

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 811.111

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-1-111-120>

Шифр научной специальности 5.9.6

Функциональная специфика словообразовательных неологизмов в дискурсивном пространстве глянцевого журналов

Ирина Александровна ГАВРИЛОВА 

ФГБОУ ВО «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

454080, Российская Федерация, г. Челябинск, просп. Ленина, 69

 gavrilovaia@cspu.ru

Аннотация. Цель исследования заключается в изучении функциональных характеристик словообразовательных неологизмов в современных англоязычных глянцевого журналов. Задачи сводятся к анализу научно-теоретической литературы по проблемам неологии, выбору методом сплошной выборки неолексем предметной области «мода и стиль», образованных морфологическими способами, и их систематизации относительно выполняемых ими в гламурном дискурсе функций. В качестве источников взяты электронные версии ежемесячных женских журналов “Cosmopolitan”, “Elle”, “Fashion” за 2017–2022 гг. При интерпретации фактического материала использовались данные словарей Online Etymology Dictionary и Dictionary.com и комплексная методология: общенаучный метод наблюдения, словообразовательный анализ, дефиниционный анализ, описательно-аналитический метод. Выводы свидетельствуют об активной лингвокреативной словообразовательной деятельности в модном секторе экономики. Сформулирован тезис о функциональном синкретизме словообразовательных неологизмов в коммуникативном пространстве обслуживающих его средств массовой информации. Выделены и проиллюстрированы примерами номинативная, информативная, эмоционально-экспрессивная, оценочная и фатическая (контактоустанавливающая) взаимообусловленные функции неонимаций. Отмечено значительное преобладание первых двух. Полученные данные могут быть использованы в курсах лекций по стилистике, основам медиакоммуникации и лексикологии современного английского языка.

Ключевые слова: медиадискурс, неологизм, словосложение, аффиксация, аббревиация, контаминация

Для цитирования: Гаврилова И.А. Функциональная специфика словообразовательных неологизмов в дискурсивном пространстве глянцевого журналов // Неофилология. 2023. Т. 9. № 1. С. 111-120. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-1-111-120>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Functional specificity of word-formation neologisms in the discursive space of glossy magazines

Irina A. GAVRILOVA 

South-Ural State Humanitarian Pedagogical University
69 Lenina Ave., Chelyabinsk, 454080, Russian Federation
 gavrilovaia@cspu.ru

Abstract. The purpose of the research is to study the functional characteristics of word-forming neologisms in modern English-language glossy magazines. The tasks are reduced to the analysis of scientific and theoretical literature on the problems of neology, the selection of neo-lexemes of the subject area “fashion and style”, formed by morphological methods, by the method of continuous sampling, and their systematization in relation to the functions they perform in the glamorous discourse. The sources are electronic versions of the monthly women’s magazines “Cosmopolitan”, “Elle”, “Fashion” for 2017–2022. When interpreting the factual material, data from the Online Etymology Dictionary and Dictionary.com dictionaries and a comprehensive methodology are used: the general scientific method of observation, word-formation analysis, definitional analysis, descriptive-analytical method. The findings indicate an active linguo-creative word-formation activity in the fashion sector of the economy. We formulate the thesis about the functional syncretism of derivational neologisms in the communicative space of the mass media serving it. We single out and illustrate with examples the nominative, informative, emotionally expressive, evaluative and phatic (contact-establishing) interdependent functions of neonominations. We note a significant predominance of the first two. The data obtained can be used in lecture courses on stylistics, the basics of media communication and the lexicology of modern English.

Keywords: media discourse, neologism, composition, affixation, abbreviation, contamination

For citation: Gavrilova, I.A. Functional specificity of word-formation neologisms in the discursive space of glossy magazines. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(1):111-120. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-1-111-120>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Неослабевающее внимание научного сообщества к изучению неологизмов обусловлено их ингерентным потенциалом фиксации изменений концептуальной и языковой картин мира носителей языка под влиянием экстралингвистических факторов.

В этом отношении определённый интерес представляет «глянцевый» сегмент медийного дискурса, который «предлагает читателям эталон современных образов и стилей жизни» [1, с. 131] в рамках гламурной парадигмы, активно продвигающей символы элитарности и успеха: бренды премиум-класса, изысканные аксессуары, престижный

отдых и развлечения, ценностное отношение к здоровью, ухоженность и уверенность в себе, профессиональную самореализацию, проэкологическое поведение и др. Будучи чрезвычайно динамичным, дискурс глянцевого журналов восприимчив к преобразованиям, затрагивающим различные сферы социальных, экономических и культурных практик, и, соответственно, к появлению новых номинативных единиц, заполняющих образовавшиеся в языке смысловые лакуны.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Настоящее исследование посвящено анализу особенностей функционирования слово-

образовательных неологизмов в англоязычных глянцевах журналах. Иллюстративный материал исследования представлен репрезентативной выборкой неологических единиц и их контекстов, извлечённых из интернет-версий таких популярных ежемесячных женских глянцевах журналов о красоте, моде, досуге и здоровье, как “Cosmopolitan”, “Elle”, “Fashion” на синхронном срезе 2017–2022 гг. При разработке темы привлекались данные авторитетных лексикографических источников: Online Etymology Dictionary¹ и Dictionary.com².

Ведущими исследовательскими методами являются метод сплошной выборки, общенаучный метод наблюдения, опирающийся на непосредственное восприятие объективных проявлений изучаемого феномена, словообразовательный анализ, включающий этапы выявления словообразовательных средств и словообразовательных значений формантов, по которым определяются способы словообразования, дефиниционный анализ, а также описательно-аналитический метод в комбинации с приёмами классификации и интерпретации качественных особенностей языкового материала.

Большое число научных трудов по проблемам неологии свидетельствует об актуальности данных знаний для языковедения. Теоретический анализ литературы показывает основные тенденции современных исследований языковых новообразований: изучение особенностей пополнения неологизмами различных пластов лексики [2; 3], описание деривационных процессов в неонминациях [4–6], рассмотрение вопросов лексикографической фиксации неологизмов [7; 8], раскрытие специфики перевода неологических единиц [9], когнитивные, прагмалингвистические и лингвокультурологические исследования неолексем [10–12], выявление индивидуально-авторских новообразований в творчестве отдельно взятых поэтов или писателей [13; 14] и др.

Вслед за Е.В. Розен примем за рабочее следующее определение: «Неологизмами называются всякие вновь организованные в языке слова в течение всего времени, пока они отмечаются как новые в языковом сознании носителей языка»³.

Исходя из специфики раскрытия функциональных свойств неологических единиц в дискурсе глянцевах журналов и основываясь на общих принципах типологии, предполагающих выделение любых разновидностей явления по дифференцирующим основаниям, нами была составлена следующая классификация функций словообразовательных неологизмов.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Номинативная и информативная функции словообразовательных неологизмов в дискурсе глянцевах журналов. Исследование лексических новаций в дискурсе глянцевах журналов обнаруживает, что доминирующими функциями словообразовательных неологизмов выступают номинативная, связанная с их способностью называть новейшие лайфстайл-тренды, актуальные тенденции и реалии в мире моды, и коррелирующая с ней информативная, обеспечивающая транслирование социокультурного опыта. При этом продуктивность морфологических способов словопроизводства на базе существующих основ и аффиксов (по классификации Н.М. Шанского)⁴ демонстрирует гибкое реагирование словообразовательного механизма языка на внеязыковые изменения.

Рассмотрим основные типы морфологического словообразования (сложение, аффиксацию и аббревиацию) в выделенной группе неолексем с номинативной и информативной функциональной нагрузкой.

³ Розен Е.В. Новая лексика в современном немецком языке // Иностраные языки в школе. 1966. № 4. С. 53. URL: https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=8730

⁴ Шанский Н.М., Тихонов А.Н. Современный русский язык: в 3 ч. Ч. 2. Словообразование. Морфология. М.: Просвещение, 1987. С. 65. URL: <https://library.tou.edu.kz/fulltext/buuk/b881.pdf>

¹ Online Etymology Dictionary. URL: <https://www.etymonline.com/> (accessed: 05.11.2022).

² Dictionary.com. URL: <https://www.dictionary.com/> (accessed: 05.11.2022).

Достаточно частотен в создании сложных неониминантов в сфере моды элемент-core, этимологически восходящий к праиндоевропейскому корню (PIE root) **kerd-* (сердце)⁵ (греч. *kardia*, армян. *sirt*, ирл. *críde*, лит. *širdis*, рус. сердце, англ. *heorte* > *heart*, нем. *Herz* и т. д.) и означающий «суть, сущность, сердцевина, стержень». В составе композита он играет направляющую роль, выдвигая на первый план фундаментальные характеристики номинируемого явления. Например, двухкомпонентная лексическая единица *cottagecore* (Пример 1) появилась для обозначения пасторального стиля в одежде, поэтизирующего умиротворённую сельскую жизнь и проявляющегося в обилии цветочных мотивов, фасонов с пышными рукавами, натуральных тканей; композит *pothcore* (Пример 2) создан для наименования сознательно ненавязчивого стиля одежды, а лексема *regency-core* (Пример 2) – для описания эксцентричного «королевского» стиля с ажурными корсажами, украшениями бантами, рюшами, тюлем, вышивкой и искусственными цветами.

(1) *In Hill House Home's latest collection, Victorian Romance, they not only upgraded their popular dress but also added new styles and whimsical prints to some of their existing ensembles. Bless the fact that the brand really bumped up their cottagecore energy and incorporated graphics that were inspired by classic paintings and dramatic florals in this capsule* (Elle, 02.02.2022)⁶.

(2) *Are You Over Normcore? Meet Its Fancy Sibling, Regency-Core. Designers and influencers are looking back to long-past eras – with some welcome modern updates* (Elle, 22.07.2021)⁷.

Среди префиксов, которые участвуют в создании аффиксальных неологизмов, реали-

зующих номинативную и информативную функции, заслуживают упоминания элементы *pan-* и *demi-*. Префикс греческого происхождения *pan-* означает «каждый, целый, всеохватывающий». Так, в медиадискурсе журнала *Elle* зафиксирована неолексема *pangender*, созданная по словообразовательной модели “*pan-* + *Adjective*” (по аналогии с *pan-African*, *pan-American*, *pan-European*, *pan-German*, *panislamic*) для обозначения гендерной идентичности, которая не ограничивается мужским или женским полом и охватывает оба пола (Пример 3).

(3) *Nonbinary genders are those that fall outside of the traditional “male” and “female” gender categories. <...> Other times you’ll hear a different term: genderqueer, or genderfluid, or pangender – the list goes on* (Elle, 18.03.2017)⁸.

Неологизм *demisexual* (Пример 4) со значением «относящийся к человеку, испытывающему сексуальное влечение только к людям, с которыми у него есть эмоциональная связь», образован с участием словообразовательного элемента *demi-* (полу-) (от лат. *dimidius* «половина»), который изначально употреблялся в английском языке только в заимствованиях из французского.

(4) *Here’s What Dating as a Demisexual Is *Really* Like, According to Three People* (Cosmopolitan, 25.10.2021)⁹.

Новые слова, обозначающие изменения в модной индустрии, создаются также путём суффиксации. В частности, фанатов моды, одержимо отслеживающих и перенимающих нововведения, именуют неологизмом *fashionista* (Пример 5), который получен путём добавления к английской лексеме *fashion* испанского суффикса *-ista* с ореолом иностранной экзотики.

(5) *While I was over here obsessing with Hailey’s wedding guest ensemble, other*

⁵ Core. URL: https://www.etymonline.com/word/core#etymonline_v_19074 (accessed: 09.11.2022)

⁶ Hill House Home’s Fan-Favorite Nap Dress Now Has Pockets. URL: <https://www.elle.com/fashion/shopping/a38963530/hill-house-nap-dress-pockets/> (accessed: 05.11.2022).

⁷ Are You Over Normcore? Meet Its Fancy Sibling, Regency-Core. URL: <https://www.elle.com/fashion/a36664409/regencycore-fashion-influencers/> (accessed: 05.11.2022).

⁸ I Don’t Identify as a Woman. Will the Women’s Movement Still Fight for Me? URL: <https://www.elle.com/culture/a43889/womens-march-non-binary-gender-nonconforming/> (accessed: 05.11.2022).

⁹ Here’s What Dating as a Demisexual Is *Really* Like, According to Three People. URL: <https://www.cosmopolitan.com/sex-love/a38029208/demisexuals-on-demisexuality-roundtable/> (accessed: 05.11.2022).

fashionistas were cashing out <...> (Cosmopolitan, 16.11.2021)¹⁰.

В информационно-коммуникативном пространстве гляцевых журналов выделяются также сокращённые новообразования с преимущественно номинативной функциональной нагрузкой. Например, образованный с помощью адъективного суффикса *-like* неологизм *LBD-like* (Пример 6) имеет в своём составе инициальную аббревиатуру буквенного типа понятия “little black dress”, введённого в употребление французским модельером Коко Шанель ещё в 1920-х гг. Возвращение былой популярности коктейльного платья чёрного цвета длиной до колен предопределило репрезентацию современного опыта познания в виде новой лексической единицы. Мы наблюдаем, как в словообразовательных неологизмах находит своё отражение цикличность моды. Через процесс неологизации обретают второе дыхание давно заданные и прошедшие период спада тренды.

(6) *Meanwhile, Valentina, 14, opted for sheer label-emblazoned tights with an LBD-like top and miniskirt, while Mathilde, 21, donned dark denim all the way to the floor* (Elle, 07.03.2022)¹¹.

В нашем корпусе примеров есть неоминации из области моды и стиля жизни, полученные в результате сложнослоговой аббревиации: сложносокращённые слова и слова-вставки, магистральными функциями которых также выступают номинативная и информативная.

Так, представительниц новой субкультуры, обитающих главным образом на виртуальных площадках для создания, просмотра и обмена короткими видео- и gif-изображениями (TikTok, Tumblr, Twitch и др.) и сочетающих в своём луке элементы эмо, готики и аниме: ярко окрашенные и собранные в два пучка волосы, нарисованные веснушки, на-

кладные ресницы, разноцветные заколки и пирсинг, называют сложносокращённым неологизмом *e-girls* (дериватом от *electronic girls*) (Пример 7), образованным посредством объединения полного слова с частью другого с применением апокопы, то есть усечения одного или нескольких конечных звуков.

(7) *Using only their dance skills and messy childhood bedrooms as a backdrop, Gen Z users ignited a new trend funnel, quickly giving rise to aesthetics like “e-girl”, “cottagecore”, and “light and dark academia”, influencing young shoppers everywhere* (Fashion, 21.07.2021)¹².

Тематика публицистических материалов в гляцевых журналах охватывает широкий круг вопросов психологии межличностной интеракции. Неологические единицы объективируют новые явления и грани общения. В частности, аббревированное слово-вставка, образованное путём внедрения одной лексемы в структуру другой (*three + couple = throuple*), номинирует такой формат романтических отношений, в котором участвуют трое (Пример 8).

(8) *Who Knows What’s Going on Between Taika, Rita, and Tessa, but I Was in a Throuple and Can Give You the Details* (Cosmopolitan, 07.06.2021)¹³.

Эмоционально-экспрессивная и оценочная нагрузка словообразовательных неологизмов в мире моды и стиля. Эмоционально-экспрессивная функция словообразовательных неологизмов актуализируется в контекстах-описаниях рекламных фотографий, на которых показаны модные коллекции одежды, косметические и парфюмерные новинки, ювелирные изделия, предметы интерьера или фешенебельные курорты. На иллюстрациях представлены целостные образы вещей без выделения деталей. Комментарии же выбирают из этого единства значимые элементы и подчёркивают их, используя экспрессивные средства языка, к числу которых

¹⁰ Hailey Baldwin’s Sparkling Sequin Dress Features Flowers on the Boobs. URL: <https://www.cosmopolitan.com/entertainment/celebs/a38267915/hailey-bieber-sequin-dress/> (accessed: 05.11.2022).

¹¹ Salma Hayek’s Daughters Attended Balenciaga’s Paris Fashion Week Show With Their Parents. URL: <https://www.elle.com/culture/celebrities/a39352533/salma-hayek-daughters-valentina-mathilde-balenciaga-paris-fashion-week/> (accessed: 05.11.2022).

¹² Can I Dress Like a TikTok Teen if I’m Not Part of Gen Z? URL: <https://fashionmagazine.com/style/tiktok-fashion-older-women/> (accessed: 05.11.2022).

¹³ Who Knows What’s Going on Between Taika, Rita, and Tessa, but I Was in a Throuple and Can Give You the Details. Super-hot threesomes and more. URL: <https://www.cosmopolitan.com/sex-love/a36620624/throuple-polyamory-in-real-life/> (accessed: 05.11.2022).

можно отнести неологизмы. В значении новой лексической единицы, в отличие от канонической, содержится временная коннотация новизны, которая автоматически придаёт ей рематичность. В частности, экспрессивный потенциал неологизма *bodycon* (деривата от *body-conscious*), означающего «подчёркивающий идеальную фигуру», эксплицирован в примечаниях к снимкам с красной дорожки event-мероприятия журнала *Elle* “Women in Hollywood” (Пример 9).

(9) *Bieber attended ELLE’s 2022 Women in Hollywood event at the Getty Center wearing brown bodycon dress by Saint Laurent* (*Elle*, 18.10.2022)¹⁴.

Интересную подгруппу экспрессивных новообразований образуют авторские многокомпонентные комбинации, созданные в рамках конкретного речевого акта. К примеру, в заметке о косметической марке *Becca Cosmetics*, сделавшей ставку на естественную, освещённую изнутри красоту, участникам медийной коммуникации презентованы образы как с помощью визуальных (эффектные кадры), так и вербальных (эпитеты-неологизмы) составляющих. Неолексемы *see-them-from-space* и *lit-from-within*, популяризирующие концепцию компании, способствуют повышению степени узнаваемости бренда (Пример 10).

(10) *The brand that paved the way for natural, lit-from-within beauty is officially closing its doors come September 2021. Becca Cosmetics, the brand responsible for see-them-from-space highlighted cheekbones, is the latest company to be hit hard by COVID-19* (*Fashion*, 25.02.2021)¹⁵.

В гляцевых публикациях о светской жизни обнаружены также неологические единицы с негативной эмоциональной окраской, например: перо *baby* (Пример 11). Перо является сокращением от *perotism* и указы-

вает на привилегии и возможности карьерного роста, которые человек получает в основном благодаря семейным отношениям, а *baby* придаёт выражению насмешливый и ироничный оттенок. В пометах словаря *Dictionary.com* отмечается, что этот неологизм, употребляющийся в социальных сетях как минимум с 2018 г., получил широкое распространение в декабре 2022 г. после появления на обложке журнала *New York Magazine* в анонсе статьи о знаменитых детях голливудских звёзд, что превратило его в предмет всевозможных мемов и шуток.

(11) *Lottie Moss Deletes Twitter After Getting Backlash for Her Defense of Nepo Babies. Awk times!* (*Cosmopolitan*, 23.12.2022)¹⁶.

Особенности фатического (контакто-устанавливающего) использования словообразовательных неологизмов в коммуникативном пространстве гляцевых журналов. Введение неологизмов в заголовочный ансамбль в статьях о *must-have* вещах сезона маркирует их фатическое употребление с целью привлечения внимания и установления контакта с аудиторией. Они являются своеобразными показателями ультрасовременного и актуального *fashion*-содержания материала, стимулирующими его прочтение. Примером может служить заголовок с неологической единицей *Y2K* (*Year 2000 = Year + 2 + Kilo*), обозначающей новый виток моды с эстетикой «нулевых»: акцентом на люксовые бренды, пастельные оттенки, открытый живот, смелый макияж, *Barbie*- и *Winx*-образы (Пример 12).

(12) *Paris Hilton Takes a Break From the Metaverse to Design Sunglasses. Plus, she indulges us in a game of Y2K fashion-inspired This or That* (*Elle*, 09.02.2022)¹⁷.

Статьи о модной вещной атрибутике, как правило, написаны эмоциональным живым языком, направленным на создание «уз общ-

¹⁴ Hailey Bieber Steps Out in Brown Bodycon Dress at ELLE’s 2022 Women in Hollywood Event. URL: <https://www.elle.com/culture/celebrities/a41663295/hailey-bieber-dress-elle-women-in-hollywood-event-2022/> (accessed: 05.11.2022).

¹⁵ Becca Cosmetics Is Closing Due To COVID-19 Losses. URL: <https://fashionmagazine.com/beauty-grooming/makeup/becca-cosmetics-closing-covid-pandemic/> (accessed: 05.11.2022).

¹⁶ Lottie Moss Deletes Twitter After Getting Backlash for Her Defense of Nepo Babies. URL: <https://www.cosmopolitan.com/entertainment/celebs/a42327543/lottie-moss-deletes-twitter-nepo-babies/> (accessed: 05.11.2022).

¹⁷ Paris Hilton Takes a Break From the Metaverse to Design Sunglasses. URL: <https://www.elle.com/fashion/celebrity-style/a39374269/paris-hilton-metaverse-quay-collaboration-interview/> (accessed: 05.11.2022).

ности» (термин Б. Малиновского) с читателями и активизацию потребительского интереса. Авторы гляцевых изданий стремятся привлечь внимание с первых строк и удержать его до конца. Среди прочих элементов выразительной разговорной речи (обилия восклицательных предложений, сокращённых форм, прямых обращений, фразовых глаголов, идиоматических выражений и т. д.) встречаются аббревиурованные неологизмы из сферы современной деловой и сетевой коммуникации, которые используются fashion-медиа для вовлечения читающей публики в дружескую атмосферу речевого взаимодействия и приобщения к гламуру. Приведём в пример неолексему ООО (out of office), употребляемую в качестве уведомления коллег или клиентов об отсутствии сотрудника на рабочем месте по причине болезни, отпуска и т. д. (Пример 13).

(13) *Hold it right there! Milan-based line La Double J now offers a range of bags to suit any schedule, from a work day to when you're OOO. A tote dubbed the Big Mama bag is oversized, unstructured and meant to cart around anything from a beach towel to gym gear; it's smaller counterpart comes with both top handles and a shoulder strap to suit your on-the-go needs* (Fashion, 17.01.2020)¹⁸.

Читательский отклик на вынесенные на обсуждение важные социальные проблемы может быть простимулирован журналистами через словотворчество. Например, использование индивидуально-авторского композита blue-binning в сочетании с другими экспрессивными средствами языка в публикации о разумном потреблении, стремлении к нулевым отходам, сокращении первичных материалов в пользу переработанных, является частью коммуникативной стратегии адресанта и апеллирует к экологическому самосознанию адресата (Пример 14).

(14) *If you're diligently blue-binning your empties and believe that you're doing a good deed, you'll probably be surprised to learn that only 9 per cent of all plastic waste ever made has been recycled, according to research pub-*

lished in Science Advances. Yes, ever (Fashion, 19.04.2021)¹⁹.

ВЫВОДЫ

Мода и стиль как важные элементы повседневной творческой, общественной и хозяйственной жизни выступают источниками разного рода инноваций и способствуют активной лингвокреативной деятельности. Большинство неологических единиц в гламурном медийном дискурсе построены продуктивными узуальными способами: сложением и аффиксацией. Значительное же количество компрессионных (аббревиурованных и контаминативных) новообразований говорит о способности лаконичных по форме лексических единиц передавать ёмкое и нетривиальное содержание, что отвечает эстетическим, маркетинговым и другим потребностям энергично развивающегося модного сектора экономики и обслуживающих его средств массовой информации.

Функциональный потенциал словообразовательных неологизмов в гляцевых журналах представлен довольно широким диапазоном взаимообусловленных функций: номинативной, информативной, эмоционально-экспрессивной, оценочной и фатической. При этом обобщение исследовательского опыта в области описания неолексики из сферы фэшн-индустрии и стильного образа жизни позволяет не только экспонировать продуктивные словообразовательные модели в английском языке и их дискурсивную реализацию, но и проследить актуальные тенденции в речевом поведении англоговорящего социума.

Иллюстративный материал изыскания может быть использован при проведении занятий как по теоретическим учебным дисциплинам (лексикология, стилистика, основы медиакommunikации и др.), так и в практических курсах устной и письменной речи на английском языке.

¹⁸ La Double J Just Launched a Bold Handbag Collection. URL: <https://fashionmagazine.com/style/la-double-j-handbags/> (accessed: 05.11.2022).

¹⁹ How Beauty Brands Are Rising to the Challenge of Eco-Conscious Packaging and Zero-Waste Products. URL: <https://fashionmagazine.com/beauty-grooming/zero-waste-beauty-brands/> (accessed: 05.11.2022).

Список источников

1. Лазеева Н.В., Прохорова Л.П. Рекламный аспект речевого жанра «переписка с читателем» в дискурсе глянцевого журналов // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 4 (426). С. 130-136. <https://doi.org/10.24411/1994-2796-2019-10417>, <https://elibrary.ru/vshaku>
2. Катермина В.В., Соловьёва Н.С. Аксиологический потенциал английских неологизмов-гастронимов // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2022. № 2. С. 123-135. https://doi.org/10.51955/2312-1327_2022_2_123, <https://elibrary.ru/rnrnna>
3. Хуснуллина Ю.А. Способы словообразования и структурные типы неологизмов компьютерно-опосредованной коммуникации // Преподаватель XXI век. 2021. № 4. Ч. 2. С. 338-343. <https://doi.org/10.31862/2073-9613-2021-4-338-343>, <https://elibrary.ru/hkyuah>
4. Аккуратова И.Б., Дойникова М.И. Образование неологизмов с англоязычным компонентом “lockdown” в современном немецком языке // Научный диалог. 2022. Т. 11. № 3. С. 9-27. <https://doi.org/10.24224/2227-12952022-11-3-9-27>, <https://elibrary.ru/rznmlh>
5. Завадская А.В. Словообразовательные неологизмы эпохи пандемии коронавируса в медийном пространстве // Нефилология. 2022. Т. 8. № 2. С. 286-294. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-286-294>, <https://elibrary.ru/ubhirx>
6. Столярова И.А., Шехтман Н.А. Лингвокреативные механизмы словосложения (На материале номинативных комплексов в романе Джеймса Джойса «Улисс»). Оренбург: Изд-во ОГПУ, 2003. 164 с. URL: <http://www.james-joyce.ru/articles/lingvokreativnie-mehanizmy-slovoslozheniya.htm> (дата обращения: 05.11.2022).
7. Буцева Т.Н., Зеленин А.В. Проблемы описания композитов и их начальных компонентов в толковой лексикографии // Учёные записки Петрозаводского государственного университета. 2022. Т. 44. № 3. С. 8-22. <https://doi.org/10.15393/uchz.art.2022.746>, <https://elibrary.ru/rsmlwm>
8. Смолоногина Е.А., Ситникова И.О. Параметры лексикографического описания новой лексики современного немецкого языка в электронном словаре неологизмов Института немецкого языка им. Лейбница // Научный диалог. 2022. Т. 11. № 2. С. 140-158. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2022-11-2-140-158>, <https://elibrary.ru/hwuwjtd>
9. Гейко Н.Р. Неологизмы в обществено-политической лексике (переводческий аспект) // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2018. № 3 (20). С. 64-68. <https://elibrary.ru/vodclj>
10. Бычкова О.Н. Когнитивно-семантические характеристики неологизации в современном английском метеорологическом дискурсе // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. 2022. № 3 (89). С. 39-51. <https://doi.org/10.25587/SVFU.2022.87.22.004>, <https://elibrary.ru/wpdacv>
11. Радбиль Т.Б., Рацибурская Л.В., Ясаи Л., Палоши И.В. Прагматика процессов неодеривации в русском языке последних десятилетий // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2022. № 1. С. 149-153. https://doi.org/10.52452/19931778_2022_1_149, <https://elibrary.ru/yuamps>
12. Юдина Н.В., Селиверстова О.А. Неологизмы психологической семантики русского и английского языков как компонент языковой картины мира и объект языковой политики и планирования // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15. № 10. С. 3351-3357. <https://doi.org/10.30853/phil20220558>, <https://elibrary.ru/sqlyjj>
13. Захарова Ю.Г. Лексические неологизмы и потенциальные слова в письмах А.П. Чехова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2022. Т. 21. № 5. С. 17-28. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.5.2>, <https://elibrary.ru/vfyxcz>
14. Немцева А.А. «Всюду со мной море...»: семантические и словообразовательные неологизмы в раннем творчестве И. Сельвинского // Учёные записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. 2022. Т. 8 (74). № 1. С. 149-157. <https://elibrary.ru/gzjkbb>

References

1. Lazeeva N.V., Prokhorova L.P. Advertising aspect of speech genre “reader correspondence” in the discourse of glossy magazines. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2019, no. 4 (426), pp. 130-136. (In Russ.) <https://doi.org/10.24411/1994-2796-2019-10417>, <https://elibrary.ru/vshaku>
2. Katermina V.V., Solov'eva N.S. Axiological potential of English gastronym neologisms. *Crede Experto: transport, obshchestvo, obrazovanie, yazyk = Crede Experto: Transport, Society, Education, Language*, 2022, no. 2, pp. 123-135. (In Russ.) https://doi.org/10.51955/2312-1327_2022_2_123, <https://elibrary.ru/rnrnna>
3. Khusnullina Yu.A. Word formation methods and structural types of neologisms of computer-mediated communication. *Prepodavatel' XXI vek [Lecturer of the 21st Century]*, 2021, no. 4, pt 2, pp. 338-343. (In Russ.) <https://doi.org/10.31862/2073-9613-2021-4-338-343>, <https://elibrary.ru/hkyuah>
4. Akkuratova I.B., Doinikova M.I. Obrazovanie neologizmov s angloyazychnym komponentom “lockdown” v sovremennom nemetskom yazyke [Formation of neologisms with English component “lockdown” in modern German]. *Nauchnyi dialog = Scientific Dialogue*, 2022, vol. 11, no. 3, pp. 9-27. (In Russ.) <https://doi.org/10.24224/2227-12952022-11-3-9-27>, <https://elibrary.ru/rznm1h>
5. Zavadskaya A.V. Word-formation neologisms of the coronavirus pandemic era in the media space. *Neofilologiya = Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 2, pp. 286-294. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-2-286-294>, <https://elibrary.ru/ubhirx>
6. Stolyarova I.A., Shekhtman N.A. *Lingvokreativnye mekhanizmy slovoslozheniya (Na materiale nominativnykh kompleksov v romane Dzheimsa Dzhoisa «Ulyss») [Linguocreative Mechanisms of Compounding (On the Material of Nominative Complexes in James Joyce's Novel “Ulysses”)]*. Orenburg, Orenburg State Pedagogical University Publ., 2003, 164 p. (In Russ.) Available at: <http://www.james-joyce.ru/articles/lingvokreativnye-mekhanizmy-slovoslozheniya.htm> (accessed: 05.11.2022).
7. Butseva T.N., Zelenin A.V. Some problems of describing language composites and their initial components in explanatory lexicography. *Uchenye zapiski Petrozavodskogo gosudarstvennogo universiteta = Proceedings of Petrozavodsk State University*, 2022, vol. 44, no. 3, pp. 8-22. (In Russ.) <https://doi.org/10.15393/uchz.art.2022.746>, <https://elibrary.ru/rsmlwm>
8. Smolonogina E.A., Sitnikova I.O. Parameters of lexicographic description of new vocabulary of modern German in electronic dictionary of neologisms of Leibniz Institute for German Language. *Nauchnyi dialog = Scientific Dialogue*, 2022, vol. 11, no. 2, pp. 140-158. (In Russ.) <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2022-11-2-140-158>, <https://elibrary.ru/hwuwj4>
9. Geiko N.R. Neologisms in social and political vocabulary (translation aspect). *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya = Review of Omsk State Pedagogical University. Humanitarian Research*, 2018, no. 3 (20), pp. 64-68. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vodclj>
10. Bychkova O.N. Cognitive-semantic characteristics of neologization in modern English meteorological discourse. *Vestnik Severo-Vostochnogo federal'nogo universiteta im. M.K. Ammosova = Vestnik of the M.K. Ammosov North-Eastern Federal University*, 2022, no. 3 (89), pp. 39-51. (In Russ.) <https://doi.org/10.25587/SVFU.2022.87.22.004>, <https://elibrary.ru/wpdacv>
11. Radbil' T.B., Ratsiburskaya L.V., Yasai L., Paloshi I.V. Pragmatics of neo-derivational processes in the newest Russian. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo = Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod*, 2022, no. 1, pp. 149-153. (In Russ.) https://doi.org/10.52452/19931778_2022_1_149, <https://elibrary.ru/yuamps>
12. Yudina N.V., Seliverstova O.A. Neologisms of psychological semantics of the Russian and English languages as a component of the linguistic worldview and an object of language policy and planning. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory & Practice*, 2022, vol. 15, no. 10, pp. 3351-3357. (In Russ.) <https://doi.org/10.30853/phil20220558>, <https://elibrary.ru/sqlyjj>
13. Zakharova Yu.G. Lexical neologisms and potential words in the letters by A.P. Chekhov. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Yazykoznanie = Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2022, vol. 21, no. 5, pp. 17-28. (In Russ.) <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.5.2>, <https://elibrary.ru/vfyxcz>
14. Nemtseva A.A. “The sea is everywhere with me...”: semantic and word-forming neologisms in the early work of I. Selvinsky. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo*.

Filologicheskie nauki = Scientific Notes of V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological Sciences, 2022, vol. 8 (74), no. 1, pp. 149-157. (In Russ.) <https://elibrary.ru/gzjkb>

Информация об авторе

Гаврилова Ирина Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии, Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет, г. Челябинск, Российская Федерация, <http://orcid.org/0000-0003-3261-9046>, gavrilovaia@cspu.ru

Вклад в статью: формулировка идеи и разработка концепции исследования, анализ научной литературы, составление корпуса примеров, систематизация и интерпретация языкового материала, написание и оформление статьи.

Поступила в редакцию 10.12.2022

Поступила после рецензирования 15.02.2023

Принята к публикации 17.02.2023

Information about the author

Irina A. Gavrilova, Cand. Sci. (Philology), Associate Professor of English Philology Department, South-Ural State Humanitarian Pedagogical University, Chelyabinsk, Russian Federation, <http://orcid.org/0000-0003-3261-9046>, gavrilovaia@cspu.ru

Contribution: idea formulation and study concept development, scientific literature analysis, compiling a corpus of examples, language material systematization and interpretation, manuscript drafting and design.

Received: December 10, 2023

Revised: February 15, 2023

Accepted: February 17, 2023