывают данное понятие с внешностью (*fake face, внешний вид*), что можно объяснить стремлением представителей молодежи к изменению своих черт лица с помощью косметических процедур.

Изучение же контекстного употребления неологизма «фейк» в рамках виртуального дискурса привело нас к выводу, что большинство публикаций, содержащих данную лексему, подразумевают ее использование для описания неверной информации, нацеленной на то, чтобы посеять панику среди представителей социума или сбить их с толку (см. Рис. 3, 4):

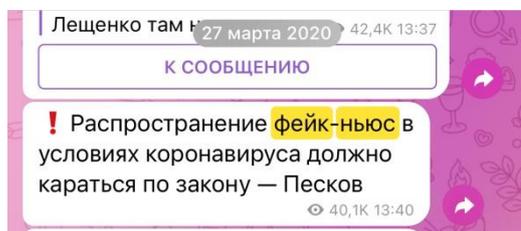


Рис. 3



Рис 4.

Анализ субъективных дефиниций, данных участниками эксперимента на неологизм «треш», показал, что большинство определений демонстрируют негативное отношение реципиентов к изучаемому понятию: *мусор (5); что-то неприятное (3); жесьть (2);*

*кошмар (1) какое-то безумие (1).* Однако часть опрашиваемых рассматривает эту лексему с позитивной стороны: *комичная/забавная ситуация (2), это когда смешно (1); то, что вызывает смех (1); ролики на YouTube (1); что-то интересное (1); прикол (1).* Был также зафиксирован 1 отказ от реакции. Следует отметить, что в виртуальном дискурсе лексема «треш» встречается как в положительном, так и отрицательном контексте: *угарный треш, лютый треш* (см. Рис. 5, 6):

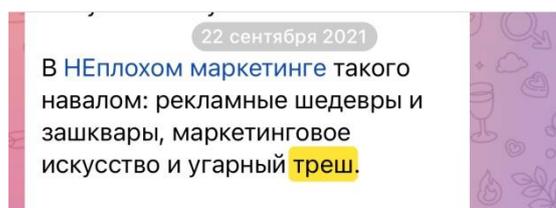


Рис. 5



Рис. 6

В свою очередь, неологизм «вайб» в основном имеет положительную оценочность среди представителей молодого поколения. Согласно полученным субъективным дефинициям, данная лексема характеризуется следующим образом: *крутая/классная атмосфера (5); определенная обстановка (3); радостное настроение/радость (3); что-то классное (2); летние каникулы/лето (2); встречи с друзьями (1), когда всем хорошо (1), моя квартира (1); кайф (1);* также был получен 1 отказ от дефиниции. Полученные субъективные дефиниции позволили нам определить, что респонденты опирались на личные знания и опыт при толковании слова «вайб». Для кого-то это место, где он живет (*моя квартира*), а для других – время, проведенное с друзьями или на отдыхе (*летние каникулы/лето; встречи с друзьями*).

Обращаясь к употреблению изучаемого неологизма в виртуальной коммуникации, мы обнаружили, что, помимо положительной оценочности, лексема «вайб» встречается в негативном контексте: *ужасающий вайб* (см. Рис. 7):

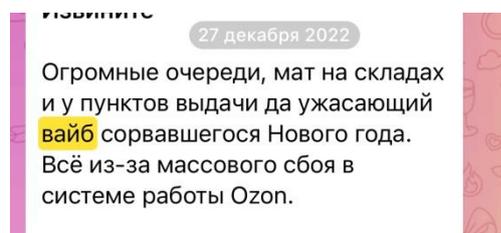


Рис. 7

Приведем в качестве примера еще одну публикацию, в которой неологизм «вайб» используется с ироничным подтекстом: *особый вайб подмосковных электричек* (см. Рис. 8):

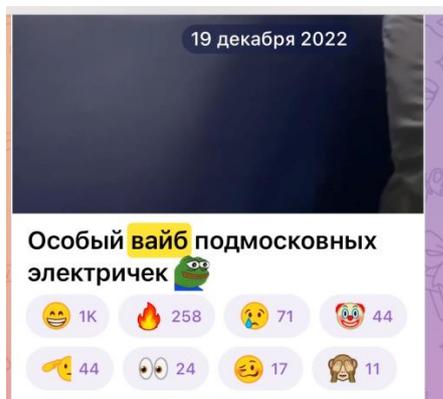


Рис. 8

### **Выводы.**

Таким образом, проанализировав отобранные публичные страницы из Телеграм-каналов на предмет использования неологизмов, можно сделать вывод, что виртуальная коммуникация вытесняет традиционные формы общения, увеличивая возможности для социализации и формирования идентичности. Многие виды профессиональной и социокультурной деятельности переходят в виртуальное пространство, способствуя культурному развитию, меняя образ мышления и представление о ценностях и жизненных приоритетах.

В статье также рассматривался виртуальный дискурс как новый коммуникативный феномен, отличающийся рядом особенностей, норм и правил речевого поведения, при котором речь формируется в ситуации социального взаимодействия большого количества людей с различными культурными, социальными и профессиональными характеристиками. Функционирование неологической лексики в рамках виртуального дискурса обусловлено тем, что основными пользователями сети Интернет на сегодняшний день являются молодые люди, которым свойственно использовать в своей речи англоязычные слова, впоследствии становящиеся неологизмами.

Нами также был проведен эксперимент с использованием методики субъективных дефиниций. Изучив полученные в результате эксперимента определения и сопоставив их со значением этих же лексических единиц в виртуальном дискурсе, мы пришли к выводу, что на понимание и оценочность новых слов влияют, в том числе социологические и лингвистические факторы, а также жизненный опыт и индивидуальные знания носителей языка. Отметим, что изучаемые неологизмы достаточно легко были распознаны представителями молодого поколения и отразили

их способность воспринимать лексическую единицу как знакомую, понятную, с акцентированием внимания на тех или иных признаках за счет личных переживаний, на которые опирались респонденты при толковании исследуемых слов.

### **Библиографический список**

*Виноградов В.С.* Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.

*Дейк Т.А. ван, Кинч В.* Макростратегии // Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Пер. с англ. С.Н. Сухомлиновой. Б.: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. С. 41–67.

*Залевская А.А.* Психолингвистические исследования. Слово. Текст: Избранные труды. М.: Гнозис, 2005. 543 с.

*Земская Е.А.* Словообразование как деятельность / Рос. акад. наук, Ин-т рус. яз. М.: Наука, 1992. 220 с.

*Карасик В.И.* Язык социального статуса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. 333 с.

*Котелова Н.З.* Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов // Новые слова и словари новых слов. Л.: Наука, 1978. С. 5-26.

*Крысин Л.П.* Лексическое заимствование и калькирование в русском языке последних десятилетий // Вопросы языкознания. 2002. №6. С. 32-33.

*Лебедева С.В.* Возможность моделирования процесса проксимации // Теория языка и межкультурная коммуникация. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2013. №1 (13) [Электронный ресурс]. URL: <http://tl-ic.kursksu.ru/pdf/013-008.pdf> (дата обращения: 17.02.2023).

*Лебедева С.В.* Синонимы или проксонимы. Курск: Изд-во Курского гос. пед. ун-та, 2002. 203 с.

*Макаров М.Л.* Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.

*Назарчук А.В.* Сетевое общество и его философское осмысление // Вопросы философии. 2008. №7. С. 61–75.

*Оломская Н.Н.* Роль контекста визуальной коммуникации средств массовой коммуникации в формировании социокультурной ситуации как социально направленной категории // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2010. № 1. С. 108–112.

*Путина О.Н.* Виртуальный дискурс как современная образовательная среда: достоинства и недостатки // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 3. С. 4–9.

*Рец И.В.* Лингвокультурологические и эколингвистические аспекты неониминации: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2014. 201 с.

*Родионова Т.Г.* Стратегии идентификации неологизмов-глаголов: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Тверь, 1994. 141 с.

*Сазонова Т.Ю.* Стратегии идентификации новых слов носителями языка (на материале прилагательных): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Тверь, 1993. 130 с.

*Тогоева С.И.* Психоллингвистические проблемы неологии: монография. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2000. 155 с.

*Яренчук Е.Э.* Коммуникативный саботаж в интерактивно аналитическом дискурсе (на материале ток-шоу): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Курск, 2013. 186 с.

### **Источники фактического материала**

Словарь молодежного сленга [Электронный ресурс]. URL: <https://slang.su> (дата обращения: 19.02.2023).

Мессенджер Телеграм [Электронный ресурс]. URL: <https://web.telegram.org> (дата обращения: 20.02.2023).

### **References**

Vinogradov V.S. Vvedenie v perevodovedenie (obshchie i leksicheskie voprosy). M.: Izdatel'stvo instituta obshchego srednego obrazovaniya RAO, 2001. 224 s.

Dejk T.A. van, Kinch V. Makrostrategii // Dejk T.A. van. YAzyk. Poznanie. Kommunikaciya / Per. s angl. S.N. Suhomlinovoj. B.: BGK im. I.A. Boduena de Kurtene, 2000. S. 41–67.

Zalevskaya A.A. Psiholingvisticheskie issledovaniya. Slovo. Tekst: Izbrannye trudy. M.: Gnozis, 2005. 543 s.

Zemskaya E.A. Slovoobrazovanie kak deyatel'nost' / Ros. akad. nauk, In-t rus. yaz. M.: Nauka, 1992. 220 s.

Karasik V.I. YAzyk social'nogo statusa. M.: ITDGK «Gnozis», 2002. 333 s.

Kotelova N.Z. Pervyj opyt leksikograficheskogo opisaniya russkih neologizmov // Novye slova i slovari novyh slov. L.: Nauka, 1978. S. 5-26.

Krysin L.P. Leksicheskoe zaimstvovanie i kal'kirovanie v russkom yazyke poslednih desyatiletij // Voprosy yazykoznanija. 2002. №6. S. 32-33.

Lebedeva S.V. Vozmozhnost' modelirovaniya processa proksimacii // Teoriya yazyka i mezhkul'turnaya kommunikaciya. Elektronnyj nauchnyj zhurnal Kurskogo gosudarstvennogo universiteta. 2013. №1 (13) [Elektronnyj resurs]. URL: <http://tl-ic.kursksu.ru/pdf/013-008.pdf> (data obrashcheniya: 17.02.2023).

Lebedeva S.V. Sinonimy ili proksonimy. Kursk: Izd-vo Kurskogo gos. ped. un-ta, 2002. 203 s.

Makarov M.L. Osnovy teorii diskursa. M.: ITDGK «Gnozis», 2003. 280 s.

Nazarchuk A.V. Setevoe obshchestvo i ego filosofskoe osmyslenie // Voprosy filosofii. 2008. №7. S. 61–75.

Olomskaya N.N. Rol' konteksta vizual'noj kommunikacii sredstv massovoj kommunikacii v formirovanii sociokul'turnoj situacii kak social'no napravlennoj kategorii // Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie. 2010. № 1. S. 108–112.

Putina O.N. Virtual'nyj diskurs kak sovremennaya obrazovatel'naya sreda: dostoinstva i nedostatki // Evrazijskij gumanitarnyj zhurnal. 2022. № 3. S. 4–9.

Rec I.V. Lingvokul'turologicheskie i ekolingvisticheskie aspekty neonominacii: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.19. Volgograd, 2014. 201 s.

Rodionova T.G. Strategii identifikacii neologizmov-glagolov: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.19. Tver', 1994. 141 s.

Sazonova T.YU. Strategii identifikacii novyh slov nositelyami yazyka (na materiale prilagatel'nyh): dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.19. Tver', 1993. 130 s.

Togoeva S.I. Psiholingvisticheskie problemy neologii: monografiya. Tver': Tver. gos. un-t, 2000. 155 s.

Yarenchuk E.E. Kommunikativnyj sabotazh v interaktivno analiticheskom diskurse (na materiale tok-shou): dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.19. Kursk, 2013. 186 s.

Slovar' molodezhnogo slenga [Elektronnyj resurs]. URL: <https://slang.su> (data obrashcheniya: 19.02.2023).

Messendzher Telegram [Elektronnyj resurs]. URL: <https://web.telegram.org> (data obrashcheniya: 20.02.2023).